

Makna *Public Speaking* pada Anggota Toastmasters The Meaning of Public Speaking on Toastmasters Members

¹ Kemalia Witna Sari, ²Tresna Wiwitan

^{1,2}*Prodi Ilmu Hubungan Masyarakat, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung,
Jl. Tamansari No.1 Bandung 40116*

email: ¹Kemalia18@gmail.com, ²Tresna@unisba.ac.id

Abstract. Public Speaking is a skill that is very important for everyone. The ability to speak in public is a skill so that the ability to do Public Speaking can be obtained by training, experience and practice. An interesting phenomenon in this case is that when everyone makes Public Speaking a scary thing to do, there are a few people who think otherwise, they think that Public Speaking is a very pleasant thing. This is because they have entered the Public Speaking community which focuses on Public Speaking training, which is located in Maranatha toastmasters Bandung. This makes each individual who follows toastmasters have experience, different knowledge in conducting and interpreting Public Speaking activities. From there, researchers were interested in examining the meaning of Public Speaking for members of Maranatha toastmasters in Bandung. The purpose of this study was to determine and analyze: 1) the meaning of toastmasters members of Public Speaking, 2) Public Speaking motives in Toastmasters members, 3) Public Speaking experiences for Maranatha Toastmasters Members 4) obstacles and challenges experienced by toastmaster members when conducting Public Speaking. This research is a qualitative study with a phenomenological approach. The theories used are Phenomenology Theory (Alfred Shutz) and Self Presentation Theory (George Herbert Mead). There were 5 informants in this study who were active members of the toastmasters community. The results of this study that the meaning of Public Speaking on toastmasters members is divided into five, which are disseminating messages / ideas, confidence, communicative, relationships, and career success. The motives that encourage toastmasters to do Public Speaking are divided into two motives, namely the motive "Because" (because motives), namely the lack of confidence to speak in front of many, the need for public speaking skills, hobbies and "For" motives (in order to motives) that is to make the profession, practice communication skills, train bingkis. experience before and after they enter toastmasters and experience grief when doing public speaking. factor before doing public speaking was felt because of lack of confidence, nervous and afraid to do public speaking. Whereas after joining the toastmasters community, all informants felt more confident, more friends, and more structured when speaking. The experience enjoyed by informants is that it can motivate many people, can share knowledge, get lots of friends and can take part in public speaking contests. While the grief experience is when when doing public speaking, the audience is indifferent and does not pay attention, and the obstacles and challenges experienced by each member in Public Speaking are when they will speak in front and see there are more professionals and more experience.

Keywords: Meanings, Phenomenology Theory, Self Presentation Theory, Public Speaking, Community, Toastmasters.

Abstrak. *Public Speaking* adalah kemampuan yang sangat penting dimiliki oleh setiap orang. Kemampuan dalam berbicara di depan umum ini merupakan sebuah keterampilan sehingga kemampuan dalam melakukan *Public Speaking* bisa didapatkan dengan cara latihan, pengalaman, dan praktek. Fenomena yang menarik dalam hal ini yaitu disaat semua orang menjadikan *Public Speaking* suatu hal yang menakutkan untuk dilakukan namun ada segelintir orang yang menganggap sebaliknya yaitu mereka beranggapan bahwa *Public Speaking* merupakan hal yang sangat menyenangkan. Hal itu dikarenakan mereka telah masuk komunitas *Public Speaking* yang fokus kepada pelatihan *Public Speaking* yaitu berada di maranatha toastmasters Bandung. Hal ini membuat setiap individu yang mengikuti toastmasters memiliki pengalaman, pengetahuan yang berbeda dalam melakukan dan memaknai kegiatan *Public Speaking*. Dari situlah peneliti tertarik untuk meneliti makna *Public Speaking* pada anggota toastmasters maranatha Bandung. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis: 1) makna *Public Speaking* bagi anggota toastmasters, 2) motif *Public Speaking* dalam anggota Toastmasters, 3) pengalaman *Public Speaking* pada Anggota Maranatha Toastmasters 4) hambatan dan tantangan yang dialami anggota toastmaster saat melakukan *Public Speaking*. Penelitian ini merupakan penelitian Kualitatif dengan pendekatan Fenomenologi. Teori yang digunakan adalah Teori Fenomenologi (Alfred Shutz) dan Teori Presentasi Diri (George Herbert Mead). Informan dalam penelitian ini ada 5 orang yang merupakan anggota aktif dari komunitas toastmasters. Hasil dari penelitian ini bahwa makna *Public*

Speaking pada anggota toastmasters dibagi menjadi lima yaitu menyebarkan pesan /gagasan, percaya diri, komunikatif, relasi, dan keberhasilan dalam karier. Motif yang mendorong anggota toastmasters untuk melakukan *Public Speaking* terbagi menjadi dua motif, yaitu motif “Karena” (*because motives*) yaitu Kurangnya rasa percaya diri untuk berbicara di depan banyak, perlunya skill *public speaking*, hobi dan motif “Untuk” (*in order to motives*) yaitu menjadikan profesi, melatih skill komunikasi, melatih b.inggris. pengalaman pengalaman sebelum dan sesudah mereka masuk toastmasters serta pengalaman suka duka saat melakukan *public speaking*. factor sebelum melakukan *public speaking* dirasa karena kurang rasa percaya diri, grogi dan takut untuk melakukan *public speaking*. Sedangkan setelah mengikuti komunitas toastmasters yang dirasakan oleh seluruh informan yaitu merasa lebih percaya diri, lebih banyak teman, dan saat berbicarapun lebih terstruktur. Pengalaman suka yang didapatkan oleh informan yaitu dapat memberikan motivasi kepada banyak orang, dapat berbagi pengetahuan, mendapatkan banyak teman dan bisa mengikuti kontes *public speaking*. Sedangkan pengalaman duka yaitu apabila saat melakukan *public speaking* audiens acuh dan tidak memperhatikan., dan hambatan serta tantangan yang dialami oleh setiap anggota dalam melakukan *Public Speaking* yaitu apabila akan berbicara di depan dan melihat ada yang lebih profesional dan lebih banyak pengalamannya.

Kata Kunci : Makna, Teori Fenomenologi, Teori Presentasi Diri, *Public Speaking*, Komunitas, Toastmasters.

A. Pendahuluan

Toastmasters adalah sebuah organisasi non profit yang bergerak di bidang komunikasi dan kepemimpinan. Didirikan oleh Ralph C. Smedley di Santa Ana, California pada tahun 1924. Sekarang organisasi ini telah berkembang di 126 negara dengan jumlah member sekitar 313.000 orang.¹ Di Indonesia sendiri pusat klub ini ada di Jakarta, namun saat ini Toastmasters tersebar di berbagai kota besar di Indonesia termasuk Kota Bandung. Toastmasters pertama berdiri di kota Bandung berada di Universitas Maranatha di jalan Surya Sumantri no 65. Klub ini telah berdiri sejak tahun 2003 dan hingga sekarang masih aktif. *Survey National Association of Colleges and Employee (NACE, 2002)* dalam Elfindri dkk (2011: 156) memaparkan 19 kemampuan yang diperlukan di pasar kerja, kemampuan yang diperlukan. Di urutan pertama kemampuan yang paling besar nilainya adalah kemampuan komunikasi yang mendapatkan nilai tertinggi yaitu 4,69. Survei tersebut memperlihatkan bahwa memiliki kemampuan atau *soft skill* dalam berkomunikasi adalah skor tertinggi untuk memiliki pekerjaan. Karena, jika *hard skill* saja yang dimiliki maka akan tersingkir oleh yang memiliki *soft skill*.

Kemampuan *public speaking* bukan hanya dibutuhkan oleh seseorang yang ingin menjadi seorang pembicara, dosen, Motivator ataupun MC. Tetapi, pada dasarnya semua profesi pasti membutuhkan *public speaking*. Yang dimana seseorang akan langsung berhadapan dengan komunikan yang berbeda-beda. Kemampuan dalam melakukan *public speaking* pun harus sering dilatih agar seseorang dapat terbiasa untuk berbicara di depan umum. Tetapi, kebanyakan orang masih banyak yang menyepelkan hal ini. Karena, seseorang tersebut merasa tidak perlu untuk mempunyai kemampuan dalam *public speaking*. Sehingga ia tidak perlu susah payah untuk berlatih dan mengikuti pelatihan mengenai *public speaking*. Dari penjelasan yang telah diuraikan diatas, peneliti melihat adanya kesenjangan antara harapan dengan kenyataan (*das sein* dengan *das sollen*). *Public speaking* adalah kemampuan yang sangat di perlukan oleh setiap individu untuk meraih kesuksesan. Tidak dipungkiri masih banyak yang beranggapan bahwa *skill* ini hanya diperuntukan untuk segelintir orang saja. Peneliti melihat adanya fenomena dari klub Toastmasters yang

¹ David Pranata. 2015. “Satu Organisasi yang Mampu Merubah Hidup Anda”. <http://david-pranata.com/satu-organisasi-yang-mampu-mengubah-hidup-anda/>. Diakses Tanggal 14 Maret 2018, Pkl. 20.00 WIB

dimana anggotanya merupakan orang-orang yang memiliki *background* yang berbeda-beda, yang sebetulnya tidak dituntut untuk mempunyai *skill public speaking* dalam kesehariannya. Namun, ia tetap berada di komunitas *public speaking* ini hingga bertahun-tahun lamanya. Maka dari itu peneliti ingin mengetahui pengalaman yang ia dapatkan di komunitas *public speaking* Toastmaster, dan apa yang menjadi motif mereka sampai mereka bisa bertahan sampai saat ini. Sehingga peneliti mengetahui makna *public speaking* bagi para anggota Toastmasters.

Adapun tujuan dari penelitian ini agar mencapai hasil yang optimal adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui makna public speaking pada anggota maranatha toastmasters.
2. Untuk mengetahui motif public speaking pada anggota maranatha toastmasters.
3. Untuk mengetahui pengalaman public speaking pada anggota toastmasters.
4. Untuk mengetahui hambatan dan tantangan yang dialami anggota maranatha toastmasters saat melakukan public speaking.

A. Landasan Teori

Teori Fenomenologi

Istilah Fenomenologi dalam bahasa Yunani disebut dengan *phainomenon* yang berarti “apa yang tampak” dan logos yang berarti studi. Sedangkan, istilah fenomenologi dalam bahasa Latin disebut dengan *phenomenologia* yang dikenalkan oleh Christoph Friedrich Oetinger (1736). Fenomenologi merupakan salah satu model penelitian kualitatif yang dikembangkan oleh seorang ilmuwan Eropa bernama Edmund Husserl pada abad ke-20 (sekitar tahun 1935-an).

Studi fenomenologi merupakan studi yang berusaha mencari “esensi” makna dari suatu Fenomena yang dialami oleh beberapa individu. Fenomenologi berusaha mencari pemahaman bagaimana manusia mengkonstruksi makna dan konsep penting dalam kerangka intersubektivitas (pemahaman kita mengenai dunia dibentuk oleh hubungan kita dengan orang lain). (Kuswarno,2009:2)

Maka dari itu, Fenomenologi merupakan cara yang digunakan manusia untuk memahami dunia melalui pengalaman langsung. Fenomenologi membuat pengalaman nyata sebagai data pokok sebuah realitas yang kemudian berupaya untuk mengungkap bagaimana anggota masyarakat menggambarkan dunia sehari-harinya terutama bagaimana individu dengan kesadarannya membangun makna dari hasil interaksi dengan individu lain (Ardianto, 2010:146). Fenomena yang tampak adalah refleksi dari realitas yang tidak dapat berdiri sendiri, karena ia memiliki makna yang memerlukan penafsiran yang lebih lanjut. Tokoh-tokoh fenomenologi ini diantaranya Edmund Husserl, Alfred Schutz dan Peter. L Berger dan lainnya.

Dalam penelitian ini, yang digunakan adalah teori fenomenologi dari filosofi Husserl (1859-1938), sementara dasar penerapannya bersumber dari Alfred Schutz (1899-1959). Husserl memosisikan individu dalam dunia kehidupan yang unik, atau *Lebenswelt*, yang terdiri dari objek, orang-orang, tindakan, dan lembaga. Dunia kehidupan ini merupakan pengalaman subjektif terhadap setiap orang mengenai kehidupan sehari-hari mereka. Pengalaman subjektif tersebut merupakan realitas sosial mereka, dan ini menentukan makna-makna yang diberikan terhadap tindakannya sendiri maupun tindakan orang lain.

Schutz mengklaim bahwa individu, tanpa mempertanyakan lagi, menerima bahwa orang lain juga memiliki perspektif yang sama mengenai hal-hal esensial dalam dunianya sehari – hari. Oleh karena itu dalam berkomunikasi dengan orang lain. Kita

beroperasi pada gagasan bahwa “jika Anda akan bertukar tempat dengan saya, maka Anda akan melihat situasi dengan cara yang sama seperti saya, dan sebaliknya” (Lindlof, 1995:33). Schutz berpendapat bahwa dalam setiap situasi, individu menerapkan semacam “stok pengetahuan (*stock of knowledge*)” yang membantu individu untuk memahami fenomena yang dihadapi. Pengetahuan ini terdiri dari fakta-fakta. Kepercayaan-kepercayaan, keinginan-keinginan, dan peraturan-peraturan yang telah di pelajari baik dari pengalaman pribadi maupun dari pengetahuan umum yang tersedia dalam dunia tempat individu berada.

Bagi Schutz setiap individu berinteraksi dengan dunia menggunakan ‘bekal pengetahuan’ yang terdiri atas konstruk-konstruk dan kategori-kategori ‘umum’ yang pada dasarnya memiliki sifat sosial. Citra, teori, gagasan, nilai, dan sikap tersebut diterapkan pada berbagai aspek pengalaman sehingga menjadikan bermakna. Bekal pengetahuan adalah satu-satunya sumber yang memungkinkan setiap individu untuk menginterpretasi pengalaman, memahami maksud dan motivasi individu lain, memperoleh pengalaman intersubjektif, dan pada akhirnya mengupayakan tindakan. (Denzin dan Lincoln, 2009:336).

Dalam konteks fenomenologi, anggota komunitas Toastmasters Maranatha, yang melakukan suatu tindakan, dalam hal ini *public speaking*. Mengikuti pemikiran yang telah dipaparkan diatas, pengertian dan pemahaman dari masing-masing anggota Toastmasters mengenai *public speaking*. Para anggota Toastmaster memiliki pengalaman maksud dan motivasi, serta memperoleh pengalaman, sehingga mereka dapat melaksanakan kegiatan *public speaking*. Masing-masing anggota mungkin memiliki motif yang berorientasi kemasa depan.

B. Teori Presentasi Diri

Pemikiran tentang presentasi diri, salah satunya dikembangkan oleh Sosiolog Erving Goffman untuk menjelaskan interaksi sosial antarindividu, dalam karya besarnya *the Presentation of Self in Everyday Life* (1959). Di dalam buku ini, Goffman membuat metafora kehidupan sosial sebagai panggung pertunjukan. Menurut Goffman, dunia ini bagaikan proses pertunjukan atau drama di depan khalayak. Goffman fokus pada interaksi sosial di mana setiap orang berkeinginan untuk menampilkan gambaran dirinya atau konsep dirinya di depan orang lain. Pemikiran Goffman ini sangat dipengaruhi oleh teori-teori sosial lain, seperti interaksi simbolis. Saat ini berinteraksi, individu berupaya mengelola kesan tertentu saat mempresentasikan diri di mata khalayaknya. Sama seperti interaksi simbolis, makna bukan warisan budaya, bukan hasil sosialisasi, dan bukan tersimpan dalam struktur sosial. Melainkan makna terbentuk dari interaksi sosial, bersifat (*impression management*) menyebut, bahwa dalam interaksi sosial setiap individu berupaya menampilkan gambaran dirinya atau konsep dirinya di depan orang lain. Upaya ini disebut manajemen impresi, yaitu individu secara sengaja menggunakan komunikasi untuk menciptakan impresi yang diinginkan dari orang terhadapnya (Johansson, 2007). Karena manajemen impresi terkait cara mempresentasikan diri, maka Rosenfeld, Giacalone & Riordan (1994) menyebut sebagai teori presentasi diri. Dalam interaksi dengan orang lain, individu menggunakan komunikasi untuk mengelola impresi orang lain terhadap diri individu tersebut (Goffman, 1959). Komunikasi yang digunakan ini, menurut Goffman, dibagi dalam dua bagian: bagian yang secara relative mudah bagi individu untuk mengelola dan memanipulasinya, yaitu komunikasi verbal; dan bagian yang relatif lebih sering terjadi di luar kesadaran atau tidak disengaja sehingga sulit dikontrol, yaitu komunikasi nonverbal. Komunikasi biasanya melakukan cek dan membandingkan perilaku verbal (apa yang diucapkan) dan perilaku nonverbal

(misalnya gerakan tubuh). Akibatnya, muncul situasi asimetris dalam proses komunikasi verbal, sementara orang lain (komunikasikan) dapat menangkap pesan verbal dan nonverbal (Goffman, 1959).

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Berdasarkan hasil wawancara dengan seluruh informan yang terdiri dari 5 orang yang merupakan members aktif dari komunitas *public speaking* Toastmasters. Berdasarkan hasil wawancara dengan para informan yang telah dipaparkan pada temuan penelitian. Para informan memiliki pendapat yang sama memaknai *public speaking* sebagai *skill* yang harus dimiliki siapapun dengan profesi apapun karena kemampuan tersebut selain dapat memberikan rasa percaya diri kemampuan *public speaking* juga dapat memberikan kesuksesan dalam karier. Bila ditinjau dari pengertian *public speaking*, makna tersebut mengacu bagaimana peran *public speaking* mempengaruhi di kehidupan sehari-hari dan didalam profesi. Y.S. Gunadi (2004:91) dalam Himpunan Istilah Komunikasi menyatakan bahwa *public speaking* adalah komunikasi yang dilakukan secara lisan mengenai suatu hal atau topik di hadapan banyak orang dengan tujuan mempengaruhi, mengajak, mendidik, mengubah opini, memberikan penjelasan, dan memberikan informasi kepada masyarakat di tempat tertentu.

Dari pernyataan yang diungkapkan oleh seluruh informan, dapat disimpulkan bahwa anggota Maranatha Toastmasters menyadari pentingnya *skill* komunikasi. Mengingat *public speaking* merupakan *skill* yang harus seseorang asah yang dimana *public speaking* adalah kemampuan seseorang untuk berbicara didepan umum dengan benar sehingga pesan dapat dengan jelas tersampaikan. Dengan adanya pemahaman mengenai *public speaking* ini, para anggota dari komunitas Toastmasters akan lebih mengetahui teknik-teknik apa saja yang harus dilakukan saat melakukan *public speaking*. Dengan adanya pemahaman mengenai teknik yang harus dilakukan saat melakukan *public speaking* diharapkan mereka dapat melakukan *public speaking* dengan benar.

Salah satu tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui motif para anggota Maranatha Toastmasters dalam melakukan kegiatan *public speaking*. Motif merupakan penyebab seseorang dalam bertindak atas apa yang mereka kerjakan. Motif mendorong seorang individu untuk memutuskan sikap dan perilakunya sehingga motif menjadi hal yang penting sebagai dasar dalam mengambil suatu tindakan. Motif sebagai pengertian yang melingkupi segala aspek dan unsur penggerak, alasan, atau dorongan yang timbul dari diri seorang individu untuk bertindak dan melakukan sesuatu. Semua tingkah laku tersebut terjadi dengan sendirinya secara spontan. Motif yang dimiliki seseorang dapat bekerja secara spontan maupun secara terstruktur. Motif yang dimiliki seseorang individu didapatkan secara sadar maupun secara tidak sadar. Pengertian motif sendiri adalah hal yang mencakup pergerakan, keinginan, rangsangan, hasrat, pembangkit tenaga, alasan, dan dorongan dalam diri manusia yang menyebabkan ia berbuat sesuatu. Dengan kata lain, motif adalah energi dasar yang terdapat dalam diri individu dan menentukan perilaku. (Sunaryo, 2004:135). Dapat dilihat dorongan atau motif pada setiap anggota Maranatha Toastmasters memiliki hal yang berbeda – beda. Karena sesuai dengan apa yang diinginkan pada setiap diri individu masing-masing. Walaupun begitu ada kesamaan motif yang dimiliki oleh para anggota dalam melakukan *public speaking* di Toastmasters yaitu untuk mendapatkan kepercayaan diri dan meningkatkan *skill public speaking*.

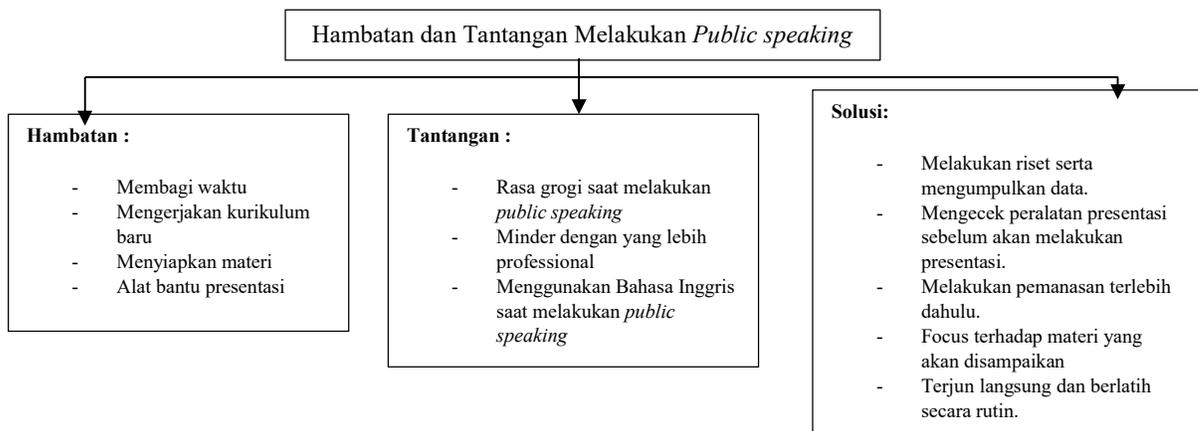
Fenomenologi menyediakan pemahaman yang mendalam tentang fenomena sebagaimana yang dialami oleh beberapa individu. Mengetahui pengalaman yang sama

sangat penting dan bermanfaat bagi kelompok. Tujuan utama dari fenomenologi adalah untuk mereduksi pengalaman individu pada fenomena menjadi deskripsi tentang esensi atau intisari universal. (Creswell,2015:105). Dalam pengertian sederhana, sesungguhnya kita pada waktu-waktu tertentu mempraktikkan fenomenologi dalam keseharian hidup kita. Kita mengamati fenomena, kita membuka diri, kita membiarkan fenomena itu tampak pada kita, lalu kita memahaminya. Kita memahaminya dalam perspektif fenomena itu sendiri, bagaimana ia “bercerita” kepada kita. (Hasbiansyah, 2005:163)

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan mereka mengungkapkan pengalaman suka dan duka selama melakukan *public speaking*. Pengalaman suka adalah saat dimana para informan merasa senang karna mendapatkan peningkatan dalam *skill* komunikasinya serta dapat memberikan dampak yang positif bagi dirinya maupun orang lain. Pengalaman duka adalah saat para informan melakukan *public speaking* tetapi tidak ada yang memperhatikan. Dalam melakukan *public speaking* tentunya para informan mempersiapkan dirinya secara maksimal dari mulai materi, pakaian yang digunakan dan cara berbicara didepan hal tersebut dilakukan untuk merepresentasikan dirinya didepan orang banyak agar terlihat baik. Hal ini sangat berkaitan dengan teori *impression management* atau teori presentasi diri dari erving gofman yang menjelaskan interaksi sosial antara individu bahwa interaksi sosial setiap individu berupaya menampilkan gambaran dirinya di depan orang lain upaya ini disebut manajemen impresi. (Kriyantono,2017:220)

Hasil yang didapatkan peneliti dalam penuturan yang diungkapkan oleh para informan adalah *public speaking* yang dilakukan oleh seluruh informan dapat menambah pengetahuan, kepercayaan diri, dan relasi. Interaksi yang dilakukan didalam komunitas ini membuat para informan mempunyai banyak teman dari semua kalangan dan profesi yang berbeda-beda. Dengan melakukan *public speaking* para informan mendapatkan pengetahuan yang baru karena setiap materi yang akan disampaikan kepada audiens mereka pahami dulu secara mendalam sehingga mereka dapat menyampaikannya lagi secara jelas. Adanya proses interaksi dengan setiap anggota serta para audiens saat mereka melakukan *public speaking* menyebabkan pengetahuan yang dimiliki dapat lebih luas. Pengalaman yang dialami oleh seluruh informan tentunya berbeda-beda namun seluruh informan mengungkapkan memiliki suka yang sama saat melakukan *public speaking*.

Terkait dengan hambatan dan tantangan, untuk lebih jelasnya peneliti menarik focus pernyataan dari setiap pernyataan yang diungkapkan dari seluruh informan sebagai berikut:



Gambar 1. Bagan Hambatan dan Tantangan Melakukan *Public speaking*

D. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai makna *public speaking* pada anggota Toastmasters Bandung yang dilakukan oleh seluruh informan yaitu Bu Harumi, Bu Yenni, Bu Teresa, Pak Yusuf, dan Mas Fajar. Dapat dilihat bahwa setiap anggota membangun makna *public speaking* berdasarkan pemahaman, pengalaman, dan motif yang mereka miliki. Sehingga apa yang mereka dapatkan dari pengalamannya di masa lalu maupun masa sekarang itulah yang dapat membentuk pemahaman mengenai makna *public speaking* pada diri masing-masing. Sehingga peneliti dapat mengambil simpulan sebagai berikut :

1. Makna *public speaking* bagi anggota Toastmasters dapat disimpulkan bahwa makna *public speaking* bagi anggota toastmasters dibagi menjadi lima jenis yaitu *public speaking* sebagai penyebaran pesan/gagasan, kepercayaan diri, komunikatif, relasi, dan keberhasilan dalam karier.
2. Motif yang mendorong anggota Toastmasters terbagi menjadi dua motif, yaitu motif “Karena” (*because motives*) dan motif “Untuk” (*in order to motives*). Dari hasil penelitian motif “karena” adalah kurangnya rasa percaya diri untuk berbicara di depan banyak orang, perlunya *skill public speaking*, dan hobi. Sedangkan motif “untuk” adalah melatih *skill* komunikasi terutama *public speaking*, melatih berbahasa Inggris, dan untuk dijadikan sebuah profesi. Dengan motif tersebut dapat dipahami yang dimiliki setiap individu dapat menentukan apa yang akan dicari dan apa yang akan didapatkan saat melakukan *public speaking*.
3. Pengalaman yang diungkapkan dalam penelitian ini menggambarkan pengalaman sebelum dan sesudah mereka masuk toastmasters serta pengalaman suka duka saat melakukan *public speaking*. Faktor sebelum melakukan *public speaking* dirasa karena kurang rasa percaya diri, grogi dan takut untuk melakukan *public speaking*. Sedangkan setelah mengikuti komunitas toastmasters yang dirasakan oleh seluruh informan yaitu merasa lebih percaya diri, lebih banyak teman, dan saat berbicarapun lebih terstruktur. Pengalaman suka yang didapatkan oleh informan yaitu dapat memberikan motivasi kepada banyak orang, dapat berbagi pengetahuan, mendapatkan banyak teman dan bisa mengikuti kontes *public speaking*. Sedangkan pengalaman duka yaitu apabila saat melakukan *public speaking* audiens acuh dan tidak memperhatikan.

E. Saran

1. Dari hasil penelitian yang ditulis peneliti menggunakan beberapa teori disarankan bagi peneliti selanjutnya untuk dapat lebih menggali mengenai teori-teori yang berkaitan dengan fenomenologi dan presentasi diri. Serta metode penelitian dan teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan studi fenomenologi. Oleh karenanya bagi yang akan melakukan penelitian menggunakan objek penelitian yang sama diharapkan untuk menggunakan metode dan teknik pengumpulan data yang berbeda.
2. Diharapkan penelitian ini dapat menambah dan memperkaya wawasan pembacanya mengenai *public speaking*.

Daftar Pustaka

Elfindri, dkk. 2011. *Soft Skills untuk Pendidik*. Jakarta: Baduose Media.

- Kuswarno, Engkus. , 2009. *Metode Penelitian Komunikasi : Fenomenologi, Konsepsi, Pedoman dan Contoh Penelitiannya*, Widya Padjajaran, Perpustakaan Pusat UII
- Ardianto, Elvinaro. 2010. *Metodologi Penelitian Untuk Public Relations Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung : Simbiosis Rekatama Media.
- Kriyantono, Rachmat.2017. *Teori-Teori Public Relations Perspektif Barat dan Lokal: Aplikasi Penelitian dan Praktik*. Jakarta: Kencana.
- Sunaryo. 2004. *Psikologi Untuk Keperawatan*. Jakarta:EGC.
- Creswell, John W. 2015. *Penelitian Kualitatif & Desain Riset*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.

Jurnal :

- Hasbiansyah,O. Pendekatan Fenomenologi: Pengantar Praktik Penelitian dalam Ilmu Sosial dan Komunikasi. Terakreditasi Dirjen Dikti SK No.56/DIKTI/Kep/2005.