



PELATIHAN RAGAM KOMUNIKASI DI SMK SANTA THERESIA PENJURUSAN PARIWISATA DAN PERANGKAT LUNAK

Surianto*¹, Tetti Nauli Panjaitan², Zera Edenzwo Subandi³, Shannen Cleverin Janeardie⁴

^{1,2,3,4} Universitas Bunda Mulia

*e-mail: suriantoacunk@gmail.com

ABSTRAK

Siswa-siswi yang sedang belajar di Sekolah Menengah Kejuruan memerlukan pembelajaran teoretis ataupun praktis di sekolah. Hal ini diperlukan untuk mendukung sekolah dalam mempersiapkan bibit muda yang percaya diri untuk terjun ke industri. Program pendampingan pelatihan komunikasi dilaksanakan di SMK Santa Theresia selama 58 hari dan diberikan kepada siswa-siswi sejumlah 18 orang sebagai peserta program pendampingan. Pendampingan dilakukan dengan memberikan pelatihan ragam komunikasi berupa komunikasi publik untuk membentuk citra diri, lobi negosiasi, dan kemampuan pemanduan wisata. Hal tersebut selaras dengan latar belakang siswa-siswi sebagai murid dengan penjurusan usaha perjalanan wisata dan perangkat lunak & gim. Pelatihan diberikan melalui pemaparan materi, yang turut disempurnakan dengan simulasi atau kegiatan praktik bagi para peserta. Sebagai evaluasi para peserta turut mengisi kuesioner untuk mengukur tingkat kepercayaan diri masing-masing individu dalam menerapkan komunikasi yang efektif. Hasil kuesioner menunjukkan tingkat kepuasan yang tinggi dari peserta terhadap materi, pemateri, maupun metode pelaksanaan kegiatan. Program pendampingan memberikan kontribusi signifikan dalam mempersiapkan peserta pelatihan untuk berkarir di industri pariwisata dan perangkat lunak.

Kata kunci: Komunikasi, Lobi negosiasi, Pemanduan Wisata, Impresi, Pendidikan

ABSTRACT

Students enrolled in Vocational High Schools require both theoretical and practical learning at school. This is essential to support the institution in preparing confident young individuals to enter the industry. A communication training assistance program was implemented at SMK Santa Theresia over 58 days, involving 18 students as program participants. The program provided various communication training modules, including public communication to enhance self-image, negotiation and lobbying skills, as well as tour-guiding abilities. These activities were aligned with the students' academic background in the fields of tourism business and software & game development. The training sessions included the delivery of theoretical materials, complemented by simulations or practical exercises for the participants. As part of the evaluation process, the participants completed a questionnaire to assess their confidence level in applying effective communication skills. The questionnaire results indicated a high level of satisfaction among participants regarding the content, trainers, and the program's implementation methods. This assistance program significantly contributed to equipping the participants with the necessary skills to pursue careers in the tourism and software industries.

Keywords: Communication, Lobbying Negotiations, Tour Guiding, Impression, Education

1. PENDAHULUAN

Sebagai makhluk sosial, manusia selalu berinteraksi dalam menjalani kesehariannya (Iffah & Yasni, 2022). Di dalam interaksi tersebut, akan timbul pertukaran pesan yang terkemas pada berbagai ragam kegiatan berkomunikasi. Komunikasi adalah kegiatan yang tidak dapat dipisahkan dari setiap aspek kehidupan manusia. Dalam praktiknya, manusia berkomunikasi menggunakan bahasa lisan, gerakan tubuh, dan berbagai metode lainnya (Suriyanto & Iswanto, 2024). Aktivitas komunikasi ini dapat berlangsung dimana saja dan kapan saja baik dalam lingkup kecil, seperti di dalam keluarga, hubungan dengan teman, lingkungan sekolah, hingga dunia kerja.

Kemampuan komunikasi merupakan salah satu keterampilan esensial yang harus dimiliki oleh siswa-siswi Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) guna menghadapi tantangan dunia kerja yang semakin kompetitif (Fitria, 2022). Ilmu komunikasi tidak hanya membantu siswa menyampaikan ide dengan efektif, tetapi juga membangun rasa percaya diri mereka dalam berinteraksi dengan berbagai pihak, seperti rekan kerja, klien, maupun atasan. Namun, siswa SMK merasa kurang percaya diri untuk berbicara di depan umum (Wijayanto & Qana'a, 2024). Hal ini menunjukkan adanya kebutuhan mendesak untuk memperkenalkan ilmu komunikasi secara lebih terstruktur di lingkungan pendidikan SMK.

Tabel 1. Kuesioner “Tingkat Kepercayaan Diri” berkomunikasi publik peserta.

Indikator	Penjelasan	Rata-rata
PD1	Percaya diri untuk berkomunikasi efektif dengan teman sekolah	7,06
PD2	Percaya diri untuk berkomunikasi efektif dengan guru sekolah.	7,11
PD3	Percaya diri untuk berkomunikasi efektif dengan keluarga.	7,17
PD4	Percaya diri saat presentasi.	6,61
PD5	Percaya diri saat berkomunikasi publik.	5,39
PD6	Percaya diri untuk mempersiapkan presentasi dengan baik.	6,33

Berdasarkan hasil pengisian kuesioner pada sesi awal kegiatan pendampingan, 18 peserta Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) mengisi kuesioner sebagai tolok ukur tingkat kepercayaan diri para peserta PkM. Tabel di atas menunjukkan tanggapan para peserta pelatihan terkait tingkat kepercayaan diri para peserta pelatihan. Tim pelaksana Pengabdian kepada masyarakat (PkM) menggunakan enam indikator survey untuk mendapatkan data terkait analisis khalayak yang merupakan para peserta PkM. Menggunakan skala semantic diferensial dari angka 1 (Sangat tidak percaya diri) hingga angka 9 (Sangat percaya diri), para peserta pelatihan memberikan tanggapan dengan nilai rata-rata yang berkisar dari angka 5 hingga 8. Secara khusus, para peserta pelatihan memberikan nilai rata-rata 5,39 pada indikator “Percaya diri saat berkomunikasi publik”. Melalui hasil kuesioner, tim pelaksana PkM terfokus untuk menjawab kebutuhan para peserta terkait pelatihan komunikasi publik.

Selain meningkatkan kepercayaan diri, penguasaan ilmu komunikasi juga memiliki dampak positif terhadap pengembangan kemampuan dasar, yang sangat dibutuhkan di dunia kerja, seperti kemampuan negosiasi, menyampaikan pendapat, dan kepemimpinan (Novita, 2019). Komunikasi publik yang efektif dapat diukur dengan tingkat pemahaman khalayak terhadap pesan yang dipaparkan oleh komunikator (Suriyanto & Subandi, 2021). Namun, tingkat kepercayaan diri seseorang dapat menjadi faktor penting efektivitas interaksi atau komunikasi seorang komunikator kepada khalayaknya.

Pendampingan pada PkM yang dilaksanakan menyediakan pelatihan secara teoretis untuk komunikasi publik yang diterapkan pada kemampuan pembentukan citra diri, pemanduan wisata dan kegiatan melobi dan negosiasi. Oleh karena itu, pelatihan yang diberikan di SMK Santa Theresia tidak hanya terbatas pada teori, tetapi juga melibatkan praktik langsung. Girsang (2024) pada jurnal pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan di SMA Kristoforus 2, Jakarta Barat menyatakan praktik langsung dalam berkomunikasi di depan umum memberikan dampak positif terhadap kemampuan siswa. Oleh karena itu, penerapan pendekatan serupa di SMK Santa Theresia diharapkan dapat memberikan hasil yang signifikan dalam pengembangan keterampilan komunikasi publik siswa.

Komunikasi yang efektif dapat terlihat dari respon para khalayak baik secara kognitif, afektif, maupun behavioral (Singarimbun, 2020). Efek kognitif terkait penambahan ilmu pengetahuan, efek afektif terkait sikap khalayak, sedangkan efek behavioral menunjukkan

perubahan perilaku atau tindakan dari khalayak. Para peserta kegiatan PkM mempelajari efektivitas komunikasi publik secara menyeluruh.

Pelatih pada kegiatan PkM mengkolaborasikan implementasi komunikasi publik kepada tiga penerapan komunikasi. Pembentukan citra diri, pemanduan wisata, dan kemampuan melobi dan negosiasi. Tiga penerapan tersebut menjadi implementasi komunikasi publik yang sangat erat dalam pembelajaran teoretis para peserta pelatihan. Melalui kegiatan PkM, para peserta pelatihan telah mempelajari ilmu dasar maupun implementasi masing-masing keilmuan dengan kaitannya terhadap industri pariwisata dan perangkat lunak.

2. METODE

Metode pelaksanaan kegiatan PkM dilakukan dengan pemaparan materi secara tatap muka yang dikombinasikan dengan kegiatan interaktif yaitu sesi praktik dan tanya jawab. Kegiatan pelatihan komunikasi citra diri dimulai dengan menceritakan latar belakang dan pengalaman pribadi pemateri untuk meningkatkan kredibilitas dalam sesi pelatihan. Pemateri menggunakan metode bercerita karena memiliki tingkat efisiensi yang tinggi dalam melakukan pelatihan (Hyang, 2024).

Pada pelatihan awal, para peserta mempelajari implementasi komunikasi publik dengan membentuk citra diri. Citra diri dapat dibentuk ketika khalayak telah membentuk suatu impresi. Seorang komunikator perlu membangun persona yang baik bagi khalayaknya. Hal tersebut dilakukan untuk menjadikan impresi di benak khalayak, sesuai dengan napa yang diinginkan oleh komunikator (Suriyanto, Khang, 2024). Impresi tersebut terbentuk melalui munculnya kesan awal yang dapat memberikan pengaruh jangka panjang terhadap persepsi individu terhadap lawan bicara. Informasi awal yang diperoleh sering kali menjadi dasar penilaian, bahkan jika informasi berikutnya bertentangan atau tidak berkaitan (Frendika, Gaus, & Budiarti, 2022).



Gambar 1. Pelatihan komunikasi publik dalam membentuk impresi dan citra diri.

Pelatihan dimulai dengan pemaparan materi mengenai cara memberikan impresi pertama yang baik saat melakukan komunikasi publik. Pemateri memberikan trik dalam pemilihan kata-kata yang dapat digunakan saat memperkenalkan diri yaitu dengan memberitahu hal menarik mengenai diri peserta sehingga orang lain dapat mengasosiasikan dan mengingat dengan baik (Listiyandiri, Karimulloh, & Kumalasari, 2021). Salah satu efektivitas komunikasi publik dalam membangun citra diri adalah memastikan khalayak dapat mengingat identitas komunikator. Identitas paling sederhana yang dapat diingat oleh khalayak

adalah nama komunikan. Dengan demikian para peserta pelatihan belajar memahami pentingnya menyampaikan informasi dengan jelas, tepat, dan efisien.

Pada pelatihan selanjutnya, pelatih pada kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini mengkolaborasikan keilmuan komunikasi dengan keilmuan di bidang perjalanan pariwisata untuk menciptakan pengalaman pembelajaran yang lebih interaktif dan tepat sasaran bagi para peserta pelatihan. Kolaborasi ini bertujuan agar para peserta tidak hanya mendapatkan pemahaman teori, tetapi juga memiliki pengalaman praktik yang dapat langsung diterapkan di dunia kerja.



Gambar 2. Foto pemateri bersama peserta pelatihan terkait komunikasi pemanduan wisata.

Dalam kegiatan ini, para peserta diberi kesempatan untuk secara langsung mempraktikkan keterampilan komunikasi publik dengan berperan sebagai pemandu wisata melalui simulasi kegiatan wisata. Sebagai seorang pemandu wisata, para peserta akan berperan aktif menyampaikan informasi yang menarik dan edukatif kepada wisatawan, serta bagaimana cara menjaga interaksi yang menyenangkan dan profesional (Wuryaningrum, Muti'ah, & Rijadi (2021). Para peserta mempeleajari bahwa komunikasi publik yang efektif adalah komunikasi publik yang mampu menarik perhatian khalayak, serta memastikan informasi diterima dan dapat dipahami oleh khalayak.

Simulasi juga memberikan para peserta kesempatan untuk mengasah kemampuan berbicara di depan umum, memperkuat kepercayaan diri, dan meningkatkan keterampilan interpersonal yang sangat diperlukan dalam profesi pariwisata. Dengan melakukan peran sebagai pemandu wisata, para peserta dapat lebih memahami dinamika komunikasi dalam konteks pariwisata, serta bagaimana membangun hubungan yang positif dengan khalayak yang biasanya adalah para peserta wisata atau rombongan wisata (Putri, Santika, & Candra, 2019).

Para peserta turut dibekali untuk menajadi pemandu wisata yang dapat membahas hal-hal esensial hingga pada hal-hal aplikatif bagi para wisatawan. Seorang pemandu wisata yang baik akan turut membantu destinasi wisata setempat untuk turut menjaga citra tempat wisata dalam upaya mempertahankan citra dan reputasi destinasi wisata (Panjaitan, Zulkarnain, & Kholil, 2024). Terlebih, pada suatu destinasi wisata yang memiliki isu negatif. Penanganan isu negatif terkait suatu destinasi wisata dapat turut dibenahi berkat bantuan pemandu wisata sebagai seseorang yang berperan memberikan komunikasi persuasive (Panjaitan, Zulkarnain, & Kholil, 2024).



Gambar 3. Praktik pemanduan wisata dari peserta pelatihan.

Kegiatan turut memberikan para peserta kesempatan untuk mengaplikasikan teori komunikasi publik yang mereka pelajari di kelas dalam situasi yang lebih nyata dan menantang. Peserta mempelajari tips dan taktik untuk menyesuaikan gaya komunikasi mereka dengan jenis khalayak yang beragam, termasuk wisatawan dengan latar belakang budaya yang berbeda. Hal ini penting dalam industri pariwisata, di mana interaksi lintas budaya sering kali menjadi bagian dari pekerjaan sehari-hari. Selain itu, para peserta juga diajarkan bagaimana mengorganisir informasi dan menjaga suasana yang menyenangkan dan menarik selama tur berlangsung. Semua keterampilan ini penting untuk menunjang profesionalisme mereka sebagai tour leader yang kompeten dan siap menghadapi berbagai situasi di lapangan. Tujuan dari kegiatan tersebut adalah mengembangkan kemampuan komunikasi secara efektif, meningkatkan kemampuan berinteraksi, melatih kemampuan bercerita dan meningkatkan profesionalisme dalam komunikasi (Beebe & Beebe, 2021).



Gambar 4. Pemateri saat memberikan pelatihan praktik lobi dan negosiasi.

Pelatihan disempurnakan dengan pemaparan materi seputar efektivitas lobi dan negosiasi. Seorang komunikator yang baik harus mampu melobi dan menegosiasi sebagai implementasi komunikasi persuasif. Para peserta pelatihan mempelajari cara melakukan komunikasi publik yang persuasif. Mempelajari berbagai elemen penting seperti tonasi, kekuatan suara, gerak tubuh, hingga visual presentasi, menjadi beberapa aspek penunjang efektivitas lobi dan negosiasi (Tinambunan & Siahaan, 2022).



Gambar 5: Implementasi komunikasi publik dengan melakukan lobi dan negosiasi.

Para peserta mengimplementasi ilmu lobi negosiasi dengan memastikan elemen-elemen dasar teraplikasi saat melakukan kegiatan lobi dan negosiasi. Bentuk nyata dari implementasi lobi negosiasi para peserta, adalah dengan mempresentasi produk ciptaan mereka. Peserta dari peminatan perangkat lunak dan gim memaparkan laman hasil karya mereka untuk diperjual-belikan kepada khalayak yang mengambil peran sebagai pamangku kepentingan perusahaan tertentu.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada sesi pemaparan materi yang pertama terkait komunikasi publik dalam membentuk impresi, setiap peserta diberi kesempatan untuk praktik pengenalan diri secara langsung. Peserta secara bergantian memperkenalkan diri dan mengaplikasikan teori dari materi yang sudah dipaparkan. Sebagai evaluasi performa, pemateri mempergunakan pihak ketiga yang tidak mengenal nama para peserta dan menghitung jumlah nama peserta yang dapat diingat oleh pihak ketiga tersebut. Dengan demikian, dapat terproyeksikan, peserta manakah yang mampu mengimplementasikan teknik komunikasi citra diri dengan baik dan benar. Dari 18 peserta yang mengikuti pelatihan, 14 nama peserta dapat diingat dengan baik oleh pihak ketiga.

Melalui implementasi komunikasi pemanduan wisata, setiap peserta mampu melakukan pemanduan wisata dengan baik. Penggunaan visual menjadi simulasi kegiatan pemanduan wisata di lokasi wisata setempat. Para peserta secara bergantian mampu menampilkan kemampuan pemanduan wisata dengan durasi berkisar 8 – 12 menit setiap orangnya. Secara khusus, terdapat dua dari 18 peserta yang turut mampu melakukan pemanduan wisata dalam bahasa Inggris karena merasa percaya diri.

Terdapat enam laman/produk yang ditampilkan oleh para peserta pelatihan. Produk-produk yang ditampilkan dalam implementasi komunikasi lobi negosiasi mampu merepresentasikan beberapa industri konvensional baik produk ataupun jasa. Setiap peserta yang mengimplementasi komunikasi lobi negosiasi turut mampu mempersiapkan presentasi ketika melakukan kegiatan lobi negosiasi.

Tabel 2. Kuesioner “Tingkat Kepercayaan Diri” Pasca PkM.

Indikator	Penjelasan	Rata-rata
PD1	Percaya diri untuk berkomunikasi efektif dengan teman sekolah	7,18
PD2	Percaya diri untuk berkomunikasi efektif dengan guru sekolah.	7,27
PD3	Percaya diri untuk berkomunikasi efektif dengan keluarga.	7,55
PD4	Percaya diri saat presentasi.	7,27
PD5	Percaya diri saat berkomunikasi publik.	6,73
PD6	Percaya diri untuk mempersiapkan presentasi dengan baik.	7,09

Dengan mempergunakan instrumen kuesioner yang sama dengan kuesioner yang dipergunakan pada awal pelatihan. Tabel di atas menunjukkan peningkatan nilai rata-rata tanggapan peserta pelatihan terhadap tingkat kepercayaan diri yang dimiliki oleh para peserta pelatihan. Pada keenam indikator kuesioner, seluruhnya mengalami peningkatan. Berikut adalah tabel yang memproyeksikan komparasi hasil tanggapan para peserta pelatihan pada masing-masing indikator tingkat kepercayaan diri:

Tabel 3 Tabel perbandingan “Tingkat kepercayaan diri” peserta, pra dan pasca PkM

Indikator	Hasil Kuesioner - I	Hasil Kuesioner - II
PD1	7,06	7,18
PD2	7,11	7,27
PD3	7,17	7,55
PD4	6,61	7,27
PD5	5,39	6,73
PD6	6,33	7,09

Selama 58 hari, telah terlaksana delapan pelatihan yang mencakup pelatiha teoretis dan praktikal. Tiga orang pemateri adalah para akademisi dan praktisi pada ilmu komunikasi yang juga memiliki pengalaman sebagai seorang ahli ilmu perjalanan wisata. Dengan menggunakan keahlian serta pengalaman, para pemateri telah memberikan pelatihan yang efektif terhadap para peserta pelatihan. Adapun umpan balik dari para peserta terhadap masing-masing pemateri adalah sebagai berikut:

Tabel 4. Tabel Umpan balik peserta terhada para pemateri.

Indikator	Pemateri		
	Pemateri I	Pemateri II	Pemateri III
Edukatif	4,00	3,38	3,93
Objektif	3,86	3,25	3,93
Akuntabel	3,86	3,38	3,86

Para peserta menunjukkan kepuasan terhadap program pelaksanaan melalui beberapa indikator penilaian. Indikator edukatif untuk mengukur manfaat yang diterima para peserta dari sisi keilmuan. Indikator objektif mengukur para kesesuaian materi dengan kebutuhan peserta. Indikator akuntabel mengukur tingkat pemahaman peserta terhadap teori yang

disampaikan. Sedangkan Indikator transparan menguru tingkat keterlibatan para peserta pada setiap sesi pelatihan (Fensi, 2023).

Kuesioner umpan balik yang dipergunakan untuk mengukur tingkat kepuasan para peserta secara kuantitatif dengan skala 1, 2, 3, dan 4. Dengan demikian nilai ketiga pemateri dari masing-masing indikator, secara keseluruhan berada di antara skala 3,26 – 4,00. Skala tersebut menunjukkan bahwa mayoritas peserta pelatihan merasa “sangat puas” terhadap metode pelatihan, ilmu yang dipaparkan, hingga tingkat aplikasi ilmu secara teoretis dalam simulasi pelatihan.

4. KESIMPULAN

Program pendampingan pada implementasi ragam komunikasi bagi siswa SMK Santa Theresia, penjurusan usaha perjalanan wisata dan perangkat lunak & gim, memberikan pengaruh positif bagi para peserta pelatihan. Kegiatan PkM yang dilaksanakan memperkuat teori bahwa komunikasi publik memerlukan latihan praktik yang intensif. Pelatihan teoretis di dalam ruang kelas di sekolah harus disempurnakan dengan kegiatan pelatihan yang memberikan kesempatan dan pengalaman praktik pada peserta didik.

Tim pelaksana PkM memberi saran kepada SMK Santa Theresia untuk mempertahankan program pelatihan di luar kelas sebagai kegiatan wajib dalam upaya meningkatkan efektivitas pembelajaran di dalam kelas. Kebutuhan industri terkait kemampuan berkomunikasi publik serta tingkat kepercayaan diri melalui komunikasi efektif perlu dipenuhi melalui kegiatan-kegiatan yang interaktif dan implementatif (Oktavianti & Rusdi, 2019). Sebagai tambahan, sangat disarankan kepada pihak SMK Santa Theresia untuk memberi kesempatan para peserta pelatihan mempraktikkan komunikasi publik kepada khalayak yang tidak dikenal secara pribadi oleh para peserta pelatihan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan rasa terima kasih kepada Universitas Bunda Mulia atas dukungan finansial yang diberikan selama tahap persiapan, pelaksanaan, evaluasi, hingga publikasi kegiatan pengabdian. Selain itu, penulis juga mengapresiasi civitas academica SMK Katolik Santa Theresia, Jakarta atas undangan kepada pemateri untuk mengadakan pendampingan dan pelatihan sebagai bagian dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Beebe, S. A., & Beebe, S. J. (2021). *Public speaking: An audience-centered approach* (11th ed.). Pearson.
- Fensi, F. (2023). Pengabdian kepada Masyarakat: Penyuluhan tentang “Citizen Journalism” sebagai Ekspresi Sikap Demokrasi Kaum Muda. *Jurnal Pengabdian dan Kewirausahaan*, 7(2).
- Fitria, R. A. (2022). Pelatihan public speaking untuk menciptakan komunikasi efektif pada siswa SMKN 49 Jakarta Utara. *IKRA-ITH ABDIMAS*, 5(1), 74-78.
- Frendika, R., Gaus, N., & Budiarti, I. (2022). Bridging Gender Equality in The Workplace: The Role of Personal Branding and Self-Confidence. *MIMBAR: Jurnal Sosial dan Pembangunan*, 38(1).
- Girsang, L.R. M. (2018). “Public Speaking” Sebagai Bagian dari Komunikasi Efektif (Kegiatan PKM di SMA Kristoforus 2 Jakarta Barat. *Jurnal Pengabdian kepada dan Kewirausahaan*, 2(2).
- Iffah, F., & Yasni, Y. F. (2022). Manusia sebagai makhluk sosial. *Lathaif: Literasi Tafsir, Hadis Dan Filologi*, 1(1), 38-47.
- Hyang, O.S. (2024). *Bicara itu Ada Seninya*. Puteh Press

- Listiyandini, R. A., Karimulloh, K., & Kumalasari, D. (2021). Pengembangan Pengenalan Diri dan Karakter bagi Remaja melalui Program SADARI (Sadar dan Kenali Diri). *E-Dimas: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 12(4), 634-639.
- Novita, K. (2019). Strategi Membangun Keterampilan Komunikasi Dan Kepercayaan Diri Dalam Pembelajaran Public Speaking Melalui Metode Presentasi Dan Role Playing Miss Universe Asean (Studi Kasus Materi Interaksi Keruangan Dalam Kehidupan Di Negara-Negara Asean Kelas VIII SMP). *Jurnal Pendidikan Dompot Dhuafa*, 9(02), 23-30.
- Nurhayati, N., & Bissalam, U. (2020). Peningkatan Kemampuan Berbicara Siswa Kelas XII Madrasah Aliyah Negeri (Man) 1 Majene Melalui Pelatihan Public Speaking. *Abdimas Toddopuli: Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 1(2), 106-116.
- Oktavianti, R., & Rusdi, F. (2019). Belajar public speaking sebagai komunikasi yang efektif. *Jurnal Bakti Masyarakat Indonesia*, 2(1).
- Panjaitan, T. N., Zulkarnain, I., & Kholil, S. (2023). Crucial Crisis Communication Strategies in Addressing Land Conflict: A Case Study in Developing Toba Caldera Resort in Indonesia. *Journal of Law and Sustainable Development*, 11(12), e2123-e2123.
- Panjaitan, T. N., Zulkarnain, I., & Kholil, S. (2024). The role of cultural element “Dalihan Natolu” in Batak community as the resource of conflict resolution.
- Putri, I. G. A. V. W., Santika, I. D. A. D. M., & Candra, K. D. P. (2019). Pelatihan Public Speaking Bagi Pemandu Wisata di Bali. *WIDYABHAKTI Jurnal Ilmiah Populer*, 2(1), 105-111.
- Suriyanto, S., & Iswanto, C. R. (2024). Pengaruh Host Attractiveness dan Program TV terhadap Minat Menonton: Studi komparatif Vincent dan Desta sebagai Host Program TV "Tonight Show". *Jurnal sosial dan sains*, 4(6), 471-485.
- Suriyanto, S., & Khang, F. D. (2024). The Influence of Host Attractiveness and TV Programs on Interest in Watching Net. Tv (Case Study of Desta in the Main Hakim Sendiri). *Jurnal Syntax Admiration*, 5(6), 2250-2260.
- Suriyanto, A., & Subandi, Z.E. (2021). *Pelatihan Komunikasi Publik dalam Konteks Psikologi (Kegiatan PKM di SMA Cinta Kasih Tzu Chi)*. *Jurnal Pendidikan Indonesia*, 2(7)
- Tinambunan, T. M., & Siahaan, C. (2022). Implementasi teknik lobi dan negosiasi yang efektif dalam melakukan bisnis. *Massive: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(2), 55-67.
- Wijayanto, P. W., & Qana'a, M. (2024). Pelatihan Public speaking Sebagai Sarana Komunikasi Efektif Bagi Siswa SMK Plus Al Aitaam Bandung. *Jurnal Pengabdian Multidisiplin*, 4(2).
- Wuryaningrum, R., Muti'ah, A., & Rijadi, A. (2021). Pemanfaatan Kajian Tuturan Pemanduan Wisata Kopi-Kakao dalam Pembelajaran Keterampilan Berbicara. *SAP (Susunan Artikel Pendidikan)*, 6(1).

First Publication Right
GANESHA Jurnal pengabdian Masyarakat

This Article is Licensed Under

