

Public Speaking Melalui Diplomasi Kesantunan Berbahasa Di Balatkop Pemprov Jawa Barat

Rosaria Mita Amalia^{1*}, Elvi Citraesmana², Nurul Hikmayaty Saefullah³

¹rosaria.mita.amalia@unpad.ac.id

^{1,2,3}Linguistik, Fakultas Ilmu Budaya

^{1,2,3}Universitas Padjadjaran

Received: 25 11 2018. Revised: 17 01 2019. Accepted: 29 08 2019

Abstract : many cooperation partners of the provincial government of West Java come from other countries that have different cultures with Indonesian or Sundanese. Language skills in the sphere of diplomacy associated with language politeness are needed here in order to make the goal of negotiation achieved and provide benefits to the people of West Java. Community Service Activities is conducted in public speaking training activities. This research uses a pragmatic approach. The theories used are a Pragmatic theory by Levinson (1983) and Speech situation theory by Leech (1993). This research applies a qualitative descriptive method in the social field especially language, communication, and international relations. The purpose of this activity is to provide knowledge and insight for the staff of the Bureau of Domestic and International Cooperation in West Java and also to improve their communication ability. The implementation of this activity received a positive response from the participants. They feel that this activity is very useful and provide insight and skills to speak more in public. This is very crucial for the lecturer and business agent in the Agency for Cooperatives and Entrepreneurship Training (Balatkop) of West Java Province. In addition, the benefit of conducting this Community Service Activity is a useful scientific empowerment for the community as well as the existence of article regarding this activity thus it becomes more extensive.

Keywords: Public speaking; Language politeness diplomacy; Bureau of Domestic and International Cooperation; Provincial government of West Java.

Abstrak: Mitra kerjasama Pemprov Jawa Barat tidak hanya mencakup institusi, namun pemerintah kota negara lain yang memiliki budaya yang berbeda dengan budaya Indonesia atau Sunda. Keterampilan berbahasa dalam lingkup diplomasi yang terkait dengan kesantunan berbahasa sangat diperlukan, sehingga tujuan negosiasi dapat tercapai dan memberi keuntungan terhadap masyarakat Jawa Barat. Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini dilakukan dalam kegiatan pelatihan *public speaking*. Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan pragmatik. Teori utama yang digunakan adalah teori Levinson (1983) mengenai ilmu pragmatik dan Leech (1993) mengenai situasi ujar. Metode yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dalam bidang sosial khususnya bahasa, komunikasi, dan hubungan internasional. Tujuan dari kegiatan ini adalah adanya penambahan ilmu dan wawasan bagi para pelaku usaha/wirausaha Jawa Barat sehingga

mampu meningkatkan kemampuan berkomunikasi. Pelaksanaan kegiatan ini mendapat respons yang positif dari peserta. Mereka merasa kegiatan ini sangat bermanfaat dan memberikan wawasan serta ketrampilan lebih berbicara di depan umum yang mereka rasakan sangat diperlukan bagi para widyaiswara dan pelaku bisnis di Badan Diklat Perkoperasian dan Wirausaha (Balatkop) Propinsi Jawa Barat. Selain itu manfaat bagi pelaksana kegiatan PKM ini adalah pemberdayaan keilmuan yang berguna bagi masyarakat serta adanya artikel mengenai kegiatan ini sehingga manfaat yang dirasakan akan lebih luas lagi.

Kata kunci: *Public speaking*; Diplomasi kesantunan berbahasa; Badan Diklat Perkoperasian dan Wirausaha (Balatkop) Propinsi Jawa Barat; Pemprov Jawa Barat.

ANALISIS SITUASI

Kemampuan berkomunikasi, terutama teknik berbicara di depan umum merupakan ketrampilan yang hendaknya dimiliki semua orang. Sebagai makhluk sosial yang selalu berhubungan dengan orang lain maka komunikasi adalah salah satu sarana untuk terkoneksi dengan orang lain di sekeliling kita. Teknik komunikasi digunakan supaya komunikasi antar manusia terjalin secara efektif. Pengertian teknik adalah suatu cara yang digunakan untuk melakukan sesuatu hal. Sedangkan pengertian komunikasi adalah penyampaian informasi dari komunikator ke komunikan melalui media tertentu. Maka pengertian teknik komunikasi adalah suatu cara yang digunakan dalam menyampaikan informasi dari komunikator ke komunikan dengan media tertentu.

Teknik komunikasi yang selama ini dikenal adalah teknik komunikasi terapeutik, teknik komunikasi efektif, dan teknik komunikasi persuasif. Di dalam nomenklatur Dinas Koperasi Pemprov Jawa-Barat, terdapat satu balai pelatihan Badan Diklat Perkoperasian dan Wirausaha (Balatkop) yang memiliki visi mewujudkan sumber daya manusia koperasi dan UMKM yang kompeten, produktif, profesional dan berdaya saing pada era globalisasi. Visi yang diemban institusi ini diwujudkan dalam program tahun ini yaitu berupa pembentukan 10.000 wirausaha baru (WUB) Jawa-Barat. Para WUB ini kemudian diberikan berbagai pelatihan koperasi dan UMKM serta kewirausahaan. Salah satu pelatihan yang kemudian diperlukan adalah kemampuan berkomunikasi terkait dengan kebutuhan untuk melakukan promosi dan presentasi produk terhadap calon pembeli maupun investor. Setakat ini kemampuan berkomunikasi menjadi ketrampilan yang sangat penting terutama untuk para widyaiswara dan para pengusaha. Widyaiswara adalah pemberi materi terhadap para wirausaha Jawa Barat sementara para wirausahawan memerlukan ketrampilan komunikasi di depan umum untuk kepentingan presentasi produk serta negosiasi terhadap para pemangku

kepentingan. Komunikasi yang bersifat persuasif dan efektif diperlukan ketika mereka sedang melakukan berbagai lobi dan negosiasi dalam proses kolaborasi dengan institusi mitra. Terkadang mitra kerjasama Pemprov tidak hanya mencakup institusi, namun pemerintah kota negara lain yang memiliki budaya yang berbeda dengan budaya Indonesia atau Sunda khususnya. Karena hal tersebut diperlukan ketrampilan berbahasa dalam lingkup diplomasi yang terkait dengan kesantunan berbahasa, sehingga tujuan negosiasi dapat tercapai dan memberi keuntungan terhadap masyarakat Jawa Barat.

Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan pragmatik. Levinson (1983:27) mendefinisikan pragmatik sebagai ilmu yang mempelajari mengenai deiksis, implikatur, presuposisi, tindak tutur, dan aspek-aspek yang terdapat di dalam struktur wacana (*"pragmatics is the study of deixis, implicature, presupposition, speech acts, and aspects of discourse structure"*). Berdasarkan kutipan tersebut, hubungan pragmatik dan tindak tutur sangat erat, karena tindak tutur merupakan pusat dari pragmatik. Parker dalam Wijana dan Rohmadi (2009:3-4) memberikan definisi pragmatik sebagai cabang ilmu bahasa yang mempelajari struktur bahasa secara eksternal, yaitu bagaimana satuan kebahasaan itu digunakan dalam komunikasi. Makna yang dikaji dalam pragmatik adalah maksud dari penutur (*speaker meaning*). Sejalan dengan yang dikemukakan oleh para ahli bahasa lainnya mengenai definisi pragmatik, Leech (1993) turut menyumbangkan pemikirannya dengan menyebutkan pragmatik sebagai studi tentang makna dalam hubungannya dengan situasi-situasi ujar (*speech situations*) yang meliputi unsur-unsur penyapa dan yang disapa, konteks, tujuan, tindak ilokusi, tuturan, waktu dan tempat. Dari berbagai pendapat para linguis mengenai definisi dari pragmatik, dapat disimpulkan bahwa pragmatik adalah kajian mengenai penggunaan bahasa dalam berkomunikasi, terutama hubungannya dengan konteks. Sehingga, artikel ini diberi judul *"Public Speaking melalui Diplomasi Kesantunan Berbahasa di Balatkop Pemprov Jawa-Barat"*. Tujuan dari kegiatan ini adalah adanya penambahan ilmu komunikasi di depan umum bagi para widyaiswara dan wirausaha Jawa Barat di Badan Diklat Perkoperasian dan Wirausaha (Balatkop) Propinsi Jawa Barat.

METODE PELAKSANAAN

Metode yang digunakan dalam kegiatan ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif dalam bidang sosial khususnya bahasa, komunikasi, dan hubungan internasional. Menurut Djajasudarma (1993:1), metode analisis deskriptif merupakan metode yang secara deskriptif dapat memberikan ciri-ciri, sifat-sifat dan gambaran data melalui pemilihan data, setelah data

terkumpul. Manfaat dari kegiatan ini berupa produk model strategi kesantunan berbahasa yang digunakan dalam konteks diplomasi.

Metode pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat ini adalah pelatihan. Pelatihan diberikan kepada para widyaiswara dan para pelaku wirausahawan (WUB) di Badan Diklat Perkoperasian dan Wirausaha (Balatkop) Propinsi Jawa Barat. Pelatihan di dalamnya terkandung penyampaian materi terlebih dahulu oleh pakar dalam bidang bahasa dan komunikasi.

Tahapan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat antara lain Survey dan Perizinan, Penyusunan Materi PKM, Pelaksanaan Kegiatan Pelatihan, dan Penyusunan Laporan Akhir. Tahapan kegiatan tersebut dilakukan oleh 3 (tiga) orang dosen dari Program Studi Sastra Inggris dan Sastra Perancis. Juga dibantu oleh 3 (tiga) orang mahasiswa dari Prodi Sastra Inggris dan 2 (dua) orang dari Prodi Perancis. Keterlibatan mahasiswa ini memiliki peran yang cukup signifikan terhadap keberhasilan dari pelaksanaan kegiatan, sekaligus memberikan pengalaman dan penambahan wawasan terhadap para peserta. Indikator keberhasilan kegiatan yaitu Komunikasi para pelaku usaha di Badan Diklat Perkoperasian dan Wirausaha (Balatkop) Propinsi Jawa Barat sebelum dan setelah kegiatan.

HASIL DAN LUARAN

Hasil kegiatan ini adalah telah beberapa kali diadakannya pertemuan untuk membahas materi kegiatan dan waktu pelaksanaan dengan Kepala Badan Diklat dan Perkoperasian dan Wirausaha Propinsi Jawa-Barat. Mengenai materi, tercapailah kesepakatan bahwa materi yang diberikan adalah mengenai *effective public speaking* dan bagaimana melakukan promosi produk. Materi *effective public speaking* meliputi; (1) *Aspect: Preparation, Practice by recording you speech and timing yourself.* (2) *Audience : Engage with Them, Know Them, dan Win Them.* (3) *Structure: Your presentation, Your Material.* (4) *Appearance.* (5) *Speech and voice* dan (6) *body gesture.*

Hasil berikutnya adalah praktik cara mempromosikan sebuah produk. Produk yang dipromosikan disini adalah Wrag. Food Company yaitu perusahaan yang melestarikan makanan tradisional indonesia dengan menggabungkan bahan makanan seperti roti, keju dan susu. Salah satu makanannya adalah Lotek or *Indonesian Salad* yang disajikan dengan keju sehingga adanya perpaduan baru antara makanan tradisional dan modern. Ada juga Martabak yang dikombinasikan dengan keju, susu, kacang, atau *green tea*, dan *red velvet*. Hal yang harus diperhatikan dalam mempromosikan sebuah produk adalah sebagai berikut: (1)

mendesain logo produk atau perusahaan dengan kreatif dari segi bentuk, warna, dan jenis tulisan yang digunakan. (2) Gunakan kata yang hiperbola seperti kata dalam bahasa Inggris: *the biggest company, the newest product*. (3) tampilkan gambar produk (makanan, minuman, benda) dengan sangat menarik. Foto makanan biasanya menggunakan warna yang lebih kontras seperti hijau, merah, atau kuning agar makanan terlihat lebih menggugah selera. (4) jelaskan apa keunikan dari produk tersebut dibandingkan dengan produk lainnya yang pernah ada. (5) cantumkan harga yang bersaing. (6) bagikan di media sosial seperti *instagram, twitter, facebook*, dan *youtube* untuk menarik audiens memesan barang tersebut.

Cara Pelaksanaan kegiatan telah dilakukan pada bulan Oktober 2017, minggu ke 3 (tiga). Pelatihan dilakukan dalam dua tahap dengan pembagian tahap awal berupa pelatihan dalam bahasa Inggris dan tahap kedua pelatihan dengan bahasa Perancis. Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini dilakukan dalam kegiatan pelatihan *public speaking*. Dilihat dari indikator keberhasilan komunikasi para pelaku usaha di Badan Diklat Perkoperasian dan Wirausaha (Balatkop) Propinsi Jawa Barat sebelum kegiatan yaitu bersifat stagnan, kaku, dan cenderung menggunakan jenis tindak tutur deskriptif. Sedangkan, pencapaian setelah kegiatan adalah Komunikasi para pelaku usaha di Badan Diklat Perkoperasian dan Wirausaha (Balatkop) Propinsi Jawa Barat menjadi lebih efektif, persuasif, dan menggunakan jenis tindak tutur yang beragam.



Gambar 1: pemateri



Gambar 2: Pemateri



Gambar 3: kegiatan pelatihan



Gambar 4: materi Public Speaking



"Great public speakers are made, not born"

Gambar 5: Materi Public Speaking

Aspect: Preparation

- The Homework: know your topic!
- The Materials: accuracy!
- The Outline: create one!



Gambar 6: Materi Public Speaking



Gambar 7: Materi Promosi Produk Gambar 8: contoh promosi produk

“one of our coming soon product is Lotek or Indonesian Salad. Lotek is a traditional Indonesian salad; it is commonly combination of raw and lightly cooked vegetables, served with peanut sauce. In additional, lotek is commonly served mixed with chopped lontong or ketupat (glutinous rice cake), or with steamed rice served separately. It is nearly always served with kerupuk (crackers).”

SIMPULAN

Pelaksanaan kegiatan ini mendapat respons yang positif dari peserta. Mereka merasa kegiatan ini sangat bermanfaat dan memberikan wawasan serta ketrampilan lebih berbicara di depan umum yang mereka rasakan sangat diperlukan bagi para widyaiswara dan pelaku bisnis di Badan Diklat Perkoperasian dan Wirausaha (Balatkop) Propinsi Jawa Barat. Selain itu manfaat bagi pelaksana kegiatan PKM ini adalah pemberdayaan keilmuan yang berguna bagi masyarakat serta adanya artikel mengenai kegiatan ini sehingga manfaat yang dirasakan akan lebih luas lagi.

Sejalan dengan permintaan mengadakan pelatihan dengan materi yang berbeda, maka kegiatan ini dapat terus dilakukan secara kontinyu dengan jenis pelatihan yang berbeda sehingga akan memberikan manfaat yang berkesinambungan bagi kedua instansi.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada Rektor Universitas Padjadjaran, Direktur Riset, Pengabdian, dan Inovasi Unpad, Dekan Fakultas Ilmu Budaya Unpad dan semua pihak yang telah membantu dalam proses penelitian ini.

DAFTAR RUJUKAN

Djadjasudarma, Fatimah. 1993. *Metode Linguistik: Ancangan Metode Penelitian dan Kajian*. Jakarta: Refika Aditama.

- Leech, Geoffrey. 1993. *Principles of Pragmatics*. London: Longman.
- Levinson, S.C. 1983. *Pragmatics*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Purwanto, Djoko. 2011. *Komunikasi Bisnis*. Penerbit Erlangga.
- Soemirat, Soleh, dkk. 1999. *Komunikasi Persuasif*. Jakarta: Universitas Terbuka
- Wijana, I.D.P, Rohmadi, M. 2009. *Analisis Wacana Pragmatik: Kajian Teori dan Analisis*.
Surakarta: Yuma Pustaka.
- <http://library.binus.ac.id/eColls/eThesisdok/Bab2/2012-2-00827-HM%20Bab2001.pdf>