



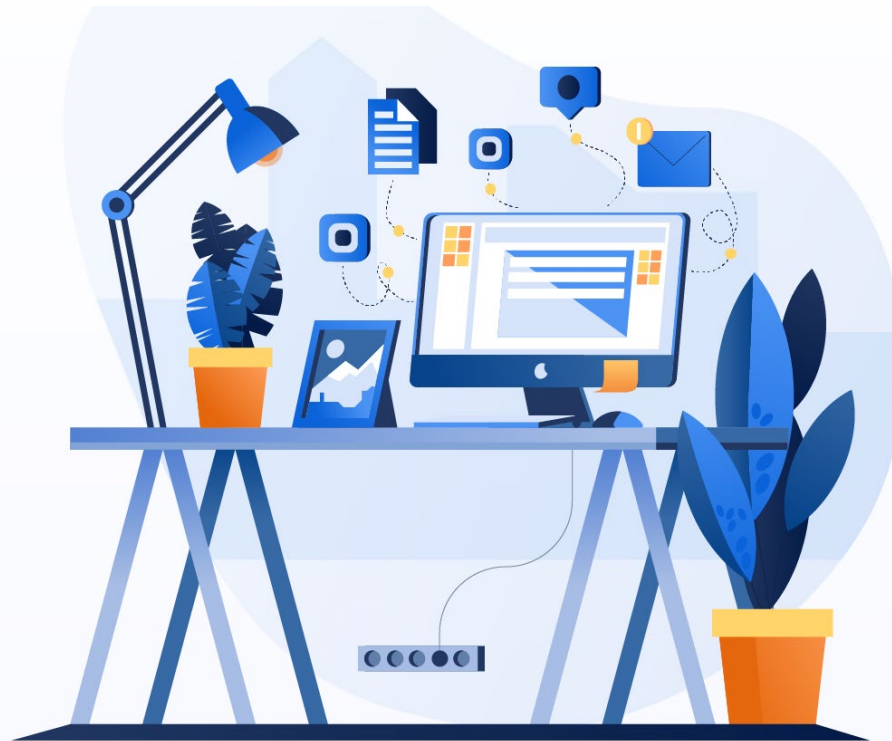
Structure Thinking in Presentation

8 Ketakutan Terbesar Manusia



1. Ketinggian
2. Ular
3. **Public Speaking**
4. Laba
5. Berada di ruangan sempit
6. Tikus
7. Jarum Suntik
8. Naik pesawat terbang

Sesi 1: Structured Thinking & Translating My Thoughts into Visual Aids





Structured Thinking

PRESENTASI



Presentasi adalah “upaya untuk mengkomunikasikan sebuah ide, pesan, atau informasi dengan efektif.”

Dalam presentasi bisnis audiens ‘ingin’



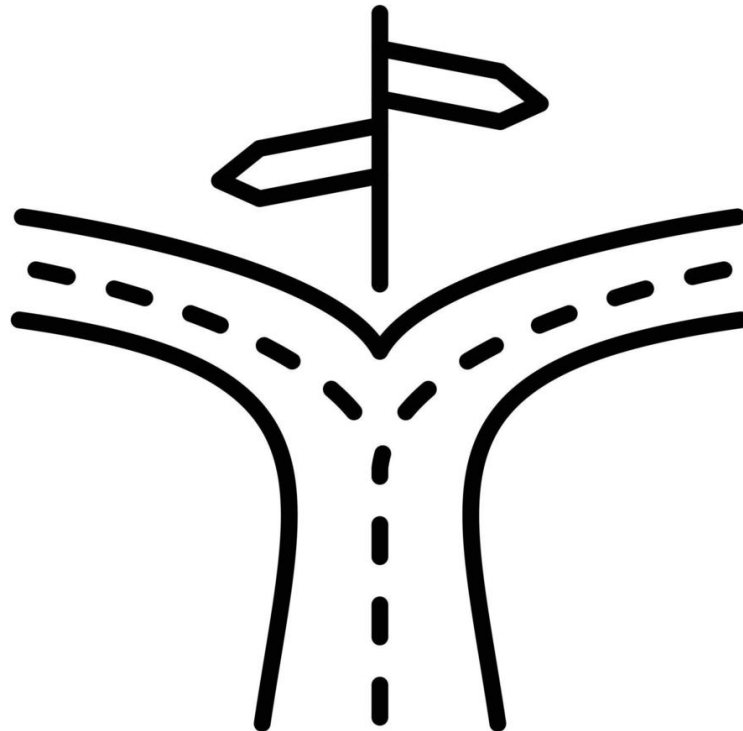
- Mempelajari sesuatu yang **baru**
- Mendapatkan **keuntungan finansial**
- Merasa **senang**
- Menjadi lebih **baik**
- Meningkatkan **keamanan** mereka

PERSIAPAN: TUJUAN PRESENTASI

Ada 2 tujuan utama dari sebuah presentasi:

Persuasif:

Mempengaruhi audiens untuk menyetujui ide/saran



Informatif:

Menjelaskan informasi

Komponen yang harus diperhatikan dalam presentasi bisnis adalah analisis **Cost & Benefit**

COST

- Biaya
- Investasi:
Rp, waktu, energi
- Dampak negatif
- Kerugian potensial
- Peluang yang hilang

BENEFIT

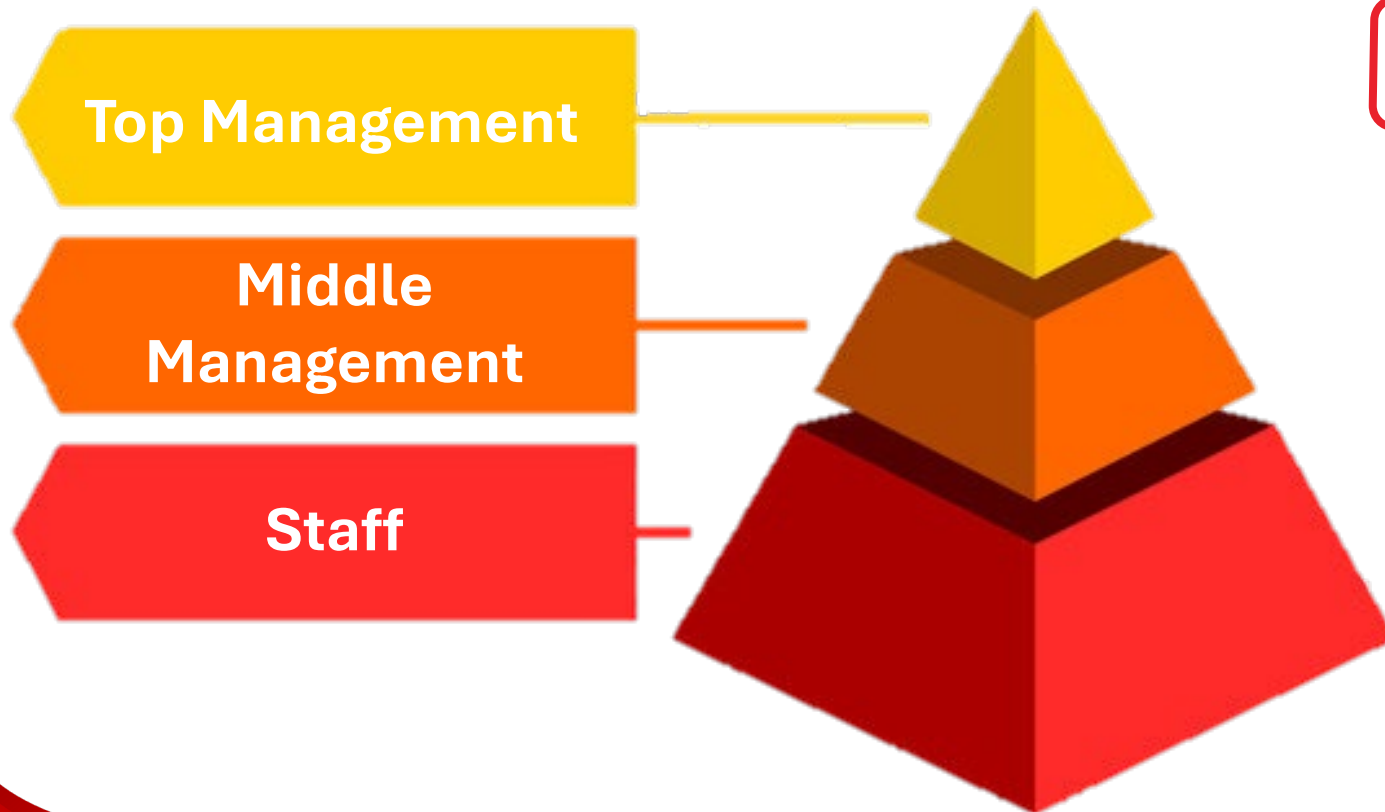
- Manfaat
- Revenue potensial:
Rp, waktu, energi
- Dampak positif
- Penghematan potensial
- Peluang yang didapat



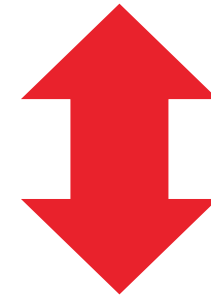
Low Cost - High Benefit



Materi untuk Berbagai Audience

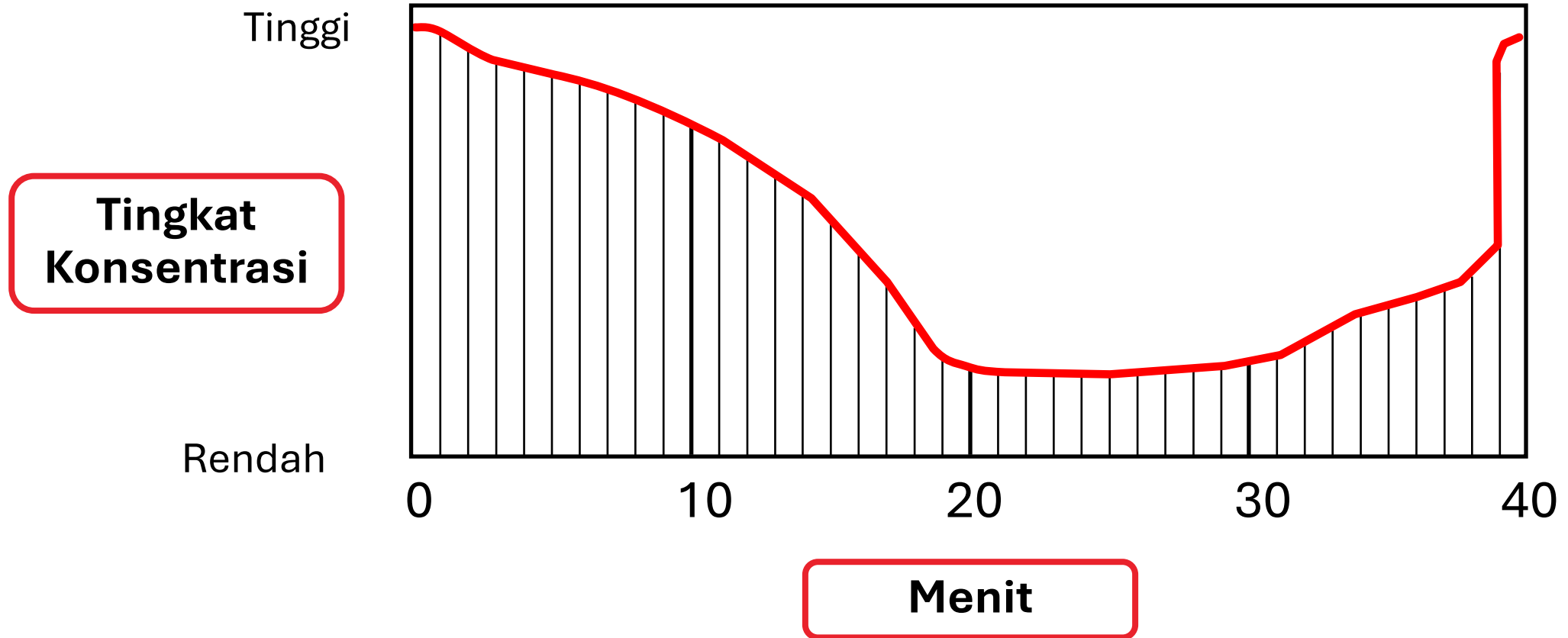


Overview, gambaran umum

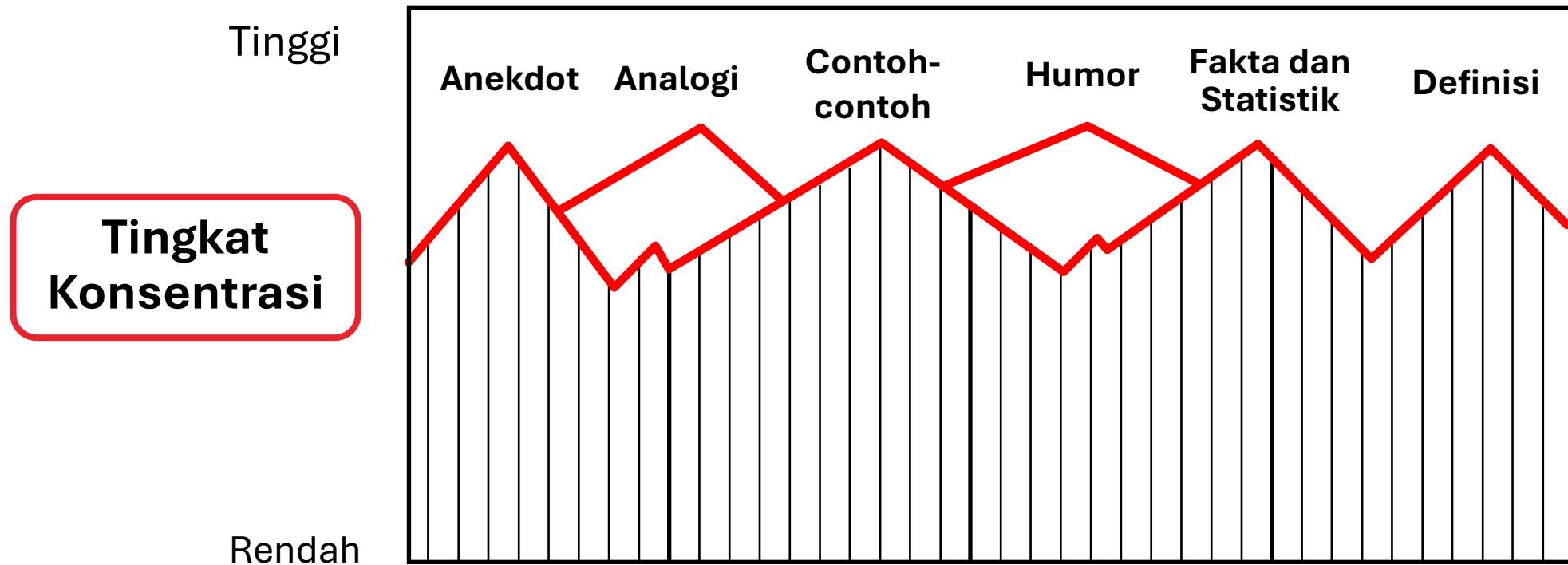


Teknis, gambaran detail

Audiens & Kurva Konsentrasi



Menjaga Konsentrasi Audiens





PERSIAPAN: STRUKTUR PRESENTASI

Mengapa Struktur sangat penting?

7 ± 2

George A. Miller



STRUKTUR PRESENTASI

Takeoff



PEMBUKAAN

Cruising



ISI

Landing



PENUTUP

Pembukaan



Mengkondisikan hadirin untuk bersikap **positif/kooperatif**:

- ✓ Apa manfaatnya:
 - Untuk Saya?
 - Untuk Perusahaan?
- ✓ Apa kemampuan presenter dalam hal ini?

Teknik Pembukaan

Story Telling

Pertanyaan
Retoris

Fakta

Quotes

Demonstrasi
Visual

Humor
Situasional

Silent Pause

- ***Perkenalkan diri bila hadirin belum mengenal Anda***

1. Storytelling Pribadi (Paling Sering Dipakai & Efektif)

Deskripsi: Cerita pribadi yang relevan dengan topik.

Contoh:

“Beberapa tahun lalu, saya pernah bertemu nasabah yang datang ke cabang dengan wajah gelisah. Dia pegang buku tabungan sambil bilang, ‘Pak, saldo saya hilang!’ Saat kami telusuri, ternyata dia hanya salah memahami transaksi digitalnya. Momen itu mengingatkan saya, bahwa literasi keuangan adalah pondasi layanan perbankan... dan hari ini kita akan membahas bagaimana membangun pondasi itu dengan lebih kuat.”

2. Pertanyaan Retoris (Sering Dipakai, Efektif untuk Memancing)

Deskripsi: Pertanyaan untuk membuat audiens berpikir.

Contoh:

“Kalau Anda diberi target pertumbuhan DPK 20% tahun ini, strategi apa yang pertama kali Anda pikirkan? Lebih gencar promosi? Meningkatkan layanan? Atau ada strategi lain yang jarang dibicarakan?”

3. Fakta (Efektif untuk Membuka Data-Driven Topic)

Deskripsi: Data mengejutkan yang relevan dengan topik.

Contoh:

“Tahukah Anda? 60% nasabah affluent di Asia memilih pindah bank bukan karena bunga atau produk, tapi karena pengalaman layanan. Artinya, customer experience menjadi faktor kunci retensi nasabah... dan ini yang akan kita kupas hari ini.”

4. Quotes (Aman, tapi Harus Relevan)

Deskripsi: Kutipan tokoh yang relevan dengan konteks bisnis.

Contoh:

“Peter Drucker pernah bilang, ‘The purpose of business is to create and keep a customer.’ Dalam perbankan, menciptakan nasabah mungkin mudah, tapi mempertahankan mereka? Itu seni yang kita bahas bersama hari ini.”

5. Demonstrasi / Visual Unik (Jarang Dipakai tapi Powerful)

Deskripsi: Gunakan properti sederhana untuk menciptakan rasa penasaran.

Contoh:

(Pembicara memegang smartphone dan membuka aplikasi mobile banking)

“Ini adalah frontliner kita yang paling setia. Tidak pernah cuti, tidak pernah telat, dan tidak pernah salah greeting. Tapi... apakah kita benar-benar memaksimalkan ‘frontliner digital’ ini untuk memenangkan hati nasabah? Mari kita lihat

6. Humor Situasional (Jarang Dipakai tapi Efektif untuk Memecah Suasana Tegang)

Deskripsi: Humor ringan yang relevan.

Contoh:

“Bank sekarang punya banyak channel digital. Mobile banking, internet banking, bahkan WhatsApp banking. Tapi ada satu channel yang nggak akan pernah hilang: nasabah datang ke teller sambil bilang, ‘Mbak, ATM saya ketelen.’ Dan ini jadi PR kita untuk edukasi digital dengan cara yang menyenangkan.”

7. Silent Pause (Sangat Jarang, tapi Kuat untuk Audiens Eksekutif)

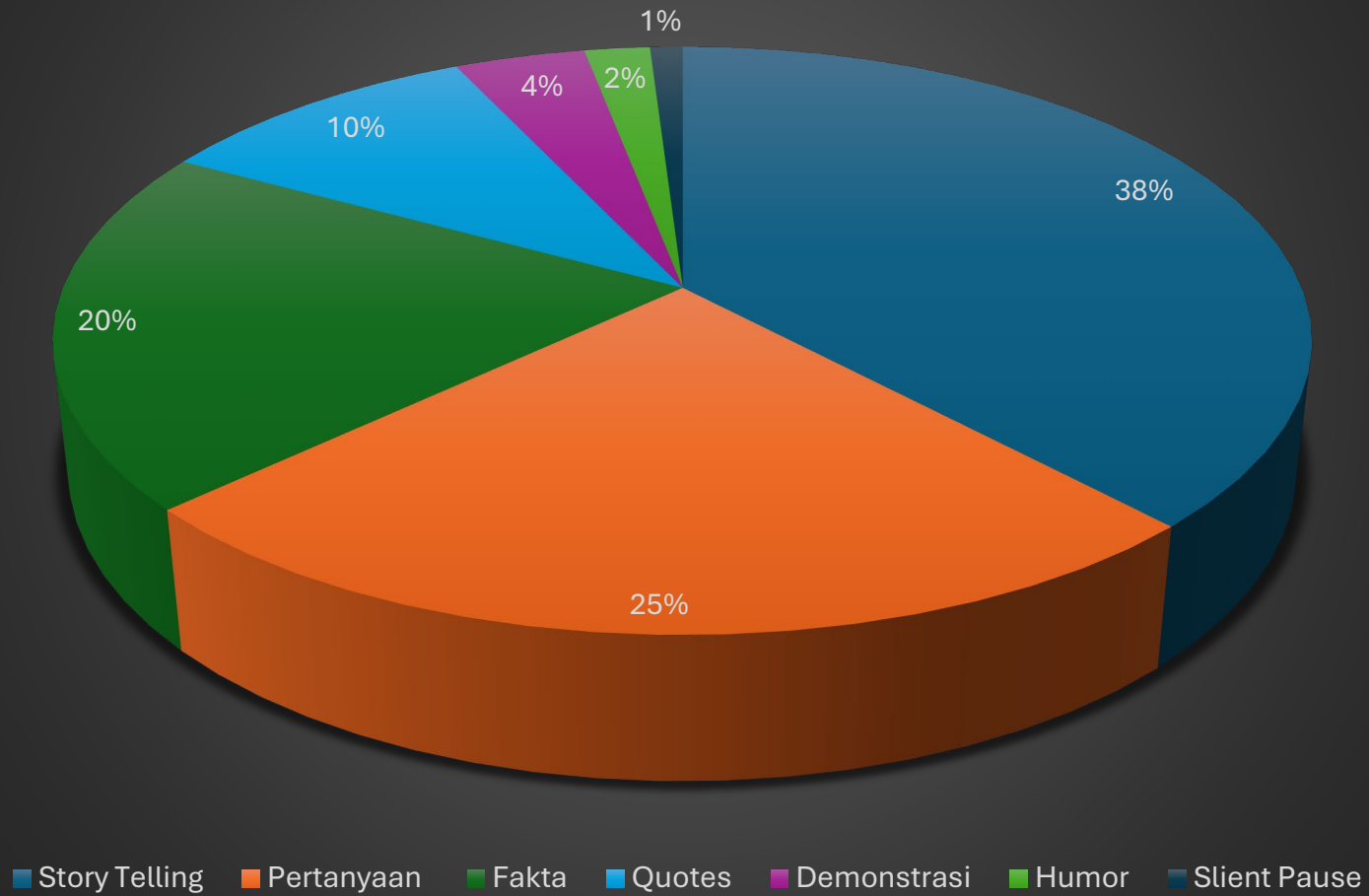
Deskripsi: Diam 3–5 detik sebelum bicara, lalu buka dengan kalimat berat.

Contoh:

(Diam, tatap audiens, lalu berkata pelan)

“Tahun lalu, satu bank besar kehilangan 12% nasabah prioritasnya... hanya karena satu hal: tim mereka tidak sigap membaca sinyal perubahan perilaku nasabah. Hari ini kita bicara tentang membaca sinyal itu... sebelum kompetitor melakukannya lebih dulu.”

Presentase Penggunaan Global



Berdasarkan data dari Prezi, Toastmasters, dan analisis 500+ TED Talks

Dari data, 3 teknik ini jarang dipakai tapi sebenarnya **sangat powerful**:

1. Silent Pause (1%)

- *Kenapa jarang?* Banyak pembicara takut “sunyi” dianggap tidak siap.
- *Kenapa powerful?* Justru keheningan menciptakan rasa penasaran luar biasa. Audiens akan otomatis fokus.

2. Demonstrasi / Visual Unik (4%)

- *Kenapa jarang?* Butuh persiapan ekstra & keberanian.
- *Kenapa powerful?* Visual atau aksi langsung menciptakan “anchor memory” yang sulit dilupakan audiens.

3. Humor Situasional (2%)

- *Kenapa jarang?* Banyak pembicara takut salah timing atau tidak lucu.
- *Kenapa powerful?* Jika berhasil, humor langsung memecah jarak dan menciptakan koneksi instan.

Efektivitas Penggunaan Teknik Pembukaan dalam Presentasi

Teknik	Efektivitas Skor (1-10)	Alasan
Storytelling	9.5	Audiens lebih ingat cerita dibanding angka/data.
Fakta	9.0	Menarik rasa ingin tahu & membuat audiens ingin tahu “mengapa”.
Demonstrasi	8.5	Memberi pengalaman langsung, membekas lebih lama.
Pertanyaan	8.0	Menciptakan interaksi mental walau pasif.
Humor	7.5	Efektif jika natural, tapi riskan jika dipaksakan.
Silent Pause	7	Powerful untuk audiens profesional, tapi butuh kepercayaan diri tinggi.
Quotes	6.5	Aman & klasik, tapi kadang terkesan generik.

Berdasarkan engagement rate (TED Talks & konferensi global)

Isi Presentasi

SCQA

**Pyramid
Principle**

**3-Act
storytelling**

**Problem-
Agitate-Solve**

AIDA

Modular

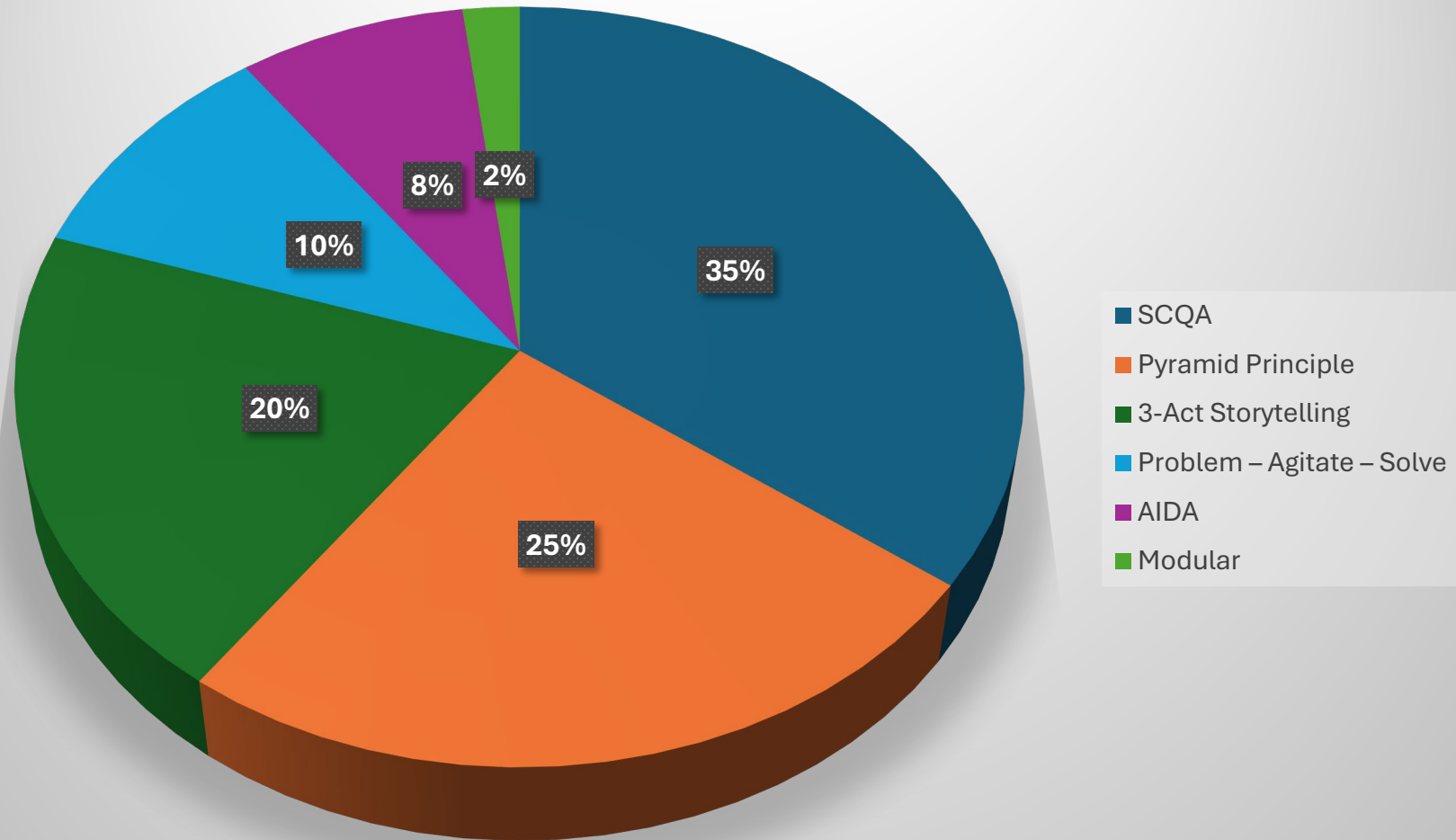
**Hybrid
(Gabungan)**

Struktur Isi Presentasi Terbaik

Struktur	Deskripsi	Tujuan Psikologis
SCQA (Situation – Complication – Question – Answer)	Menjelaskan situasi, masalah, pertanyaan, lalu solusi.	Membawa audiens melalui alur logis.
Pyramid Principle (Barbara Minto)	Kesimpulan utama di awal, diikuti argumen pendukung, lalu data detail.	Cocok untuk audiens eksekutif yang ingin cepat ke intinya.
3-Act Storytelling	Act 1: Setting masalah, Act 2: Perjalanan solusi, Act 3: Hasil & ajakan.	Mengikat audiens melalui narasi.
Problem – Agitate – Solve (PAS)	Menyampaikan masalah → Memperburuk urgensi → Menawarkan solusi.	Menggiring emosi agar solusi lebih diterima.
AIDA (Attention – Interest – Desire – Action)	Menarik perhatian → Mempertahankan minat → Membangkitkan keinginan → Mengajak bertindak.	Cocok untuk pitch & penjualan.
Modular (Point by Point)	Materi dibagi menjadi beberapa bagian terpisah yang jelas.	Cocok untuk training & workshop.

sumber (Nancy Duarte, Garr Reynolds, Barbara Minto, Chris Anderson, Prezi, dan analisis 500+ TED Talks & pitch deck kelas dunia)

Persentase Penggunaan Global



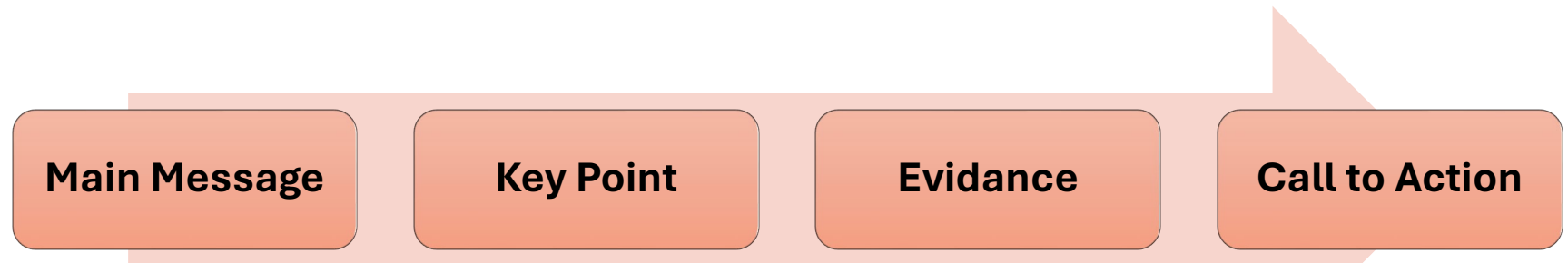
sumber (Nancy Duarte, Garr Reynolds, Barbara Minto, Chris Anderson, Prezi, dan analisis 500+ TED Talks & pitch deck kelas dunia

Efektivitas Penggunaan Teknik Isi dalam Presentasi

Struktur	Efektivitas	Keterangan
3-Act Storytelling	9.5	Orang mengingat cerita jauh lebih lama dibanding poin bullet.
Pyramid Principle (Barbara Minto)	9.0	Sangat disukai audiens eksekutif (bank, korporat, investor).
SCQA (Situation – Complication – Question – Answer)	8.5	Mudah dipahami, menjaga alur logis tetap rapi.
Problem – Agitate – Solve (PAS)	8	Efektif untuk memancing urgensi & aksi.
AIDA (Attention – Interest – Desire – Action)	7.5	Bagus untuk <i>sales pitch</i> , agak kurang natural untuk presentasi non-penjualan.
Modular (Point by Point)	6.5	Aman & jelas, tapi berisiko terasa “buku teks” jika tanpa narasi.

Struktur Isi Presentasi: Induktif vs Deduktif

Deduktif



Induktif



Struktur Isi Presentasi: Deduktif

Topik: Peningkatan Keamanan Transaksi Digital

Bank perlu memperkuat sistem keamanan transaksi digital untuk menjaga kepercayaan nasabah

Main Message (Kesimpulan di awal)

Lonjakan transaksi digital menimbulkan potensi risiko siber yang lebih besar.

Regulasi OJK & BI mendorong penerapan keamanan berlapis.

Keamanan digital berdampak langsung pada loyalitas nasabah.

Key Points (Alasan utama)

Kasus penipuan online meningkat 25% (Data OJK 2024).

Survei internal: 70% nasabah memilih bank berdasarkan keamanan digital.

Evidence (Bukti & Data)

Mari kita implementasikan sistem deteksi fraud real-time mulai Q4 untuk meminimalisir risiko

CTA (Ringkasan & Aksi)

Struktur Isi Presentasi: Induktif

Topik: Perluasan Layanan Keuangan Inklusif

Data BI 2024: 51%
UMKM belum memiliki
akses ke kredit formal.

Survei internal: 40%
pelaku UMKM tertarik
menggunakan layanan
kredit mikro digital

Evidence (Bukti & Data)

Ada potensi pasar besar untuk
layanan kredit mikro berbasis
digital.

Edukasi finansial dan pendampingan
dibutuhkan untuk meminimalisir
risiko kredit macet.

Key Insights (Analisis)

Bank perlu meluncurkan program
kredit mikro digital dengan edukasi
terintegrasi untuk menjangkau
pasar unbanked.

Main Message (Kesimpulan di awal)

Mari kita mulai pilot
project di 3 kota
potensial pada
semester depan

CTA (Ringkasan & Aksi)

Prinsip piramida memfasilitasi penyelesaian masalah dengan struktur berpikir

Governing Thought

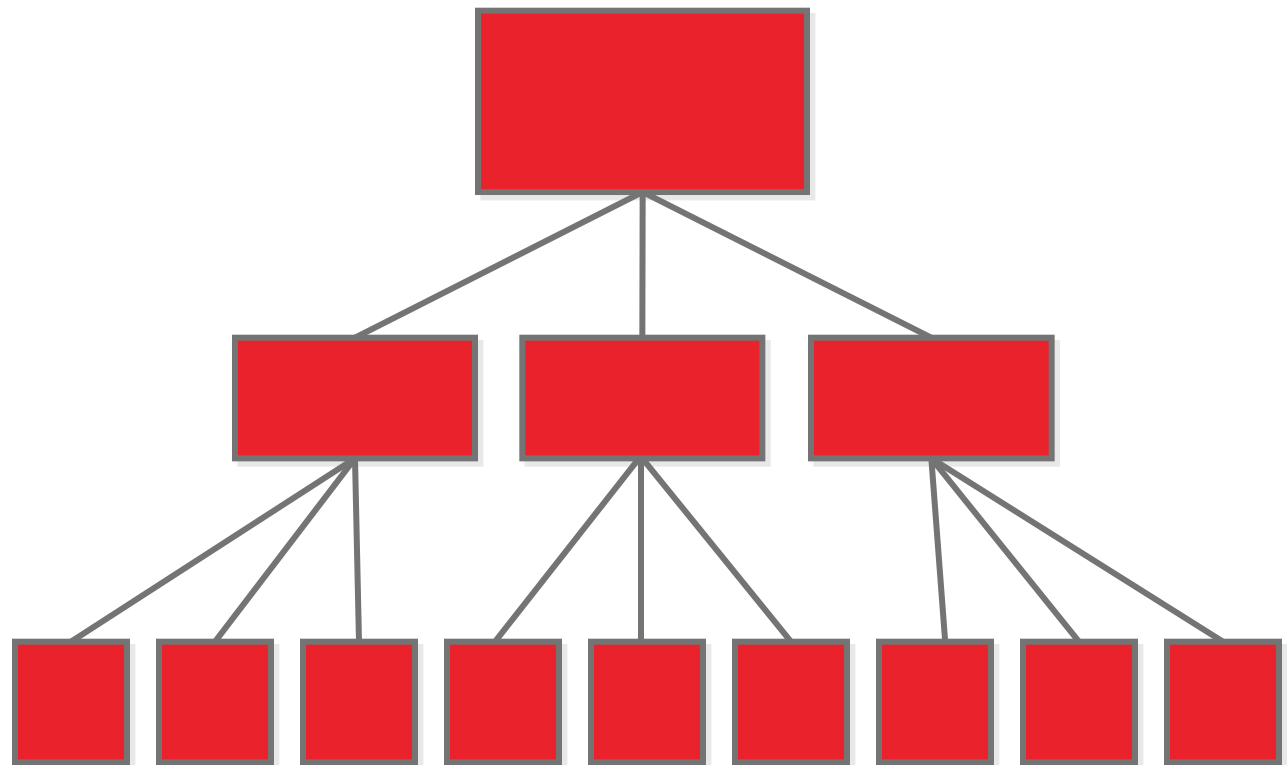
Tuliskan jawaban/harapan atas pertanyaan yang ingin dicari solusinya

Key Line

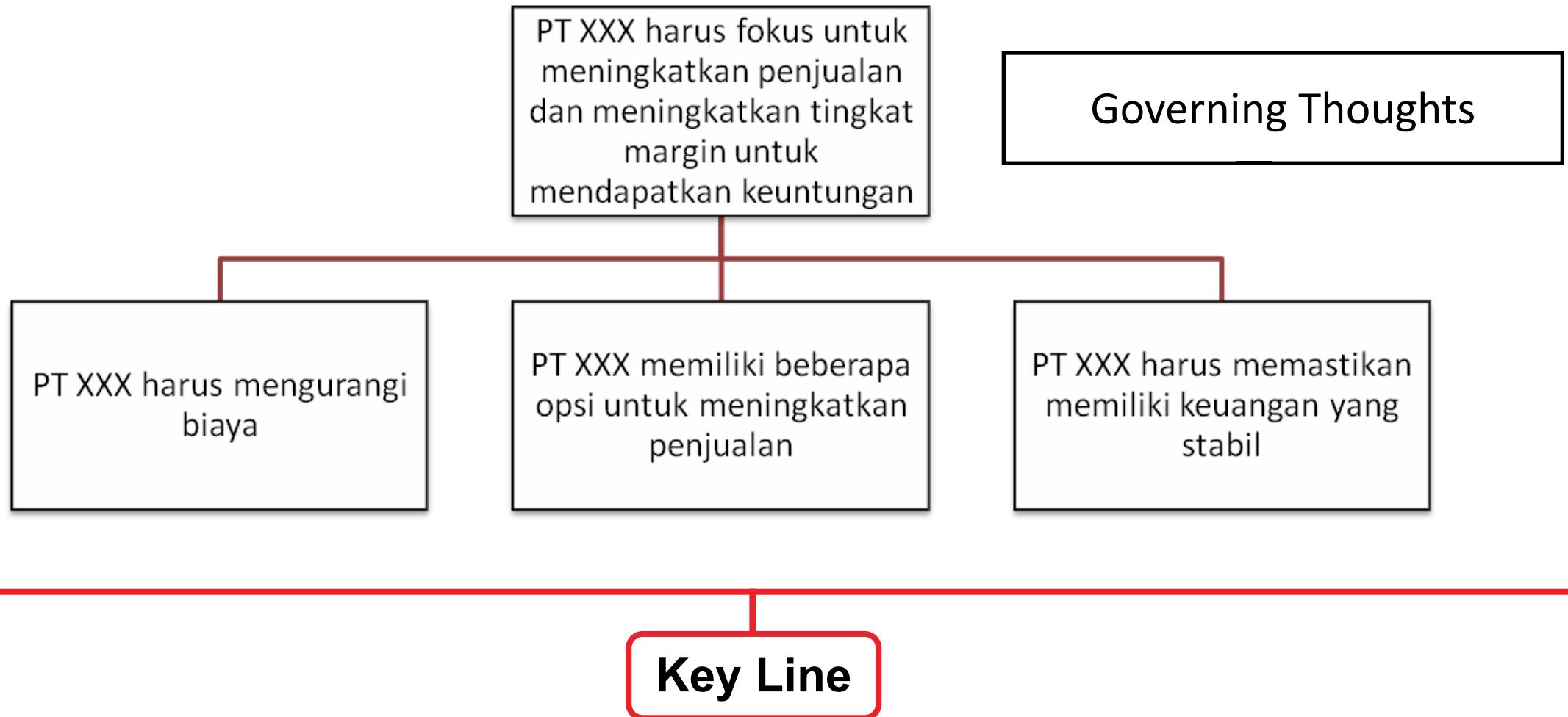
Poin utama yang digabungkan untuk membuktikan jawaban tersebut

Support

Data dan fakta-fakta yang mendukung key line



Contoh Prinsip Piramida:



Storyboard *Slides*-nya:

PT XXX butuh sebuah tindakan untuk meningkatkan tingkat keuntungan dengan fokus kepada:

❑ **Mengurangi biaya**

- Biaya tenaga kerja di level korporat
- Investasi
- Peningkatan kinerja cabang

❑ **Meningkatkan penjualan**

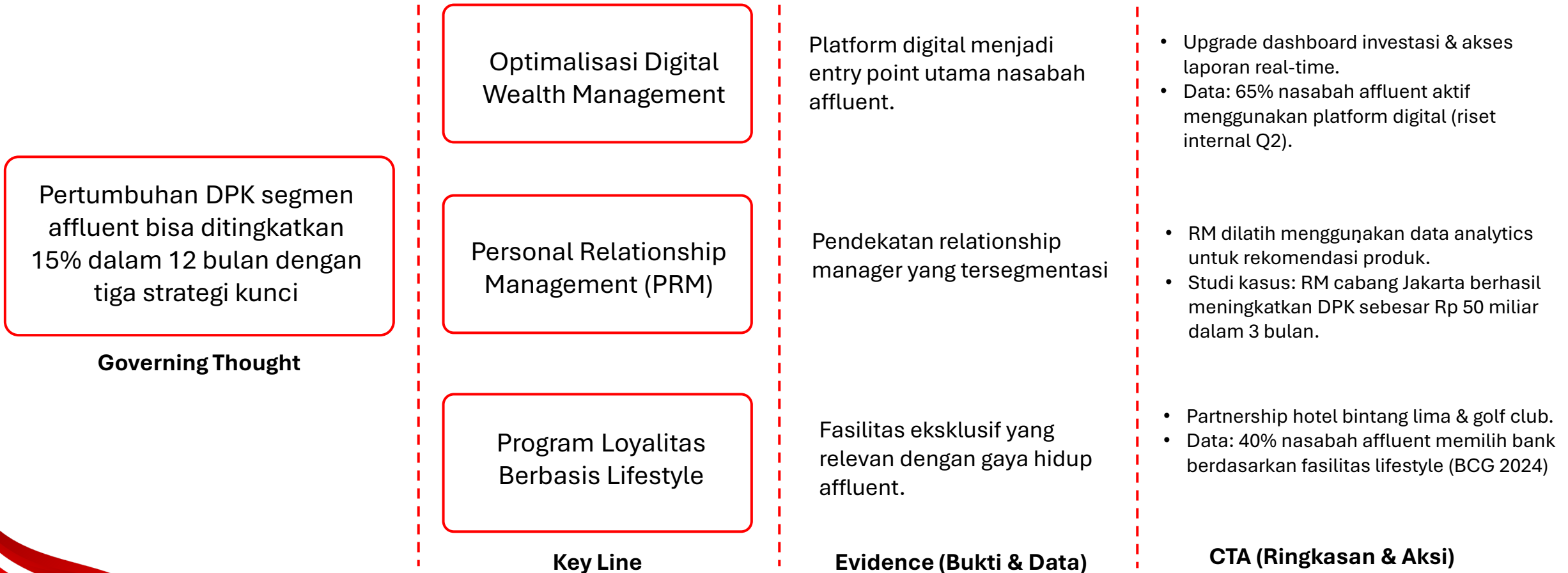
- Lingkungan makro
- Tren pelanggan
- Penawaran yang unik untuk memikat pelanggan

❑ **Menstabilkan bisnis**

- Meningkatkan cashflow
- Evaluasi struktur keuangan perusahaan
- Mengembangkan rencana jangka pendek dan jangka panjang

Contoh Prinsip Piramida

Topik: Strategi Meningkatkan Dana Pihak Ketiga (DPK) di Segmen Affluent



Aktivitas:

Latihan membuat struktur presentasi
dalam sebuah presentasi

Penutup Presentasi

Summary

**Call to
Action**

**Vision
Statment**

**Pertanyann
retoris akhir**

**Storytelling
Inspiratif**

Quotes

**Circular
Closing**

1. Ringkasan Kunci (Summary)

Deskripsi: Menutup dengan rekap poin utama.

Contoh Kalimat:

“Hari ini kita membahas tiga hal: pentingnya retensi nasabah, strategi digital untuk meningkatkan engagement, dan peran frontliner sebagai garda terdepan. Semua ini adalah fondasi pertumbuhan kita.”

2. Call to Action

Deskripsi: Menutup dengan ajakan spesifik.

Contoh Kalimat:

“Mulai minggu ini, mari kita ajak setiap nasabah mencoba fitur digital banking. Satu langkah kecil dari kita, dampaknya besar untuk bank.”

3. Vision Statement

Deskripsi: Gambaran masa depan yang ingin dicapai.

Contoh Kalimat:

“Bayangkan lima tahun ke depan, bank kita menjadi pilihan utama nasabah digital di Indonesia, dengan layanan yang aman, cepat, dan personal. Dan itu dimulai dari tindakan kita hari ini.”

4. Pertanyaan Retoris Akhir

Deskripsi: Pertanyaan untuk memicu refleksi.

Contoh Kalimat: “Jika bukan kita yang memberikan pengalaman terbaik bagi nasabah... siapa lagi?”

5. Storytelling Inspiratif

Deskripsi: Menutup dengan cerita motivatif.

Contoh Kalimat:

“Saya teringat seorang manajer cabang yang berhasil mempertahankan nasabah prioritasnya di saat kompetitor gencar promosi. Caranya sederhana: memahami kebutuhan nasabah dan menjaga komunikasi. Itulah kekuatan pelayanan yang konsisten.”

6. Kutipan Menggugah

Deskripsi: Menutup dengan kutipan yang relevan.

Contoh Kalimat:

“Seperti kata Warren Buffett, ‘It takes 20 years to build a reputation and five minutes to ruin it.’ Mari kita jaga reputasi bank ini dengan pelayanan terbaik.”

7. Circular Closing

Deskripsi: Menghubungkan kembali ke pembukaan.

Contoh Kalimat:

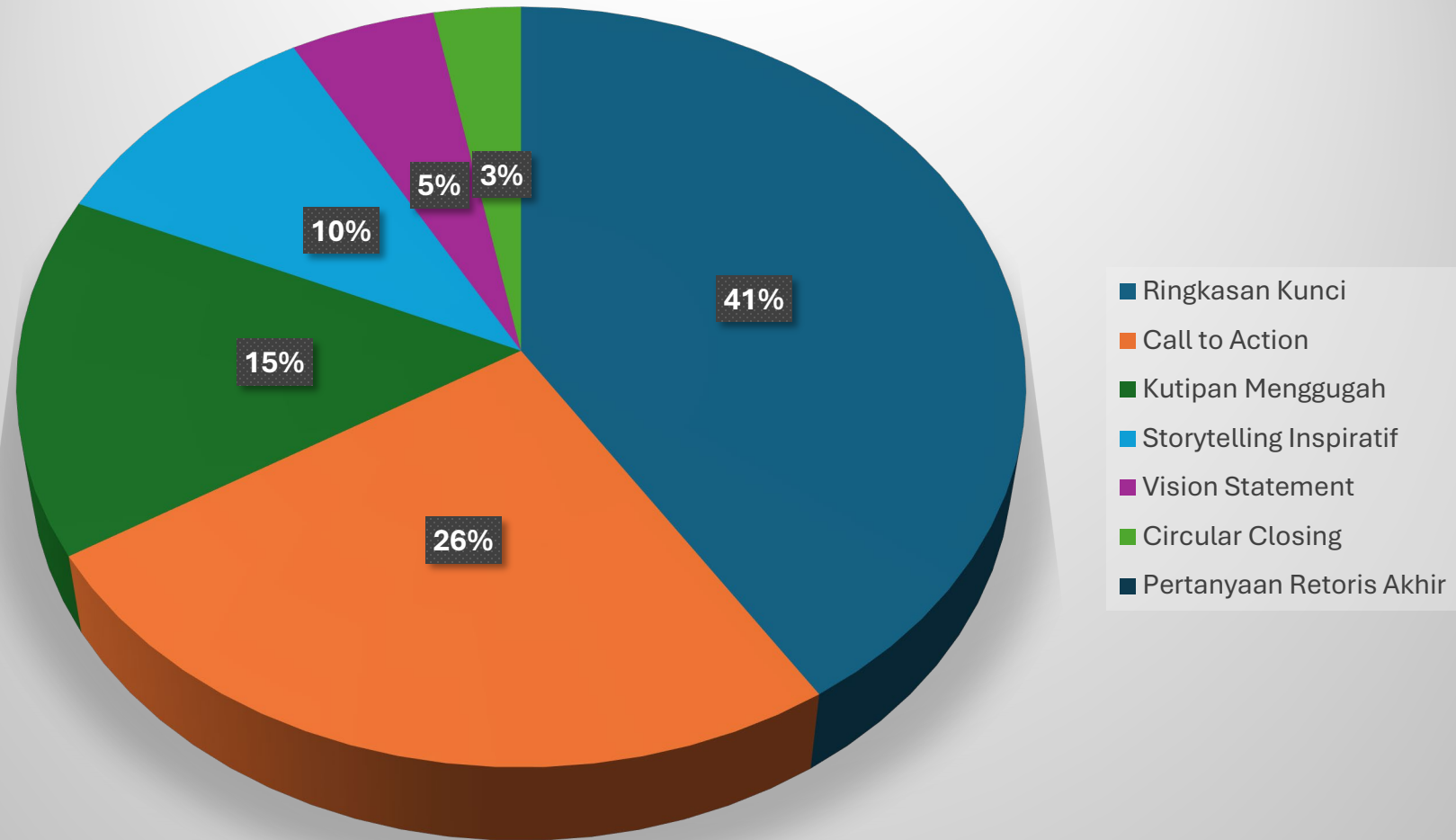
(Jika pembukaan tadi bercerita tentang nasabah yang gelisah)“Kita mulai hari ini dengan cerita tentang seorang nasabah yang gelisah. Mari kita pastikan ke depannya, setiap nasabah meninggalkan bank kita dengan rasa tenang dan puas.”

Struktur Penutupan Presentasi Terbaik

Struktur	Deskripsi	Tujuan Psikologis
Ringkasan Kunci (Summary)	Menutup dengan rangkuman poin-poin utama.	Membantu audiens mengingat inti materi.
Call to Action (CTA)	Menutup dengan ajakan jelas.	Cocok untuk audiens eksekutif yang ingin cepat ke intinya.
Vision Statement	Menutup dengan gambaran masa depan yang diinginkan.	Menginspirasi & memotivasi.
Pertanyaan Retoris Akhir	Mengajukan pertanyaan untuk membekas di pikiran audiens.	Membuka refleksi pasca-presentasi.
Storytelling Inspiratif	Menutup dengan cerita sukses atau pembelajaran.	Memberi energi positif & contoh nyata.
Kutipan Menggugah	Kutipan yang relevan dengan pesan akhir.	Memberi sentuhan elegan & menguatkan pesan.
Circular Closing (Kembali ke Opening)	Menghubungkan penutupan ke pembukaan.	Memberi rasa utuh & memuaskan.

sumber (Nancy Duarte, Garr Reynolds, Barbara Minto, Chris Anderson, Prezi, dan analisis 500+ TED Talks & pitch deck kelas dunia)

Persentase Penggunaan Global



Efektivitas Penggunaan Teknik Penutupan dalam Presentasi

Teknik	Efektivitas	Keterangan
Vision Statement	9.5	Kuat untuk menggerakkan audiens menuju tujuan jangka panjang.
Circular Closing	9.0	Membuat presentasi terasa rapi & memorable.
Storytelling Inspiratif	9.0	Memberi energi & inspirasi tinggi.
Call to Action	8.5	Efektif untuk audiens yang siap bertindak.
Ringkasan Kunci	8.0	Aman & jelas, tapi kurang emosional.
Pertanyaan Retoris Akhir	7.5	Efektif untuk refleksi, tapi perlu momentum tepat.
Kutipan Menggugah	7.0	Elegan, tapi kadang generik jika kutipan terlalu umum.



Traslating My Thoughts into Visual Aids

Perhatikan hal-hal ini sebelum Anda memikirkan tentang slides:

- Anda sesungguhnya adalah ***visual aid* utama**, bukan slides Anda
- Perhatikan **pengaturan tempat duduk** untuk audiens Anda
- Ketahui **sumber listrik** dan **uji semua teknologi pendukung** yang akan digunakan

Elemen penting dalam pembuatan *slides*

Penyusunan

- Kontras
- Hirarki
- Kesatuan
- Ruang kosong
- Kedekatan
- Alur

Elemen Visual

- Latar belakang
- Warna
- Text
- Gambar

Animasi

- Waktu
- Tempo
- Jarak
- Arah
- Arah mata

Cite from : Slideology by Nancy Duarte

1 Penyusunan ide dengan *Slides*

Gunakan bullet point

Satu ide pada satu waktu

Mudah dibaca



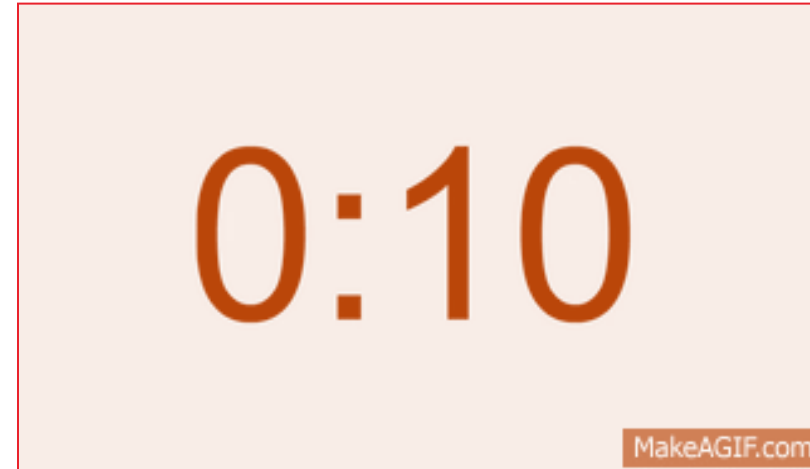
Rule of Six

6 kata

6 baris

- Enam kata untuk setiap baris
- Kurang lebih...
- enam baris...
- untuk masing-masing ..
- Slide..

Aturan 10 detik



Pesan dalam satu slide harus dibaca dan dipahami oleh audiens dalam **10 detik**

2 Elemen Visual

Warna termudah untuk dilihat:

Hitam, **Biru**, **Hijau**

Kontras yang baik:

Hitam dan **biru**, **hijau** dan hitam

Jangan gunakan terlalu banyak warna



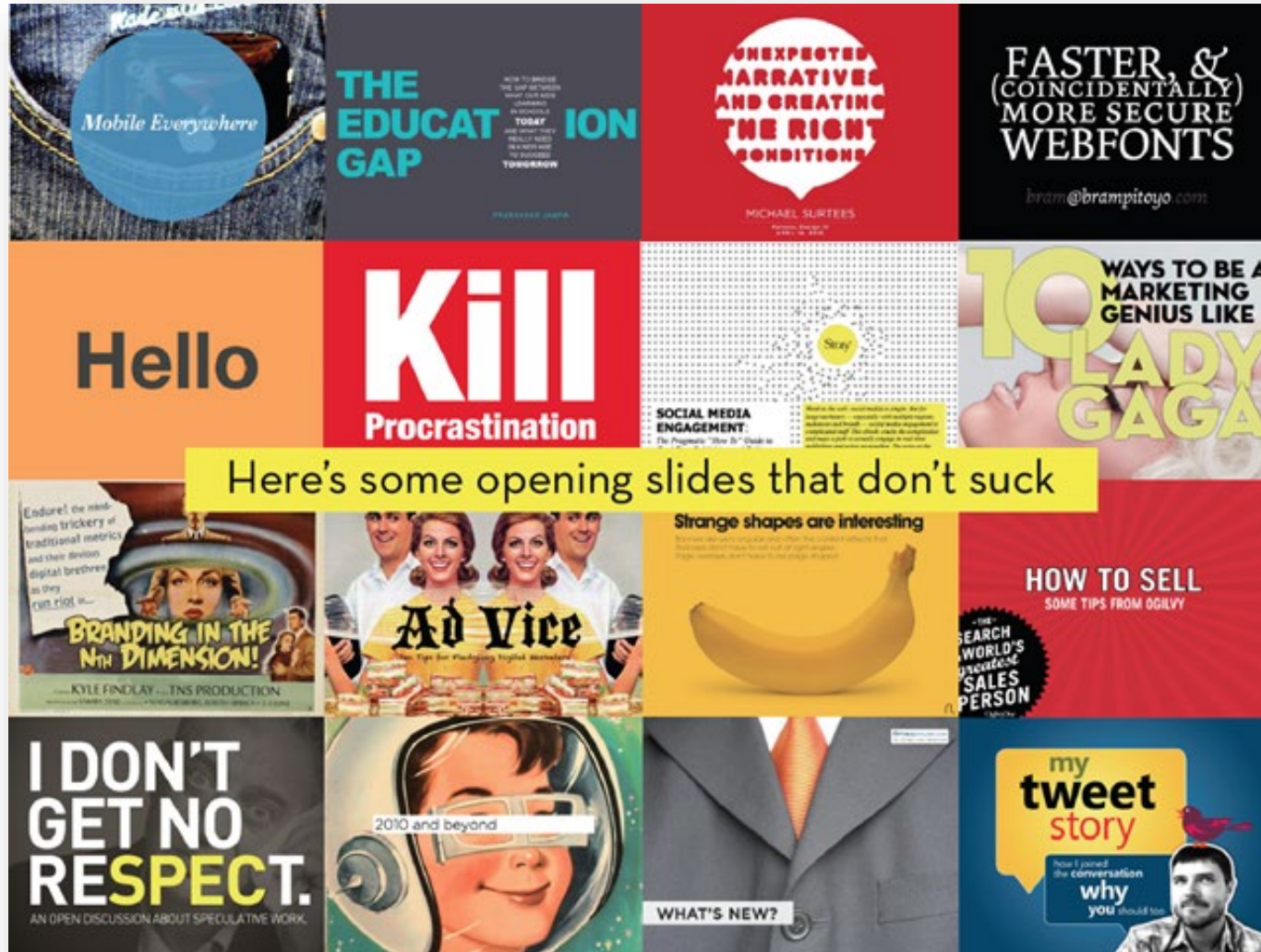
Font

Arial

San Serif gampang
dibaca

Times

Serif font kadang sulit
dibaca karena dekorasi
di ujung-ujungnya



**Gambar
memiliki
seribu arti**

Menggunakan bagan dan diagram untuk menyajikan detail agar pesan lebih mudah dipahami

1

Membuat Cerita

Bagan dan diagram dapat menjadi alat Anda untuk membuat cerita yang kuat

2

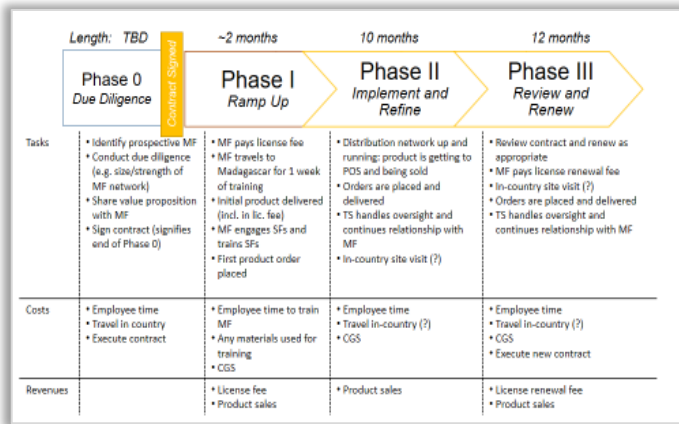
Sederhanakan

Ketika menyajikan kepada *high level audiens*, detailnya dapat dikurangi dan fokus pada poin-poin penting

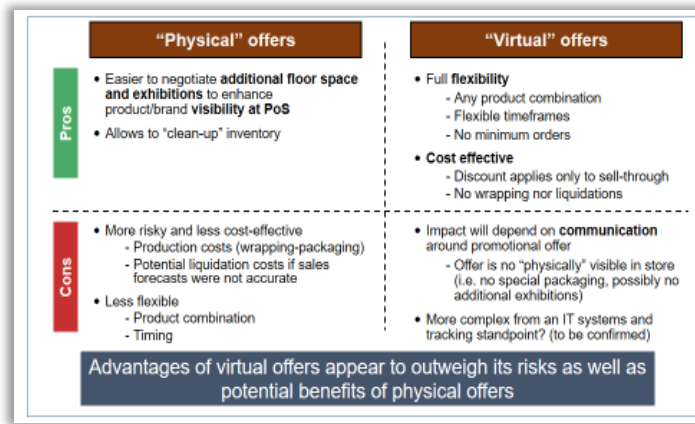
3

Jelaskan

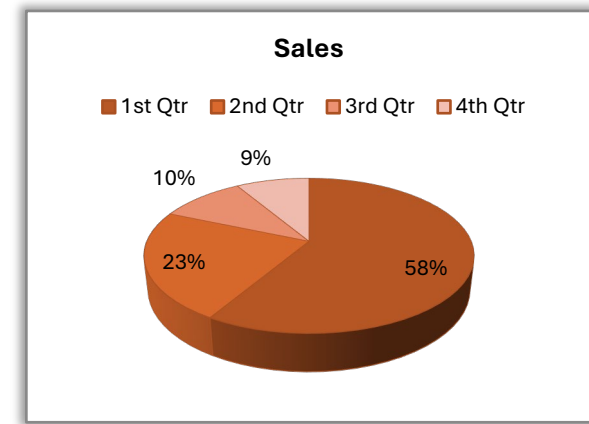
Bagan / diagram harus berdiri sendiri



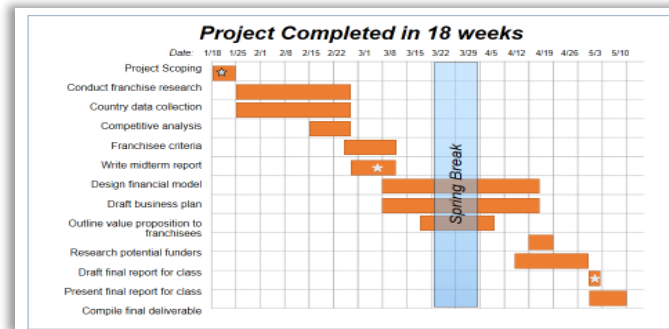
Timeline Chart
 Tujuan: Menjelaskan fase dalam proyek & lingkup pekerjaan



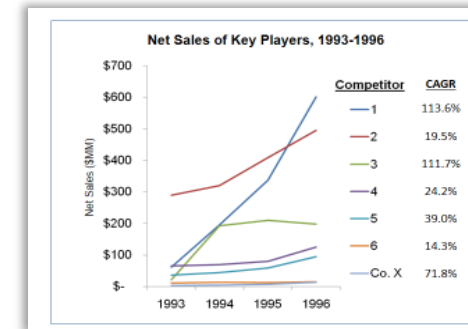
Comparison Chart (2x2)
 Tujuan: Pro & kontra dari 2 alternatif



Pie-Chart
 Tujuan: Menjelaskan bagian dari suatu kesatuan



Gantt Chart
 Tujuan: Menjelaskan milestone mingguan untuk setiap pekerjaan



Line Chart
 Tujuan: Menggambarkan ilustrasi trend menurut waktu

3 Transisi dan Animasi

Perlihatkan konsep satu persatu

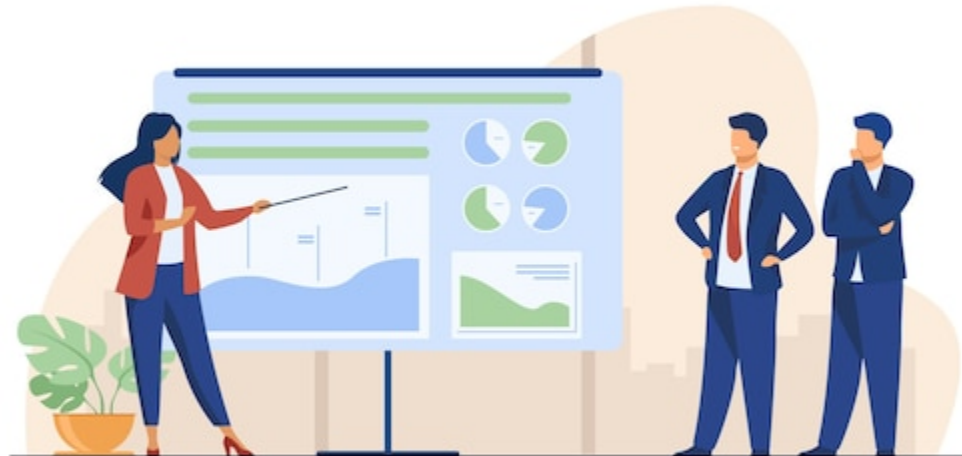
Tetap konsisten dan sederhana

Wipe dengan arah baca peserta

Berikan hanya satu transisi per visual

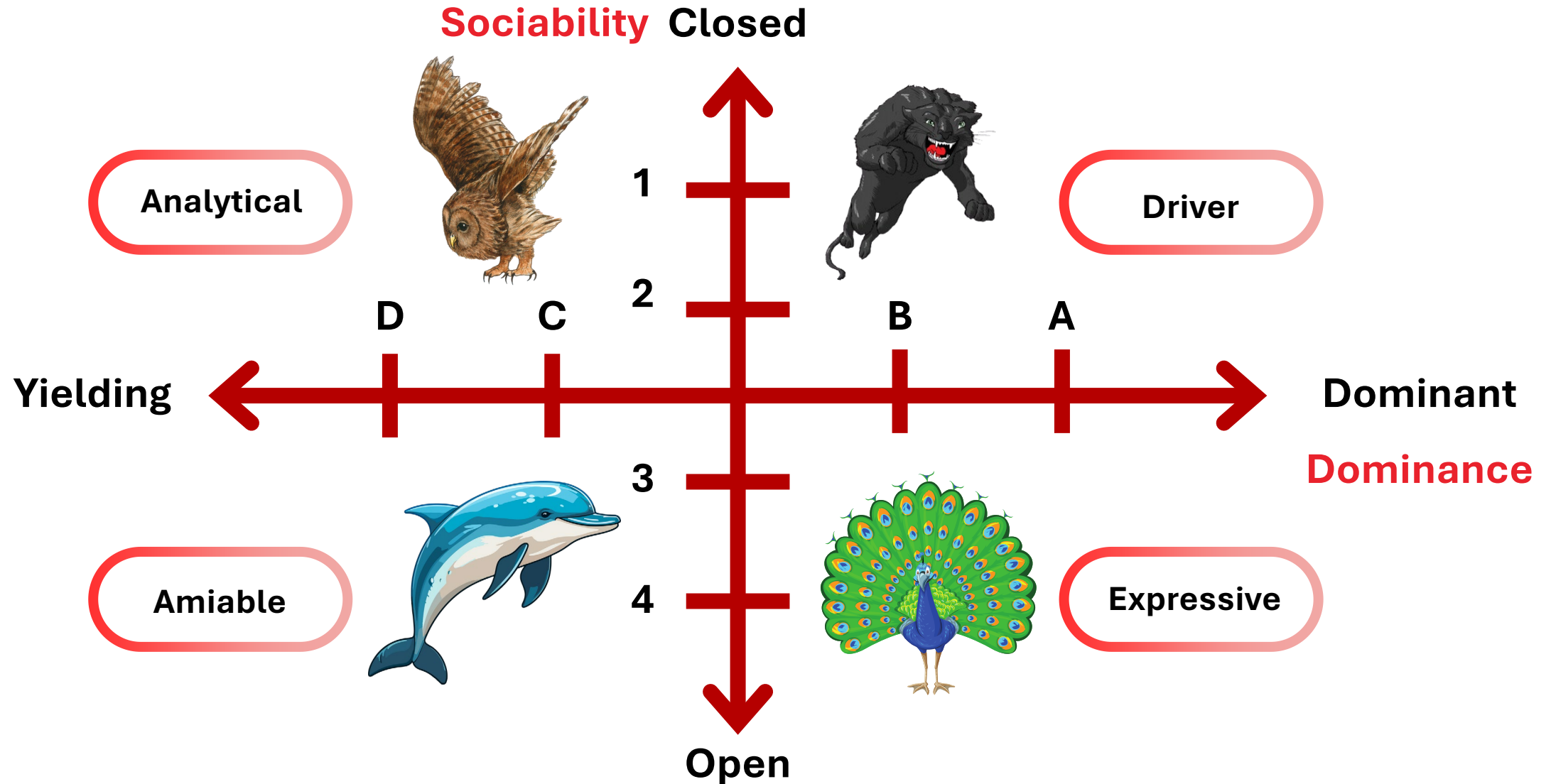


Sesi 2: Presentation Delivery



Cara Anda menyajikan pesan atau cerita Anda dapat disesuaikan berdasarkan

Tipe Kepribadian Stakeholder



Dominance Scale

Pengukuran upaya yang dilakukan seseorang untuk mempengaruhi pemikiran dan tindakan orang lain.

Kecenderungan
untuk *mengalah*

Low

- Diam
- Pengambilan keputusan butuh waktu
- Bertanya – bukan memerintah
- Bermain dalam kelompok
- Kooperatif

High

- Langsung
- Berani memutuskan
- Memerintah – bukan bertanya
- Yakin
- Tidak sabar

Kecenderungan
untuk mendominasi

Sociability Scale

Sejauh mana seseorang secara terbuka menunjukkan perasaan dan menampilkan emosi saat berinteraksi dengan orang lain

Reservasi sosial



Ramah secara sosial

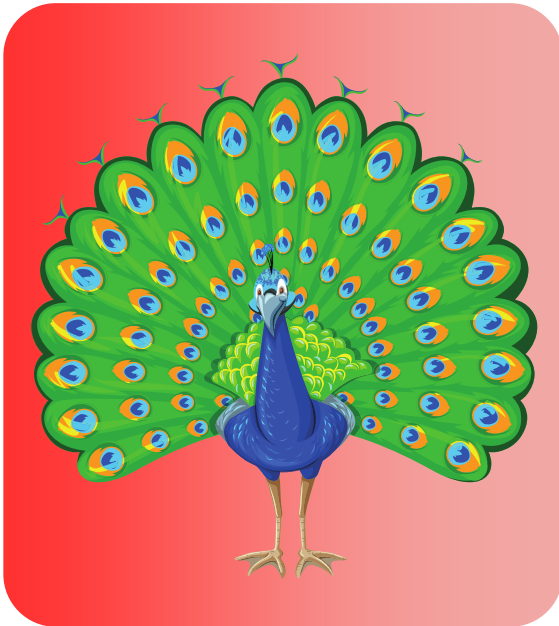
- Berdasarkan fakta/logika
- Orientasi pada hasil, tugas
- Serius, formal
- Berjarak
- Susah ditebak
- Menggunakan opini dan intuisi
- Orientasi pada hubungan manusia
- Tidak formal dan personal
- Hangat, bersahabat dan santai
- Mudah ditebak

DRIVER



- Mampu menyelesaikan, mampu memutuskan
- Berorientasi pada hasil dan cepat
- Bisa sangat menuntut, sulit didekati
- Cenderung memerintah bukan bertanya
- Memegang kendali
- Tidak sabar & level toleransi rendah

Expressive



- Kreatif, Spontan
- Menyenangkan, mempesona, persuasif, lucu
- Menularkan antusiasme dan sikap yang positif
- Mencari pengakuan
- Tidak sabar
- Kurang teliti, kurang terorganisir

Analytical



- Obyektif, Berdasarkan fakta
- Detil, Akurat
- Berorientasi pada tugas
- Serius, tertutup, suka menyendiri
- Meminimalisir resiko
- Mengikuti peraturan dan regulasi

Analytical



- Ramah, bersahabat, hangat
- Mudah mempercayai orang lain
- Berempati dan peka terhadap kebutuhan orang lain
- Suportif, tidak blak-blakan
- Pemain tim yang luar biasa, Pendengar yang baik
- Menolak perubahan, Menghindari risiko, menghindari konflik

PENYAMPAIAN PRESENTASI



Riset oleh MIT Media Lab menyimpulkan bahwa 87% keberhasilan Rencana Bisnis yang dipresentasikan ditentukan dari **observasi bahasa tubuh - tanpa harus mendengarkan isi yang disajikan**

Efektivitas Penyampaian: 3V dalam Presentasi

Verbal



7%



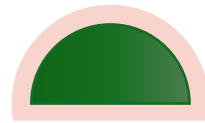
Voice



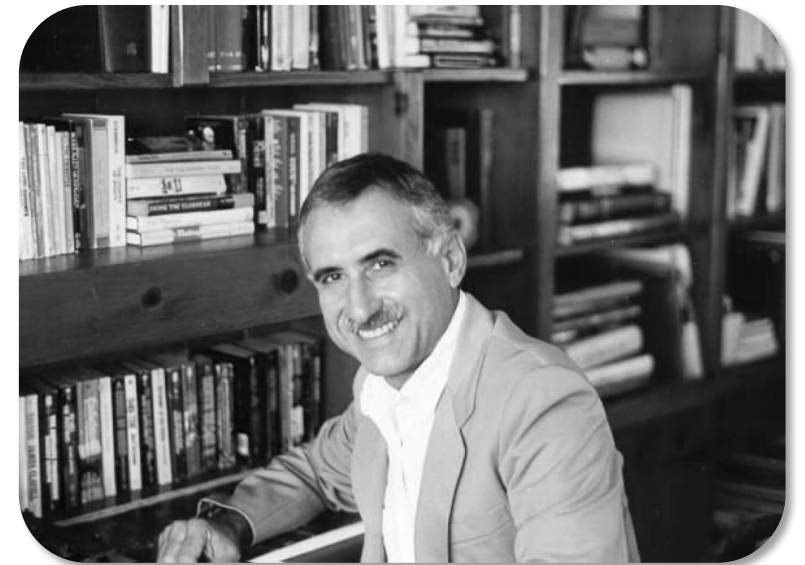
38%



Visual



55%



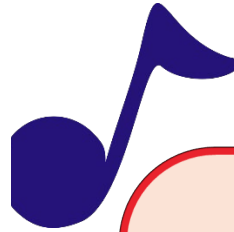
Albert Mehrabian

Efektivitas Penyampaian: 3V dalam Presentasi



Verbal

- Mudah dimengerti dan Sederhana



Voice

- Artikulasi
- Nada
- Tempo
- Volume



Visual

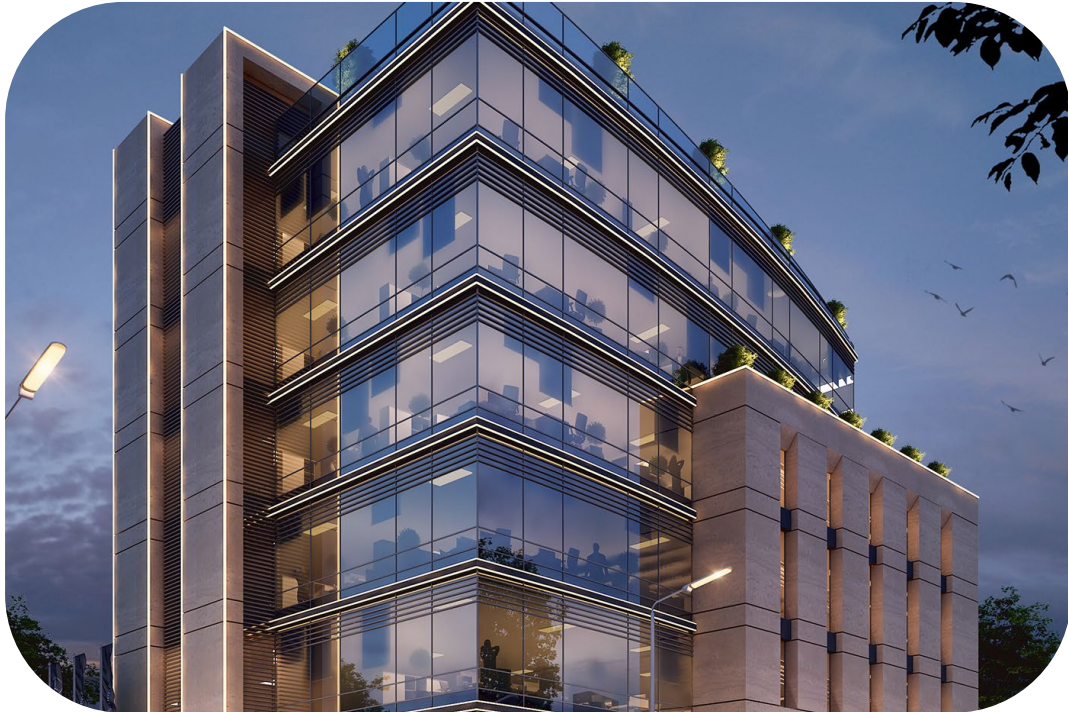
- Slide
- Flip Chart
- Diagram
- Contoh Produk
- Presenter

Tips Berbicara Pada Saat Presentasi

Artikulasi	<ul style="list-style-type: none">• Berbicara dengan artikulasi yang jelas
Nada	<ul style="list-style-type: none">• Usahakan menggunakan tone bercakap-cakap
Tempo	<ul style="list-style-type: none">• Variasi kecepatan untuk merefleksikan suasana
Volume	<ul style="list-style-type: none">• Variasi volume untuk penekanan
Kata-kata	<ul style="list-style-type: none">• Gunakan kata-kata yang mudah dimengerti oleh audiens• Pakai kosakata yang sesuai dengan sudut pandang audiens Ingatlah untuk terlihat menyenangkan dan natural ketika Anda berbicara• Tambahkan humor

Tips Bahasa Tubuh Pada Saat Presentasi

Cara Berdiri	<ul style="list-style-type: none">• Bertumpu pada dua kaki
Posisi tangan	<ul style="list-style-type: none">• Posisikan di depan pinggang agar mudah memberikan gambaran dengan tangan
Postur	<ul style="list-style-type: none">• Berdiri atau duduk diatas kursi dengan postur tegak• Tunjukkan ketertarikan dengan posisi condong depan
Gesture	<ul style="list-style-type: none">• Gestur tidak berlebihan
Kontak mata	<ul style="list-style-type: none">• Kontak mata merupakan cara terbaik untuk terhubung dengan audiens
Senyum	<ul style="list-style-type: none">• Audiens akan tersenyum jika presenter tersenyum• Tersenyum membuat presenter terlihat lebih menyenangkan dan ramah• Tersenyum membuat presenter terlihat lebih kompeten



THANK YOU

For Your Time

 +62 851-7546-9337

 www.mditack.com

 Jl. Jembatan Tiga Raya 36AA-AB
Jakarta 14440, Indonesia