

## Peningkatan Keterampilan Komunikasi Kelompok Informasi Masyarakat untuk Pengembangan Desa Wisata Dewi Sambi

Habib Muhsin <sup>1\*</sup>, Fadjarini Sulistyowati <sup>2</sup>, Irsasri <sup>3</sup>, Ade Chandra <sup>4</sup>, Irvan Riyadi L <sup>5</sup>  
1,2,3,4,5) Program Studi Ilmu Komunikasi, Sekolah Tinggi Pembangunan Masyarakat Desa APMD, Yogyakarta  
\*e-mail: [habibmuhsin17@gmail.com](mailto:habibmuhsin17@gmail.com)

### ABSTRAK

Desa wisata diharapkan dapat mengubah dan meningkatkan citra daerah menjadi tujuan yang berdaya guna, berhasil guna, dan handal. Untuk mengembangkan SDM agar mampu mengelola desa wisata Dewi Sambi, diperlukan peningkatan keterampilan komunikasi. Kegiatan pengabdian Prodi Ilmu Komunikasi STPMD "APMD" melibatkan pelatihan keterampilan komunikasi kepada anggota Kelompok Informasi Masyarakat (KIM), yang berisikan anak-anak muda, sehingga mereka dapat menata, mengelola, dan mengoptimalkan informasi kepada masyarakat luas. Pengabdian ini bertujuan: 1) mendampingi KIM untuk meningkatkan keterampilan komunikasi, khususnya kemampuan berbicara di depan umum; 2) melatih penyusunan pesan tertulis (berita) terkait info wisata maupun program-program desa; dan 3) melatih keterampilan dalam mengelola media untuk mempromosikan obyek wisata Sambirejo. Metode yang digunakan meliputi observasi lapangan, ceramah, diskusi, praktik, dan pendampingan. Sasaran pengabdian adalah 30 anggota KIM di Kalurahan Sambirejo. Kegiatan ini dilakukan selama bulan April 2024 dalam bentuk pelatihan peningkatan keterampilan komunikasi. Materi pelatihan meliputi teknik public speaking, kemampuan menulis berita, dan pengelolaan konten media. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa peserta dapat mempraktikkan keterampilan dengan baik, terlihat dari peningkatan kepercayaan diri dalam berbicara di depan umum, kemampuan membuat berita dengan unsur 5W+1H, dan pengelolaan media sosial.

**Kata kunci:** Ketrampilan komunikasi, Kelompok Informasi Masyarakat (KIM), Desa Wisata, Sambirejo

### ABSTRACT

*Tourist villages are envisioned as pivotal in transforming and enhancing the regional image into an efficient, effective, and dependable destination. Enhancing communication skills is crucial for developing human resources capable of managing Dewi Sambi tourist village. The STPMD Communication Science Study Program's "APMD" initiative focuses on training members of the Community Information Group (KIM), predominantly young individuals, to effectively organize, manage, and optimize information for the broader community. This service aims to: 1) bolster KIM's communication proficiency, particularly in public speaking; 2) provide training in crafting tourism-related news and village program messages; and 3) impart skills in media management to promote Sambirejo's tourist attractions. Methodologies encompass field observations, lectures, discussions, practical exercises, and mentoring. The service targets 30 KIM members in Sambirejo District. April 2024 activities are designed as training sessions aimed at enhancing KIM members' communication skills, covering public speaking techniques, news writing proficiency, and media content management through both instructional delivery and hands-on practice. Overall, participants exhibited commendable practice outcomes, demonstrating confidence in public speaking, adeptness in creating comprehensive news content with the 5W+1H elements, and competence in social media management.*

**Keywords:** Communication Skills, Community Information Group, Tourism Village, Sambirejo

---

**Informasi Artikel:** Submit: 2024-06-09 Diterima: 2024-06-21 Publis: 2024-07-22

---

### PENDAHULUAN

Setiap orang berkeinginan memiliki ketrampilan komunikasi yang terbaik agar dalam berkomunikasi dengan orang lain berjalan efektif dan memberikan dampak positif dalam komunikasi tersebut. Pentingnya kemampuan publik speaking dan ketrampilan komunikasi menjadi faktor kunci dalam efektivitas komunikasi publik [1] [2] Tiga ketrampilan yang

harus dimiliki dalam komunikasi yaitu *skill* komunikasi dengan publik, ketrampilan menulis yang efektif, ketrampilan dalam mengemas media komunikasi yang baik.

Perkembangan dunia komunikasi yang semakin maju telah banyak mengubah perilaku manusia dalam berkomunikasi terutama dalam menggunakan media sosial. Ketrampilan komunikasi harus dimiliki oleh setiap orang dengan memahami situasi dan kondisi yang ada termasuk dalam penggunaan media komunikasi yang semakin canggih. Desa wisata Sambirejo Kapanewon Prambanan, Sleman Yogyakarta yang lebih dikenal Desa Wisata Dewi Sambi menjadi salah satu dari desa wisata yang berkembang di wilayah Yogyakarta. Tema yang diusung desa ini berupa wisata budaya, *outbond*, agro, membatik, kuliner, wisata alam, pesona *sunrise* dan *sunset*, wisata edukasi mengunjungi *geoheritage* dan arkeologi. Desa ini menjadi terkenal dengan dibukanya taman wisata Tebing Breksi yang banyak dikunjungi wisatawan dari berbagai daerah sehingga menjadi *ikon* Sambirejo. Maka dari itu, Pemerintah Kalurahan Sambirejo sangat berkepentingan dalam mengembangkan desa wisata Dewi Sambi ini menjadi lebih menarik bagi pengunjung. Pembangunan dan pengembangan pariwisata mempunyai 3 fungsi: 1) Menggalakkan sektor ekonomi; 2) Memelihara kepribadian bangsa serta fungsi dan mutu lingkungan hidup dapat dilestarikan dan; 3) Memupuk rasa cinta tanah air dan bangsa terpupuk dengan baik [3].

Menilik berbagai keunggulan potensi wisata yang ada di Sambirejo, maka untuk lebih mengoptimalkan desa wisata ini perlu dukungan semua sumber daya yang dimiliki baik secara internal maupun eksternal. Dalam hal ini komunikasi pariwisata menjadi prioritas yang harus diwujudkan. Kajian ini merupakan pengembangan di bidang pariwisata dalam ilmu komunikasi. Sebagai salah satu sarana komunikasi sektor pariwisata menjadi bagian dari potensi yang menarik untuk dikembangkan. Komunikasi pariwisata merupakan kegiatan manusia dalam menyebarkan pesan informasi berkaitan perjalanan kunjungan wisata ke suatu lokasi wisata akan didatangi wisatawan sembari menikmati berbagai objek wisata agar wisatawan mengetahui tempat lain yang menarik dan mau mendatangi lagi. Pengertian tentang wisatawan adalah orang yang melakukan perjalanan sementara waktu ke tempat atau daerah yang sama sekali masih asing baginya [4]. Obyek wisata yang menjadi andalan wisatawan di Sambirejo adalah Taman Wisata Tebing Breksi. Pada saat liburan natal tahun baru 2024 jumlah wisatawan sebanyak 6.000-7.000 per hari [5].

Melalui komunikasi, peluang popularitas destinasi wisata akan terbuka semakin lebar dikenal oleh masyarakat. Komunikasi pada dasarnya merupakan proses penyampaian pesan baik secara pernyataan ataupun lambang-lambang bermakna untuk memberitahu, mengubah sikap atau perilaku seseorang kepada orang lain baik secara langsung maupun tidak langsung. Peranan penting komunikasi bukan saja pada komponen pemasaran pariwisata, namun pada semua komponen dan elemen pariwisata, memerlukan peran komunikasi, baik komunikasi personal, komunikasi massa, komunikasi persuasif, serta komunikasi lainnya. Dunia pariwisata sebagai kompleks produk, memerlukan komunikasi untuk mengkomunikasikan pemasaran pariwisata, mengkomunikasikan aksesibilitas, mengkomunikasikan destinasi, dan sumber daya kepada wisatawan dan seluruh stakeholder pariwisata termasuk membentuk kelembagaan pariwisata. Pariwisata modern dapat diklasifikasikan dalam beberapa komponen penting yaitu : (1) destinasi, (2) transportasi, (3) pemasaran pariwisata, (4) sumber daya. Dalam perspektif yang lain, pemerintah Indonesia mengklasifikasikan komponen pariwisata kedalam beberapa bagian penting seperti : (1)

Industri pariwisata, (2) destinasi pariwisata, (3) pemasaran pariwisata, (4) kelembagaan pariwisata [6].

Kegiatan pariwisata sebagai kegiatan mata rantai yang melibatkan berbagai sektor dan lembaga terkait. Seperti yang ada di Indonesia, pariwisata salah satu sektor yang diandalkan, hal ini terbukti pariwisata telah memberikan kontribusi yang sangat besar sebagai penyumbang devisa terbesar setelah minyak dan gas bumi. Oleh karenanya diperlukan sebuah pengelolaan yang baik dalam meningkatkan daya tarik bagi para wisatawan yang berkunjung ke suatu daerah. Untuk menciptakan kondisi objek dan daya tarik wisata ideal yang mampu melayani berbagai kepentingan, antara lain: masyarakat, swasta dan pemerintah, diperlukan usaha penataan dan pengembangan secara optimal sesuai dengan daya dukung, daya tampung dan yang paling utama adalah daya tarik wisatawan. Selain itu juga dapat mengubah dan meningkatkan citra daerah menjadi tujuan yang berdaya guna, berhasil guna dan handal. Melalui komunikasi pariwisata, para pegiat, pengelola, *stakeholder*, pemangku kepentingan, dan masyarakat desa wisata itu sendiri dapat menata, mengelola, dan mengoptimalkan pelayanan prima pada wisatawan, peningkatan media promosi, dan soliditas organisasional pengelolaan desa wisata Sambirejo.

Komunikasi menurut Myers dan Myers merupakan unsur pengikat berbagai bagian yang saling bergantung dari sistem itu. Tanpa komunikasi tidak akan ada aktivitas yang terorganisir. Komunikasi memungkinkan struktur organisasi berkembang dengan memberikan alat-alat kepada individu-individu yang terpisah untuk mengkoordinir aktivitas mereka sehingga mencapai sasaran bersama [7].

Salah satu kompetensi berkomunikasi adalah cara menjalin komunikasi secara efektif. Menurut De Vito, salah satu ukuran efektivitas komunikasi didukung adanya daya tarik. Tiga hal utama untuk mendukungnya adalah 1) ketertarikan (*attractiveness*); 2) kedekatan (*proximity*) dan 3) kesamaan (*similarity*) [8]. Sebagian besar waktu manusia digunakan untuk berkomunikasi namun tidak semua orang dapat berkomunikasi secara efektif. Kemampuan seseorang berkomunikasi sangat variatif dan dipengaruhi oleh banyak faktor. Salah satunya adalah faktor budaya. Sebagai upaya untuk dapat menjalin komunikasi secara efektif perlu adanya penyingkapan diri, penyingkapan diri tidak hanya merupakan bagian integral dari komunikasi namun penyingkapan diri merupakan usaha untuk membuka diri untuk masuk dalam hubungan sosial [9]. Dalam perspektif yang lain, James W. Carey [10] melihat komunikasi dalam perspektif ritual. Perspektif ritual melihat komunikasi dilakukan untuk memelihara kebersamaan dan solidaritas komunitas. kegiatan komunikasi (penggunaan pesan) adalah untuk berbagi (*sharing*), partisipasi, asosiasi, persahabatan (*fellowship*), dan memelihara keyakinan yang sama (*the possession of common faith*) [8].

Pengembangan desa wisata di Sambirejo didukung berbagai unsur yang ada yaitu: pemerintah desa, pelaku wisata, masyarakat, Pokdarwis, PKK, BUMDES, UMKM, KIM. Undang-Undang 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik semakin mendorong pentingnya kehadiran Kelompok Informasi Masyarakat (KIM) sebagai media pelayan informasi. Pengabdian dilakukan akan memberikan dampak dalam peningkatan wisatawan yang berkunjung di Sambirejo. Hal ini akan memberikan dampak positif bagi perekonomian Sambirejo. Salah satu unsur pendukung yang turut menggerakkan wisata Sambirejo adalah KIM. Anggota KIM harus menguasai teknik-teknik public speaking untuk berinteraksi dengan masyarakat dan pemerintah, ketrampilan komunikasi publik dibutuhkan

anggota KIM bukan hanya untuk mahir dalam berkomunikasi tetapi membangun kredibilitas dan kepercayaan [11] [12] [2]. Salah satu yang menarik dari KIM di Sambirejo, anggotanya merupakan anak-anak muda yang produktif dan mempunyai komitmen bersama untuk memberdayakan masyarakat lokal dalam memperoleh akses informasi. Tugas dari KIM menghubungkan satu kelompok masyarakat dengan kelompok lain, memberdayakan kelompok dalam mengumpulkan, mengelola dan menyebarkan informasi atau berita seputar Sambirejo kepada masyarakat luas. Di Kalurahan Sambirejo, sesuai arahan Lurah Desa, agar KIM mampu membantu menyebarkan informasi wisata baik melalui *web* desa maupun melalui media sosial. Masalah muncul ketika tidak semua anggota KIM terampil dalam melakukan komunikasi, baik menyangkut komunikasi dengan publik, kemampuan menyusun berita/informasi tertulis maupun kemampuan membuat konten di media sosial maupun *web* desa. Ketrampilan ini sangat dibutuhkan anggota KIM agar mampu melakukan komunikasi secara baik dalam mendukung eksistensi wisata Sambirejo. Menurut Afriyadi komunikasi berlangsung secara baik jika adanya saling pengertian antara kedua pihak, yang mana ada kesamaan pemahaman makna pesan antara kedua pihak [13].

Berdasarkan observasi di lapangan dan diskusi dengan perangkat desa dan KIM ada beberapa permasalahan yang muncul dalam ketrampilan berkomunikasi bagi KIM Sambirejo: 1) Kurangnya *skill* komunikasi publik dan pelayanan prima kepada wisatawan dan masyarakat; 2) Perlunya peningkatan kemampuan dalam membuat konten media komunikasi untuk mempromosikan objek wisata Sambirejo khususnya dalam membuat konten video dan; 3) Perlunya *skill* komunikasi menyusun berita tertulis secara cepat dan menarik melalui media sosial maupun *web* desa.

## METODE

Pengabdian kepada masyarakat terlaksana dalam bentuk pelatihan peningkatan *skill* komunikasi bagi anggota KIM yang beranggotakan anak-anak muda yang berasal dari delapan padukuhan Sambirejo berpendidikan SLTA dan sedang menempuh di perguruan tinggi. Kegiatan melalui tiga tahapan. **Pertama**, pelatihan ketrampilan komunikasi kepada anggota KIM dengan memberikan materi kemampuan berbicara di depan umum (*public speaking*) sekaligus peserta praktik pidato di depan peserta pelatihan. **Kedua**, pelatihan ketrampilan dalam membuat berita yang mengandung unsur 5W+1H (*what, who, when, where, why + how*). Pada kesempatan itu fasilitator memberikan materi bagaimana membuat berita yang baik dan benar dan sekaligus peserta mempraktikkannya. **Ketiga**, pelatihan pengelolaan media dan membuat konten yang menarik. Kegiatan pelatihan dikemas secara menarik dengan ceramah, diskusi, *role playing* dan praktik di kelas. Kegiatan dilaksanakan di Bulan April untuk observasi dan pelatihan dilaksanakan tanggal 24 April 2024 di Balai Kalurahan Sambirejo dan diberikan *pre test* dan *post test* Kegiatan pelatihan dihadiri Lurah Desa Sambirejo, anggota KIM sebanyak 30 orang dan berseragam. Kegiatan pengabdian ini dibantu juga oleh dua orang mahasiswa prodi Komunikasi STPMD “APMD”.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Sebelum melaksanakan kegiatan pengabdian dilakukan observasi untuk melakukan identifikasi dan pemetaan kebutuhan serta urgensi yang harus diupayakan dalam meningkatkan pelayanan wisata di Sambirejo. Dari hasil observasi hal yang tampak untuk

dibenahi adalah meningkatkan kesadaran dan kemampuan komunikasi unsur pendukung wisata dalam memberikan pelayanan wisatawan. Ketrampilan komunikasi pengelola wisata termasuk anak muda yang tergabung di KIM memiliki keterlibatan dalam pengelolaan wisata Sambirejo memberikan dukungan peningkatan kunjungan wisata. Hal ini karena ketrampilan komunikasi pengelola wisata dapat meningkatkan kualitas pelayanan [14]. Informasi wisata Sambirejo belum sepenuhnya tersebar memenuhi ruang-ruang publik terutama dalam bentuk berita. Warga masyarakat khususnya anak muda masih belum optimal dalam melakukan pelayanan pada wisatawan seperti kurang komunikatif dalam menyampaikan informasi fasilitas dan layanan wisata Sambirejo, informasi objek wisata dan akses yang digunakan belum dikemas secara menarik di media sosial, masih rendahnya kesadaran kebersihan dan keamanan dalam menggunakan fasilitas di objek wisata. Seiring dengan pelayanan wisatawan yang prima tentu didukung dengan promosi desa wisata itu sendiri secara optimal.

Sesuai dengan pertanyaan yang diajukan kepada anggota KIM apakah mereka turut membantu kegiatan desa, maka dari 30 peserta 28 orang menjawab ya turut membantu kegiatan desa (94%), satu orang (3%) tidak perlu dan 1 orang tidak menjawab (3%). Dari jawaban peserta mereka merasa bertanggung jawab dalam membantu kegiatan-kegiatan desa termasuk dalam pengembangan wisata Sambirejo. Keterlibatan KIM dalam bidang pariwisata harus didukung dengan kemampuan mereka dalam bermedia khususnya media sosial.

Selain pada hal pelayanan prima, KIM Sambirejo tentunya harus mengikuti perkembangan teknologi saat ini agar pelayanan dan promosi wisata desa Sambirejo semakin maksimal. Warga masyarakat khususnya anggota KIM sudah harus melek dan mahir dalam pemanfaatan media sosial yang bertujuan untuk promosi desanya. Pada pelatihan ini dicontohkan beberapa penggunaan media sosial populer yang dapat digunakan secara optimal dan tidak membutuhkan biaya besar. Setiap warga masyarakat desa Sambirejo dapat mengakses media sosial tersebut dan turut mengaungkan promosi ke berbagai jaringan. Media sosial populer seperti Instagram, Facebook, Youtube, Tik Tok saat ini mendominasi internet masyarakat. Keberadaan media sosial tersebut tentu dapat dimanfaatkan dengan baik oleh pegiat wisata. Konten-konten berupa foto, video, testimoni, narasi objek wisata dapat diunggah dengan cantik dan efektif sehingga sasaran promosi wisata desa Sambirejo semakin luas dan menarik. Untuk saat ini para anggota KIM desa Sambirejo memang telah memiliki dan menggunakan media sosial populer tersebut namun masih sangat kurang dalam pengemasan, tayangan, maupun narasi dalam mempromosikan konten-kontennya. Perlu pendampingan secara khusus dalam pengambilan foto, pemasangan gambar, pilihan foto, editing video dan momentum pengunggahan konten di media sosial sehingga pemanfaatan media sosial ini betul-betul optimal. Kemudian kemampuan bicara di depan umum menjadi persoalan tersendiri bagi anggota KIM Sambirejo. anak muda khususnya KIM belum sepenuhnya percaya diri untuk menyampaikan materi di hadapan publik. Sementara KIM dituntut mempunyai ketrampilan bicara, menulis dan penguasaan menggunakan media terutama dalam mengelola web desa.

Sebelum materi diberikan tim pengabdian terlebih dahulu melakukan *brainstorming* terkait dengan keorganisasian dan permasalahan yang dihadapi oleh KIM sehingga fasilitator bisa memetakan persoalan dan solusi ke depan. Sesi berikutnya tim memberi

materi mengasah kemampuan bicara di depan umum (*public speaking*) kiat-kiat *public speaking* dan praktik langsung dengan melibatkan peserta. Ada dua sampai tiga orang harus tampil berbicara di depan umum selama 5 menit. Acara dikemas secara menarik karena juga diberikan *doorprise* bagi peserta yang tampil. Sesi ketiga diberikan materi tentang bagaimana menyusun tulisan berita yang mengandung unsur 5W+1H. Pada kesempatan tersebut pemateri menyampaikan bagaimana kita-kiat membuat berita secara tepat dan cepat serta menguraikan satu persatu unsur berita yang harus ditulis. Pada bagian terakhir peserta mempraktikkan membuat berita dengan mengandung unsur 5W+1H atas peristiwa yang terjadi disekitarnya. Beberapa kelompok mampu membuat berita dengan baik dan dibacakan di depan peserta. Tulisan yang menarik mendapatkan *doorprise*. Pada sesi terkahir diberikan bagaimana membuat konten audio visual di media. Pada sesi ini diberikan pengetahuan tentang pentingnya desain konten audio visual di media. Mengingat Sambirejo sebagai destinasi wisata dengan banyak potensi yang ada maka perlu keahlian mendesain audio visual berkaitan dengan potensi yang ada dan masuk web desa sehingga bisa diakses oleh banyak orang. Berdasarkan data di lapangan dari 30 peserta 29 orang (97%) menjawab mereka mempunyai ruang untuk menyampaikan informasi ke masyarakat dan satu orang (3%) tidak menjawab. Artinya hampir semua anggota KIM mempunyai akses dalam menyebarkan informasi kepada masyarakat Sambirejo. Kesempatan ini tentu tidak disia-siakan oleh anggota KIM dalam berperan dalam menyebarkan informasi wisata Sambirejo kepada masyarakat luas. Inilah yang menjadi tujuan dari pengabdian ini agar KIM dan anak muda Sambirejo mempunyai keahlian komunikasi baik kemampuan bicara, menulis dan mendesain media yang tepat dan efektif sehingga Sambirejo akan semakin terkenal dengan keberadaannya sebagai desa wisata.

### **Teknik *Public Speaking*: Seni dan Ilmu Berbicara di Depan Publik**

*Public Speaking* merupakan seni ilmu pengetahuan tentang komunikasi lisan yang efektif dengan pendengar. Kemampuan bicara di depan umum menjadi persoalan tersendiri bagi anggota KIM Sambirejo. Anak muda khususnya KIM belum sepenuhnya percaya diri untuk menyampaikan materi di hadapan publik. Sementara KIM dituntut mempunyai ketrampilan bicara, menulis dan penguasaan media terutama dalam mengelola web desa. Kelemahan yang dirasakan oleh KIM dalam tampil di depan umum adalah adanya rasa minder atau demam panggung. James Mc Croskey & Wheelles mengatakan kekhawatiran komunikasi merupakan ganjalan yang paling umum dialami masyarakat saat ini, anda tidak perlu menjadi terbaik atau sebaik dengan orang yang duduk di hadapan anda, lakukan yang terbaik sesuai dengan kemampuan anda. Sementara Michael Beaty ada lima faktor yang mempengaruhi demam panggung, yaitu hal baru, status rendah, kesadaran perbedaan dan pengalaman masa lalu.

Sebelum pelatihan dimulai peserta disodorkan dengan pertanyaan- pertanyaan (*pre test*) apakah mereka pernah mendapatkan pelatihan *public speaking*, dari 30 peserta yang menjawab pernah sebanyak 24 orang (80%), yang menjawab belum pernah 5 (17%) orang dan tidak menjawab 1 orang (3%). Meskipun sebagian besar pernah mendapatkan pelatihan *public speaking*, namun kenyataannya mereka masih membutuhkan materi kemampuan berbicara di depan umum sehingga mereka akan terbiasa dan tidak mudah demam panggung. Anggota KIM perlu dibiasakan untuk tampil di depan umum apalagi mereka sering

berhubungan dengan masyarakat dan perangkat desa, sehingga mampu menjembatani informasi yang dibutuhkan terutama dalam wisata Sambirejo.

*Public speaking* atau berbicara di depan umum adalah keterampilan yang esensial dalam berbagai aspek kehidupan. Dari presentasi bisnis hingga pidato formal, kemampuan ini memainkan peran penting dalam menyampaikan pesan secara efektif dan mempengaruhi audiens. Teknik *public speaking* yang baik akan menciptakan suatu proses berbicara kepada sekelompok orang dengan tujuan untuk menginformasikan, menghibur, atau meyakinkan. Dale Carnegie, penulis buku "*How to Win Friends and Influence People*", menyatakan bahwa "*Public speaking is an essential skill for anyone who wants to make a difference in their personal or professional life.*" Beberapa teknik Public Speaking yang secara umum dapat dipelajari dan dilatih oleh semua orang seperti berikut:

### ***Persiapan yang Matang.***

Menurut Steven A. Beebe dan Susan J. Beebe [15] persiapan adalah kunci keberhasilan dalam *public speaking*. Mereka menyarankan agar pembicara mengenal audiens, memahami topik secara mendalam, dan mempersiapkan materi dengan baik.

*"Effective speakers are well-prepared. They know their audience, have thoroughly researched their topic, and have a clear structure for their presentation."* [15]

Semua orang pasti dapat berbicara namun tidak semua orang dapat berbicara dengan piawai di depan umum. Dengan mempersiapkan bahan dan materi presentasi serta topik yang akan dibicarakan atau disampaikan di depan publik, pembicara akan dapat secara prima menampilkan kemampuannya. Persiapan yang matang dalam *public speaking* sangat penting untuk memastikan penyampaian pesan yang efektif dan meyakinkan. Dengan persiapan yang baik, seorang pembicara dapat menguasai materi, memahami audiens, dan mengatur alur presentasi dengan lancar. Latihan yang konsisten membantu mengurangi rasa gugup, meningkatkan kepercayaan diri, dan memungkinkan pembicara mengantisipasi serta menjawab pertanyaan dengan tepat. Menguasai alat bantu visual dan mengelola waktu dengan bijak juga merupakan bagian dari persiapan yang tidak kalah penting. Semua ini berkontribusi pada kesan profesional dan kredibilitas pembicara, sehingga pesan yang disampaikan dapat diterima dan dipahami dengan baik oleh audiens.

Ketika seorang pembicara memahami audiensnya, menyusun materi dengan baik, dan berlatih secara konsisten, ia dapat mengurangi rasa gugup dan meningkatkan kepercayaan diri. Persiapan yang baik juga memungkinkan pembicara untuk mengantisipasi pertanyaan dan tantangan yang mungkin muncul selama presentasi. Pembicara dapat memberikan jawaban yang relevan dan tepat waktu, serta menjaga alur presentasi tetap lancar. Persiapan yang baik memungkinkan pembicara untuk beradaptasi dengan perubahan mendadak dan tetap tenang di bawah tekanan. Dengan kata lain, persiapan yang komprehensif adalah kunci untuk menyampaikan presentasi yang efektif, menarik, dan berkesan, serta memastikan bahwa pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik oleh audiens. Hal ini juga memberikan dorongan psikologis yang positif apabila sebelum tampil berbicara di depan

publik kita sudah memiliki banyak amunisi sehingga keyakinan dan kepercayaan diri akan bertambah.

### ***Struktur yang Jelas***

Penting untuk menggunakan struktur yang jelas dalam presentasi, seperti pembukaan, isi, dan penutupan yang jelas. Struktur ini membantu audiens mengikuti alur pikir pembicara dengan lebih mudah. Menata alur pikiran dan bahasa yang akan digunakan tentunya semakin mendukung penguasaan keterampilan *public speaking*. Struktur bahasa, isi materi, penyampaian materi dan alur cerita yang diverbalkan sangat membantu pembicara untuk fokus dan tidak melebar ke topik lain yang kadang terjadi saat pembicara grogi atau hilang ingatan sesaat (*blank*).

Penyampaian struktur yang jelas dalam *public speaking* sangat penting untuk memastikan audiens dapat mengikuti dan memahami pesan yang disampaikan. Struktur yang baik biasanya terdiri dari tiga bagian utama: pengantar, isi, dan penutup. Pengantar berfungsi untuk menarik perhatian audiens dan memberikan gambaran umum tentang apa yang akan dibahas. Bagian isi adalah tempat di mana poin-poin utama dan argumen disampaikan secara mendetail. Terakhir, penutup merangkum poin-poin utama dan memberikan kesan akhir yang kuat. Dengan mengikuti struktur ini, pembicara dapat membantu audiens memahami alur pemikiran dan mempertahankan fokus selama presentasi.

Selain itu, struktur yang jelas membantu pembicara tetap terorganisir dan menghindari penyimpangan dari topik utama. Ini sangat penting dalam menjaga presentasi tetap singkat dan padat, serta menghindari kebingungan di kalangan audiens. Struktur yang baik juga memudahkan pembicara untuk menambahkan elemen pendukung seperti cerita, data, atau contoh yang relevan, sehingga pesan yang disampaikan menjadi lebih menarik dan meyakinkan. Dengan menyusun dan menyampaikan presentasi secara terstruktur, pembicara dapat memastikan bahwa pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik dan meninggalkan kesan yang kuat pada audiens.

### ***Penggunaan Bahasa Tubuh***

Pentingnya bahasa tubuh dalam komunikasi. Dalam *public speaking*, bahasa tubuh yang terbuka dan percaya diri dapat meningkatkan kredibilitas dan membangun koneksi dengan audiens.

*"Body language speaks louder than words. Open gestures, good posture, and appropriate eye contact can significantly enhance the effectiveness of your speech."*

[16]

Bahasa tubuh memainkan peran krusial dalam *public speaking* karena dapat memperkuat pesan yang disampaikan dan meningkatkan koneksi dengan audiens. Gerakan tangan yang sesuai, kontak mata yang konsisten, dan postur tubuh yang tegap dapat menunjukkan kepercayaan diri dan kejujuran, membuat audiens lebih tertarik dan percaya pada pembicara. Senyuman dan ekspresi wajah yang positif juga membantu menciptakan suasana yang ramah dan mendukung, sehingga audiens merasa lebih nyaman dan terlibat.

Dengan menggunakan bahasa tubuh yang efektif, pembicara dapat memperkuat kata-kata mereka dan membuat presentasi menjadi lebih hidup dan dinamis.

Selain itu, bahasa tubuh yang baik juga membantu mengatasi rasa gugup. Misalnya, berdiri dengan postur tubuh yang baik dan bernapas dengan dalam dapat membantu menenangkan saraf dan mengurangi ketegangan. Menghindari gerakan yang berulang-ulang atau tidak perlu, seperti menggoyangkan kaki atau memainkan benda, juga penting untuk mempertahankan perhatian audiens dan menunjukkan bahwa pembicara terfokus pada pesan yang disampaikan. Dengan menyadari dan mengendalikan bahasa tubuh, pembicara dapat meningkatkan efektivitas komunikasi dan memberikan presentasi yang lebih meyakinkan dan berkesan.

### ***Pengendalian Rasa Gugup***

Pentingnya teknik pernapasan dan visualisasi positif untuk mengendalikan rasa gugup. Pembicara yang tenang dan percaya diri akan lebih efektif dalam menyampaikan pesan mereka. Pengendalian rasa gugup dalam *public speaking* sangat penting untuk memastikan presentasi berjalan lancar dan efektif. Salah satu cara paling efektif untuk mengendalikan rasa gugup adalah dengan persiapan yang matang. Menyusun materi dengan baik, memahami audiens, dan berlatih secara konsisten dapat membantu meningkatkan kepercayaan diri. Dengan latihan yang cukup, pembicara dapat mengantisipasi kemungkinan hambatan dan menemukan solusi untuk mengatasinya, sehingga merasa lebih siap dan tenang saat berada di depan audiens.

Teknik relaksasi juga sangat berguna untuk mengurangi rasa gugup sebelum dan selama presentasi. Latihan pernapasan dalam, meditasi, atau visualisasi positif dapat membantu menenangkan pikiran dan tubuh. Sebagai contoh, mengambil napas dalam-dalam beberapa kali sebelum naik ke panggung dapat membantu menurunkan tingkat kecemasan. Selain itu, melakukan peregangan ringan atau gerakan fisik sederhana dapat membantu melepaskan ketegangan otot, yang sering kali menjadi salah satu gejala fisik dari rasa gugup. Teknik-teknik ini dapat membantu pembicara merasa lebih rileks dan fokus pada tugas yang ada.

Mengubah cara pandang terhadap *public speaking* juga bisa menjadi strategi efektif untuk mengendalikan rasa gugup. Alih-alih melihat presentasi sebagai situasi yang menakutkan, pembicara dapat mencoba melihatnya sebagai kesempatan untuk berbagi pengetahuan dan berinteraksi dengan audiens. Dengan berfokus pada manfaat yang dapat diberikan kepada audiens dan bukan pada potensi kesalahan, pembicara dapat meredakan tekanan yang dirasakan. Mengingat diri sendiri bahwa sedikit rasa gugup adalah hal yang wajar dan dapat meningkatkan performa juga bisa membantu. Dengan menggabungkan persiapan, teknik relaksasi, dan perubahan perspektif, pembicara dapat mengendalikan rasa gugup dan menyampaikan presentasi yang efektif dan berkesan.

### ***Melibatkan Audiens***

Aspek krusial lainnya dalam kegiatan *public speaking* adalah pentingnya memahami dan melibatkan audiens. Memahami dan melibatkan audiens adalah aspek penting dalam *public speaking* yang dapat menentukan keberhasilan presentasi. Untuk memahami audiens, pembicara perlu melakukan riset terlebih dahulu tentang siapa mereka, apa latar belakang

mereka, serta apa yang menjadi kebutuhan dan harapan mereka. Informasi ini bisa diperoleh melalui berbagai sumber, seperti profil acara, survei sebelumnya, atau bahkan berinteraksi langsung dengan beberapa anggota audiens sebelum acara dimulai. Dengan pemahaman yang mendalam tentang audiens, pembicara dapat menyesuaikan materi dan gaya penyampaiannya sehingga lebih relevan dan menarik bagi pendengar.

Setelah memahami audiens, langkah berikutnya adalah melibatkan mereka selama presentasi. Salah satu cara efektif untuk melibatkan audiens adalah dengan memulai presentasi dengan sebuah pertanyaan, cerita, atau fakta menarik yang relevan. Ini tidak hanya menarik perhatian mereka tetapi juga memicu rasa ingin tahu dan keterlibatan. Selain itu, menggunakan alat bantu visual yang menarik dan bervariasi, seperti gambar, grafik, atau video, dapat membantu menjaga minat audiens dan membuat pesan lebih mudah dipahami. Penggunaan alat bantu visual juga memecah monotoninya presentasi yang hanya berupa teks atau ucapan panjang. Penyampaian materi perlu juga melalui pertanyaan, humor, dan interaksi langsung. Hal ini membuat presentasi lebih menarik dan dinamis. Strategi ini seperti tertuang pada pernyataan berikut.

*"Engaging the audience through questions, humor, and direct interaction keeps them interested and involved in the presentation."* [15]

Interaksi langsung dengan audiens juga merupakan cara yang efektif untuk menjaga keterlibatan mereka. Pembicara dapat mengajukan pertanyaan kepada audiens, meminta pendapat mereka, atau mengadakan sesi tanya jawab. Ini tidak hanya membuat audiens merasa dihargai dan didengarkan, tetapi juga memberikan pembicara kesempatan untuk mengklarifikasi atau memperdalam penjelasan mereka berdasarkan umpan balik langsung. Selain itu, dengan melibatkan audiens secara aktif, pembicara dapat menciptakan suasana yang lebih dinamis dan interaktif, yang pada akhirnya membuat presentasi lebih menarik dan berkesan.

Selain teknik-teknik tersebut, penting juga bagi pembicara untuk menunjukkan empati dan keaslian dalam berkomunikasi. Menunjukkan bahwa pembicara benar-benar peduli dengan kebutuhan dan pendapat audiens dapat meningkatkan keterhubungan emosional. Ini bisa dilakukan dengan bahasa tubuh yang terbuka, kontak mata yang konsisten, dan mendengarkan dengan seksama ketika audiens berbicara. Dengan menggabungkan pemahaman mendalam tentang audiens dan berbagai strategi untuk melibatkan mereka, pembicara dapat menciptakan presentasi yang tidak hanya informatif, tetapi juga mengesankan dan bermakna bagi semua yang hadir.

Menguasai teknik-teknik *public speaking* dengan baik adalah langkah penting untuk menjadi pembicara yang efektif. Teknik-teknik seperti mengatur nada suara, menggunakan bahasa tubuh yang tepat, dan membangun struktur presentasi yang jelas dapat membuat perbedaan besar dalam bagaimana pesan diterima oleh audiens. Selain itu, teknik-teknik ini juga membantu mengatasi rasa gugup yang sering kali dialami saat berbicara di depan umum. Misalnya, teknik pernapasan dalam dan visualisasi positif dapat menenangkan saraf dan meningkatkan fokus, sementara latihan rutin dapat membantu pembicara merasa lebih siap dan percaya diri.

Pentingnya menguasai teknik-teknik *public speaking* tidak hanya terbatas pada aspek teknis penyampaian, tetapi juga mencakup kemampuan untuk memahami dan berinteraksi dengan audiens. Seorang pembicara yang baik tahu bagaimana cara melibatkan audiens,

menjawab pertanyaan dengan tepat, dan menyesuaikan materi dengan kebutuhan serta harapan mereka. Ini membutuhkan empati, kepekaan, dan kemampuan untuk beradaptasi dengan situasi yang berbeda. Dengan menguasai teknik-teknik *public speaking*, seseorang tidak hanya menjadi pembicara yang lebih efektif, tetapi juga dapat membangun hubungan yang lebih baik dan lebih kuat dengan audiens, menciptakan komunikasi yang lebih bermakna dan berdampak.



**Gambar 1. Penyampaian materi *Public Speaking***

### **Teknik Membuat Berita**

Anggota KIM tidak hanya dituntut terampil berkomunikasi secara lisan, namun juga terampil dalam komunikasi secara tertulis terutama dalam menyusun berita. Di awal pelatihan anggota KIM diberikan pertanyaan apakah mereka pernah mendapatkan pelatihan berkaitan dengan jurnalistik? Dari 30 peserta 1 orang (3%) menjawab sudah pernah, 28 orang (94%) menjawab belum pernah dan 1 orang (3%) tidak menjawab. Dari data ini menunjukkan hampir semua peserta belum pernah mendapatkan materi pelatihan jurnalistik. Jurnalistik meliputi cara mencari berita/informasi, menulis berita dan menyebarkan berita. Ketrampilan itu harus dimiliki anggota KIM agar tugas dan kewajibannya dalam mengelola informasi wisata dapat tersusun dengan baik. Dengan kemampuan yang baik dalam bidang jurnalistik tentunya akan membantu pemerintah desa dalam mengembangkan desa wisata Sambirejo. Bagi yang tidak terbiasa dengan tulis menulis tentu dirasa berat untuk merangkai kata yang enak dan informatif. Bagi yang sudah mendapatkan ketrampilan komunikasi dalam bidang tulis maka akan mudah menyusunnya. Menyusun berita tidak sekadar menyajikan informasi apa adanya namun harus memenuhi standar jurnalistik yang benar yaitu mengandung unsur 5 W+1H. Disamping itu untuk membuat tulisan atau berita anggota KIM harus mampu mencari sumber-sumber informasi yang ada di Sambirejo, baik berupa peristiwa maupun nara sumber orang yang dapat dimintai pandangannya. Atas semua itu harus mengandung nilai berita (*news value*).

Dalam pembuatan berita yang memenuhi kaidah jurnalistik maka berita disusun secara sistematis dan informatif dengan menggunakan format 5 W+1H (*what, who, why, when, where dan how*). Pembuatan berita diawali dengan penulisan judul yang berisi kata kunci yang mewakili keseluruhan isi laporan. Judul harus ringkas dan jelas misalnya “*Pelatihan skill komunikasi KIM di Kalurahan Sambirejo*”.

Unsur *what* (apa yang terjadi) berusaha menjelaskan obyek peristiwa yang menjadi perhatian. Contoh : *“Dalam rangka kerjasama prodi Komunikasi STPMD “APMD” dengan Kalurahan Sambirejo, dilakukan pengabdian masyarakat dengan mengadakan pelatihan skill komunikasi bagi anggota KIM (Kelompok Informasi Masyarakat) Sambirejo”*

Unsur *who* (siapa yang terlibat dalam peristiwa) dalam laporan kasus menyematkan dan menjelaskan tentang subyek atau orang yang terlibat dalam peristiwa tersebut baik satu orang atau lebih. Contoh : *“Kegiatan pelatihan dilakukan oleh Tim Pengabdian dari Prodi Komunikasi yang diketuai oleh Habib Muhsin dan diikuti oleh 30 anggota KIM Sambirejo. Dalam kesempatan tersebut dihadiri lurah Sambirejo, Wahyu Nugroho, SE”*

Unsur *why* (mengapa peristiwa tersebut terjadi) merupakan bentuk penjelasan awal yang melatarbelakangi peristiwa atau kasus yang terjadi. Bila obyek yang dibahas tentang pelatihan *skill* komunikasi KIM, maka dijelaskan apa yang menjadi penyebab terjadinya program pelatihan tersebut. Contoh : *“Pengabdian masyarakat dilakukan atas kerjasama antara Prodi Komunikasi dengan Kalurahan Sambirejo dan juga upaya meningkatkan skill komunikasi bagi anggota KIM untuk mendukung wisata Sambirejo”*

Unsur *when* (kapan peristiwa itu terjadi) memaparkan waktu terjadinya suatu kasus yang ditulis dalam berita. Unsur *when* dalam laporan dapat memuat hari, tanggal, bulan dan tahun. Bahkan dapat ditulis lebih detail jam berapa peristiwa itu terjadi. Contoh: *“Kegiatan pengabdian dilaksanakan pada Rabu tanggal 24 April 2024 pukul 19.30 WIB sampai selesai”*. Unsur *where* (dimana terjadinya peristiwa) memuat lokasi terjadinya peristiwa dan bisa menunjuk lokasi jalan, RT, RW, pedukuhan, kalurahan dan sebagainya. Contoh: *“Pelatihan peningkatan skill komunikasi dilaksanakan di Balai kalurahan Sambirejo, Prambanan, Sleman DIY”*

Unsur *how* (bagaimana peristiwa itu terjadi) memaparkan secara detail dan sistematis terkait peristiwa yang terjadi. Contoh : *“Pelatihan dibuka oleh lurah desa Sambirejo yang kemudian dilanjutkan penyampaian materi oleh tim dari Prodi Komunikasi meliputi tiga materi pelatihan yaitu : kemampuan skill komunikasi publik, kemampuan membuat konten video di media dan pembuatan berita tertulis. Pada kesempatan tersebut juga dilakukan praktik langsung oleh peserta KIM dan diberikan doorprise yang menarik...”* Berita lengkap yang mengandung 5 W+ 1 H sebagai berikut: Judul : *PELATIHAN SKILL KOMUNIKASI KIM DI SAMBIREJO*, isi berita : *Dalam rangka kerjasama prodi Komunikasi STPMD “APMD” dengan Kalurahan Sambirejo, dilakukan pengabdian masyarakat dengan mengadakan pelatihan skill komunikasi bagi anggota KIM (Kelompok Informasi Masyarakat). Kegiatan pelatihan dilakukan oleh Tim Pengabdian dari Prodi Komunikasi yang diketuai oleh Habib Muhsin dan diikuti oleh 30 anggota KIM Sambirejo. Dalam kesempatan tersebut dihadiri lurah Sambirejo, Wahyu Nugroho. Pengabdian masyarakat dilakukan atas kerjasama antara Prodi Komunikasi dengan Kalurahan Sambirejo dan juga upaya meningkatkan skill komunikasi bagi anggota KIM untuk mendukung wisata Sambirejo. Kegiatan pengabdian/ pelatihan dilaksanakan pada Rabu tanggal 24 April 2024 pukul 19.00 wib. Pelatihan peningkatan skill komunikasi dilaksanakan di Balai kalurahan Sambirejo, Prambanan, Sleman DIY. Pelatihan dibuka oleh lurah desa Sambirejo yang kemudian dilanjutkan penyampaian materi oleh tim dari Prodi Komunikasi meliputi tiga materi pelatihan yaitu : kemampuan skill komunikasi publik, kemampuan membuat konten*

*video di media dan pembuatan berita tertulis. Pada kesempatan tersebut juga dilakukan praktik langsung oleh peserta KIM dan diberikan doorprize yang menarik.*



**Gambar 2. Penyampaian materi teknik menulis berita**

### **Peran Media Sosial dalam Pariwisata**

Selain pada kemampuan bicara dan menulis, kemampuan mengikuti perkembangan teknologi saat ini agar pengembangan wisata desa Sambirejo semakin maksimal. KIM sudah harus *melek* dan mahir dalam pemanfaatan media sosial yang bertujuan untuk promosi desanya. Pada pelatihan ini dicontohkan beberapa penggunaan media sosial populer yang dapat digunakan secara optimal dan tidak membutuhkan biaya besar. Setiap warga masyarakat desa Sambirejo dapat mengakses media sosial tersebut dan turut mengaungkan promosi dengan ke berbagai jaringan.media sosial populer seperti *Instagram, Facebook, Youtube, dan Tik Tok* saat ini mendominasi internet masyarakat. Keberadaan media sosial tersebut tentu dapat dimanfaatkan dengan baik oleh masyarakat Sambirejo khususnya anak muda. Konten-konten berupa foto, video, testimoni, narasi objek wisata dapat diunggah dengan menarik dan efektif sehingga sasaran promosi wisata desa Sambirejo semakin luas dan menarik. Untuk saat ini para pegiat wisata desa Sambirejo memang telah memiliki dan menggunakan media sosial populer tersebut namun masih sangat kurang dalam pengemasan, konten tayangan, maupun narasi dalam mempromosikan konten-kontennya. Perlu pendampingan secara khusus dalam kemampuan menulis, pengambilan foto, pemasangan gambar, pilihan foto, editing video dan momentum pengunggahan konten di media sosial sehingga pemanfaatan media sosial ini betul-betul optimal.

Sebelum pelatihan peserta diberikan pertanyaan apakah mereka sebelumnya pernah mendapatkan materi tentang konten media sosial. Dari 30 orang anggota KIM 13 orang (44%) pernah mendapatkan, 16 orang (53%) belum pernah dan 1 orang (3%) tidak menjawab. Dari jawaban peserta menunjukkan lebih dari separoh peserta belum pernah mendapatkan materi konten media sosial. Tim pengabdian menilai bahwa materi berkaitan dengan konten media sosial penting untuk diberikan, mengingat media sosial sudah menjadi media populer bagi semua orang. Informasi tentang wisata Sambirejo tidak cukup hanya disebarkan dari orang ke orang namun digencarkan dengan media sosial, untuk itu KIM perlu dibekali dengan materi bagaimana membuat konten wisata lewat media sosial.

Media sosial saat ini memiliki kekuatan untuk membentuk persepsi, mempengaruhi

keputusan, dan menginspirasi perjalanan. Dalam dunia pariwisata, media tidak hanya merupakan alat promosi, tetapi juga sarana untuk membangun merek destinasi dan memengaruhi persepsi pengguna. Peran media itu meliputi : (1) Promosi Destinasi: Media digunakan untuk memperkenalkan destinasi wisata kepada audiens potensial melalui iklan, kampanye pemasaran, dan konten digital. (2) Pembentukan Citra Destinasi: Melalui cerita, gambar, dan video, media membantu dalam membentuk citra destinasi, menciptakan ekspektasi, dan membangun minat wisatawan. (3) Pengalaman virtual: teknologi seperti *Virtual Reality* (VR) dan *Augmented Reality* (AR) memungkinkan wisatawan untuk merasakan destinasi sebelum mengunjunginya secara fisik, memanfaatkan media sebagai alat untuk meningkatkan keterlibatan pengguna. (4) Pelayanan pelanggan: media sosial dan situs *web* digunakan untuk memberikan informasi, menjawab pertanyaan, dan menanggapi masukan dari wisatawan, memainkan peran penting dalam pelayanan pelanggan.

Sedangkan *platform* media yang digunakan dalam pariwisata: (1) Situs *web* destinasi: Sebagai titik awal untuk informasi dan pemesanan. (2) Sosial media: *platform* seperti *Instagram*, *Facebook*, dan *TikTok* menjadi sarana untuk berbagi pengalaman, mendapatkan rekomendasi, dan berinteraksi dengan destinasi. (3) Aplikasi perjalanan: aplikasi seperti *TripAdvisor*, *Airbnb*, dan *Booking.com* membantu dalam perencanaan perjalanan dan pemesanan akomodasi. (4) Konten digital: video, artikel, blog, dan *podcast* memberikan wawasan mendalam tentang destinasi dan aktivitas wisata.

Tantangan dalam pengelolaan media pariwisata: (1) Kebisingan informasi: persaingan untuk menarik perhatian wisatawan dalam lingkungan digital yang padat. (2) Konten negatif: Ulasan negatif dan cerita buruk dapat merusak citra destinasi. (3) Keterlibatan pengguna: Memastikan interaksi yang positif dan berkelanjutan dengan audiens. (4) Perubahan teknologi: kesulitan dalam mengikuti perkembangan teknologi dan tren media yang berubah dengan cepat. Praktik terbaik dalam pengelolaan media pariwisata: (1) Strategi konten yang terencana: Membuat konten yang relevan, menarik, dan bermakna untuk audiens target. (2) Penggunaan data: menganalisis data untuk memahami perilaku pengguna dan menyesuaikan strategi media. (3) Kemitraan dengan *Influencer*: berkolaborasi dengan *influencer* dan pelaku industri untuk memperluas jangkauan dan meningkatkan kredibilitas. (4) Krisis manajemen: Menyiapkan rencana respons krisis untuk menangani situasi yang merugikan citra destinasi.



**Gambar 3. Penyampaian materi konten media sosial**

## Capaian pengabdian

Berdasarkan data setelah dilakukan pelatihan (*post test*), 30 peserta (100%) menjawab materi pelatihan memberikan manfaat yang positif bagi anggota KIM. Mereka menganggap bahwa materi-materi yang diberikan cukup menarik dan mampu memotivasi mereka meningkatkan ketrampilannya dalam bidang komunikasi apalagi keberadaan KIM di Sambirejo sangat dibutuhkan. Hal ini sesuai dengan jawaban peserta sebanyak 30 orang (100%) menganggap materi pelatihan menarik. Materi pelatihan dikemas cukup menarik tidak sekedar disampaikan dengan ceramah namun juga diselingi dengan diskusi dan *roleplaying* sehingga semua peserta terlibat dalam pelatihan dan diakhiri dengan praktik di kelas.

Dalam hal ketertarikan bidang media sosial 100% (30 orang) menyatakan tertarik pada bidang itu. Artinya kondisi saat ini anak muda khususnya anggota KIM familiar dengan media sosial khususnya *facebook, instagram, tiktok, dan youtube*. Tiada hari tanpa media sosial, tinggal bagaimana mereka memanfaatkan media tersebut untuk hal-hal yang benar terutama dalam mendukung pariwisata Sambirejo. Kemudian untuk materi *public speaking* sebanyak 100% (30 orang) menyatakan tertarik dengan bidang itu. Sejauh ini kemampuan pidato menjadi momok tersendiri bagi masyarakat tidak terkecuali KIM. Karena kemampuan ini tidak semua mampu tampil di depan umum. Dengan berbagai alasan mereka utarakan, takut, sakit, tidak percaya diri dan lain-lain. Padahal tugas mereka berkaitan dengan penyampaian informasi ke masyarakat. Atas dasar itu ternyata mereka justru tertarik untuk terus belajar dan belajar agar terbiasa tampil di depan umum.

Kemampuan dalam bidang jurnalistik menjadi daya tarik tersendiri bagi anggota KIM, dari 30 peserta sebanyak 28 orang (97%) menyatakan mereka tertarik pada materi jurnalistik dan sebanyak 2 orang (3%) menyatakan tidak tertarik. Dari data tersebut anggota KIM berupaya mendalami materi tulis menulis berita. Sejauh ini mereka menganggap bahwa dalam membuat tulisan atau berita tidak harus memenuhi kaidah jurnalistik, yang penting buat tulisan atau laporan. Namun setelah diberikan materi pelatihan mereka menjadi sadar bahwa penyusunan berita harus memenuhi unsur 5 W+1H (*what, who, when, where, why dan how*). Dan cara membuat itu tidaklah sulit untuk dipraktikkan peserta. Buktinya mereka mampu membuat tulisan berita dengan baik.

## KESIMPULAN

KIM sebagai unsur pendukung dalam pengembangan wisata mempunyai peran strategis dalam mengelola informasi khususnya informasi wisata di Sambirejo. Anggota KIM berisi anak-anak muda yang mempunyai semangat tinggi untuk maju. Namun untuk mewujudkannya harus didukung dengan *skill* komunikasi yang mumpuni. Melalui program pengabdian masyarakat dari tim Program Studi Ilmu Komunikasi STPMD “APMD” diwujudkan dalam bentuk pelatihan ketrampilan komunikasi anggota KIM yaitu ketrampilan berbicara di depan umum (*public speaking*), ketrampilan menulis berita dan ketrampilan dalam mengelola konten media sosial. Tiga ketrampilan itu dibutuhkan untuk mendukung pengembangan wisata Sambirejo. Jumlah wisatawan yang datang di Sambirejo dari tahun ke tahun semakin meningkat apalagi dengan keberadaan Taman Tebing Breksi yang menjadi ikon Sambirejo. Program pengabdian masyarakat yang dikemas dalam bentuk pelatihan *skill* komunikasi memberikan hasil yang positif bagi anggota KIM. Hasil praktik di lapangan

mereka mampu mempraktikkan dengan baik. Sebagian besar peserta KIM tertarik dengan materi yang diberikan oleh tim pengabdian program studi Ilmu Komunikasi STPMD “APMD”. Mereka meyakini bahwa apa yang didapatkan dalam pelatihan dapat memberikan kontribusi yang positif dalam pengembangan wisata Sambirejo. Anggota KIM tidak hanya mendapatkan materi secara teori namun juga dapat mempraktikkan di kelas, yaitu praktik pidato, praktik menulis berita dan praktik membuat konten video di media sosial.

### UCAPAN TERIMA KASIH

Program pengabdian dengan tema peningkatan *skill* komunikasi KIM dalam mendukung pengembangan desa wisata Sambirejo terlaksana atas kerjasama antara program studi Ilmu Komunikasi STPMD “APMD” Yogyakarta dengan pemerintah Kalurahan Sambirejo, Prambanan, Sleman Yogyakarta telah terlaksana dengan baik dan lancar. Kami mengucapkan terima kasih kepada pemerintah Kalurahan Sambirejo yang telah memberikan fasilitas tempat untuk program pelatihan. Kepada anggota KIM Sambirejo kami mengucapkan terima kasih yang telah meluangkan waktu dan tenaga dalam program tersebut. Kepada tim pengabdian yang terdiri dosen dan mahasiswa kami mengucapkan terima kasih yang tidak kenal lelah bekerja mulai dari koordinasi awal sampai pelaksanaan pengabdian dan Alhamdulillah semua berjalan dengan lancar.

### DAFTAR PUSTAKA

- [1] N. S. S. Siregar, N. I. Vita, and W. P. Sari, “Peningkatan Keterampilan Public Speaking dan Etika Komunikasi Bagi Pengurus dan Anggota Tim Penggerak PKK (Pendidikan Kesejahteraan Keluarga) se Kota Medan,” *Pelita Masy.*, vol. 4 (1), pp. 23–32, 2022, doi: Warsani Purnama Sari.
- [2] B. I. Pratama, M. R. Pratama, and B. A. Praja, “Kemitraan dalam Pengembangan Komunikasi Publik Kelompok Informasi Masyarakat di Kota Malang,” *ABDIRA J. Pengabdian Masy.*, vol. 4 (3), pp. 1–9, 2024, doi: <https://doi.org/10.31004/abdira.v4i3.467>.
- [3] U. R. S and T. Dharyanto, “Upaya Pemerintah Kabupaten Ciamis dalam Pengembangan Wisata Budaya (Studi di Astana Gede Kecamatan Kawali),” *J. Konserv. dan Budaya*, vol. 1 (1), pp. 29–43, 2024, [Online]. Available: <https://ojs.unigal.ac.id/index.php/jkdb>
- [4] O. A. Yoeti, *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Bandung: Angkasa Offset, 2014.
- [5] Kompas.id, “Kunjungan Wisatawan Naik,” *Kompas*, 2017. [Online]. Available: <https://www.kompas.id/baca/nusantara/2017/12/26/kunjungan-wisatawan-naik>
- [6] B. Bungin, *Komunikasi Pariwisata*. Jakarta: Prenada, 2015.
- [7] Y. T. Wijayanti, *Dinamika Komunikasi Konsep dan Konteks di Beragam Kehidupan*. Yogyakarta: ASPIKOM Press, 2017.
- [8] Y. Setyowati, F. Sulistyowati, and H. Muhsin, “Pendampingan Keterampilan Berkomunikasi bagi Kader Komite Kesejahteraan Perlindungan Anak dan perempuan,” *MARTABE*, vol. 4 (3), 2021, [Online]. Available: <http://jurnal.um-tapsel.ac.id/index.php/martabe/article/view/4435>
- [9] S. L. Tubbs and Sylvia Moss, *Human Communication: Prinsip-Prinsip Dasar*. Bandung: Rosda Karya, 2001.

- [10] B. D. Ruben and Lea P. Stewart, *Komunikasi dan Perilaku Manusia Edisi Kelima*. Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2013.
- [11] R. Mauliq, “Peran humas pemerintah sebagai sarana komunikasi publik (studi pada bagian humas dan protokol pemerintah Kota Bogor,” *UG Journal*, vol. 14 (7), 2021, [Online]. Available: <https://ejournal.gunadarma.ac.id/index.php/ugjournal/article/view/4957>
- [12] S. Silvia and S. Paramita, “Kredibilitas Komunikator Dalam Menyampaikan Pesan (Analisis Opini Generasi Milenial Pada Kepala Penerangan Kodam Jaya,” *KONEKSI*, vol. 2 (2), pp. 569–576, 2018, doi: <https://doi.org/10.24912/kn.v2i2.3938>.
- [13] H. Muhsin, Y. Setyowati, and Irsasri, “Peningkatan Kerampilan Komunikasi dan Analisis Masalah bagi Satgas KKPA dalam penanganan kasus kekerasan anak dan perempuan,” *MARTABE*, vol. 6 (2), 2023, doi: <http://dx.doi.org/10.31604/jpm.v6i4.1483-1500>.
- [14] M. MagdalenaWidiantari and F. Hasan, “Pelatihan Keterampilan Komunikasi Pokdarwis Desa Wisata Mendak Kecamatan Dagangan Kabupaten Madiun,” *DAYA - MAS Media Komun. Has. Pengabd. dan Pemberdaya. Masyarakat*, vol. 4 (2), pp. 47–49, 2019, [Online]. Available: <http://dayamas.unmermadiun.ac.id/index.php/dayamas>
- [15] S. A. Beebe and S. J. Beebe, *Public Speaking: An Audience-Centered Approach (10th Edition) Subsequent Edition*. Hoboken : Pearson Education, 2017.
- [16] B. Pease and A. Pease, *The definitive book of body language: The hidden meaning behind people's gestures and expressions*. Random House Publishing, 2008.