



Pendampingan Praktik Komunikasi Publik di SMK Santa Theresia, Jakarta Pusat

Destri Sari Gunarti, M.I.Kom
Universitas Bunda Mulia
L1729@lecturer.ubm.ac.id

ABSTRAK

Pengabdian kepada masyarakat kali ini bertemakan Penerapan Komunikasi Publik, yang bertujuan untuk meningkatkan keterampilan soft skill siswa/l SMK Santa Theresia pada bidang *public speaking*. Penekanan praktik komunikasi publik kali ini fokus pada unsur pesan, yaitu membuat naskah untuk dipresentasikan ke audiens. Melalui kerangka pembuatan naskah sederhana, yaitu pembuka, isi, dan penutup. Agar siswa/l dapat memahami lebih mudah dan cepat melakukan praktiknya sendiri dilapangan. Menggunakan metode penyampaian materi terlebih dahulu, diikuti dengan praktik membuat naskah, dan dilanjutkan pada evaluasi naskah dan praktik presentasi naskah untuk siswa/l yang memiliki bidang keahlian pemandu wisata dan pengembangan perangkat lunak dan gim.

Kata Kunci: Komunikasi Publik; *Public Speaking*; Naskah; Lobi; Negosiasi

ABSTRACT

This community service is themed Public Communication Practice, which aims to improve the soft skills of students of SMK Santa Theresia in the field of public speaking. The emphasis of public communication practice this time focuses on the element of the message, namely making a script to be presented to the audience. Through a simple script-making framework, namely opening, content, and closing. So that students can understand more easily and quickly do their own practice in the field. Using the method of delivering the material first, followed by the practice of making the script, and continued on the script evaluation and script presentation practice for students who have the expertise of tour guides and software and game development.

Keywords: Public Communication; Public Speaking; Script; Lobbying; Negotiation

PENDAHULUAN

Komunikasi itu sendiri sebagai proses transisi gagasan, emosi, informasi, dan lainnya melalui kata, simbol, gambar, grafik, dan lainnya. Proses transisi inilah yang disebut dengan komunikasi (Mucharam, 2022). Definisi lain dikatakan oleh Ruben dan Stewart (2014:19) yang melihat komunikasi dalam konteks aktivitas manusia. Dikatakan “komunikasi manusia adalah proses melalui mana individu dalam hubungan, kelompok, organisasi, dan masyarakat

membuat dan menggunakan informasi untuk berhubungan satu sama lain dan dengan lingkungan”.

Komunikasi publik pada dasarnya memiliki dasar pengertian yang sama dengan komunikasi pada umumnya. Adanya proses pengiriman dan penerimaan pesan kepada khalayak banyak, bisa menggunakan media massa maupun secara langsung kepada khalayak secara tatap muka. Ada banyak contoh kegiatan yang dilakukan pada komunikasi publik, seperti *public speaking*, presentasi, khutbah Jumat, kampanye politik, dan sejenisnya. Pentingnya seseorang memiliki keterampilan komunikasi publik yang baik di depan khalayak, maka akan mendapatkan kepercayaan dari pesan yang disampaikan tersebut. Inti dari komunikasi publik yang efektif harus selalu memperhatikan audiens.

Ada berbagai jenis kegiatan pada komunikasi publik, seperti *public speaking*, kegiatan kampanye politik, presentasi, seminar, pidato, dan sejenisnya. Pada kesempatan ini, saya fokus melakukan pendampingan siswa/l pada kegiatan *public relation* untuk mempersiapkan naskah presentasi dan juga naskah untuk melakukan lobi dan negosiasi. Fokus kegiatan ini dilakukan agar,

Seperti diketahui *public speaking* dipahami sebagai teknik penyampaian pesan di depan publik. Secara keilmuan itu sendiri, *public speaking* merupakan bagian dari ilmu komunikasi. Hal ini dikarenakan komunikasi merupakan proses interaksi untuk berhubungan dari satu pihak ke pihak lainnya (Girsang, L. 2018). Serta *public speaking* itu sendiri merupakan bagian dari komunikasi publik. Memberika topik kecil pada kajian dasar dalam kegiatan *public speaking*, dapat menambah pengetahuan siswa/l secara umum dan ringan dari bagian komunikasi publik yang sebenarnya luas.

Membuat naskah, termasuk pada unsur-unsur komunikasi yang dicetuskan Lasswell yaitu sumber (komunikator), pesan, saluran (media), penerima (komunikan), dan efek (pengaruh). Naskah termasuk pada unsur pesan, unsur penting pada suatu kegiatan komunikasi. Maka, itulah pentingnya melakukan pendampingan membuat naskah pada siswa/l agar dapat menyusun pesan yang baik. Naskah merupakan teks yang ditulis. Secara umum naskah digunakan sebagai panduan atau suatu kerangka pikiran untuk disampaikan. Pada profesi pemandu wisata, naskah kerap kali digunakan sebagai pemandu saat menjelaskan suatu tempat atau peristiwa yang pernah terjadi kepada wisatawan selama perjalanan.

Sesuai dengan kompetensi keahlian siswa/l pada bidang pemandu wisata dan pengembangan perangkat lukan dan gim, dilatih untuk mampu membuat naskah yang baik sebagai pemandu wisata dan juga digunakan untuk lobi dan negosiasi bagi siswa/l yang memilih kompetensi keahlian pengembangan perangkat lunak dan gim. Tidak hanya itu, siswa/l juga dilatih untuk praktik langsung berbicara dari hasil naskah yang sudah mereka susun sebelumnya. Keterampilan komunikasi publik harus sering dilatih, agar pengirim pesan memiliki kepercayaan diri terhadap muatan informasi yang dia sampaikan kepada khalayak.

Pemandu wisata adalah tombak utama operasional pariwisata, tugasnya adalah membangun citra pariwisata daerah, menunjukkan citra pariwisata yang baik, keterampilan penjualan pribadi, termasuk manajemen penjualan, negosiasi dan pemasaran mutlak diperlukan (Setyawati et al.,2023).

Pemandu wisata merupakan seseorang yang wajib memberikan informasi dan referensi kepada para wisatawan. Sehingga pemandu wisata harus benar-benar memiliki pengetahuan khusus mengenai destinasi yang akan dikunjungi. Banyaknya destinasi yang mungkin diketahui oleh pemandu wisata, dan beberapa atraksi maupun budaya setempat yang jangan sampai terlewat untuk disampaikan. Maka, naskah bagi seorang pemandu wisata wajib dipersiapkan.

Tidak hanya naskah, namun cara komunikasi seorang pemandu wisata juga penting untuk diperhatikan. Agar menarik perhatian wisatawan, pemandu wisata wajib memiliki keterampilan komunikasi yang baik. Mulai dari mimik wajah, gerakan tubuh, hingga tingkat dan nada suara dari seorang pemandu wisata. Hal ini dapat membuat rasa nyaman dan percaya wisatawan kepada pemandu wisata tersebut.

Begitu pula untuk melakukan lobi dan negosiasi, yang sama-sama membutuhkan naskah sebagai pedoman dalam melakukan lobi dan negosiasi agar prosesnya berjalan lancar sesuai target yang diinginkan. Negosiasi merupakan proses komunikasi kedua pihak yang mempunyai permasalahan yang sama serta berupaya meraih kesepakatan yang memenuhi keinginan kedua pihak sesuai tujuan dan penilaian mereka (Tinambunan et al., 2022).

Pada literatur lain, lobi merupakan teras ataupun ruang depan yang terdapat pada suatu gedung atau hotel yang dijadikan sebagai tempat tamu-tamu duduk dan menunggu. Tempat tersebut sesuai sebagai tempat untuk melakukan awal pertemuan, pembicaraan dan pendekatan antar pihak-pihak yang melakukan pendekatan. Seiring dengan perkembangan dan meningkatnya pertemuan di Gedung, atau hotel, istilah lobi atau pertemuan di lobi tersebut dimaknai sebagai pendekatan (*approach*) (Siswandi, 2020). Sehingga lobi merupakan kegiatan informal dalam kegiatan komunikasi.

Keberhasilan suatu lobi dapat dilihat dari suatu perencanaan yang matang antar kedua pihak dalam memahami suatu masalah (Ardianto., et.al. 2020). Lobi atau pra negosiasi ini yang matang cukup fokus pada tujuan yang akan di capai. Sedangkan negosiasi merupakan bentuk kelanjutan dari langkah sebelumnya, saat menemui suatu hambatan. Seseorang yang melakukan negosiasi disebut juga negosiator.

Negosiasi merupakan cara menemukan kesepakatan, ini adalah tujuan dari dilakukannya negosiasi dalam sebuah hubungan komunikasi yang efektif pada kegiatan *public speaking* ini. Begitulah hubungan lobi dan negosiasi digunakan agar tercapainya tujuan bisnis, tujuan individu, penggabungan usaha, perizinan lokasi usaha, sampai meluas kepada perdagangan internasional. Teknik lobi dan negosiasi ini bukanlah hal yang mudah, namun bila terus di latih hal ini dapat meingkatkan nilai personal dalam diri seseorang.

Tidak hanya keterampilan berkomunikasi yang baik, untuk melakukan lobi dan negosiasi kepada calon pembeli maupun calon klien. Sehingga teknik membuat naskah yang baik dan tersusun rapi harus diimbangi oleh keterampilan komunikasi yang baik juga, wajib dimiliki oleh profesi pemandu wisata maupun seseorang yang hendak melakukan lobi dan negosiasi. Sesuai dengan tema di dalam pengabdian kepada masyarakat, mengenai Penerapan Komunikasi Publik di SKM Santa Theresia. Agar siswa/i SMK Santa Theresia dapat lebih paham cara mempersiapkan informasi yang tersusun baik kepada wisatawan maupun calon pembeli atau klien. Hal ini baik bagi media pembelajar siswa/i SMK Santa Theresia yang berada di Jakarta Pusat, karena memiliki dua kompetensi keahlian yaitu 1) Usaha Layanan Parawisata dan 2)

Pengembangan Perangkat Lunak dan Gim untuk menunjang ketrampilan siswa/i.

KERANGKA TEORI

Komunikasi publik merupakan suatu proses komunikasi di mana pesan-pesan disampaikan oleh komunikator dalam situasi tatap muka di depan audiens yang lebih besar (Cangara, 2014). Lain halnya dengan pendapat Ruben dan Steward (2014) dimana “berbeda dengan bentuk-bentuk komunikasi yang lebih pribadi dan perseorangan, komunikasi publik dan komunikasi massa merujuk pada situasi dimana pesan yang dibuat,disebarluaskan ke sejumlah penerima yang relatif besar dan dalam keadaan yang relatif impersonal”.

Pada buku Pengantar Ilmu Komunikasi, Cangara menjelaskan menenai ciri-ciri komunikasi publik sehingga berbeda dengan bentuk komunikasi lainnya adalah: (2014:34)

1. Penyampaian pesan berlangsung secara berkelanjutan
2. Dapat mengidentifikasi siapa yang berbicara (*source*) dan siapa pendengarnya
3. Interaksi antara sumber dengan penerima sangat terbatas, sehingga tanggapan balik juga terbatas.
4. Pesan yang disampaikan tidak berlangsung secara spontan, tapi terencana dan dipersiapkan lebih awal.

Dengan demikian, pada kemampuan komunikator pada komunikasi publik harus memiliki kecakapan pada saat komunikasi terjadi dan kualitas dari proses komunikasi saat berlangsung. Untuk mendukung kecakapan dan kualitas dari proses komunikasi publik yang efektif ini, maka sangat perlu menyusun naskah sebagai panduan bagi komunikator.

Sejalan dengan membuat pesan pada komunikasi publik keada khalayak yang relative impersonal ini, maka penting dalam membuat kerangka naskah sebagai pedoman bagi pemandu wisata dan juga untuk melakukan lobi dan negosiasi. Salah satu hal yang paling menentukan dalam membuat suatu kerangka naskah adalah pengetahuan dari pemberi pesan itu sendiri. DeVito berpendapat dimana kompetensi yang dimiliki seorang komunikator menunjukkan pengetahuan yang dimilikinya berkaitan dengan konteks yang ada termasuk karakteristik audiens sehingga dia mampu mengelola konten pesan dan bentuk pesan yang tepat dan baik (Mucharam, A. 2022).

Naskah sederhana terdiri dari tiga bagian: pendahuluan, isi, dan kesimpulan atau penutup. Hal ini dikarenakan naskah, dimaksudkan untuk dibaca atau diucapkan. Sehingga penulis naskah mampu menggunakan gaya tutur yang teratur agar informasi yang disampaikan mudah disampaikan kepada audiens.

1. Teknik Pembukaan

Untuk mengawali sebuah presentasi atau *public speaking*, anda dapat mengawalinya dengan menggunakan cerita. Carmine Gallo, seorang penulis yang ahli dalam *public speaking*, menekankan pentingnya penggunaan cerita dalam pembukaan. Ia mengatakan, “Mulailah dengan sebuah cerita yang relevan”. Manusia secara alamiah tertarik pada narasi, dan cerita dapat menciptakan koneksi emosional yang kuat dengan audiens. Cerita ini bisa

berupa pengalaman pribadi Anda, *Historical* dan perumpamaan yang membuat *audiens* tertarik pada topik tersebut atau bagaimana topik tersebut memengaruhi kehidupan anda secara pribadi dan memiliki pesan atau pelajaran yang dapat dihubungkan dengan pesan utama presentasi anda.

2. Teknik Menyusun Isi

Salah satu teknik menyusun isi presentasi atau public speaking yang menarik adalah dengan menggunakan teknik 5W dan 1H. Dengan teknik ini anda menguraikan *What*, *Where*, *When*, *Why*, *Who* dan *How* dari topik anda. Walaupun tidak semua W harus Anda penuhi, ada dua unsur W yaitu *What* dan *Why* yang harus anda masukan ke body presentasi anda. Dalam pembuatan isi presentasi juga penting menggunakan *logos* (hasil penelitian, pernyataan dari para pakar, dsb) dan *pathos* (cerita yang relevan dengan materi presentasi) sebagai pendukung dari poin yang disampaikan.

3. Teknik Penutup

Dalam kalimat penutup, anda dapat merangkum kembali poin-poin penting atau pesan yang ingin anda sampaikan, kemudian menggunakan teknik pantun sebagai *closing statement* yang menarik. Ini membantu *audiens* memahami pesan anda dengan lebih baik. Untuk membuat pantun kita akan menggunakan sajak a-a-a-a, dimana kita akan memulai dari baris ke-3. Carilah kata yang akhirannya sama dan hindari menggunakan kata yang sama. Baris ke-1 dan ke-2 harus nyambung dan boleh lucu-lucu tapi untuk baris ke-3 dan ke-4 harus nyambung dan serius karena Kita akan sisipkan pesan pada baris ke-3 dan ke-4. (Admin. 2024. Publicspeakingacademy.co.id. 15/11/24)

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat kali ini dilaksanakan melalui bentuk pelatihan kepada siswa/l SMK Santa Theresia yang berlokasi di Menteng, Jakarta Pusat. Kegiatan penerapan komunikasi publik merupakan bagian dari konteks pengenalan karakter dimulai dengan pemaparan materi oleh pemateri. Setelah dilakukan pemaparan materi, barulah siswa/l melakukan praktik untuk menuliskan naskah masing-masing. Pendampingan dilakukan hingga pertemuan ketiga, karena adanya evaluasi naskah dan juga dilakukannya praktik pemaparan naskah yang telah dibuat.

Tujuan dilakukannya praktik dan evaluasi berkelanjutan setelah pemaparan materi, agar siswa/l lebih piawai dalam membentuk naskah untuk disampaikan kepada khalayak dan bukan naskah untuk di baca. Evaluasi mulai dari penggunaan kata, tanda baca, hingga intonasi saat berbicara di depan umum agar siswa/l terbiasa dan lebih percaya diri. Sebelum siswa/l praktik presentasi naskah mereka, saya terlebih dahulu memberikan praktik dari salah satu naskah siswa/l yang sudah selesai. Hal itu dilakukan agar siswa/l memiliki gambaran bagaimana cara bertutur saat melakukan presentasi naskah yang sudah mereka buat.



Gambar 1. Penyampaian materi oleh Pemateri

Setelah siswa/l sudah mengetahui gambaran umum cara menyampaikan naskah tertulis mereka dengan presentasi di depan kelas. Mereka lebih mengetahui kembali kekurangan dari naskah dan cara presentasi mereka. Sehingga setelah pemateri memberikan materi dan contohnya, pemateri melanjutkan melakukan evaluasi kepada beberapa siswa/l dari keahlian bidang pemandu wisata dan pengembangan perangkat lunak dan gim tersebut.

Mereka mengetahui kekurangan dari naskah yang telah dibuat dengan cara berbicara langsung. Mereka mencoba mencari kata yang nyaman untuk digunakan atau merubah kalimatnya dengan lebih baik lagi. Selain itu, mereka terus mencoba mengatur suara dan nada di bangku masing-masing selama evaluasi berlangsung.



Gambar 2. Evaluasi naskah pemandu wisata yang dilakukan pemateri



Gambar 3. Evaluasi naskah pengembangan perangkat lunak dan gim yang dilakukan pemateri

Metode pembelajaran teori dan praktik seperti ini menjadi metode yang sangat efektif untuk diterapkan dalam pelatihan penerapan komunikasi publik siswa/I SMK Santa Theresia. Memberikan peluang peningkatan *soft skill* yang baik untuk generasi muda. Agar lebih terampil dan percaya diri melakukan kegiatan komunikasi publik di lingkungan masyarakat. Demikian pelatihan ini dilakukan, agar dapat meningkatkan kemampuan *soft skill* siswa/I dalam membuat naskah presentasi di depan umum dan percaya diri dalam menerapkan komunikasi yang efektif di ruang publik.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Ada 12 siswa/I yang hadir pada pelatihan di 8 November 2024 lalu dari total 18 peserta. Siswa/I yang tidak hadir adalah siswa/I SMK kelas 3 yang sedang melakukan ujian keahlian. Sebagai peserta pelatihan dengan metode teori dan praktik yang telah dilakukan. Penerapan praktik membuat naskah dan presentasi di depan *audience* ini sudah mampu di adaptasi dengan baik oleh siswa/I SMK Santa Theresia. Hal tersebut terproyeksikan selama pemaparan materi, praktik, dan evaluasi yang telah dilakukan selama pelatihan.

Pada tahapan evaluasi naskah, setiap siswa/I mendapatkan perhatian sama dari pemateri. Mulai dari penggunaan kata, tanda baca, dan cara menyusun kalimat yang baik. Setiap siswa/I dipantau agar naskah yang mereka buat sesuai dengan bidang keahlian mereka, yaitu keahlian pemandu wisata dan pengembangan perangkat lunak dan gim. Seperti siswa/I bidang keahlian pemandu wisata, pemateri memantau naskah yang dibuat agar memiliki sifat informatif. Sesuai dengan keahlian seorang pemandu wisata, yang selalu memberikan informasi terbaru, informasi unik setiap tempat wisata dengan cerita atau kearifan budaya lokal yang menarik para wisatawan.

Sedangkan untuk siswa/I bidang keahlian pengembangan perangkat lunak dan gim, di pantau untuk membuat naskah yang lebih persuasif. Pesan yang memiliki sifat persuasif sangat dibutuhkan untuk melakukan kegiatan lobi dan negosiasi. Mengingat, bahwa lobi (*approach*) adalah awal hubungan timbal balik antara komunikator dan komunikan dalam menjalin sebuah bisnis yang dilanjutkan dengan kegiatan negosiasi agar mencapai target kesepakatan tertentu.

Tahapan evaluasi ini sangat penting, agar siswa/l dapat membedakan bagaimana naskah dibuat sesuai dengan kebutuhan audiens dan tujuannya. Dengan demikian, siswa/l belajar menganalisa dengan baik. Hal ini sangat baik untuk mengasah kemampuan *soft skill* mereka di kemudian hari. Tahapan terakhir adalah memberikan praktik cara menyampaikan pesan pada naskah di depan audiens. Contoh yang diberikan pemateri menjadikan acuan bagi siswa/l bagaimana pesan yang sudah dibentuk dalam naskah disampaikan secara lisan di depan audiens mereka. Gerak tubuh, intonasi nada pada kalimat, dan tingkat suara yang digunakan harus disesuaikan dengan bentuk pesan dan target yang mereka dituju.

Seperti siswa/l bidang keahlian pemandu wisata, yang mengharuskan mereka memasang wajah gembira, ceria, dengan suara yang cukup tinggi dan jelas. Hal itu dimaksudkan, agar wisatawan dapat menyimak informasi yang diberikan pemandu wisata dengan baik. Beda hal nya dengan siswa/l bidang keahlian pengembangan perangkat lunak dan gim. Mereka cenderung menggunakan mimik wajah yang fokus untuk meyakinkan audiens terhadap produk atau jasa yang sedang dijelaskan atau ditawarkan. Tidak menggunakan mimik wajah yang berlebihan agar tidak mengganggu perhatian audiens. Lebih pada intonasi yang digunakan dengan baik, agar informasi yang disampaikan komunikator tidak cenderung membosankan.

Akhir dari rangkaian pengabdian kepada masayarakat ini, ditutup dengan presensi kehadiran menggunakan barcode QR. Selain presensi, siswa/l melakukan penilaian secara langsung terhadap pemateri. Adapun umpan balik dari hasil pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat pada 8 November 2024 dari peserta pelatihan dengan indikator penilaian yaitu, edukatif, objektif, akuntabel, dan transparan.

Berikut penjelasan masing-masing indikator menurut Fensi (2023). Indikator edukatif merujuk pada manfaat dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat dan memenuhi kebutuhan peserta. Indikator objektif merujuk pada kesesuaian materi yang dibawakan pemateri dengan kebutuhan peserta. Indikator akuntabel merujuk pada bagaimana pemahaman peserta terhadap kejelasan materi yang dipaparkan oleh pemateri. Kemudian, indikator transparan merujuk pada penilaian pemateri, bagaimana pemateri mengikutsertakan peserta dalam kegiatan tersebut. Berikut hasil umpan balik pemateri

dari peserta;

Table 1. Umpan Balik Pemateri

Indikator	Tingkat Penilaian	Bobot
Edukatif	Tidak Setuju	0
	Setuju	33%
	Sangat Setuju	67%
Objektif	Tidak Setuju	0
	Setuju	50%
	Sangat Setuju	50%
Akuntable	Tidak Setuju	0
	Setuju	42%
	Sangat Setuju	58%
Transparasi	Tidak Setuju	0
	Setuju	50%
	Sangat Setuju	50%

KESIMPULAN

Rangkaian kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) dengan tema Penerapan Komunikasi Publik di SMK Santa Theresia, dengan metode teori, praktik, dan evaluasi yang dilakukan pemateri kepada siswa/l kelas X dan XI pada kompetensi keahlian pemandu wisata dan pengembangan perangkat lunak dan gim. Mulai dari pemaparan materi mengenai membuat naskah presentasi yang efektif, praktik menulis langsung naskah untuk pemandu wisata, serta lobi dan negosiasi untuk promosi website, diikuti dengan evaluasi naskah, dan praktik dalam presentasi naskah tersebut.

Tim PKM masih terus mendampingi dan memantau perkembangan siswa/l SMK Santa Theresia secara konsisten sebagai mitra pembelajaran *soft skill* bidang komunikasi publik yang efektif.

DAFTAR PUSTAKA

- Cangara, Hafied. (2014). Pengantar Ilmu Komunikasi. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- H. Madiistriyatno. (2023). Catatan Praktis Lobi & Nego untuk Bisnis (Edisi Revisi). Rajawali Press. Jakarta.
- Ruben, Brent D. Dan Lea P. Stewart (2014). Komunikasi dan Perilaku Manusia, Penerjemah Ibnu Hamad, PT RajaGrafindo Persada, Jakarta.
- A. Ardianto, G. F. Prisanto, I. Irwansyah, N. F. Ernungtyas, and S. Hidayanto. (2020). "Praktik Lobi dan Negosiasi oleh Legislator Sebagai Bentuk Komunikasi Politik," Komuniti J. Komun. dan Teknol. 12(1) 25–39. doi:10.23917/komuniti.v12i1.10009.
- Fensi, F. (2023). Pengabdian kepada Masyarakat: Penyuluhan tentang "*Citizen Journalism*" sebagai Ekspresi Sikap Demokrasi Kaum Muda. Jurnal Pengabdian dan Kewirausahaan, 7(2).
- Mucharam, A. (2022). Membangun Komunikasi Publik Yang Efektif. Jurnal UPI YAI.<https://journals.upiayai.ac.id/index.php/IKON/article/download/1830/1495/>
- Girsang, L. RM. (2018). Public Speaking sebagai bagian dari komunikasi efektif (kegiatan PKM di SMA Kristoforus 2, Jakarta Barat. JPK: Jurnal Pengabdian dan Kewirausahaan UBM. 2(2) 81-85. <http://dx.doi.org/10.30813/jpk.v2i2.1359>
- Setyawati, Sri Panca,, Kushayati, N., Umar, N., Sayekti, S.P., Lidyawati, A. (2023). Pelatihan Keterampilan Memandu Wisata bagi Karang Taruna di Wilayah Desa Wisata sebagai Upaya Pemberdayaan Masyarakat. Jurnal Bubungan Tinggi. 5(2). 854-862.
- Siswadi, G.A. 2020. Konsep dan Teknik Lobi dan Negosiasi. GCAINDO. (pp. 46- 62).https://www.researchgate.net/publication/377951565_KONSEP_DAN_TEKNIK_LOBI_DAN_NEGOSIASI
- Surianto, & Subandi, Z. E. (2024). Pelatihan Komunikasi Publik dalam Konteks Psikologi: Pengenalan Karakter Siswa-Siswi dan Guru SMA Cinta Kasih Tzu Chi. Jurnal Pendidikan Indonesia. 5(8). 450-457.
- Tinambunan, T. M., & Siahaan, C. (2022). Implementasi Teknik Lobi Dan Negosiasi Yang Efektif Dalam Melakukan Bisnis. MASSIVE: Jurnal Ilmu Komunikasi. 2(2). 55-67.