



MODUL MATAKULIAH PUBLIC SPEAKING
FAKULTAS VOKASI
UNIVERSITAS SUMATERA UTARA



MODUL PEMBELAJARAN

PUBLIC SPEAKING

Disusun oleh:

Naomi Karina Hutagalung, S.IP.,M.I.Pol
NIP: 199106122025102001

PROGRAM STUDI D4 ADMINISTRASI PERKANTORAN DIGITAL
FAKULTAS VOKASI
UNIVERSITAS SUMATERA UTARA
2026



Lembar Pengesahan

Modul Pembelajaran Mata Kuliah Public Speaking

Disusun oleh:

Naomi Karina Hutagalung, S.IP., M.I.Pol
NIP: 199106122025102001

**Modul ini disusun sebagai pedoman dan acuan dalam pelaksanaan pembelajaran MK
Public Speaking pada Program D-IV Administrasi Perkantoran Digital, Fakultas Vokasi,
Universitas Sumatera Utara**

**Medan, Junit 2026
Mengetahui,
Ketua Program Studi**

Dr. Fivi Rahmatus Sofiyah, S.E., M.Si
NIP: 197702142008122001



KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas tersusunnya Modul Pembelajaran *Public Speaking* ini. Modul ini dirancang khusus untuk mahasiswa Program Studi D4 Administrasi Perkantoran Digital, Fakultas Vokasi, Universitas Sumatera Utara. Fokus utama modul ini adalah mengintegrasikan kemampuan retorika klasik dengan kebutuhan komunikasi digital modern yang menjadi kompetensi inti seorang administrator perkantoran masa kini.

Dengan bobot praktikum yang dominan, modul ini disusun berbasis pendekatan *Project-Based Learning* (PBL). Mahasiswa tidak hanya dituntut untuk memahami teori komunikasi, namun juga diposisikan sebagai pemecah masalah komunikasi di dunia industri nyata. Modul ini terbagi atas 6 Bab utama yang memandu mahasiswa secara bertahap: mulai dari fondasi dasar dan etika, pengelolaan kecemasan (*speechophobia*), analisis audiens digital, teknik vokal dan bahasa tubuh, penyusunan naskah persuasif dalam Bahasa Inggris, hingga penguasaan panggung multiprofesi dan media visual digital.

Saya berharap modul ini mampu menjadi panduan komprehensif yang mendorong lahirnya lulusan yang mandiri, bermutu, terukur, dan memiliki daya saing tinggi dalam mengelola komunikasi korporat di era digital.

Medan, Maret 2026

Naomi Karina Hutagalung, S.IP.,M.I.Pol



Daftar Isi

Lembar Pengesahan	i
KATA PENGANTAR.....	ii
BAB I.....	1
Fondasi Utama, Teori Komunikasi dan Etika Public Speaking	1
1.1 Pengertian, Manfaat dan Urgensi Public Speaking di Era Digital	1
1.2 Komponen Utama Proses Komunikasi Korporat.....	1
1.3 Teori Retorika Aristoteles dan Model Komunikasi Modern	2
1.4 Etika dan Pelanggaran Etika dalam Ranah Publik Digital.....	2
1.5 Tugas Detail & Studi Kasus Dilema Etika.....	2
BAB II.....	4
Mengelola Speechophobia dan Strategi Peningkatan Kepercayaan Diri.....	4
2.1 Pengertian dan Sumber Kecemasan Berbicara (<i>Speechophobia</i>)	4
2.2 Dampak Fisiologis dan Psikologis Kecemasan	4
2.3 Teknik Relaksasi, Pernapasan Diafragma, dan Visualisasi Positif	5
2.4 Strategi Berbicara <i>On-Air</i> vs <i>Off-Air</i>	5
2.5 Tugas Detail & Panduan Jurnal Refleksi Kecemasan Mandiri	7
BAB III	8
Peran <i>Critical Listening</i> , <i>Critical Thinking</i> dan Analisis Audiens Digital.....	8
3.1 Hubungan Antara <i>Critical Listening</i> dan <i>Public Speaking</i>	8
3.2 Metode <i>Critical Thinking</i> dalam Menyaring Informasi Perkantoran	8
3.3 Konsep <i>Audience-Centered Approach</i> di Era Digital	9
3.4 Analisis Situasional dan Demografis Audiens Virtual	Error! Bookmark not defined.
3.5 Tugas Individu: <i>Digital Audience & Logical Fallacy Detector</i>	11
BAB IV	13
Teknik Vokal, Intonasi dan Bahasa Tubuh.....	13
4.1 Komponen Vokal: Artikulasi, Intonasi, Aksentuasi, dan Kecepatan (<i>Pacing</i>).....	13
4.2 Teknik Bahasa Tubuh (<i>Body Language</i>) dan Ekspresi Wajah di Depan Kamera	13



MODUL MATAKULIAH PUBLIC SPEAKING
FAKULTAS VOKASI
UNIVERSITAS SUMATERA UTARA

4.3 Sinkronisasi Audio-Visual dalam Presentasi Virtual	14
4.4 Analisis Gaya Berbicara Tokoh Publik Dunia	15
4.5 Tugas Detail & Proyek Video Analisis Mikro-Ekspresi	15
BAB V	16
Penyusunan Speech Informatif dan Persuasif.....	16
5.1 Struktur Logis Naskah Pidato: <i>Introduction</i> , <i>Body</i> , dan <i>Conclusion</i>	16
5.2 Penerapan Teknik Retorika Efektif (<i>Monologika</i>) dalam Bahasa Inggris	16
5.3 Strategi Pemilihan Topik Bisnis Digital dan Penguasaan Materi	17
5.4 Teknik Transisi Frasa (<i>Connectives</i>).....	18
5.5 Tugas Detail & Penyusunan <i>Draft Text Speech</i> Komersial.....	19
BAB VI	20
Penguasaan Panggung Multiprofesi dan Integrasi Alat Bantu Visual Digital	20
6.1 Peran Strategis: Presenter Bisnis, Moderator, dan <i>Master of Ceremony</i> (MC)	20
6.2 Teknik Penguasaan Panggung fisik (<i>Blocking</i>) dan Ruang Area Berbicara Virtual	20
6.3 Manajemen Alat Bantu Audio-Visual: Mikrofon, <i>Sound System</i> , dan PPT Interaktif	21
6.4 Identifikasi dan Solusi Kesalahan Fatal Pembicara (<i>Speaker's Pitfalls</i>)	23
6.5 Tugas Detail & Simulasi Keprotokoleran Kantor Digital	23
BAB VII	25
IMPLEMENTASI <i>PROJECT-BASED LEARNING</i> (PBL).....	25
7.1 Deskripsi Masalah.....	25
7.2 Ketentuan Pelaksanaan Tugas Proyek Kelompok.....	25
7.3 Panduan Penyelesaian Project.....	26
7.4 Rubrik dan Matriks Penilaian Evaluasi Komprehensif PBL	27
Daftar Pustaka	30



MODUL MATAKULIAH PUBLIC SPEAKING
FAKULTAS VOKASI
UNIVERSITAS SUMATERA UTARA

Daftar Tabel

Tabel 1. Aspek Komunikasi <i>Online & Offline</i>	6
Tabel 2. Panduan Konfigurasi dan Manajemen Alat Bantu Audio-Visual	22
Tabel. 3 Kesalahan (<i>Pitfall</i>) Pembicara dan Solusi.....	23
Tabel 4. Rubrik Penilaian Isi/Konten Dokumen Tugas.....	27
Tabel 5. Rubrik Penilaian Pemaparan/Presentasi Simulasi	28
Tabel 6. Rubrik Penilaian Kerja Sama Kelompok Intern	29



BAB I

Fondasi Utama, Teori Komunikasi dan Etika Public Speaking

1.1 Pengertian, Manfaat dan Urgensi Public Speaking di Era Digital

Public speaking pada hakikatnya bukan sekadar kemampuan mekanis berdiri di depan massa dan merangkai kata. Stephen E. Lucas dalam karya monumentalnya *The Art of Public Speaking* mendefinisikannya sebagai bentuk komunikasi berkelanjutan kepada audiens yang bertujuan untuk menyampaikan pesan secara terstruktur demi memengaruhi, menginformasikan, atau menghibur. Di era administrasi perkantoran digital, *public speaking* mengalami pergeseran paradigma. Interaksi tatap muka yang dahulu bersifat konvensional kini berintegrasi dengan platform digital seperti Zoom, Microsoft Teams, dan media penyiaran korporat.

Bagi seorang lulusan D4 Administrasi Perkantoran Digital, urgensi penguasaan kompetensi ini terletak pada perannya sebagai jembatan informasi operasional. Pengelolaan rapat virtual, presentasi laporan kinerja berbasis data analitik, hingga representasi kehumasan digital perusahaan menuntut kemampuan berbicara yang tangkas, adaptif, dan bebas dari ambiguitas persepsi audiens.

1.2 Komponen Utama Proses Komunikasi Korporat

Memahami *public speaking* mensyaratkan pemahaman mendalam atas elemen-elemen yang membentuk ekosistem komunikasi itu sendiri. Lucas memetakan tujuh komponen utama dalam proses *public speaking* yang bekerja secara simultan:

1. **Speaker (Pembicara):** Keberhasilan presentasi sangat bergantung pada kredibilitas (*ethos*), persiapan, dan antusiasme pembicara.
2. **Message (Pesan):** Gagasan terstruktur yang disampaikan, baik secara verbal (kata-kata) maupun non-verbal (nada suara, gerak tubuh).
3. **Channel (Saluran/Media):** Media perantara pesan. Dalam konteks kantor digital, saluran ini mencakup media fisik (ruang rapat) maupun media digital (transmisi video *streaming*).
4. **Listener (Pendengar/Audiens):** Penerima pesan yang memiliki latar belakang, ekspektasi, dan filter persepsi yang unik.
5. **Feedback (Umpan Balik):** Pesan balasan dari audiens yang dikirimkan secara sadar atau tidak sadar (misalnya coretan pertanyaan di kolom *chat box*, anggukan kepala, atau tatapan bingung).
6. **Interference (Gangguan):** Segala sesuatu yang menghambat transmisi pesan. Gangguan ini terbagi menjadi gangguan eksternal (suara bising, kendala koneksi internet) dan gangguan internal (kecemasan pembicara).
7. **Situation (Situasi/Konteks):** Waktu, tempat, dan kondisi kultural tempat komunikasi berlangsung.



1.3 Teori Retorika Aristoteles dan Model Komunikasi Modern

Fondasi *public speaking* berakar kuat pada teori retorika klasik yang digagas oleh Aristoteles. Tiga pilar utama retorika yang wajib diintegrasikan oleh seorang administrator digital meliputi:

- a) **Ethos (Kredibilitas):** Karakter, kompetensi, dan niat baik yang ditunjukkan oleh pembicara sehingga dipercaya oleh audiens.
- b) **Logos (Logika):** Struktur argumen yang masuk akal, didukung oleh data empiris, fakta perkantoran, dan penalaran silogisme yang valid.
- c) **Pathos (Emosi):** Kemampuan pembicara untuk membangun ikatan emosional dan empati dengan pendengar.

Dalam lanskap modern, pilar klasik ini disesuaikan dengan Model Komunikasi Shannon-Weaver dan Berlo yang menekankan pentingnya proses penyandian pesan (*encoding*) oleh pembicara dan penguraian sandi (*decoding*) oleh audiens secara presisi guna meminimalkan distorsi informasi.

1.4 Etika dan Pelanggaran Etika dalam Ranah Publik Digital

Komunikasi tanpa etika akan melahirkan manipulasi informasi. Etika dalam *public speaking* mewajibkan pembicara untuk menyajikan kebenaran factual, menghormati keberagaman audiens, menghindari manipulasi emosi yang destruktif, serta menjauhi segala bentuk plagiarisme. Plagiarisme dalam penyusunan naskah pidato terbagi menjadi tiga kategori:

- a) **Global Plagiarism:** Mengambil naskah pidato orang lain secara utuh dan mengklaimnya sebagai karya sendiri.
- b) **Patchwork Plagiarism:** Menyusun naskah dengan menempelkan potongan-potongan kalimat atau paragraf dari beberapa sumber berbeda tanpa mencantumkan rujukan.
- c) **Incremental Plagiarism:** Gagal memberikan kredit atau sitasi pada bagian tertentu dari naskah, seperti kutipan langsung atau data statistika yang diambil dari dokumen eksternal.

Di dunia digital, pelanggaran etika juga mencakup penyebaran disinformasi korporat (*hoax*), pencemaran nama baik di media digital, dan pelanggaran hak cipta visual presentasi.

1.5 Tugas Detail & Studi Kasus Dilema Etika

Tugas Individu: Analisis Kasus Plagiarisme dan Pelanggaran Etika Korporat Digital

1. **Deskripsi Tugas:** Mahasiswa diminta untuk mencari satu video pidato atau presentasi bisnis di platform digital (YouTube/LinkedIn) yang terbukti atau terindikasi melakukan pelanggaran etika komunikasi (misal: penyajian data palsu, plagiarisme naskah, atau ujaran yang bias/diskriminatif).



MODUL MATAKULIAH PUBLIC SPEAKING
FAKULTAS VOKASI
UNIVERSITAS SUMATERA UTARA

2. **Format Output:** Esai analisis kritis sepanjang 1.000–1.500 kata (Format PDF, Arial 11, spasi 1.15).
3. **Komponen Penilaian Mandiri:**
 - a) Identifikasi jenis pelanggaran etika yang terjadi (kaitkan dengan teori Lucas).
 - b) Dampak pelanggaran terhadap reputasi organisasi digital yang diwakili pembicara.
 - c) Rekomendasi perbaikan struktur pesan dan penyampaian agar sesuai dengan SOP etika profesi administrasi perkantoran.



BAB II

Mengelola Speechophobia dan Strategi Peningkatan Kepercayaan Diri

2.1 Pengertian dan Sumber Kecemasan Berbicara (*Speechophobia*)

Kecemasan berbicara di depan umum, atau secara klinis dikenal sebagai *speechophobia* atau *glossophobia*, merupakan fenomena psikologis dan fisiologis yang dialami oleh mayoritas pembicara, baik pemula maupun profesional. Chris Anderson dalam bukunya *Talk Like TED* menegaskan bahwa kecemasan adalah respons alami otak manusia yang memandang audiens sebagai ancaman potensial terhadap status sosial atau reputasi diri pembicara.

Bagi mahasiswa administrasi perkantoran digital, sumber kecemasan ini umumnya dikelompokkan menjadi tiga faktor utama:

1. ***Fear of Negative Evaluation***: Ketakutan ekstrem akan dinilai buruk, ditertawakan, atau dianggap tidak kompeten oleh atasan atau rekan kerja.
2. ***Situational Unpredictability***: Ketidakpastian terkait kendala teknis operasional (seperti kegagalan sistem aplikasi atau gangguan audio saat rapat virtual dimulai).
3. ***Lacking of Preparation***: Rasa tidak menguasai substansi materi presentasi atau kurangnya jam terbang praktik berbicara formal.

2.2 Dampak Fisiologis dan Psikologis Kecemasan

Ketika kecemasan melanda sebelum atau saat melakukan public speaking, sistem saraf otonom tubuh secara otomatis memicu respons fight-or-flight sebagai mekanisme pertahanan alami manusia. Secara fisiologis, otak melalui hipotalamus mengirimkan sinyal darurat yang memicu kelenjar adrenal untuk melepaskan hormon adrenalin dan kortisol secara masif ke dalam aliran darah. Lonjakan hormon ini mengakibatkan serangkaian perubahan fisik yang signifikan, seperti peningkatan denyut jantung (*tachycardia*), hiperventilasi atau pola napas yang pendek dan cepat, serta penyempitan pembuluh darah yang membuat tangan serta kaki terasa dingin dan bergetar. Selain itu, ketegangan otot yang ekstrem sering kali terakumulasi di area leher, bahu, dan rahang, yang berpotensi mengganggu stabilitas pita suara, sementara aliran saliva yang menurun drastis menyebabkan sensasi mulut terasa kering (*xerostomia*).

Secara psikologis, kecemasan berbicara atau *speechophobia* menyerang fungsi kognitif pembicara secara agresif dan memicu fenomena mental block. Kondisi stres tingkat tinggi ini mengganggu kerja prefrontal cortex—bagian otak yang bertanggung jawab atas memori jangka pendek dan pengambilan keputusan—sehingga pembicara tiba-tiba melupakan alur materi presentasi yang telah dihafalkan sebelumnya. Kehilangan fokus ini sering kali diikuti oleh distorsi persepsi waktu, di mana pembicara merasa durasi tampil berjalan sangat lambat dan menyiksa, meskipun pada kenyataannya baru berjalan beberapa menit. Arus pikiran yang kacau ini juga memicu *cognitive overload*, sebuah kondisi di mana sisa kapasitas mental pembicara habis hanya



untuk memikirkan ketakutan internal mereka sendiri daripada berfokus pada penyampaian pesan kepada audiens.

Bagi mahasiswa Administrasi Perkantoran Digital, dampak ganda ini tidak hanya merusak performa presentasi secara personal, tetapi juga menurunkan kredibilitas profesional (ethos) di mata rekan kerja maupun atasan. Manifestasi fisik seperti suara yang bergetar (quivering voice), penggunaan kata jeda yang berlebihan (filler words seperti "eee", "aaa"), dan hilangnya kontak mata karena panik akan ditangkap oleh audiens sebagai cerminan dari ketidaksiapan atau kurangnya kompetensi. Jika dampak fisiologis dan psikologis ini tidak dimitigasi melalui teknik intervensi yang tepat, kecemasan yang tidak terkontrol ini dapat berkembang menjadi trauma komunikasi jangka panjang (communication apprehension), yang pada akhirnya menghambat perkembangan karier manajerial di lingkungan korporat modern.

2.3 Teknik Relaksasi, Pernapasan Diafragma, dan Visualisasi Positif

Untuk mengelola respons adrenalin tersebut, pembicara wajib menguasai tiga teknik intervensi klinis-praktis berikut:

1. **Pernapasan Diafragma (Controlled Breathing):** Teknik menghirup udara melalui hidung dengan mengembangkan rongga perut (bukan dada) dalam 4 hitungan, menahan selama 4 hitungan, dan mengembuskannya perlahan melalui mulut dalam 4 hitungan. Teknik ini secara fisiologis menurunkan denyut jantung dan mengirimkan sinyal ketenangan ke otak.
2. **Relaksasi Otot Progresif:** Menegangkan dan mengendurkan kelompok otot tubuh secara bergantian (mulai dari jari tangan hingga bahu) sesaat sebelum naik ke atas panggung untuk membuang akumulasi ketegangan fisik.
3. **Visualisasi Positif (Cognitive Restructuring):** Teknik mental di mana pembicara memejamkan mata dan membayangkan skenario presentasi berjalan sukses secara detail (mulai dari slide pembuka yang lancar hingga sambutan tepuk tangan hangat audiens). Hal ini berfungsi melatih otak untuk mengasosiasikan panggung dengan keberhasilan, bukan kegagalan.

2.4 Strategi Berbicara *On-Air* vs *Off-Air*

Metode mitigasi kecemasan dan eksekusi penyampaian pesan harus disesuaikan secara presisi dengan moda komunikasi yang digunakan, baik melalui platform virtual (*on-air*) maupun panggung fisik (*off-air*). Dalam lanskap komunikasi virtual atau *on-air*, tantangan terbesar pembicara adalah membangun keterikatan emosional tanpa kehadiran fisik audiens. Strategi utama untuk mengatasinya adalah dengan menjaga fokus tatapan secara konsisten ke arah lensa kamera, bukan ke arah gambar audiens di layar laptop, guna menciptakan ilusi kontak mata (*eye contact*) yang kuat bagi para peserta di rumah. Sebaliknya, pada presentasi *off-air* atau tatap muka langsung, pembicara dituntut untuk membagi perhatian secara merata ke seluruh penjuru ruangan dengan



MODUL MATAKULIAH PUBLIC SPEAKING
FAKULTAS VOKASI
UNIVERSITAS SUMATERA UTARA

menggunakan teknik *Z-scan*, yaitu menyapu pandangan membentuk pola huruf Z dari baris belakang hingga baris depan untuk memastikan seluruh audiens merasa dilibatkan.

Dari aspek manajemen ruang dan mitigasi teknis, kedua moda ini memerlukan pendekatan operasional yang sangat berbeda untuk meminimalkan gangguan (*interference*). Pada ruang lingkup digital, pembicara harus membatasi gerakan tubuh mereka (*framing management*) agar tetap berada dalam bingkai kamera dan menjaga kestabilan aspek visual. Persiapan teknisnya meliputi pengujian sistem aplikasi (seperti Zoom atau Teams), pengecekan stabilitas *bandwidth* internet, dan kalibrasi mikrofon yang wajib dilakukan minimal 30 menit sebelum acara dimulai demi menghindari kepanikan akibat malafungsi sistem. Sementara itu, pada panggung fisik *off-air*, pembicara justru disarankan untuk memanfaatkan mobilitas panggung (*blocking*) secara dinamis guna menyalurkan energi saraf dan menunjukkan rasa percaya diri. Persiapan teknis di ranah fisik ini dilakukan melalui aktivitas *stage-walk* beberapa jam sebelum acara untuk mengenali tata letak panggung, posisi pencahayaan, serta karakteristik akustik ruangan.

Bagi seorang administrator perkantoran digital, penguasaan adaptif terhadap kedua ruang berbicara ini merupakan representasi dari kompetensi komunikasi korporat modern. Ketidakmampuan membedakan perlakuan teknik di kedua panggung ini dapat memicu kecemasan baru yang merusak performa. Sebagai contoh, pembicara yang terlalu banyak bergerak secara agresif di depan kamera virtual akan membuat visual tampak buram dan mengganggu fokus penonton. Di sisi lain, pembicara yang berdiri kaku layaknya patung di atas panggung fisik yang besar akan dinilai tidak berenergi dan membosankan. Oleh karena itu, fleksibilitas dalam memindahkan strategi non-verbal dan teknis antara dunia digital dan fisik menjadi kunci utama untuk memastikan pesan bisnis tetap tersampaikan dengan dampak persuasi yang tinggi.

Tabel 1. Aspek Komunikasi *Online & Offline*

Aspek Komunikasi	Komunikasi Virtual (<i>On-Air/Online</i>)	Komunikasi Fisik (<i>Off-Air/Offline</i>)
Fokus Tatapan	Menatap lensa kamera secara konsisten untuk membangun ilusi <i>eye contact</i> dengan audiens.	Membagi tatapan ke seluruh area ruangan menggunakan teknik <i>Z-scan</i>
Mitigasi Teknis	Melakukan pengujian sistem aplikasi, koneksi <i>bandwidth</i> , dan mikrofon 30 menit sebelum acara.	Melakukan <i>stage-walk</i> untuk mengenali tata letak panggung dan akustik ruangan.
Manajemen Ruang	Membatasi gerakan tubuh agar tetap berada dalam bingkai (<i>frame</i>) kamera.	Memanfaatkan mobilitas panggung (<i>blocking</i>) secara dinamis tanpa terlihat gelisah.



2.5 Tugas Detail & Panduan Jurnal Refleksi Kecemasan Mandiri

Tugas Praktik Individu: Pembuatan Jurnal Refleksi dan Simulasi Pengelolaan Stres

- a) **Deskripsi Tugas:** Mahasiswa diwajibkan melakukan rekaman video mandiri (durasi 3 menit) berbicara tentang topik profil diri profesional dalam Bahasa Inggris di depan kamera. Sebelum dan sesudah rekaman, mahasiswa harus mengisi Matriks Skala Kecemasan (menggunakan indikator denyut nadi dan gejala fisik yang dirasakan).
- b) **Format Output:** Link rekaman video (Google Drive) disertai dokumen Word berisi tabel analisis logbook kecemasan dan strategi intervensi pernapasan/visualisasi yang telah dipraktikkan.
- c) **Kriteria Penilaian:** Ketepatan analisis mandiri terhadap gejala kecemasan pribadi dan efektivitas penerapan teknik relaksasi diafragma yang ditunjukkan lewat kestabilan vokal dalam video.



BAB III

Peran *Critical Listening*, *Critical Thinking* dan Analisis Audiens Digital

3.1 Hubungan Antara *Critical Listening* dan *Public Speaking*

Public speaking yang efektif merupakan produk sampingan dari kemampuan mendengarkan yang superior. Stephen E. Lucas membedakan empat tingkatan mendengarkan:

- a) ***Appreciative Listening***: Mendengarkan untuk kesenangan atau hiburan (misal: mendengarkan musik).
- b) ***Empathic Listening***: Mendengarkan untuk memberikan dukungan emosional kepada pembicara (misal: konseling).
- c) ***Comprehensive Listening***: Mendengarkan untuk memahami pesan secara keseluruhan (misal: kuliah dosen).
- d) ***Critical Listening***: Mendengarkan untuk mengevaluasi pesan secara mendalam guna menerima atau menolak argumen pembicara.

Seorang pembicara publik yang handal harus menjadi seorang *critical listener* terlebih dahulu. Dengan mendengarkan secara kritis, kita dapat memetakan struktur argumen pembicara lain, mendeteksi cacat logika (*logical fallacies*), dan memahami celah kebutuhan informasi audiens yang akan kita sasar.

3.2 Metode *Critical Thinking* dalam Menyaring Informasi Perkantoran

Critical thinking (berpikir kritis) pada dasarnya adalah kemampuan kognitif yang terstruktur untuk menganalisis fakta secara objektif, mengidentifikasi hubungan logis antar gagasan, mendeteksi kesalahan penalaran (*logical fallacies*), dan menarik kesimpulan berdasarkan bukti empiris yang kuat. Dalam praktik administrasi perkantoran digital saat ini, kemampuan ini menjadi sangat krusial sebagai instrumen penyaring di tengah membanjirnya data korporat (*data deluge*) yang tidak terstruktur dari berbagai kanal digital, seperti *big data analytics*, laporan komparatif sistem manajemen kearsipan, hingga surel internal perusahaan. Tanpa adanya filter berpikir kritis yang ketat, seorang administrator perkantoran akan terjebak dalam bias konfirmasi atau menyebarkan disinformasi operasional yang dapat merugikan keputusan strategis manajemen puncak. Oleh karena itu, penerapan metode ini menjadi fondasi utama dalam memastikan kualitas informasi yang masuk ke dalam sistem komunikasi organisasi.

Sebelum melangkah ke tahap penyusunan naskah *public speaking* atau presentasi bisnis, seorang pembicara publik wajib mengaplikasikan metode berpikir kritis ini untuk memisahkan opini subjektif dari fakta objektif yang dapat dipertanggungjawabkan. Proses ini melibatkan pengujian mendalam terhadap keandalan (*reliability*) dan validitas sumber data statistika yang akan disajikan, termasuk melacak orisinalitas data serta motif dari instansi yang menerbitkannya. Setelah data tervalidasi, pembicara harus mampu menyusun premis mayor dan premis minor secara koheren melalui metode penalaran deduktif maupun induktif. Dengan mengaitkan bukti



pendukung (*supporting materials*) yang relevan pada setiap poin utama (*main points*), struktur argumen yang dibawakan di depan publik akan menjadi sangat kokoh, logis, dan tidak mudah dipatahkan atau digoyahkan oleh audiens pada saat sesi tanya jawab yang kritis.

Lebih jauh lagi, implementasi *critical thinking* dalam ranah administrasi digital berkontribusi langsung pada pembentukan kredibilitas (*ethos*) seorang pembicara di lingkungan profesional. Ketika seorang pembicara mampu menyajikan laporan atau proposal proyek yang bersih dari cacat logika—seperti *hasty generalization* atau *false cause*—audiens korporat akan melihatnya sebagai figur yang kompeten dan tepercaya. Berpikir kritis juga melatih ketangkasan mental pembicara untuk mengantisipasi potensi resistensi atau pertanyaan menjebak dari pemangku kepentingan (*stakeholders*). Pada akhirnya, integrasi yang harmonis antara kemampuan berpikir kritis dalam menyaring informasi dengan keterampilan komunikasi publik akan menghasilkan keputusan-keputusan bisnis yang berbasis data (*data-driven decisions*) yang disampaikan secara persuasif, transparan, dan berdampak tinggi bagi kemajuan organisasi.

3.3 Konsep *Audience-Centered Approach* di Era Digital

Dalam dunia komunikasi profesional, salah satu pembeda utama antara pembicara yang gagal dengan yang berhasil terletak pada fokus orientasinya. Pembicara yang buruk cenderung berorientasi pada dirinya sendiri (*self-centered*), di mana mereka hanya berfokus pada apa yang ingin mereka sampaikan, kenyamanan pribadi mereka di panggung, atau pamer keahlian tanpa memedulikan kebutuhan pendengar. Sebaliknya, pembicara yang sukses selalu menerapkan pendekatan yang berorientasi pada audiens (*audience-centered approach*). Penting untuk digarisbawahi bahwa menjadi *audience-centered* sama sekali bukan berarti pembicara harus mengorbankan integritas pesan, memanipulasi data, atau mengubah prinsip kebenaran demi menyenangkan dan memuaskan keinginan pendengar. Pendekatan ini adalah sebuah strategi penyesuaian (*adaptation*); sebuah seni untuk menyelaraskan cara penyampaian, pemilihan bahasa, ilustrasi, hingga struktur retorika sedemikian rupa agar pesan yang kompleks dapat dipahami secara optimal dan relevan oleh audiens yang dituju.

Tantangan penerapan konsep ini menjadi jauh lebih kompleks ketika beralih ke lanskap digital. Di era administrasi digital, interaksi virtual dibatasi oleh sekat layar, di mana perhatian (*attention span*) audiens menjadi sangat terbatas dan mudah teralihkan oleh berbagai notifikasi gawai. Riset modern menunjukkan bahwa rata-rata rentang perhatian manusia di ruang digital telah menurun drastis hingga menyentuh angka 8 detik saja. Fenomena ini memaksa terjadinya rekonstruksi dalam penyusunan alur presentasi. Pendekatan berpusat pada audiens di era digital tidak lagi memberikan ruang bagi pengantar atau basa-basi yang terlalu panjang. Pembicara dituntut untuk langsung menusuk ke poin utama (*core message*) sejak detik pertama, sekaligus secara eksplisit menjawab pertanyaan inti yang selalu ada di benak setiap audiens virtual: "*Why does this matter to them?*" (Mengapa hal ini penting dan bermanfaat bagi mereka?).



Bagi para praktisi di bidang Administrasi Perkantoran Digital, penguasaan *audience-centered approach* di ruang siber merupakan kompetensi mutlak saat menyajikan data korporat atau memimpin rapat koordinasi jarak jauh. Mengetahui siapa yang duduk di seberang layar—apakah jajaran direksi yang sibuk, klien yang menuntut solusi, atau staf operasional yang butuh panduan teknis—akan menentukan jenis media visual dan gaya bahasa yang digunakan. Pembicara yang *audience-centered* akan aktif memantau tanda-tanda non-verbal digital, seperti keaktifan di kolom komentar (*chat box*) atau ekspresi di kamera penonton, dan siap mengubah ritme bicaranya jika audiens mulai jenuh. Pada akhirnya, dengan menempatkan kebutuhan, latar belakang, dan keterbatasan waktu audiens sebagai prioritas utama, pesan bisnis yang disampaikan tidak hanya sekadar melintas di layar, melainkan mampu menggerakkan tindakan dan menciptakan dampak nyata bagi organisasi.

3.4 Analisis Situasional dan Demografis Audiens Virtual

Sebelum melangkah ke podium fisik atau menyalakan kamera di ruang digital, analisis audiens wajib dilakukan secara terukur melalui dua dimensi utama, salah satunya adalah analisis demografis. Analisis demografis berfokus pada identifikasi faktor-faktor objektif seperti usia, jenis kelamin, latar belakang pendidikan, profesi, agama, budaya, dan status sosial-ekonomi yang melekat pada diri audiens. Di era administrasi digital, pemetaan ini sangat krusial karena menentukan pendekatan pesan yang akan digunakan. Sebagai contoh, mempresentasikan sistem aplikasi perkantoran baru di hadapan jajaran direksi yang rata-rata berusia 50 tahun ke atas menuntut penggunaan gaya bahasa yang sangat formal serta materi presentasi yang berfokus pada aspek makro bisnis seperti *Return on Investment* (ROI) dan efisiensi anggaran korporat. Pendekatan tersebut tentu akan sangat berbeda jika presentasi dibawa di depan staf operasional dari Generasi Z yang jauh lebih responsif terhadap demonstrasi kepraktisan antarmuka (*user interface*), kemudahan pengalaman pengguna (*user experience*), serta efisiensi waktu kerja harian mereka.

Dimensi kedua yang tidak kalah penting dan harus dikombinasikan secara beriringan adalah analisis situasional. Analisis situasional berfokus pada faktor-faktor lingkungan, teknis, dan psikologis sesaat yang memengaruhi jalannya presentasi. Faktor-faktor ini meliputi identifikasi ukuran audiens atau jumlah peserta, lokasi fisik ataupun jenis platform virtual yang digunakan, durasi waktu presentasi yang tersedia, hingga disposisi atau kecenderungan sikap audiens terhadap topik serta pembicara itu sendiri. Dalam ruang virtual, analisis situasional menuntut pembicara untuk mengetahui apakah audiens hadir secara sukarela atau karena kewajiban kantor, serta bagaimana disposisi awal mereka terhadap isu yang dibawa—apakah mereka cenderung tertarik, netral, atau justru memusuhi kebijakan tersebut. Mengenali variabel situasional ini membantu pembicara mengantisipasi potensi kendala teknis dan menyiapkan mental yang adaptif sebelum acara dimulai.

Integrasi yang tajam antara analisis demografis dan situasional merupakan kunci keberhasilan komunikasi korporat yang berbasis pada audiens (*audience-centered approach*).



Ketika pembicara gagal melakukan investigasi awal terhadap kedua dimensi ini, presentasi virtual terancam mengalami diskoneksi total, di mana materi yang disampaikan terasa tidak relevan atau bahkan menyinggung sensitivitas audiens. Sebaliknya, penguasaan data audiens yang komprehensif memungkinkan pembicara menyusun taktik penyampaian yang presisi; mulai dari memilih analogi yang akrab dengan budaya mereka, mengemas visual slide yang ramah mata, hingga merancang strategi jawaban saat menghadapi audiens yang bersikap skeptis. Pada akhirnya, analisis ini mengubah aktivitas *public speaking* dari sekadar penyampaian informasi satu arah menjadi sebuah interaksi strategis yang mampu mengubah persepsi dan mendorong tindakan nyata dari audiens siber.

3.5 Tugas Individu: *Digital Audience & Logical Fallacy Detector*

A. Deskripsi Tugas

Dalam praktik administrasi perkantoran modern, seorang staf ahli sering kali diminta oleh manajemen untuk menganalisis video presentasi, rapat, atau wawancara kompetitor bisnis guna menyaring informasi penting (*comprehensive & critical listening*).

Pada tugas ini, Anda diminta untuk bertindak sebagai seorang **Corporate Communication Analyst**. Anda wajib mencari satu video presentasi bisnis, pidato peluncuran produk teknologi (*product launching*), atau rekaman debat kebijakan korporat di platform digital (seperti YouTube, LinkedIn, atau TED Talks) dengan durasi minimal 10 menit. Setelah menonton video tersebut, Anda harus melakukan bedah kritis terhadap dua aspek utama: **Kesesuaian dengan karakteristik audiens** dan **Deteksi kesalahan berpikir (*logical fallacies*)** yang dilakukan oleh pembicara.

B. Komponen Analisis yang Wajib Ditulis

Laporan hasil bedah kritis Anda harus disusun dalam bentuk makalah pendek (1.000–1.500 kata) dengan struktur sebagai berikut:

1. **Profil Video & Ringkasan Eksekutif:** Tuliskan judul video, nama pembicara, tautan (URL) video, dan ringkasan singkat mengenai pesan utama yang disampaikan oleh pembicara.
2. **Analisis Dimensi Audiens (Berdasarkan Bab 3):**
 - **Analisis Demografis:** Siapa target audiens dari pembicara tersebut? (Ulas dari aspek perkiraan usia, profesi, latar belakang pendidikan, atau budaya).
 - **Analisis Situasional:** Bagaimana situasi tempat atau platform yang digunakan? Apakah audiens bersikap tertarik, netral, atau skeptis terhadap pembicara? Bagaimana pembicara menyesuaikan bahasanya?
3. **Lembar Deteksi *Logical Fallacies* (Berpikir Kritis):** Temukan dan analisis minimal **3 kesalahan penalaran/berpikir** yang diucapkan oleh pembicara dalam video tersebut. Contoh kesalahan berpikir yang dicari:
 - *Hasty Generalization* (membuat kesimpulan terlalu cepat tanpa bukti yang cukup).



MODUL MATAKULIAH PUBLIC SPEAKING
FAKULTAS VOKASI
UNIVERSITAS SUMATERA UTARA

- *Ad Hominem* (menyerang pribadi lawan bicara, bukan argumennya).
 - *False Dilemma* (memberikan hanya dua pilihan ekstrem, padahal ada pilihan lain).
 - *Bandwagon* (menyuruh audiens percaya hanya karena "semua orang juga melakukannya").
4. **Rekomendasi Solutif:** Berikan saran berbasis teori bagaimana seharusnya pembicara tersebut memperbaiki struktur argumennya agar lebih berpusat pada audiens (*audience-centered*) dan lebih logis.



BAB IV

Teknik Vokal, Intonasi dan Bahasa Tubuh

4.1 Komponen Vokal: Artikulasi, Intonasi, Aksentuasi, dan Kecepatan (*Pacing*)

Dalam *public speaking*, vokal adalah instrumen utama pembicara untuk menyalurkan energi dan makna pesan. Kualitas vokal ditentukan oleh lima parameter teknis yang dapat dilatih:

- a) **Artikulasi:** Kejelasan pelafalan fonem (huruf vokal dan konsonan). Administrator digital harus melatih organ artikulator (lidah, bibir, gigi) agar terhindar dari fenomena pengucapan yang bergumam (*mumbling*).
- b) **Intonasi (Pitch):** Tinggi rendahnya nada suara. Intonasi yang monoton akan meninabobokan audiens, sedangkan intonasi yang dinamis mampu mempertahankan ketertarikan pendengar sepanjang presentasi.
- c) **Aksentuasi (Stress/Emphasis):** Penekanan pada kata-kata kunci dalam sebuah kalimat yang memuat inti pesan strategis.
- d) **Kecepatan (Pacing/Rate):** Tempo berbicara yang diukur dari jumlah kata per menit (wajar: 120–150 kata per menit). Kecepatan harus bervariasi; melambat saat menjelaskan konsep krusial, dan sedikit cepat saat membangun antusiasme cerita.
- e) **Jeda (The Power of Pause):** Penggunaan keheningan singkat secara sengaja untuk memberikan waktu bagi audiens mencerna informasi, atau sebagai penanda transisi gagasan, sekaligus meminimalkan penggunaan *filler words* (seperti "eee", "aaa", "ooo", "you know").

4.2 Teknik Bahasa Tubuh (*Body Language*) dan Ekspresi Wajah di Depan Kamera

Komunikasi non-verbal menyumbang lebih dari 55% keberhasilan interpretasi pesan oleh audiens. Aspek non-verbal utama meliputi:

1. **Ekspresi Wajah:** Wajah harus kongruen dengan isi pesan. Senyuman tulus di awal presentasi membangun *rapport* instan, sementara kerutan dahi menandakan keseriusan berpikir.
2. **Eye Contact (Kontak Mata):** Di panggung fisik, tatap mata audiens selama 3-5 detik per orang sebelum beralih. Di panggung digital, arahkan pandangan ke lensa kamera (bukan ke gambar audiens di layar laptop) untuk menciptakan efek psikologis bahwa Anda sedang menatap mata setiap peserta rapat secara personal.
3. **Gestur Tangan (Gestures):** Gunakan tangan untuk mengilustrasikan ukuran, arah, atau menegaskan poin (gestur terbuka menandakan keterbukaan). Hindari gestur defensif



seperti melipat tangan di dada, memasukkan tangan ke saku celana, atau memegang bolpoin secara gelisah.

4. **Postur dan Sikap Berdiri:** Berdiri tegak dengan tumpuan berat badan seimbang di kedua kaki (posisi *ready stance*). Jangan bersandar pada satu kaki atau bersandar lesu pada podium.

4.3 Sinkronisasi Audio-Visual dalam Presentasi Virtual

Ketika melakukan presentasi di ruang digital, pembicara kerap kali mengalami fenomena diskoneksi atau ketidakselarasan antara apa yang sedang diucapkan secara vokal dengan apa yang sedang ditampilkan di layar monitor audiens. Masalah sinkronisasi audio-visual ini umumnya dipicu oleh kelemahan pembicara dalam mengelola transisi media slide, atau akibat adanya jeda transmisi jaringan (*latency*) pada platform konferensi video. Jika dibiarkan, ketidakcocokan ini akan memicu beban kognitif berlebih (*cognitive overload*) pada audiens siber, karena otak mereka dipaksa bekerja keras untuk menyatukan informasi audio dan visual yang berjalan terpisah. Oleh karena itu, sinkronisasi yang presisi antara suara pembicara dengan pergerakan elemen visual menjadi harga mati dalam menjaga alur pemikiran audiens agar tetap terfokus pada pesan utama yang disampaikan.

Guna mengatasi kendala tersebut, teknik *verbal signaling* wajib diterapkan sebagai jembatan penunjuk arah bagi perhatian audiens. Pembicara harus secara sadar mengucapkan frasa transisi pemandu (seperti: "*Seperti yang dapat Anda lihat pada grafik tren di sisi kanan layar Anda...*" atau "*Mari kita fokus pada area berwarna merah pada bagan berikut...*") sesaat sebelum atau tepat ketika elemen visual tersebut muncul di layar. Selain dari aspek keterbacaan materi, sinkronisasi visual yang tidak kalah krusial adalah kejelasan figur fisik pembicara itu sendiri. Pastikan pengaturan pencahayaan (*lighting*) wajah memadai dan datang dari arah depan (*front-lighting*), bukan dari arah belakang (*backlight*) yang dapat menciptakan efek siluet gelap. Pencahayaan yang ideal memastikan ekspresi wajah, senyuman, dan gerakan mikro mata pembicara tertangkap secara tajam oleh kamera beresolusi tinggi, sehingga transmisi pesan non-verbal dapat berjalan mulus tanpa hambatan teknis.

Kemampuan menyelaraskan aspek audio dan visual ini mencerminkan profesionalisme tinggi dalam mengelola teknologi kolaborasi digital. Kegagalan dalam melakukan sinkronisasi—seperti berbicara mendahului tampilan slide atau membiarkan wajah tampak gelap di kamera—akan merusak kredibilitas (*ethos*) korporat di hadapan klien atau mitra bisnis. Melalui integrasi antara teknik komunikasi verbal yang taktis dan penguasaan perangkat keras multimedia yang matang, presentasi virtual tidak akan lagi terasa sebagai komunikasi satu arah yang dingin. Sebaliknya, sinkronisasi audio-visual yang berjalan sempurna akan melahirkan sebuah pengalaman presentasi digital yang hidup, dinamis, interaktif, serta mampu mempertahankan keterikatan (*engagement*) audiens siber dari awal hingga akhir acara.



4.4 Analisis Gaya Berbicara Tokoh Publik Dunia

Sebagai bahan rujukan empiris, mahasiswa diarahkan untuk menganalisis gaya berbicara dua tokoh ikonik modern:

1. **Steve Jobs:** Maestro presentasi bisnis yang menggabungkan teknik bahasa tubuh minimalis-karismatik, penggunaan jeda dramatis yang intens, dan vokal yang tenang namun penuh penekanan pada kata-kata revolusioner produknya.
2. **Barack Obama:** Pengguna retorika barok klasik dengan pemanfaatan ritme vokal yang menyerupai musik (*cadence*), transisi intonasi yang halus dari rendah ke tinggi, serta kemampuan membangun resonansi emosional (*pathos*) yang luar biasa lewat cerita-cerita personal (*storytelling*).

4.5 Tugas Detail & Proyek Video Analisis Mikro-Ekspresi

Tugas Praktik Mandiri: Pembuatan Video Analisis Gaya Bicara Tokoh Eksekutif Digital

- **Deskripsi Tugas:** Mahasiswa mengunduh satu video pidato CEO perusahaan teknologi (misal: Satya Nadella, Sundar Pichai, atau Elon Musk) durasi minimal 5 menit. Mahasiswa kemudian membuat video *reaction/analysis* (durasi 7-10 menit) dengan layar terpisah (*split-screen*), di mana mahasiswa mengulas secara langsung kelebihan dan kekurangan teknik vokal, tempo, penggunaan jeda, dan bahasa tubuh tokoh tersebut berdasarkan parameter ilmiah yang telah dipelajari di Bab 4.
- **Format Output:** Unggah video ke YouTube (kategori *Unlisted*) dan kumpulkan URL video pada LMS kelas.



BAB V

Penyusunan Speech Informatif dan Persuasif

5.1 Struktur Logis Naskah Pidato: *Introduction*, *Body*, dan *Conclusion*

Naskah pidato atau presentasi yang kokoh harus memiliki arsitektur tiga bagian yang saling mengunci secara logis:

1. **Introduction (Pendahuluan):** Memiliki empat fungsi krusial: merebut perhatian (*Attention Getter* lewat kutipan fakta mengejutkan, pertanyaan retorik, atau cerita singkat), mengungkapkan topik presentasi, membangun kredibilitas pembicara (*Ethos*), dan menyampaikan pratinjau poin-poin utama (*Preview Statement*).
2. **Body (Isi Pidato):** Bagian inti yang memuat elaborasi argumen. Jumlah poin utama (*Main Points*) yang ideal berkisar antara 2 hingga 4 poin agar tidak membebani kapasitas memori audiens. Poin-poin ini diorganisasikan menggunakan pola logis (seperti pola *Chronological*, *Spatial*, *Causal/Cause-Effect*, *Problem-Solution*, atau *Topical Order*).
3. **Conclusion (Penutup):** Memiliki dua fungsi utama: memberikan sinyal bahwa pidato akan berakhir (*Signaling the End*) dan merangkum kembali poin-poin utama secara ringkas (*Reinforcing Central Idea*) sebelum ditutup dengan kalimat penutup yang membekas di benak audiens (*Vivid Ending*).

5.2 Penerapan Teknik Retorika Efektif (*Monologika*) dalam Bahasa Inggris

Menyusun naskah *public speaking* dalam Bahasa Inggris sebagai bahasa internasional menuntut penguasaan perangkat stilistika bahasa (*stylistic devices*) untuk meningkatkan estetika dan kekuatan persuasi pesan. Beberapa teknik utama meliputi:

1. **Imagery (Pencitraan):** Menggunakan kata-kata konkret dan deskriptif untuk membangun gambaran mental yang hidup di benak pendengar (hindari kata-kata abstrak). Pembicara publik yang efektif sangat menghindari penggunaan kata-kata abstrak yang multitafsir atau membosankan. Di ranah administrasi bisnis, alih-alih hanya mengatakan "*Our software improves office efficiency*" (kata abstrak), pembicara yang menguasai teknik *imagery* akan memodifikasinya menjadi "*Our software slashes paper mountains, liberates desk spaces, and saves hours of manual data entry*". Pendekatan visual lewat bahasa ini membuat pesan yang disampaikan terasa lebih dekat, nyata, dan membekas pada memori audiens korporat.
2. **Rhythm (Ritme Kebahasaan):** Mengatur pola suara lewat teknik kebahasaan berikut:
 - a. *Parallelism*: yaitu menyusun rangkaian kata, frasa, atau klausal yang serupa secara tata bahasa untuk menciptakan keseimbangan alur kalimat (misal: "*We shall fight on the beaches, we shall fight on the landing grounds...*").
 - b. *Repetition*: Mengulang kata kunci di awal atau akhir kalimat berturut-turut untuk menegaskan urgensi pesan.



MODUL MATAKULIAH PUBLIC SPEAKING
FAKULTAS VOKASI
UNIVERSITAS SUMATERA UTARA

- c. *Alliteration*: Pengulangan bunyi konsonan awal yang sama pada kata-kata yang berdekatan (misal: "*Digital transformation drives dynamic development*").
- d. *Antithesis*: Menjajakan dua gagasan yang bertolak belakang dalam struktur paralel untuk menciptakan kontras yang tajam (misal: "*Ask not what your country can do for you—ask what you can do for your country*").

Penguasaan stilistika retorika dalam Bahasa Inggris ini merupakan modal penting untuk memenangkan persaingan di iklim kerja global. Saat mempresentasikan proposal proyek atau memimpin negosiasi bisnis internasional, penggunaan kalimat-kalimat berirama memberikan kesan bahwa pembicara memiliki persiapan yang matang, berwibawa, dan kompeten (*ethos*). Kombinasi yang seimbang antara pilihan kata konkret (*imagery*) dan arsitektur kalimat yang ritmis terbukti mampu melipatgandakan daya pengaruh persuasif teks pidato di telinga audiens lintas budaya. Melalui pelatihan *monologika* yang intensif menggunakan perangkat bahasa ini, mahasiswa vokasi tidak hanya sekadar mampu berbicara dalam Bahasa Inggris, melainkan mampu mengorkestrasikan kata-kata menjadi sebuah alat komunikasi strategis yang mampu menggerakkan keputusan korporat di tingkat global.

5.3 Strategi Pemilihan Topik Bisnis Digital dan Penguasaan Materi

Dalam ranah komunikasi korporat modern, keberhasilan sebuah presentasi sangat ditentukan oleh relevansi topik yang diangkat. Topik presentasi dalam bidang administrasi perkantoran digital harus mampu menangkap urgensi dan tren industri terkini yang sedang dihadapi oleh ekosistem bisnis global. Beberapa kluster tema yang sangat strategis meliputi implementasi kecerdasan buatan (*AI*) dalam sistem otomatisasi kantor, manajemen risiko dan isu keamanan siber pada tata kelola data operasional, hingga perumusan etika dan regulasi kerja jarak jauh (*remote working*). Pemilihan topik yang berbasis pada isu-isu mutakhir ini tidak hanya akan menarik minat perhatian audiens sejak awal, melainkan juga secara instan mendongkrak kredibilitas awal (*initial ethos*) pembicara sebagai seorang profesional administrasi yang tanggap terhadap disrupsi teknologi digital.

Setelah topik yang tepat berhasil ditentukan, tantangan berikutnya berpindah pada bagaimana pembicara menguasai substansi materi secara mendalam. Pendekatan penguasaan materi konvensional, seperti menghafalkan naskah kata demi kata (*memorized speaking*), sangat tidak direkomendasikan karena memiliki risiko psikologis yang sangat tinggi; satu kata saja terlupakan akibat gugup dapat memicu efek domino berupa kegagalan total memori (*mental block*). Di sisi lain, metode membaca teks secara utuh dan kaku (*manuscript speaking*) juga harus dihindari karena merusak keterikatan non-verbal dan memutus kontak mata dengan audiens. Metode terbaik yang sangat direkomendasikan dalam komunikasi bisnis adalah **Extemporaneous Speaking**. Metode ini menuntut pembicara untuk melakukan persiapan yang matang melalui riset mendalam, menyusun struktur gagasan ke dalam kerangka pidato yang ketat (*Preparation Outline* dan *Speaking Outline*), lalu menyampaikannya di depan publik dengan bantuan catatan poin-poin ringkas (*cue cards*) serta pilihan kata yang dikomunikasikan secara spontan dan adaptif saat tampil.



Penerapan metode *extemporaneous speaking* merupakan bentuk simulasi nyata dari tuntutan komunikasi di dunia kerja vokasional. Seorang administrator digital dituntut untuk bersikap tangkas dan fleksibel ketika harus mempresentasikan data analitik kantor yang berubah sewaktu-waktu di hadapan manajemen puncak. Dengan mengandalkan *Speaking Outline* dan *cue cards*, pembicara tidak akan terlihat seperti robot yang sedang mendikte audiens, melainkan seperti seorang ahli yang sedang membangun dialog interaktif. Fleksibilitas kata yang lahir dari metode eks-temporan ini juga memudahkan pembicara untuk melakukan penyesuaian materi secara instan apabila melihat tanda-tanda kebosanan atau kebingungan pada ekspresi wajah audiens. Pada akhirnya, penguasaan materi yang adaptif ini menjadi kunci utama dalam mengubah presentasi bisnis yang kaku menjadi sebuah pemaparan strategis yang persuasif dan bernilai tinggi.

5.4 Teknik Transisi Frasa (*Connectives*)

Agar alur berpikir seorang pembicara dapat diikuti dengan mudah, runut, dan tanpa hambatan oleh audiens dari awal hingga akhir presentasi, naskah pidato wajib dihubungkan oleh frasa transisi (*connectives*) yang presisi. Tanpa penggunaan kata hubung yang sistematis, sebuah presentasi bisnis akan terdengar melompat-lompat, membingungkan, dan terfragmentasi, sehingga membuat audiens kesulitan memetakan hubungan logis antar gagasan yang disampaikan. Stephen E. Lucas membagi elemen *connectives* ini ke dalam empat kategori utama yang memiliki fungsi struktural berbeda dalam menjaga keutuhan pesan, yaitu:

- a. **Transitions:** Frasa penanda perpindahan dari satu poin utama ke poin utama berikutnya (misal: "*Now that we have seen the dark side of cyber threats, let us turn to the solutions...*").
- b. **Internal Previews:** Pernyataan di bagian isi pidato yang memberikan gambaran tentang poin yang akan dibahas selanjutnya secara detail (misal: "*In discussing this next point, I will focus on two major factors: cost and scalability*").
- c. **Internal Summaries:** Pernyataan yang merangkum poin-poin yang baru saja dibahas sebelum melanjutkan ke langkah berikutnya (misal: "*In short, the data shows that remote work increases productivity while reducing overhead costs*").
- d. **Signposts:** Kata atau frasa singkat yang menunjukkan posisi pembicara dalam alur pidato atau menarik perhatian ke gagasan spesifik (misal: "*First...*", "*Second...*", "*The most critical thing to remember is...*").

Penguasaan teknik *connectives* merupakan keterampilan esensial yang membedakan pembicara amatir dengan profesional. Dalam lingkungan administrasi digital yang serba cepat, rapat-rapat korporat sering kali dipenuhi dengan pemaparan data analitik yang padat dan berdurasi singkat. Kemampuan menyisipkan kata hubung struktural ini akan membuat presentasi laporan berkas atau proposal otomatisasi kantor terdengar sangat elegan, terorganisasi, dan mudah dicerna oleh jajaran manajemen puncak. Lebih dari itu, penggunaan *connectives* yang tepat juga memberikan waktu jeda alami (*strategic pause*) bagi pembicara untuk mengatur napas dan mengingat poin berikutnya tanpa perlu memutus keterikatan visual dengan audiens siber maupun fisik.



5.5 Tugas Detail & Penyusunan *Draft Text Speech* Komersial

Tugas Individu: Penulisan Preparation Outline Pidato Persuasif Berbahasa Inggris

- a. Deskripsi Tugas: Mahasiswa secara mandiri menyusun *Preparation Outline* naskah pidato persuasif sepanjang 3-5 halaman berskala korporat global dengan tema: "*Persuading Investors to Fund a Smart Office Mobile Application*". Naskah wajib ditulis sepenuhnya dalam Bahasa Inggris akademik-profesional yang benar secara tata bahasa (*grammar*), menerapkan minimal tiga perangkat stilistika ritme bahasa (aliterasi, antitesis, paralelisme), dan dilengkapi dengan *signposts* dan transisi yang ditandai dengan teks tebal (*bold*).
- b. Format Output: Dokumen Word dikumpulkan via LMS (Format margin standar, font Times New Roman 12, spasi 1.5).



BAB VI

Penguasaan Panggung Multiprofesi dan Integrasi Alat Bantu Visual Digital

6.1 Peran Strategis: Presenter Bisnis, Moderator, dan *Master of Ceremony* (MC)

Lulusan Administrasi Perkantoran Digital dituntut adaptif dalam mengemban tiga peran utama komunikasi di lingkungan korporasi:

1. **Presenter Bisnis:** Berfokus pada penyampaian informasi teknis, data analitik, dan proposal proyek secara persuasif demi meyakinkan pemangku kepentingan. Dominasi peran: edukatif dan direktif.
2. **Moderator:** Bertindak sebagai fasilitator netral yang mengendalikan lalu lintas diskusi panel atau seminar. Tugas utama moderator adalah memperkenalkan pembicara secara kredibel, menjaga ketepatan alokasi waktu bicara, menstimulasi pertanyaan kritis dari audiens, serta merangkum inti debat tanpa melakukan intervensi opini pribadi.
3. **Master of Ceremony (MC):** Berperan sebagai motor penggerak dan pengendali utama seluruh rangkaian acara (formal maupun informal). MC wajib memiliki intuisi keprotokoleran yang kuat, penguasaan teknik *ice-breaking*, kemampuan mengelola dinamika emosi audiens, serta ketenangan mental tingkat tinggi saat menangani perubahan agenda acara secara mendadak (*contingency management*).

6.2 Teknik Penguasaan Panggung fisik (*Blocking*) dan Ruang Area Berbicara Virtual

Penguasaan area panggung fisik (*blocking*) merupakan elemen visual krusial dalam komunikasi tatap muka yang melibatkan pembagian ruang panggung menjadi sembilan kuadran imajiner (depan-tengah-belakang yang dipadukan dengan kiri-tengah-kanan). Seorang pembicara publik yang profesional memanfaatkan sembilan kuadran ini sebagai jangkar spasial untuk memperkuat struktur pesan yang disampaikan. Pembicara harus bergerak secara alami dan sengaja (*purposeful movement*) berpindah dari satu kuadran ke kuadran lainnya tepat saat terjadi transisi poin utama pidato, misalnya bergerak ke arah kuadran depan-tengah untuk menyampaikan poin yang paling krusial. Pola gerakan yang terencana ini sangat kontras dengan perilaku pembicara amatir yang sering kali berjalan mondar-mandir tanpa arah tetap atau bergoyang di tempat—sebuah manifestasi non-verbal dari kecemasan (*speechophobia*) yang dapat mendistrasi fokus perhatian audiens secara drastis.

Ketika komunikasi berpindah ke lingkungan digital, konsep penguasaan panggung tradisional mengalami redefinisi radikal dan bergeser menjadi *Framing and Proximity Management* (Manajemen Pembingkai dan Kedekatan). Di ruang virtual, batasan fisik pembicara ditentukan secara kaku oleh dimensi bingkai kamera, sehingga menuntut presisi



geometris yang lebih tinggi. Pembicara wajib memastikan posisi tubuhnya berada tepat di tengah bingkai (*center frame*) dengan menyisakan batas ruang di atas kepala (*headroom*) yang proporsional agar tidak memberikan kesan terpotong atau tenggelam. Lebih lanjut, pembicara harus mampu mengelola jarak (*proximity*) yang ideal dengan lensa kamera; posisi yang terlalu dekat akan memicu distorsi lensa perspektif yang membuat bagian wajah terlihat tidak proporsional, sementara posisi yang terlalu jauh akan menenggelamkan ekspresi mikro (*micro-expressions*) wajah yang sangat dibutuhkan untuk membangun keintiman emosional serta kepercayaan dengan audiens siber.

Bagi mahasiswa yang akan dipersiapkan menjadi pionir di era ruang kerja hibrida (*hybrid workplace*), penguasaan ganda atas panggung fisik dan virtual ini adalah kompetensi mutlak. Dalam skenario bisnis nyata, seorang administrator digital sering kali harus memimpin rapat koordinasi di mana sebagian audiens hadir di ruang aula kantor (*off-air*) dan sebagian lainnya terhubung melalui platform konferensi video (*on-air*). Ketidakmampuan mengorkestrasikan gestur tangan agar tetap berada di dalam area tangkapan lensa (*camera safe zone*) saat presentasi virtual akan mengurangi dampak persuasif dari argumen bisnis yang dibangun. Oleh karena itu, sinkronisasi antara pergerakan tubuh yang dinamis di panggung fisik dan disiplin pembungkaman di panggung virtual menjadi kunci utama untuk mempertahankan keterikatan (*engagement*) audiens yang multi-dimensi secara optimal.

6.3 Manajemen Alat Bantu Audio-Visual: Mikrofon, *Sound System*, dan PPT Interaktif

Alat bantu visual dan audio dihadirkan di ruang presentasi dengan tujuan utama untuk memperjelas, mengilustrasikan, dan memperkuat pesan yang disampaikan, bukan sebagai pengganti kehadiran atau pembaca teks bagi pembicara publik. Kesalahan fatal yang sering terjadi dalam komunikasi bisnis adalah pergeseran fokus audiens dari pembicara ke layar, yang disebabkan oleh desain media visual yang buruk. Oleh karena itu, penerapan **Hukum Transparansi Grafis** menjadi sebuah kewajiban; pembicara harus menghindari memasukkan blok teks laporan panjang secara utuh ke dalam *slide*. Sebaliknya, presentasi harus mengadopsi prinsip **KISS (*Keep It Short and Simple*)**, di mana setiap halaman *slide* hanya memuat poin-poin kunci (*keywords*), visualisasi data berbentuk grafik yang bersih, atau gambar metafora berkualitas tinggi yang mampu memicu asosiasi kognitif audiens secara instan tanpa membebani kapasitas memori kerja mereka (*cognitive overload*).

Selain struktur konten, aspek estetika teknis seperti tipografi dan kontras warna memegang peranan krusial dalam menjamin aksesibilitas informasi di dalam ruangan. Pembicara publik disarankan untuk selalu menggunakan rumpun huruf berjenis *sans-serif* seperti Arial, Helvetica, atau Calibri, karena karakteristik hurufnya yang tanpa kaki memiliki tingkat keterbacaan (*readability*) yang sangat tinggi pada layar digital maupun proyeksi proyektor. Untuk memastikan audiens yang duduk di baris paling belakang ruangan tetap dapat menangkap informasi tanpa kesulitan, standarisasi ukuran huruf wajib diterapkan, yaitu minimal 30pt untuk judul utama dan 24pt untuk sub-poin materi. Elemen visual ini harus dipadukan dengan kontras warna yang tajam



antara teks dan latar belakang—seperti teks putih di atas latar belakang gelap (*dark mode*) untuk ruangan besar, atau teks hitam di atas latar belakang putih untuk ruangan terang—demi menghindari kelelahan mata (*eye strain*) pada audiens.

Sempurnanya aspek visual tidak akan berdampak optimal jika tidak didukung oleh kualitas auditori yang prima melalui manajemen mikrofon yang disiplin. Kegagalan teknis audio seperti fenomena *clipping* (distorsi suara akibat volume terlalu keras) atau letupan suara yang pecah akibat hembusan napas plosif saat mengucapkan huruf-huruf tertentu (seperti P, T, B) dapat merusak kenyamanan pendengaran audiens secara drastis. Untuk mengantisipasi hal tersebut, pembicara wajib menjaga jarak konstan yang ideal antara mulut dengan kepala mikrofon, yakni berkisar antara 5 hingga 10 cm, disesuaikan dengan karakteristik sensitivitas jenis mikrofon yang digunakan, baik itu *clip-on (lavalier)*, *condenser*, maupun mikrofon genggam (*handheld*). Bagi Penguasaan detail teknis audio-visual ini mencerminkan kompetensi manajerial tingkat tinggi, memastikan bahwa setiap jalannya rapat korporat atau seminar digital dapat berlangsung secara profesional tanpa hambatan teknis yang berarti.

Untuk mempermudah implementasi praktis di lapangan, berikut adalah tabel panduan konfigurasi dan manajemen alat bantu audio-visual di lingkungan perkantoran modern:

Tabel 2. Panduan Konfigurasi dan Manajemen Alat Bantu Audio-Visual

Komponen Alat Bantu	Standar Konfigurasi & Desain	Tujuan / Manfaat Utama
PPT Interaktif (Prinsip KISS)	Maksimal 6-7 baris teks per <i>slide</i> ; dominasi grafik, infografis, dan gambar metafora resolusi tinggi.	Mencegah <i>cognitive overload</i> (beban kognitif berlebih) dan menjaga fokus audiens tetap pada pembicara.
Tipografi	Font <i>Sans-Serif</i> (seperti Arial, Calibri, atau Helvetica); Ukuran judul: 30pt; Ukuran isi: 24pt.	Menjamin keterbacaan teks (<i>readability</i>) yang jelas hingga baris kursi paling belakang ruangan.
Kontras Warna	Rasio kontras tinggi antara teks dan latar belakang (contoh: teks hitam di atas latar belakang putih/terang).	Menghindari kelelahan mata audiens (<i>eye strain</i>) dan menjaga ketajaman visual di ruang yang terang.
Manajemen Mikrofon	Jarak konsisten 5-10 cm dari mulut; posisi kepala mikrofon sedikit di bawah atau di samping garis bibir.	Mencegah distorsi suara (<i>clipping</i>) dan meredam letupan udara plosif saat mengucapkan huruf P, T, B.



MODUL MATAKULIAH PUBLIC SPEAKING
FAKULTAS VOKASI
UNIVERSITAS SUMATERA UTARA

Sound System (Audio Check)	Melakukan <i>sound check</i> 30 menit sebelum acara; atur level <i>gain</i> dan pemangkasan frekuensi rendah yang berdengung.	Menghindari <i>feedback</i> (suara melengking) dan memastikan kejernihan artikulasi vokal pembicara.
-----------------------------------	---	--

6.4 Identifikasi dan Solusi Kesalahan Fatal Pembicara (*Speaker's Pitfalls*)

Terdapat beberapa kesalahan fatal (*pitfalls*) yang sering merusak performa pembicara:

Tabel. 3 Kesalahan (*Pitfall*) Pembicara dan Solusi

Kesalahan Fatal (Pitfall)	Dampak Negatif pada Audiens	Solusi Korektif Berdasarkan SOP
Reading the Slides (Membaca Teks Slide)	Audiens merasa bosan karena pembicara memungungi mereka dan kehilangan kontak mata.	Gunakan slide hanya sebagai alat visual penunjuk arah; kuasai topik secara ekstemporan.
Overtime Speaking (Melebihi Alokasi Waktu)	Merusak jadwal agenda acara keseluruhan dan memicu kemarahan penyelenggara serta audiens.	Lakukan simulasi latihan dengan timer; pangkas materi pendukung yang tidak esensial.
Inappropriate Attire (Pakaian Tidak Sesuai)	Menurunkan kredibilitas instan pembicara (*Ethos*) di mata audiens korporat.	Terapkan prinsip berpakaian satu tingkat di atas audiens (kebijakan *Professional Business Attire*).

6.5 Tugas Detail & Simulasi Keprotokoleran Kantor Digital

Tugas Praktik Kelompok (Simulasi Besar): Pengelolaan Acara Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS) Virtual

- **Deskripsi Tugas:** Mahasiswa membentuk kelompok beranggotakan 5 orang. Kelompok harus melakukan simulasi rekaman acara RUPS Virtual di platform Zoom selama 20 menit. Peran dibagi menjadi: 1 MC Keprotokoleran, 1 Moderator Diskusi Panel, 2 Direksi Komisioner (Presenter Bisnis), dan 1 Notulis Teknis/Operator Audio Visual. Acara harus mencakup pembukaan formal keprotokoleran negara/korporat, presentasi keuangan ekstemporan, sesi tanya jawab kritis, dan penutupan acara formal.



MODUL MATAKULIAH PUBLIC SPEAKING
FAKULTAS VOKASI
UNIVERSITAS SUMATERA UTARA

- **Format Output:** Rekaman video Zoom resolusi 1080p yang diunggah ke *Cloud Storage* dan dikumpulkan bersama Lembar Kerja Pembagian Tugas Kelompok.



BAB VII

IMPLEMENTASI *PROJECT-BASED LEARNING* (PBL)

7.1 Deskripsi Masalah

Latar Belakang Masalah (Konteks Kasus)

PT Digitech Nusantara merupakan sebuah perusahaan penyedia layanan infrastruktur *Data Center* dan aplikasi administrasi perkantoran berbasis *Cloud B2B* (Business to Business) terbesar di Indonesia. Perusahaan ini memiliki reputasi tinggi dalam menjaga kerahasiaan data milik ratusan klien multinasional, kementerian negara, dan sektor perbankan strategis. Namun, pada hari Jumat, 17 Juli 2026, tepat pukul 08.00 WIB, sistem pertahanan siber perusahaan mendeteksi adanya serangan malware berjenis *Ransomware* canggih yang berhasil menembus enkripsi server utama.

Akibat serangan tersebut, akses operasional aplikasi perkantoran digital milik 45 perusahaan klien lumpuh total selama 6 jam. Terjadi kebocoran data awal berupa nama, alamat surel, dan log transaksi internal staf administrasi dari beberapa perusahaan klien yang kemudian tersebar di forum internet ilegal.

Krisis teknis ini dengan cepat bertransformasi menjadi krisis komunikasi publik yang masif. Media massa nasional dan internasional mulai memberitakan kelumpuhan sistem ini dengan narasi spekulatif yang menyudutkan reputasi perusahaan. Saham perusahaan induk turun sebesar 8,5% dalam hitungan jam. Di platform media sosial (X/LinkedIn), tagar kemarahan dari para netizen dan staf administrasi perkantoran klien yang tidak bisa bekerja menjadi tren nomor satu. Pihak kementerian komunikasi mengancam akan menjatuhkan sanksi administratif berat jika manajemen perusahaan gagal memberikan klarifikasi publik yang transparan dan akuntabel dalam waktu 1x24 jam.

Dalam kondisi darurat ini, Direktur Utama PT Digitech Nusantara memerintahkan Departemen Administrasi Korporat dan Hubungan Masyarakat untuk segera mengambil alih kendali komunikasi publik guna meredam kepanikan, memulihkan kepercayaan investor, menenangkan para staf administrasi perkantoran klien yang terdampak, serta menjelaskan langkah-langkah mitigasi teknis pemulihan data yang sedang berjalan sesuai SOP perusahaan.

7.2 Ketentuan Pelaksanaan Tugas Proyek Kelompok

1. **Pembentukan Kelompok Kerja (Task Force):** Kelas dibagi menjadi kelompok kecil, di mana setiap kelompok terdiri dari 4-5 mahasiswa yang bertindak sebagai Tim Komunikasi Krisis Internal PT Digitech Nusantara.



2. **Output yang Wajib Dihasilkan (Deliverables):** Setiap kelompok diwajibkan memproduksi dua bentuk luaran strategis:

- a. **Dokumen Tertulis (Crisis Communication Plan):** Dokumen perencanaan komunikasi komprehensif, naskah pidato (*Preparation Outline*), dan *Press Release* resmi korporat dalam Bahasa Indonesia dan Bahasa Inggris (Format PDF).
- b. **Simulasi Video Praktik (Press Conference Simulation):** Rekaman video simulasi pelaksanaan Konferensi Pers Darurat (durasi tepat 15–20 menit) di mana anggota kelompok memerankan fungsi kepemimpinan korporasi saat menghadapi jurnalis dan publik.

7.3 Panduan Penyelesaian Project

- a. **Langkah 1: Analisis Situasi Krisis dan Pemetaan Pemangku Kepentingan**
Setiap kelompok harus menggunakan kemampuan berpikir kritis (*critical thinking*) untuk membedakan fakta teknis siber dari opini publik yang beredar di media sosial. Kelompok wajib menyusun Matriks Pemetaan Pemangku Kepentingan untuk mengidentifikasi tingkat kepentingan (*interest*) dan pengaruh (*power*) dari masing-masing pihak terdampak, meliputi: (a) Investor/Pemegang Saham, (b) Klien Korporat (Staf Administrasi Perkantoran), (c) Regulator Pemerintah (Kementerian), dan (d) Rekan Media Massa. Analisis ini menjadi dasar penentuan strategi pesan yang berpusat pada audiens (*audience-centered approach*)
- b. **Langkah 2: Penyusunan Naskah Pernyataan Resmi & Strategi Retorika**
Kelompok menyusun naskah pidato klarifikasi resmi untuk Direktur Utama. Naskah wajib mengikuti arsitektur logis tiga bagian (Pendahuluan yang menenangkan, Isi yang transparan mengenai kronologi pemulihan server tanpa membuka rahasia keamanan dalam perusahaan, dan Penutup yang berisi komitmen ganti rugi dan jaminan keamanan). Naskah harus mengintegrasikan pilar retorika *Ethos* (menunjukkan tanggung jawab penuh manajemen), *Logos* (menyajikan lini masa teknis pemulihan yang rasional), dan *Pathos* (menyampaikan empati mendalam atas kerugian operasional klien). Naskah ditulis menggunakan transisi frasa kebahasaan yang kokoh
- c. **Langkah 3: Simulasi dan Pelaksanaan Konferensi Pers Krisis Siber**
Kelompok mendistribusikan peran di antara anggota untuk mempraktikkan penguasaan pangung multiprofesi:
 - *Mahasiswa A:* Bertindak sebagai MC/Fasilitator Humas yang membuka konferensi pers, membacakan tata tertib media, dan mengendalikan sesi tanya jawab.
 - *Mahasiswa B:* Berperan sebagai Direktur Utama (Pembicara Utama) yang menyampaikan pidato klarifikasi secara ektemporan dengan vokal yang stabil,



MODUL MATAKULIAH PUBLIC SPEAKING
FAKULTAS VOKASI
UNIVERSITAS SUMATERA UTARA

intonasi yang tegas, dan bahasa tubuh yang merefleksikan kepemimpinan yang tenang-karismatik.

- *Mahasiswa C*: Berperan sebagai Direktur Teknologi Informasi (CTO) yang siap menjawab pertanyaan teknis siber dari jurnalis dengan menggunakan alat bantu visual infografis arsitektur pemulihan data baru secara efektif.
 - *Mahasiswa D & E*: Memerankan diri sebagai Jurnalis Kritis dari media massa ekonomi dan teknologi yang melempar pertanyaan-pertanyaan tajam, agresif, dan menjebak saat sesi tanya jawab guna menguji kemampuan pembicara publik dalam mengendalikan emosi dan menghindari kesalahan fatal pembicara (*speaker's pitfalls*).
- d. Langkah 4: Evaluasi Pasca Krisis & Penyusunan Laporan Akhir
- Setelah simulasi selesai dilakukan dan direkam, kelompok melakukan evaluasi internal berbasis video untuk meninjau efektivitas teknik vokal, ketepatan pilihan kata transisi, sinkronisasi gerakan tubuh dengan kamera, serta keberhasilan meredam bias pertanyaan jurnalis. Seluruh proses dan hasil formulasi solusi krisis ini dibukukan ke dalam Laporan Proyek Akhir PBL.

7.4 Rubrik dan Matriks Penilaian Evaluasi Komprehensif PBL

$$\text{Nilai Akhir PBL} = (50\% \times \text{Bobot Isi Laporan}) + (30\% \times \text{Bobot Pemaparan/Presentasi}) \\ + (20\% \times \text{Bobot Nilai Kerja Sama Kelompok})$$

Tabel 4. Rubrik Penilaian Isi/Konten Dokumen Tugas

Kriteria	Skor 4 (Sangat Baik) [>81]	Skor 3 (Baik) [71-80]	Skor 2 (Cukup) [60-70]	Skor 1 (Kurang) [<60]
Analisis Situasi Krisis	Analisis krisis siber sangat mendalam, pemetaan pemangku kepentingan 100% akurat, solusi mitigasi komprehensif.	Analisis krisis mendalam, pemetaan pemangku kepentingan 80% akurat, solusi mitigasi operasional logis.	Analisis situasi bersifat umum, pemetaan pemangku kepentingan kurang tajam (70%), solusi kurang aplikatif.	Gagal menganalisis situasi krisis; tidak ada pemetaan pemangku kepentingan dan solusi mitigasi yang jelas.



MODUL MATAKULIAH PUBLIC SPEAKING
FAKULTAS VOKASI
UNIVERSITAS SUMATERA UTARA

Kriteria	Skor 4 (Sangat Baik) [>81]	Skor 3 (Baik) [71-80]	Skor 2 (Cukup) [60-70]	Skor 1 (Kurang) [<60]
Struktur & Etika Naskah	Struktur naskah pidato sangat logis, bebas dari plagiarisme, sitasi jurnal internasional terpercaya (>10 jurnal).	Struktur naskah logis, bebas dari plagiarisme, didukung referensi jurnal ilmiah memadai (8-10 jurnal).	Struktur naskah sebagian melompat, referensi terbatas (5-8 jurnal), terdapat sedikit inkonsistensi.	Naskah tidak terstruktur, tidak menggunakan referensi ilmiah, terindikasi melakukan plagiarisme global.

Tabel 5. Rubrik Penilaian Pemaparan/Presentasi Simulasi

Kriteria	Skor 4 (Sangat Baik) [>81]	Skor 3 (Baik) [71-80]	Skor 2 (Cukup) [60-70]	Skor 1 (Kurang) [<60]
Teknik Vokal & Bahasa Tubuh	Artikulasi sangat jernih, intonasi dinamis, jeda efektif, kontak mata kamera konstan, gestur tubuh sangat karismatik.	Artikulasi jelas, intonasi baik, tempo bicara stabil, kontak mata terjaga, gerakan tangan mendukung pesan.	Suara sesekali bergumam, intonasi monoton, membaca catatan secara berlebihan, gerakan tubuh tampak kaku/gelisah.	Vokal tidak terdengar, tempo terlalu cepat/lambat, terus membelakangi kamera, gestur tubuh sangat defensif.
Tanggapan Sesi Diskusi (Q&A)	Menjawab pertanyaan menjebak dari jurnalis secara brilian, didukung fakta empiris, emosi	Mampu menjawab pertanyaan kritis jurnalis secara memuaskan dengan menghubungkan teori komunikasi krisis.	Tanggapan terhadap pertanyaan jurnalis kurang memuaskan, referensi data terbatas,	Gagal total menjawab pertanyaan; pembicara kehilangan kendali emosi atau terjebak



MODUL MATAKULIAH PUBLIC SPEAKING
FAKULTAS VOKASI
UNIVERSITAS SUMATERA UTARA

Kriteria	Skor 4 (Sangat Baik) [>81]	Skor 3 (Baik) [71-80]	Skor 2 (Cukup) [60-70]	Skor 1 (Kurang) [<60]
	terkendali 100%.		pembicara tampak ragu.	dalam cacat logika.

Tabel 6. Rubrik Penilaian Kerja Sama Kelompok Intern

Dimensi Evaluasi Perilaku	Skor 4 (Selalu)	Skor 3 (Sering)	Skor 2 (Kadang-Kadang)	Skor 1 (Tidak Pernah)
Kontribusi Ide Solusi	Anggota kelompok aktif memberikan ide inovatif yang solutif saat diskusi krisis.	Anggota kelompok berkontribusi positif memberikan saran pemecahan kasus.	Hanya sesekali memberikan gagasan ketika diminta oleh ketua tim kerja.	Pasif total; tidak memberikan gagasan atau kontribusi pemikiran sama sekali.
Partisipasi Operasional Tugas	Menyelesaikan pembagian beban tugas porsi dirinya secara mandiri sebelum *deadline*.	Menyelesaikan tugas bagiannya tepat pada waktu batas pengumpulan yang disepakati.	Terlambat mengumpulkan bagian tugasnya sehingga menghambat integrasi dokumen.	Gagal menyelesaikan tugas bagiannya; melarikan diri dari tanggung jawab kelompok.
Kehadiran & Koordinasi	Selalu hadir dan proaktif dalam setiap rapat koordinasi tim kerja virtual maupun fisik.	Sering hadir dalam rapat koordinasi tim kerja dan memberikan konfirmasi jika absen.	Kadang-kadang hadir dalam rapat kelompok; seringkali sulit dihubungi via WhatsApp.	Tidak pernah hadir dalam rapat kerja kelompok sepanjang periode penyelesaian proyek.



Daftar Pustaka

- Anderson, C. (2016). *Talk like TED: The 9 public-speaking secrets of the world's top minds*. St. Martin's Griffin.
- Aristotle. (2018). *Rhetoric* (W. R. Roberts, Trans.). Hackett Publishing Company.
- Beebe, S. A., & Beebe, S. J. (2018). *Public speaking: An audience-centered approach* (10th ed.). Pearson.
- Coombs, W. T. (2014). *Ongoing crisis communication: Planning, managing, and responding* (4th ed.). SAGE Publications.
- Gallo, C. (2014). *The presentation secrets of Steve Jobs: How to be insanely great in front of any audience*. McGraw-Hill.
- Lucas, S. E. (2019). *The art of public speaking* (13th ed.). McGraw-Hill Education.
- O'Hair, D., Rubenstein, H., & Stewart, R. (2018). *A pocket guide to public speaking* (6th ed.). Bedford/St. Martin's.
- Jurnal-jurnal ilmiah nasional dan internasional terkait Digital Public Speaking, Crisis Corporate Communication, dan Office Automation Systems (2020–2026).