

Pelatihan Public Speaking Kelompok Sadar Wisata Desa Karang Sidemen Kabupaten Lombok Tengah

Yulanda Trisula Sidarta Yohanes*, Ni Made Dwi Aninda, Lalu Muhammad Fascal Aimar, Muhammad Firdaus Juliandra Putra

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Hukum, Universitas Mataram; Jl. Majapahit No. 62 Mataram
Corresponding email: yulandatrisula@unram.ac.id

Abstrak

Pentingnya pelatihan public speaking bagi kelompok sadar wisata di Desa Karang Sidemen adalah untuk mengoptimalkan kemampuan public speaking secara verbal dalam memberikan informasi terkait destinasi wisata. metode pengabdian masyarakat adalah pelatihan dan penyusunan konten video pelayanan publik. Hasil pengabdian masyarakat adalah kelompok sadar wisata dan pelaku UMKM dapat optimal menggunakan kemampuan public speaking ketika melakukan praktik komunikasi dengan tim pengabdian. Kemampuan public speaking kemudian divisualisasikan ke dalam bentuk video yang diunggah ke youtube desa wisata. pentingnya kegiatan ini adalah untuk menunjukkan kepada public bahwa kelompok sadar wisata dapat memberikan pelayanan yang prima melalui kemampuan public speaking, sehingga tampilan video pelayanan tersebut dapat menjadi komitmen pokdarwis untuk bisa melayani wisatawan sesuai yang sudah diunggah di YouTube. Kesimpulan yang diperoleh dari pelatihan public speaking adalah Pokdarwis Selendang Biru Rinjani dengan pelaku UMKM Desa Karang Sidemen telah mengoptimalkan kemampuan public speaking yang sudah didokumentasikan melalui video dan telah diunggah di YouTube desa. Pokdarwis telah melakukan teknik public speaking mulai dari take off, fly, sampai dengan landing.

Kata kunci—Public Speaking, Desa Wisata, Kelompok Sadar Wisata

Abstract

The importance of public speaking training for community-based tourism in Karang Sidemen's Village is to optimize verbal public speaking skills in providing information related to tourist destinations. The community service method is training and preparing public service video content. The result of community service is that community based tourism and SMEs actors can optimally use public speaking skills when practicing communication with the service team. Public speaking skills are visualized in the form of videos uploaded to the tourist village's YouTube then. The importance of this activity is to show the public that community-based tourism can provide excellent service through public speaking skills, so that the display of the service video can be a commitment of the Pokdarwis to be able to serve tourists according to what has been uploaded on YouTube. The conclusion obtained from the public speaking training is that Pokdarwis Selendang Biru Rinjani with SMEs actors in Karang Sidemen Village have optimized their public speaking skills which have been documented via video and uploaded to the village's YouTube. Pokdarwis has carried out public speaking techniques starting from take off, fly, to landing.

Keywords—Public Speaking, Tourism Village, Community-Based Tourism

1. PENDAHULUAN

Desa wisata Karang Sidemen Kabupaten Lombok Tengah merupakan salah satu desa wisata yang masuk dalam 99 Desa Wisata yang telah mendapatkan SK Gubernur Nusa Tenggara Barat. Saat ini Desa Wisata Karang Sidemen berstatus desa wisata maju, dimana target yang akan dicapai selanjutnya adalah desa wisata mandiri. Desa wisata maju menurut Permen Parekraf No. 11 tahun 2022 kriterianya adalah sebagai berikut: (1) sudah menjadi

destinasi wisata yang dikenal; (2) masyarakat sudah sepenuhnya sadar akan potensi wisata; (3) Sarana dan prasarana sudah memadai; (4) masyarakat sudah memanfaatkan dana desa untuk pengembangan desa wisata; (5) masyarakat mampu mengelola usaha pariwisata melalui pokdarwis; dan (6) sistem pengelolaan berdampak pada peningkatan ekonomi masyarakat dan pendapatan asli desa.

Desa Wisata Karang Sidemen dikelola oleh Pokdarwis Selendang Biru Rinjani yang memiliki obyek wisata Danau Biru, Air Terjun Batu Bajang,

Air Terjun Batu Belah, Budaya Nyeredet. Permasalahan yang dihadapi oleh Pokdarwis Selendang Biru Rinjani adalah belum optimalnya kemampuan berbicara di depan umum (*public speaking*), khususnya kepada wisatawan. Aktivitas *public speaking* masih dilakukan oleh orang-orang tertentu saja, tidak semua pengurus dapat melakukan *public speaking* di hadapan wisatawan.

Public speaking menjadi penting bagi Pokdarwis Selendang Biru Rinjani untuk bisa menyampaikan pesan yang jelas kepada wisatawan mengenai *product knowledge* yang dimilikinya. Hal ini didukung oleh pengabdian yang telah dilakukan oleh Widiyanti dan Hasan (2019); Setyowati et al. (2023) bahwa kemampuan *public speaking* dalam berkomunikasi kepada wisatawan dapat meningkatkan kualitas pelayanan pokdarwis. Pengabdian lain mengenai pentingnya *public speaking* bagi *skill* pemandu wisata menurut Sudarsono et al. (2022); Kustiwi et al. (2023) menjelaskan bahwa setelah dilaksanakan kegiatan *public speaking* peserta mampu mengemas komunikasi yang baik, sehingga peserta terampil dan berbicara di depan wisatawan.

Berdasarkan dua hasil pengabdian di atas, menunjukkan bahwa kemampuan *public speaking* menjadi ‘tombak utama’ dalam mendapatkan perhatian wisatawan. Oleh sebab itu tujuan dari pengabdian ini adalah mengoptimalkan kemampuan Pokdarwis Selendang Biru Rinjani dalam mempromosikan Desa Wisata Karang Sidemen

2. METODE

Program kegiatan pengabdian yang dilakukan adalah pelatihan *public speaking* dan pembuatan video yang menunjukkan aktivitas *public speaking* Pokdarwis Selendang Biru Rinjani untuk ditampilkan di youtube Desa Karang Sidemen. Analisa kebutuhan yang tim pengabdian peroleh berdasarkan informasi dari Wakil Ketua Pokdarwis Selendang Biru Rinjani, Pak Effendi adalah kemampuan *public speaking* di beberapa aktivitas, seperti bagian pelayanan di *Basecamp* Pokdarwis, pelayanan di *homestay*, pelayanan pada tiket masuk Danau Biru, petugas parkir, petugas mitigasi bencana di Danau Biru, dan pedagang di area Danau Biru.

Pelaksanaan pengabdian ini menggunakan pendekatan edukatif, tim pengabdian selain memberikan materi, juga melakukan praktik *public speaking* dalam mengkomunikasikan informasi terkait destinasi wisata di Danau Biru. Peserta yang hadir dalam pelatihan *public speaking* adalah pengurus Pokdarwis Selendang Biru Rinjani, UMKM, serta masyarakat setempat yang bekerja di Kawasan Danau Biru.

Cara penyelesaian masalah terkait belum optimalnya kemampuan *public speaking* tersebut. Tim pengabdian melakukan dua kegiatan, yaitu memberikan wawasan terkait *public speaking* bagi sector pariwisata dan memberikan pelatihan praktik *public speaking* yang baik ketika berhadapan dengan wisatawan. Hasil dari pelatihan ini kemudian dibuat dalam bentuk konten video untuk diunggah melalui youtube Desa Karang Sidemen. Hasil video tersebut bertujuan agar *public speaking* yang sudah diperoleh kemudian diterapkan sesuai dengan tampilan video. Hal ini tentu menjadi komitmen pihak Pokdarwis Selendang Biru Rinjani untuk menunjukkan kualitas komunikasi yang baik ketika berhadapan dengan wisatawan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Public speaking merupakan kemampuan mengekspresikan gagasan di hadapan publik dan *public speaking* adalah sebuah kompetensi yang memadukan empat unsur utama Pendidikan: sains, ketrampilan, seni, dan karakter (Mustamu, 2012; Fathoni et al., 2021). Bagi Pokdarwis Selendang Biru Rinjani pelatihan *public speaking* menjadi penting untuk dilaksanakan karena mereka dapat menunjukkan kompetensi seni berbicara dihadapan wisatawan agar informasi terkait destinasi Desa Wisata Karang Sidemen dapat tersampaikan dengan baik. Kemampuan *public speaking* yang harus dimiliki oleh Pokdarwis Selendang Biru Rinjani merupakan kompetensi yang harus dimiliki oleh setiap pengurus pokdarwis agar masing-masing individu siap untuk berhadapan langsung dengan wisatawan, baik lokal maupun internasional. Menurut Hojanto (2017); Puspitasari (2023) menyebutkan kompetensi dalam *public speaking*, meliputi:

Penyampaian pesan atau informasi.

Seorang *speaker* dalam menyampaikan pesan perlu menunjukkan teknik vokal dan verbal. Tim pengabdian melatih Pokdarwis dalam menggunakan bahasa yang baik untuk dipraktikkan kepada wisatawan. Hal ini dapat ditunjukkan pada Gambar 1.



Gambar 1. Analisa permasalahan pada *Public Speaking* oleh Pokdarwis Selendang Biru Rinjani

Berdasarkan Gambar 1, anggota pokdarwis tersebut merupakan garda depan dalam menerima wisatawan yang ingin melakukan pemesanan paket wisata di Desa Wisata Karang Sidemen. Tim pengabdian melakukan analisa terhadap *public speaking* yang sudah dilakukan oleh pokdarwis selama ini. Tujuan dari aktivitas ini adalah untuk menjadikan komunikasi yang baik ketika berhadapan langsung dengan wisatawan. Berdasarkan *speaking* yang sudah pernah dilakukan oleh pokdarwis, tim pengabdian hanya menambahkan sedikit gaya komunikasi pokdarwis yang dilihat dalam Gambar 2.



Gambar 2. Simulasi praktik komunikasi dengan peserta lain

Berdasarkan gambar di atas, tim pengabdian memberikan penambahan terkait gaya komunikasi, yaitu pada komunikasi verbalnya. Gambar di atas, aktivitas simulasi yang dilakukan oleh pokdarwis kepada peserta yang menjadi wisatawan. Peserta yang menjadi wisatawan ini tipe orang yang kritis, sehingga informasi yang belum jelas penyampaiannya akan ditanyakan terus ke pokdarwis. Tipe wisatawan kritis ini ditandai dengan lebih tertarik pada bentuk destinasi yang ditawarkan dan memiliki kepekaan situasi. Oleh sebab itu, dalam menjelaskan paket wisata, pokdarwis dalam mengucapkan pesan secara verbal tidak tergesa-gesa dan memperhatikan setiap pertanyaan yang dikeluarkan oleh wisatawan, serta bersabar dalam menghadapi wisatawan dengan tipe kritis.

Pesan Informasi

Pesan informasi yang diberikan harus singkat, jelas, dan mudah dipahami. Seperti yang sudah dijelaskan pada poin pertama di atas, pesan informasi yang harus disampaikan oleh pokdarwis bisa menjawab pertanyaan yang diberikan dari wisatawan dengan tipe kritis. Pesan yang disampaikan oleh pokdarwis ditujukan kepada wisatawan sebagai komunikasi. Jadi pokdarwis sebagai komunikator melakukan analisis psikologi dan demografis. Pokdarwis perlu mencermati wisatawan yang hadir di Desa Wisata Karang Sidemen jenis kelaminnya pria atau wanita, usia masih muda atau tua. Hal ini penting untuk proses

interaksi dua arah yang dilakukan pokdarwis kepada wisatawan. Gambar 3 adalah aktivitas yang dilakukan pokdarwis kepada wisatawan dengan kategori pasangan muda.

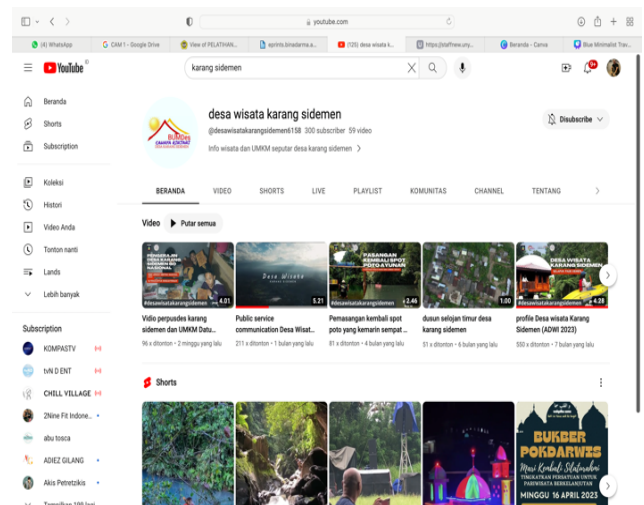


Gambar 3. Screenshot video praktik public speaking dalam komunikasi pelayanan publik

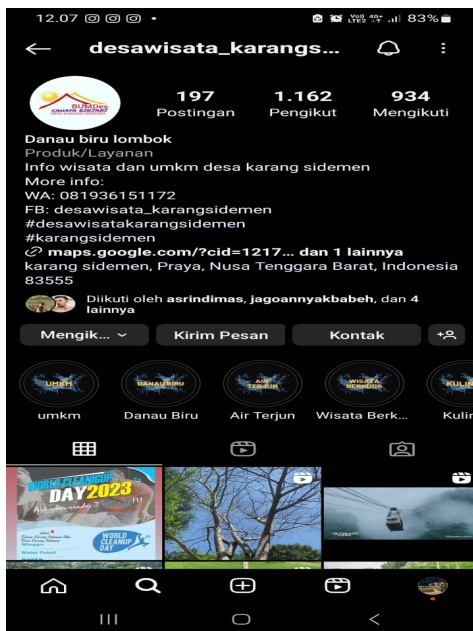
Berdasarkan Gambar 3, wisatawan di atas merupakan pasangan muda, tentu komunikasi yang dilakukan oleh pokdarwis menyesuaikan target komunikasi. Ini menunjukkan pokdarwis berupaya memberikan kesan nyaman ke wisatawan untuk terus berinteraksi sambil menjelaskan potensi wisata selama dalam perjalanan.

Media Penyampaian Pesan

Media penyampaian pesan yaitu alat bantu dalam penyampaian informasi. Pokdarwis Selendang Biru Rinjani mempromosikan desa wisata melalui beberapa platform, yaitu *Instagram* maupun *youtube*. Wisatawan juga dapat mendapatkan informasi dengan melalui datang langsung ke lokasi desa wisata atau menghubungi narahubung yang sudah tersedia. Berikut di bawah ini merupakan media sosial yang dimiliki oleh Pokdarwis Selendang biru Rinjani sebagai bahan informasi terkait Desa Wisata Karang Sidemen.



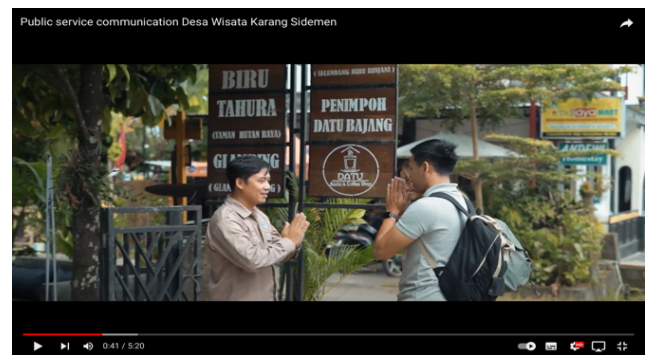
Gambar 4. Screenshot Youtube Desa Wisata Karang Sidemen



Gambar 5. Media Instagram Desa Wisata Karang Sidemen

Pemanfaatan media sosial sebagai media penyebaran informasi desa wisata juga didukung oleh Mas Effendi selaku wakil ketua Pokdarwis Selendang Biru Rinjani yang menyampaikan bahwa: “Selain itu kita kerja sama dengan wartawan atau media-media online, seperti media online dinas pariwisata lombok tengah “gomandalika” sama gabung aja media onlinenya bupati, kita matchingkan semuanya. Itu bentuk promosi, dan kita juga masuk ke media online TV9, SCTV, Indosiar dan lain-lainnya kita kolaborasi untuk promosi. Kalau dilihat dari ratingnya itu instagram yang paling tinggi. Kalau di klik danau biru, pasti yang muncul Danau Biru Lombok Tengah. Coba nanti dicari, pasti muncul Karang Sidemen, Lombok Tengah. Walaupun ada danau biru dari Bangka Belitung, Papua pasti salah satunya disini ada. Hastagnya paling besar dia, hampir 100 ribu. Hashtag yang dipakai Danau Biru Lombok Tengah, biar Pak Bupatiya seneng. Selain itu kita tag juga Fathul Bahri, biar ditau. Kenapa kita sering tag gitu? Karena sering di repost sama pak bupati juga kegiatan kita di pokdarwis. Misalnya kita bersepeda terus kita ada paket berkuda juga sering kita di repost sama instagramnya pak bupati.” (Hasil wawancara dengan Mas Effendi, Wakil Ketua Pokdarwis Desa Wisata Karang Sidemen, 30 Juni 2023).

Melalui berbagai macam media yang digunakan Pokdarwis Selendang Biru Rinjani, tentu menjadi peluang desa wisata agar dikenal ke publik luas, sehingga informasi tersebut dapat menjadi materi seluruh pengurus pokdarwis ketika harus menjelaskan kepada wisatawan.



Gambar 6. Salam Pembuka yang dilakukan Pokdarwis

Umpan Balik

Umpan balik merupakan komponen akhir untuk memperoleh respon dari wisatawan yang hadir menikmati destinasi yang ditawarkan. Pada pelatihan ini, untuk umpan balik adalah penilaian secara lisan dari tim pengabdian dan peserta yang mewakili wisatawan. Semua informasi terkait umpan balik menjadi catatan kepada pihak Pokdarwis Selendang Biru Rinjani untuk ditampilkan dalam sebuah video pelayanan, sehingga dari video tersebut public speaking yang dilakukan harapannya sesuai dengan realita, sehingga wisatawan sebagai konsumen merasa nyaman dan terpenuhi kebutuhan ketika melakukan wisata di Desa Karang Sidemen.

Teknik *public speaking* yang diterapkan tim pengabdian mengacu pada Fernando (2016) yaitu take off/pembukaan, fly/isi, dan landing/penutup. Aktivitas teknik *public speaking* ini diterapkan oleh pokdarwis pada tampilan video pelayanan publik yang telah dibuat oleh tim pengabdian, sehingga pokdarwis memiliki kompetensi dalam melaksanakan kegiatan penjualan destinasi di Desa Wisata Karang Sidemen. Adapun penjelasan mengenai teknik *public speaking* dapat diuraikan sebagai berikut:

Tahap Pembukaan

Pada tahap *take off* atau pembukaan memiliki beberapa tahapan setidaknya ada empat, yaitu: (a). salam pembuka kepada *audience*; (b). *grabbing* merupakan aktivitas memperoleh perhatian *audience* melalui berbagai cerita; (c) *purpose* merupakan aktivitas komunikator menyampaikan maksud dan tujuan; (d). komitmen.

Pada tahapan ini tampilan *public speaking* yang bisa ditunjukkan oleh pokdarwis adalah melalui pembuatan video yang dapat mencakup komponen *take off*. Berikut di bawah ini merupakan salam pembuka yang ditunjukkan oleh pokdarwis ketika mendapatkan kunjungan dari wisatawan. Berdasarkan Gambar 6, tim pengabdian mengarahkan pokdarwis untuk melakukan salam pembuka ketika wisatawan datang untuk melakukan kunjungan destinasi. Ini penting agar pokdarwis dalam menerima tamu memberikan kesan hangat kepada wisatawan.

Aktivitas selanjutnya untuk dapat menarik minat wisatawan adalah dengan *grabbing*. Teknik *grabbing* yang ditampilkan dalam video pelayanan adalah dengan cara menceritakan segala aktivitas yang ada di lokasi wisata. Adapun teknik *grabbing* dapat dilihat dalam screenshot video di bawah ini.



Gambar 7. Pokdarwis memberikan pelayanan prima di Basecamp

Pada Gambar 7, teknik *grabbing* yang dilakukan adalah menjamu tamu selayaknya tuan rumah melayani tamu yang datang. Ini bertujuan agar wisatawan yang datang merasa diterima di lokasi wisatawan. Sambil menikmati hidangan yang disediakan oleh pokdarwis, di sini pokdarwis menjelaskan potensi wisata yang ada di Desa Karang Sidemen. *Porpose* dari aktivitas tersebut adalah adanya kesepakatan yang diperoleh wisatawan ketika mendapatkan informasi terkait destinasi yang ditawarkan oleh pokdarwis. Oleh sebab itu, komitmen yang diperoleh wisatawan melalui tampilan video tersebut adalah adanya kesesuaian cerita yang disampaikan pokdarwis dengan obyek wisata sebenarnya.

Fly atau Isi

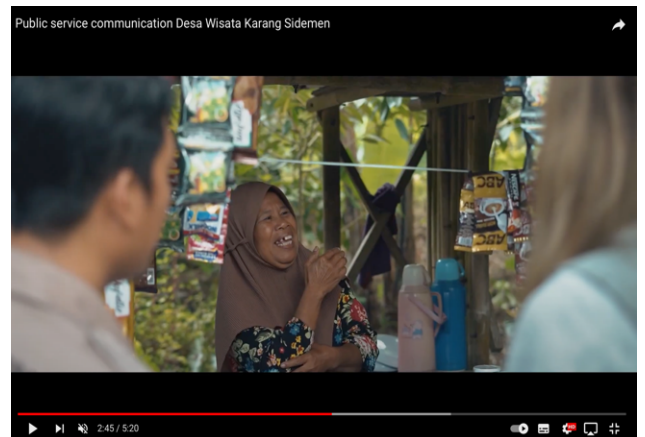
Fly/isi merupakan materi yang disampaikan oleh komunikator. Materi tersebut berkaitan dengan destinasi yang ada di Desa Karang Sidemen menjadi obyek cerita untuk disampaikan kepada wisatawan. Tim pengabdian melakukan praktik *public speaking* bukan hanya kepada pokdarwis saja, melainkan juga kepada pelaku usaha yang ada di Desa Karang Sidemen. Praktik *public speaking* yang dilakukan kepada pelaku usaha kecil di Desa Karang Sidemen penting untuk dilibatkan karena dengan adanya usaha mereka dapat menunjang perekonomian wakrga setempat. Bentuk aktualisasi praktik *public speaking* tersebut tampak dalam screenshot video pelayanan di Gambar 8 dan 9.

Berdasarkan gambar di atas, kolaborasi *public speaking* antara pokdarwis dengan pelaku UMKM merupakan hubungan simbiosis mutualisme. Artinya adalah kerjasama untuk menciptakan citra yang baik

bagi wisatawan mengenai potensi wisata sekaligus atraksi budaya yang dimunculkan menjadi paket wisata yang menarik untuk dijual. Oleh sebab itu, kemampuan *public speaking* dalam mempengaruhi wisatawan merupakan poin penting agar mendapatkan perhatian wisatawan.



Gambar 8. Praktik *public speaking* kepada UMKM Desa Karang Sidemen



Gambar 9. Pedagang di Kawasan Danau Biru Desa Karang Sidemen



Gambar 10. Aktivitas *public speaking* pelaku UMKM kepada wisatawan

Penutup

Landing/penutup merupakan kegiatan menutup aktivitas *public speaking*. Dalam praktik *public speaking*, tim pengabdian telah mendesain sesi penutup dalam tampilan video adalah dengan mengucapkan salam dan terima kasih atas kunjungannya. Hal tersebut didukung dengan bahasa

tubuh tangan menunjukkan salam. Berikut adalah bukti *screenshot* tampilan pokdarwis mengucapkan salam penutup kepada wisatawan yang telah melakukan *tour* di Desa Karang Sidemen.



Gambar 11. Salam perpisahan oleh Pokdarwis Selendang Biru Rinjani Kepada Wisatawan

4. SIMPULAN

Kesimpulan yang diperoleh dari pelatihan *public speaking* adalah Pokdarwis Selendang Biru Rinjani dengan pelaku UMKM Desa Karang Sidemen telah mengoptimalkan kemampuan *public speaking* yang sudah didokumentasikan melalui video dan telah diunggah di youtube desa. Pokdarwis telah melakukan teknik *public speaking* mulai dari *take off, fly*, sampai dengan *landing*. Kelebihan dari pelatihan ini, baik dari pokdarwis maupun pelaku UMKM terlibat untuk berperan serta dalam mewujudkan kemampuan berbicara yang sudah dibuat dalam bentuk konten video. Kekurangan dari pelatihan ini, meskipun pada pelatihan *public speaking* semua pengurus hadir mengikuti kegiatan, namun dalam pembuatan konten video tidak semua yang bisa terlibat dikarenakan aktivitas utama yang tidak bisa ditinggalkan. Pengembangan kegiatan pengabdian selanjutnya yang dapat dilakukan di Pokdarwis Selendang Biru Rinjani adalah kemampuan berbahasa inggris. Hal ini penting untuk keberlanjutan sehingga dapat mengoptimalkan kemampuan *public speaking* baik secara bahasa Indonesia maupun Bahasa Inggris.

DAFTAR RUJUKAN

- Fathoni, T., Asfahani, A., Munazatun, E., & Setiani, L. (2021). Upaya peningkatan kemampuan *public speaking* pemuda sragi ponorogo. *Amalee: Indonesian Journal of Community Research and Engagement*, 2(1), 23-32.
- Fernando, Y.I. (2016). *Public speaking untuk pemula*. Versi 1.0.
- Hojanto, O. (2017). *Public speaking mastery*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka.
- Kustiwi, I. A., Prisilia, S., Fitriya, N. R., Oktavianti, M. S., & Putri, N. N. A. (2023). Penerapan *public speaking* pada karang taruna desa Cupak. *Karunia: Jurnal Hasil Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 2(2), 158-165.
- Mustamu, R. H. (2012). Menjadi pembicara publik handal. *Jurnal Komunikasi Islam*, 2(2), 210
- Puspitasari, N. (2023). Peningkatan kapasitas mahasiswa melalui pelatihan *public speaking*. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Akademisi*, 2(2), 89-96.
- Setyowati, R., Wibowo, A., & Mulyadi, F. P. (2023). Pelatihan peningkatan kompetensi *public speaking* dan komunikasi bahasa inggris untuk pemandu wisata di Desa Berjo Karanganyar. *Dinamika: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 12-15.
- Sudarsono, A., Yusni N., Oktavianti, N., Nariah., & Nuraldy, H. L. (2022). Pengembangan skill *public speaking* bagi warga kampung ekowisata keranggan. *Dedikasi PKM Unpam*, 3(1), 7-12
- Widiantari, M. M., & Fikri, H. (2019). Pelatihan ketrampilan komunikasi pokdarwis desa wisata mendak kecamatan dagangan kabupaten madiun. *DAYA-MAS: Media Komunikasi Hasil Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat*, 4(2), 47-49