



IMPACTFUL COMMUNICATION TRAINING: COMMUNICATING ASSERTIVELY & PRESENTING IDEAS CLEARLY





Building the Foundation of Impactful Communication

SESI 1



Komunikasi Efektif



Komunikasi Efektif adalah komunikasi yang dilakukan ketika **pemberi pesan** dan **penerima pesan** memiliki **persepsi yang sama** terhadap **aspek yang dikomunikasikan**.

Hambatan Komunikasi

Fisik

Kondisi fisik

Keributan

Jarak

Interupsi

Psikologik

Gugup

Prasangka

Marah

Lelah

Stress

Semantik

Penggunaan
Jargon

Istilah teknis

Empati dalam Komunikasi

Empati adalah:

Kemampuan mengenali, memahami, dan menghargai perasaan orang lain.

Bersikap sensitif terhadap apa, bagaimana dan mengapa orang lain merasa demikian.

Komponen Empati:



Kesadaran



Pemahaman



Penerimaan

4 Langkah Berempati

Langkah 1

Mendengarkan
untuk Memahami



Langkah 2

Mengumpulkan
Informasi



Langkah 3

Klarifikasi



Langkah 4

Menyelesaikan
Masalah



Langkah Berempati

Langkah 1 – Mendengarkan untuk Memahami

Bagaimana Kebanyakan Orang Umumnya Mendengarkan:

● **Berbicara** atau bersiap untuk berbicara

● **Memfilter** apa yang mereka dengarkan berdasarkan persepsi diri sendiri (paradigma diri sendiri)

● Mencari **kesamaan** cerita atau pengalaman pribadi dengan cerita atau pengalaman orang tersebut



Langkah Berempati

Langkah 2 - Mengumpulkan Informasi



Open Ended -

“Ceritakan kepada saya.....”

Close Ended -

“Apakah pembeli benar atau salah?”

Langkah Berempati

Langkah 3 - Klarifikasi



“Ketika Anda mengatakannya....., apakah maksud Anda.....?”

“Sepertinya Anda mengatakan bahwa.....?”

“Berikan saya contoh.....”

Langkah Berempati

Langkah 4 - Menyelesaikan Masalah



“Apa yang Anda inginkan untuk terjadi?”

“Alternatif apa saja yang ada?”

“Bagaimana saya dapat membantu Anda?”

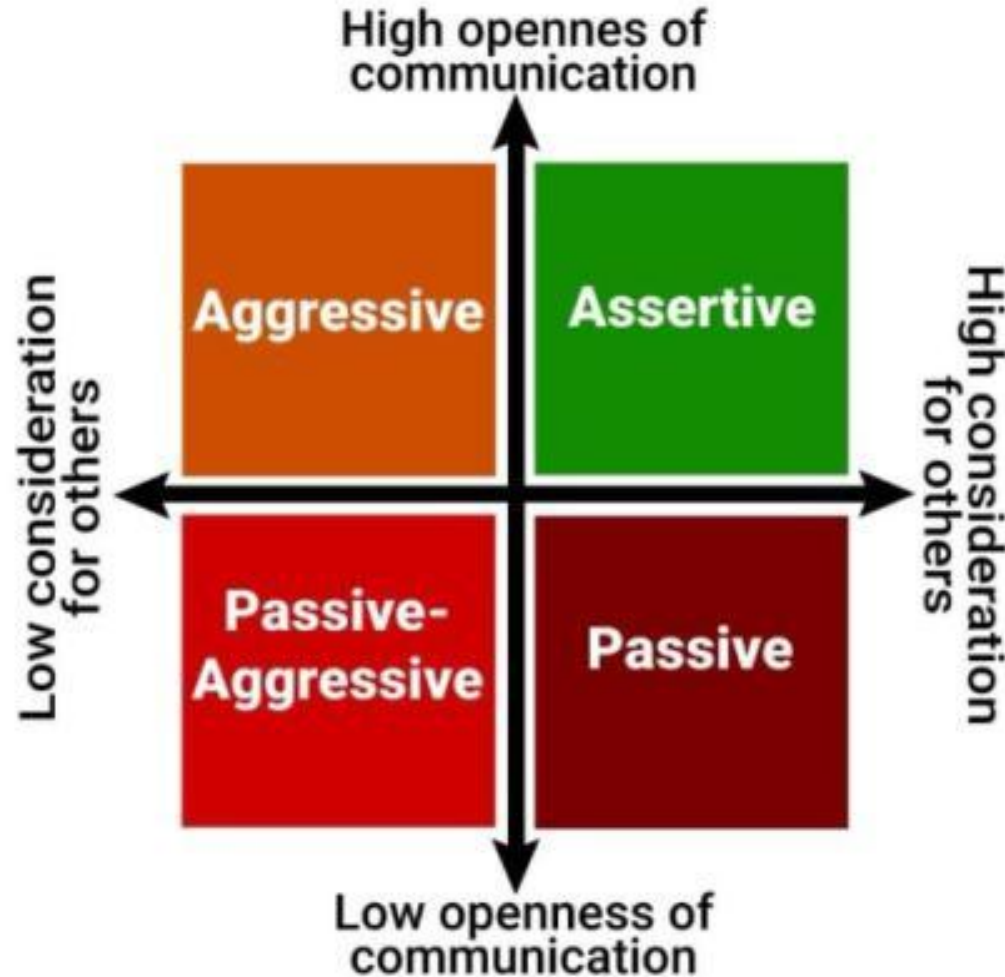


Assertive Communication for Better Collaboration

SESI 2



The 4 Communication Style





**Komunikasi asertif penting
untuk kolaborasi, terutama di
saat konflik**

Orang mengangkut “bawaannya” berdasarkan:



- Situasi hidup
- Sejarah pribadi
- Persepsi
- Pengalaman
- Sikap
- Respon terhadap rasa takut
- Fisiologi
- Kepercayaan diri

Tipe-tipe Perilaku

Perilaku agresif

- **Mempertahankan hak & tanggung jawab** kita sedemikian rupa, dengan **MELANGGAR hak & tanggung jawab orang lain**
- **Mengekspresikan** pemikiran, perasaan, dan keyakinan dengan **cara yang tidak tepat**, walaupun sebenarnya kita percaya bahwa pemikiran tersebut merupakan hal yang benar



Tipe-tipe Perilaku

Perilaku pasif/submisif

- **Gagal memperoleh hak & tanggung jawab** kita atau **gagal melakukan** sesuatu sehingga orang lain dengan mudah **mengabaikannya**.
- Mengekspresikan **pikiran, perasaan, dan keyakinan** kita dengan cara **MENYESAL, hati-hati atau tidak menonjolkan diri**
- **Gagal mengekspresikan pandangan dan perasaan** kita secara selaras



Tipe-tipe Perilaku

Perilaku pasif-agresif

- **Terlihat pasif di permukaan**, namun sering kali memiliki motivasi yang lebih agresif yang mendasari tindakan mereka.
- **Kata-kata mereka mungkin terdengar setuju**, namun tindakan mereka tidak selalu sejalan dengan apa yang mereka katakan.

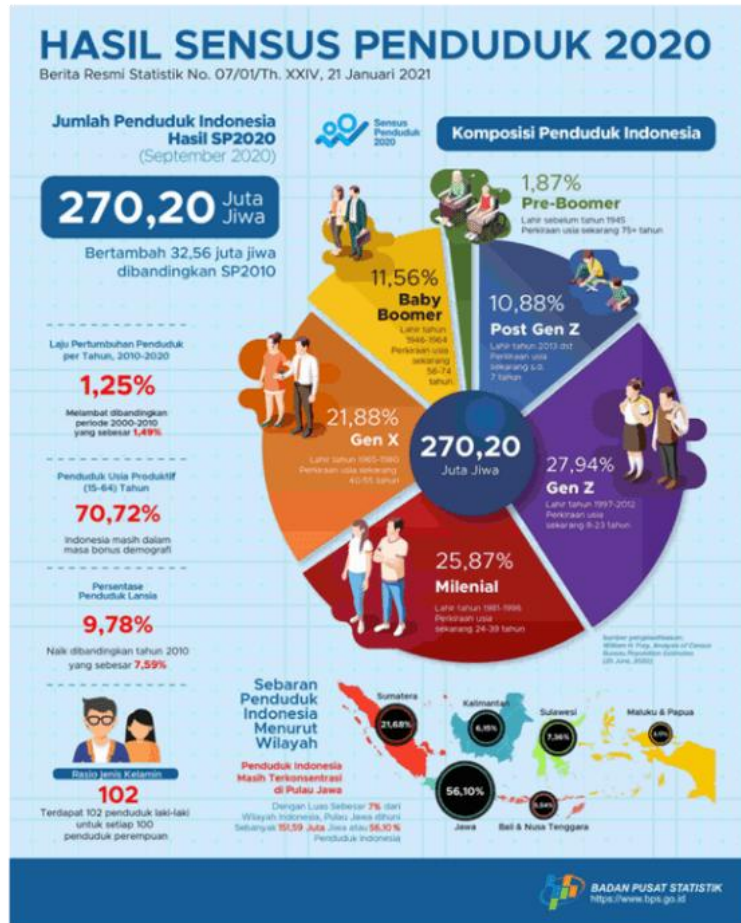
Tipe-tipe Perilaku

Perilaku asertif

- **Mempertahankan hak & tanggung jawab** kita sebisa mungkin **tanpa melanggar hak & tanggung jawab orang lain**
- Membimbing kita pada **kejujuran** dan **keterbukaan** dalam **mengekspresikan opini** kita secara **langsung**
- Menunjukkan **pemahaman** atas **sudut pandang/posisi orang lain**

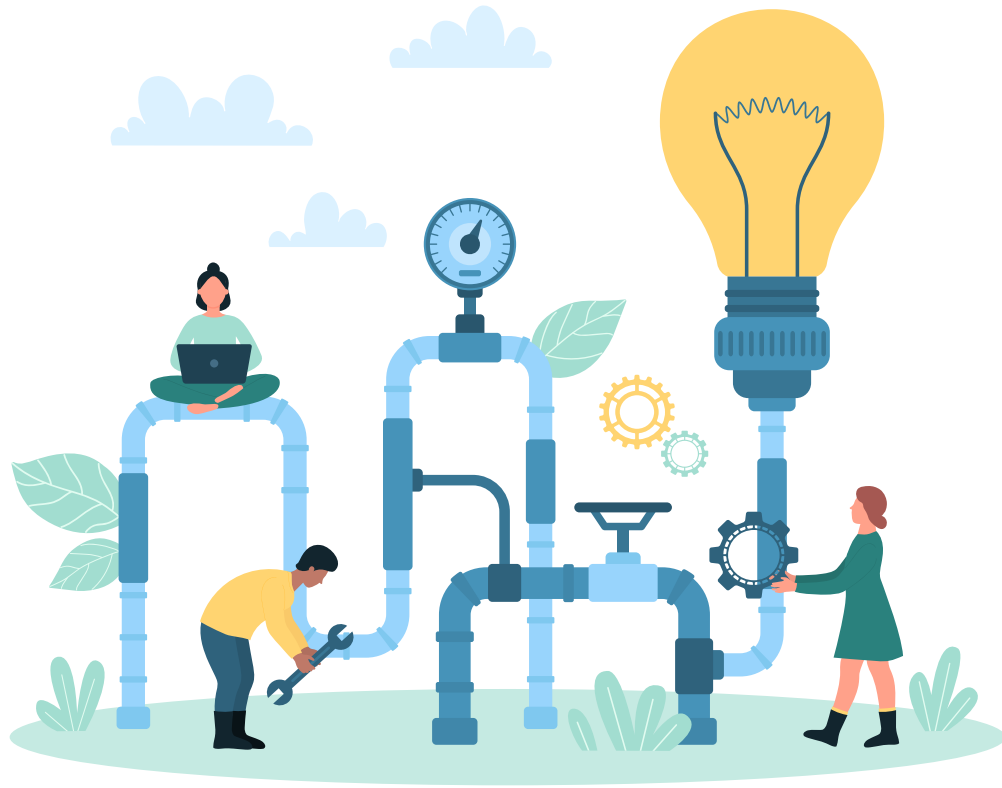


Multigenerasi



- Generasi Z: 8 – dibawah mid 20
- Generasi Y: mid 20 – akhir 30
- Generasi X: awal 40 – mid 50
- Generasi Baby boomers: mid 50 – mid 70
- Tradisionalist: mid 70 keatas

Apa pentingnya mengerti generasi ditempat kerja?



- Beradaptasi dengan perubahan
- Kecepatan dari pola bekerja meningkat
- Saling menghargai dan fokus kepada kekuatan setiap dari generasi
- Berinovasi di tengah kompetisi



Becoming an MPM Professional Business Presenter

SESI 3



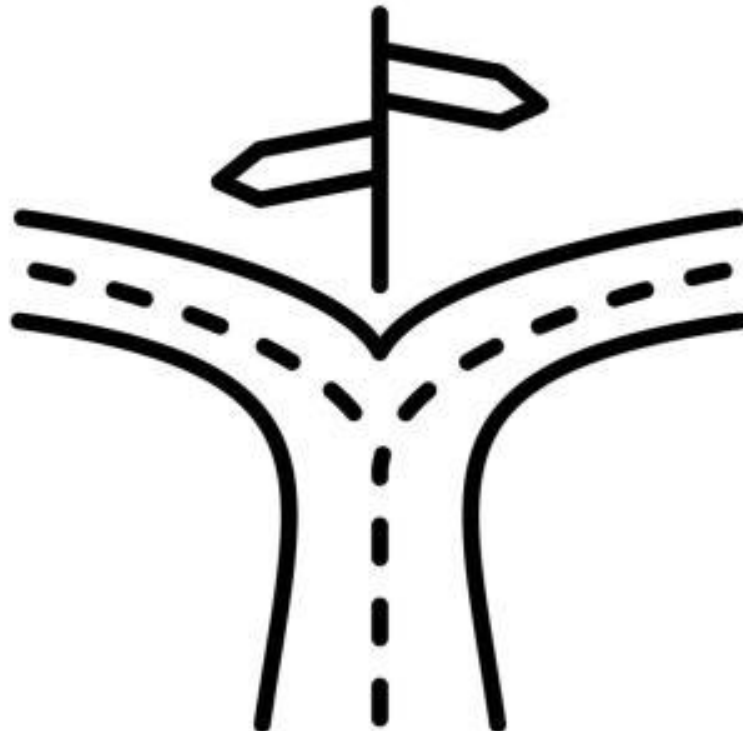
PRESENTASI

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

Ada 2 tujuan utama dari sebuah presentasi:

Persuasif

Mempengaruhi audiens untuk menyetujui ide/saran



Informatif

Menjelaskan informasi

Kesalahan umum dalam melakukan presentasi:

- ✓ Terlalu *nervous*
- ✓ Kurang persiapan
- ✓ Slide terlalu penuh
- ✓ Kurangnya interaksi
- ✓ Membaca slide
- ✓ Kurangnya perencanaan waktu



Aspek dalam Impactful Presentation Skills:



Mengenali Audiens

Bentuk Presentasi

Struktur Isi Presentasi

Penyampaian Presentasi

MENGENALI AUDIENS

Pahami pengetahuan hadirin, apa yang menarik untuk diketahuinya.
Topik yang sama memerlukan penyajian/penekanan yang berbeda.

Content

- Materi Utama
- Data Pendukung

Context

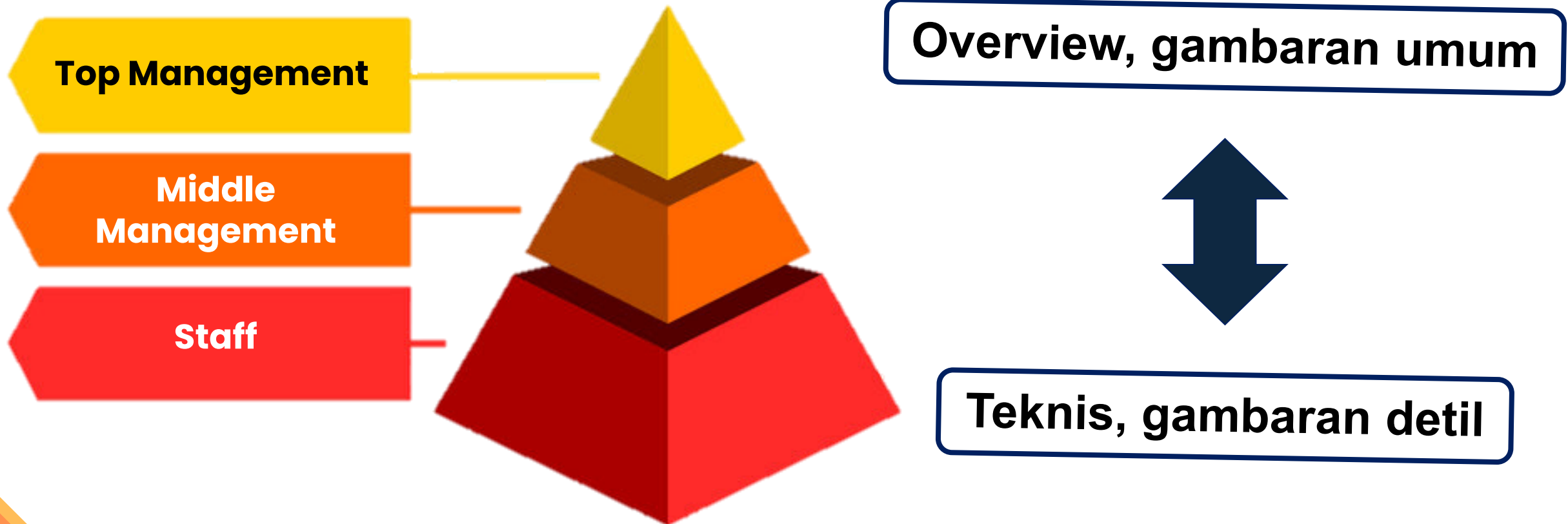
- Teknik
- Prasarana / Sarana
- Hubungan dengan Audiens

Audiens 'ingin'...

- ✓ Mempelajari sesuatu
- ✓ Mendapatkan uang
- ✓ Merasa senang dan bangga
- ✓ Menjadi lebih sehat atau lebih mapan
- ✓ Meningkatkan keamanan mereka



Menyesuaikan Materi untuk Berbagai Audience





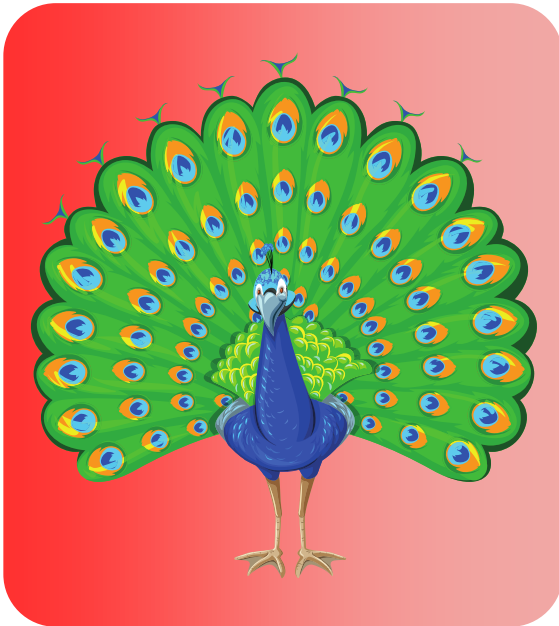
Cara Anda menyajikan pesan atau cerita Anda dapat disesuaikan berdasarkan ***Interpersonal Styles*** audiens Anda

Driver



- ❑ Menerima perubahan sebagai tantangan pribadi
- ❑ Berorientasi pada hasil dan cepat
- ❑ Bisa sangat menuntut
- ❑ Agak sulit untuk didekati
- ❑ Cenderung 'memerintahkannya' daripada memberikan saran
- ❑ Menyukai control
- ❑ Tingkat toleransi yang rendah terhadap hal-hal yang mengganggu mereka

Expressive



- ❑ Kreatif
- ❑ Blak-blakan
- ❑ Spontan
- ❑ Lucu
- ❑ Menularkan antusiasme dan sikap positifnya kepada orang lain
- ❑ Tidak terorganisir
- ❑ Tidak sabar
- ❑ Kurang teliti

Analytical



- Objektif
- Berdasarkan fakta
- Detail
- Akurat
- Berorientasi pada tugas
- Impersonal
- Serius

Amiable



- ❑ Ramah, hangat
- ❑ Mudah mempercayai orang lain
- ❑ Berempati dan peka terhadap kebutuhan orang lain
- ❑ Mendukung
- ❑ Pemain tim yang luar biasa
- ❑ Pendengar yang baik
- ❑ Menolak perubahan
- ❑ Menghindari risiko, menghindari konflik



Structuring My Storyline & Key Message

SESI 4



Bentuk Dasar

Takeoff



Cruising



Landing



PEMBUKAAN

ISI

PENUTUP

Teknik Pembukaan

Tujuan

Fakta

Referensi

Cerita

Pertanyaan

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

Struktur Piramida

Governing Thought

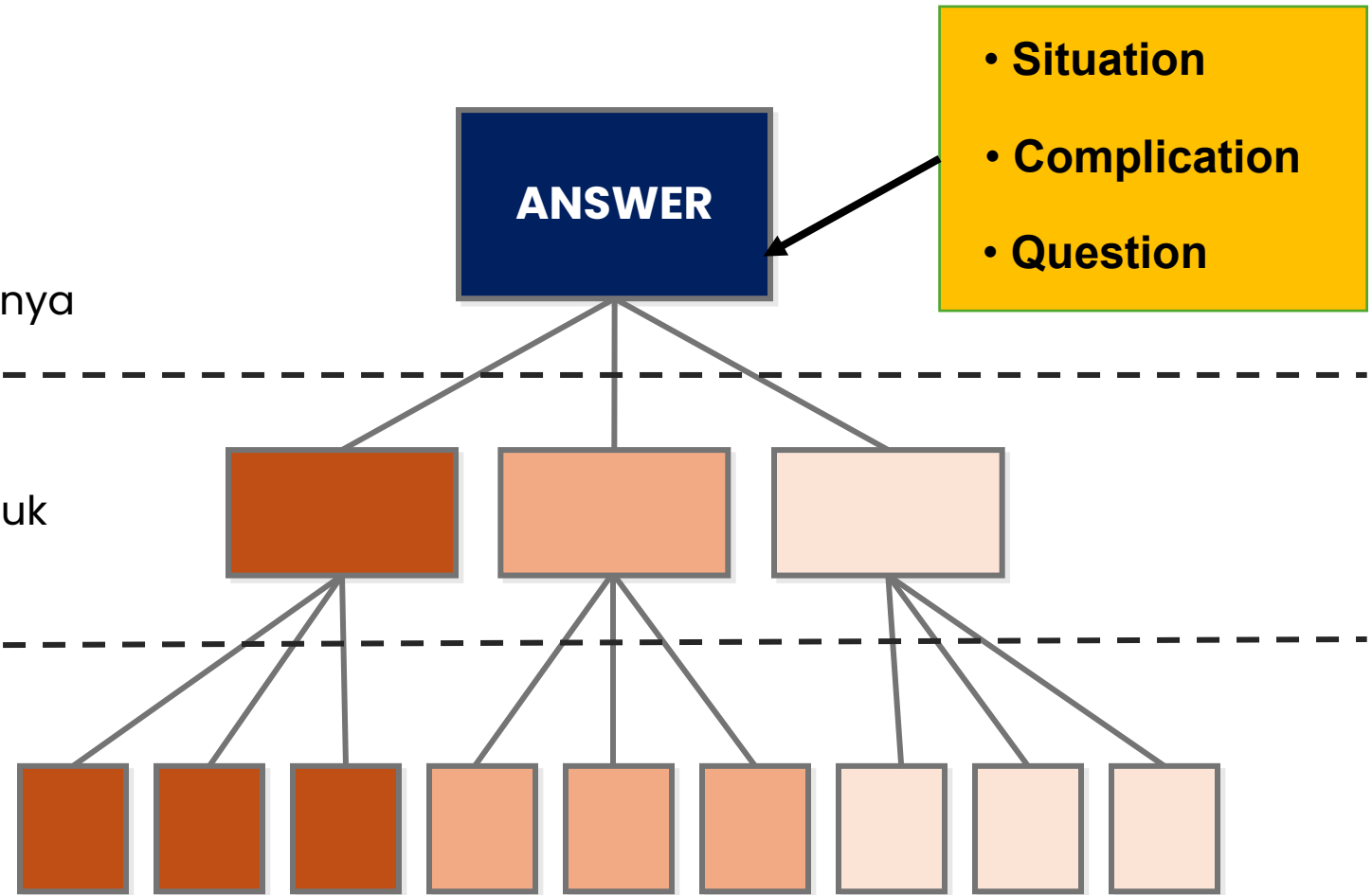
Tuliskan jawaban/harapan atas pertanyaan yang ingin dicari solusinya

Key Line

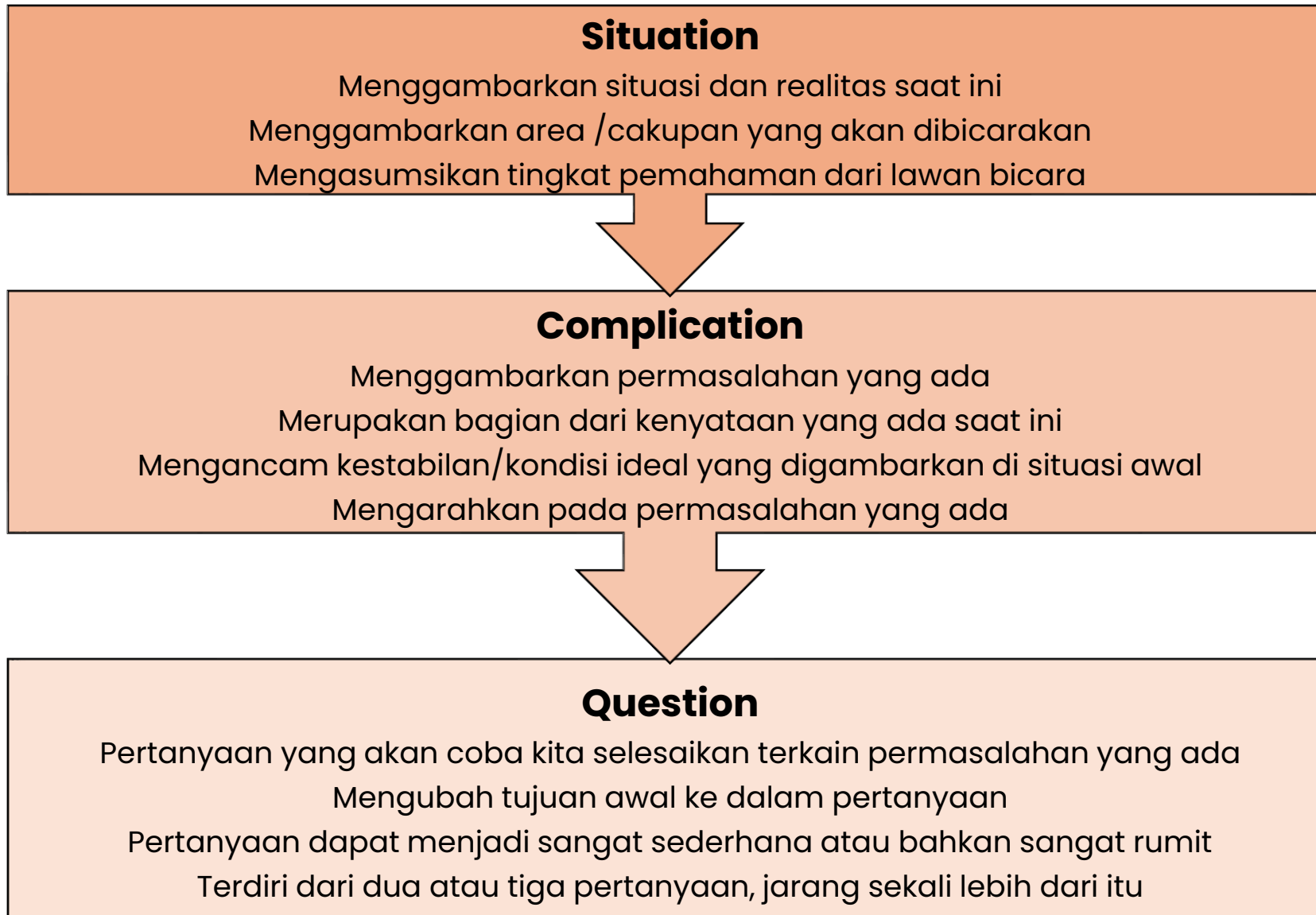
Poin utama yang digabungkan untuk membuktikan jawaban tersebut

Support

Data dan fakta-fakta yang mendukung key line



Model SCQ



Membuat Struktur Piramida

Executive summary

- SCQ-A dalam bentuk cerita

Kerangka berpikir logis

- Setiap ide dalam piramida memiliki keterkaitan logis secara vertikal dengan ide di atasnya, dan secara horizontal dengan ide yang setingkatnya

Pengelompokan ide

- 3 cara pengelompokan ide: berdasarkan waktu, struktur, dan kelas

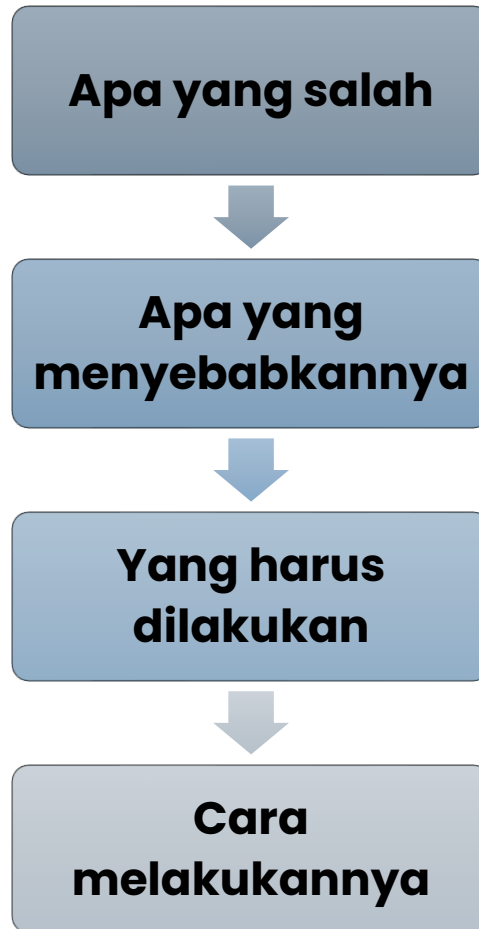
Storyboard

- Setelah membuat piramida, sajikan dalam storyboard yang menyampaikan solusi / pendapat kepada audiens secara logis dan terstruktur



Induktif vs Deduktif

Induktif



Change

Change

Deduktif



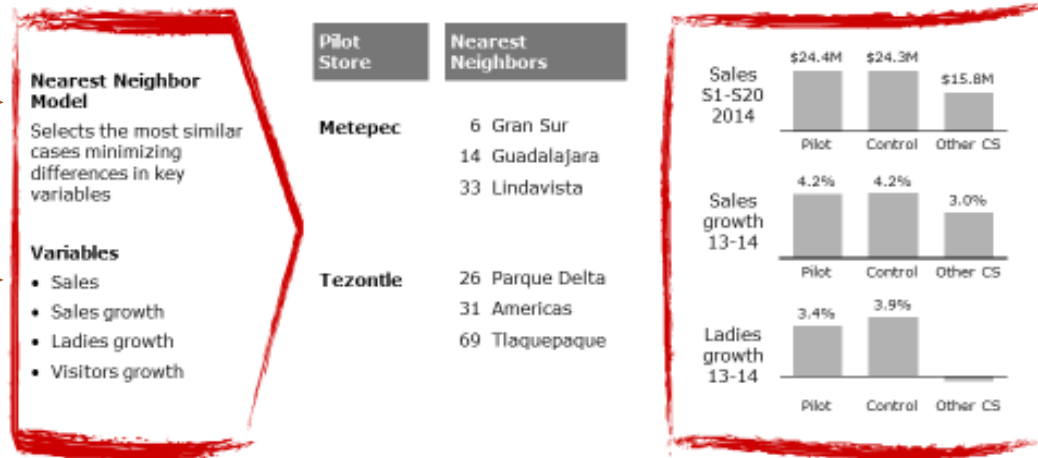


Gunakan dokumen yang terlihat profesional untuk mendukung presentasi anda

Slide yang baik...

To isolate the effects of the new concept, performance metrics should be compared with other stores

FOR DISCUSSION



... uses one or two similar fonts in all the slide

... uses few colors consistently

... shows a kicker box with the takeaway

... includes a tracker

... includes an action title

... presents numbers in charts or tables

... uses the space available (no empty areas)

... shows the slide number

A subset of 6 comparable stores can be used as control stores to track pilot performance

Note: NN Model utilized standardized variable; Store data for S1-S20 (March-July) 2013 & 2014; CS - Comparable stores
Performance metrics → Interpretation → Tracking tools → Governance

Penutup



Akhiri / tutup sebelum hadirin bosan



Translating My Thoughts into Visual Aids

SESI 5



***Visual Aid* untuk Menyampaikan Pesan Anda**

Pertimbangkan faktor-faktor ini:

- Jarak
- Pengaturan tempat duduk
- Anda sebagai visual utama
- Listrik dan teknologi pendukung



Visual Tips

Gunakan bullet point

Satu ide

Mudah dibaca

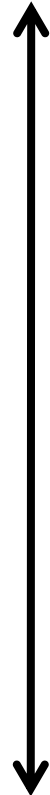


Rule of Six

6 words



6 lines



- Kurang lebih enam kata setiap barisnya
- Kurang lebih...
- Enam baris...
- Setiap
- Slide..

Warna termudah untuk dilihat:

Hitam, Biru, Hijau

Kontras yang baik:

Hitam dan biru, hijau dan hitam

Jangan gunakan terlalu banyak warna

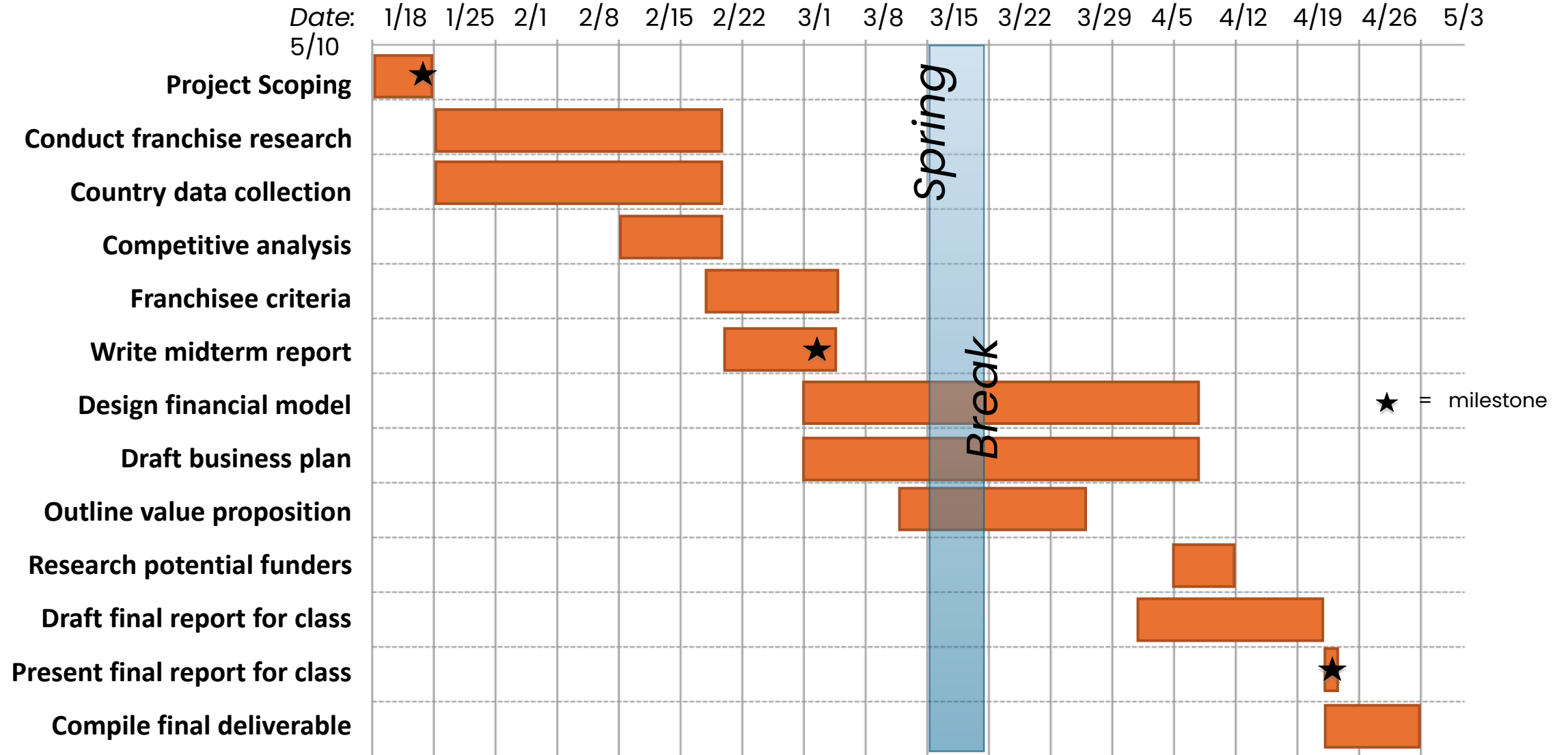


Bagan dan Diagram

Bagan dan diagram yang paling umum

1. Gantt Charts
2. Comparison charts: pros/cons, 2x2
3. Scatter plot
4. Bar charts
5. Double axes charts
6. Line graph

Gantt Charts





Pro and Cons

“Physical” offers

“Virtual” offers

Pros

- Easier to negotiate **additional floor space and exhibitions**
- Allows to “clean-up” inventory

- Full **flexibility**
- Cost effective**

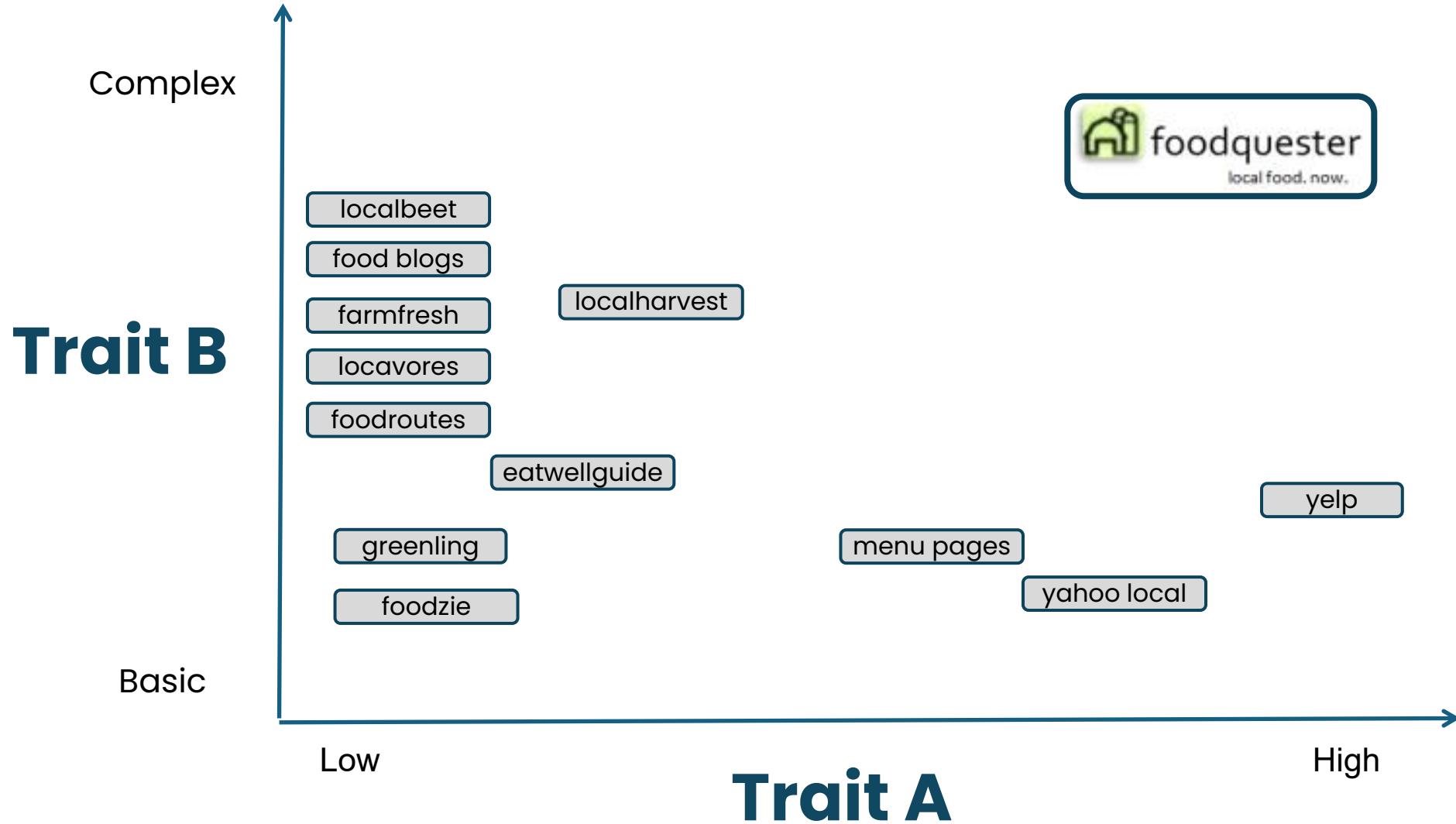
Cons

- More risky and less cost-effective
- Less flexible

- Impact will depend on **communication** around promotional offer
- More complex from an IT systems and tracking standpoint? (to be confirmed)

Advantages of virtual offers appear to outweigh its risks as well as potential benefits of physical offers

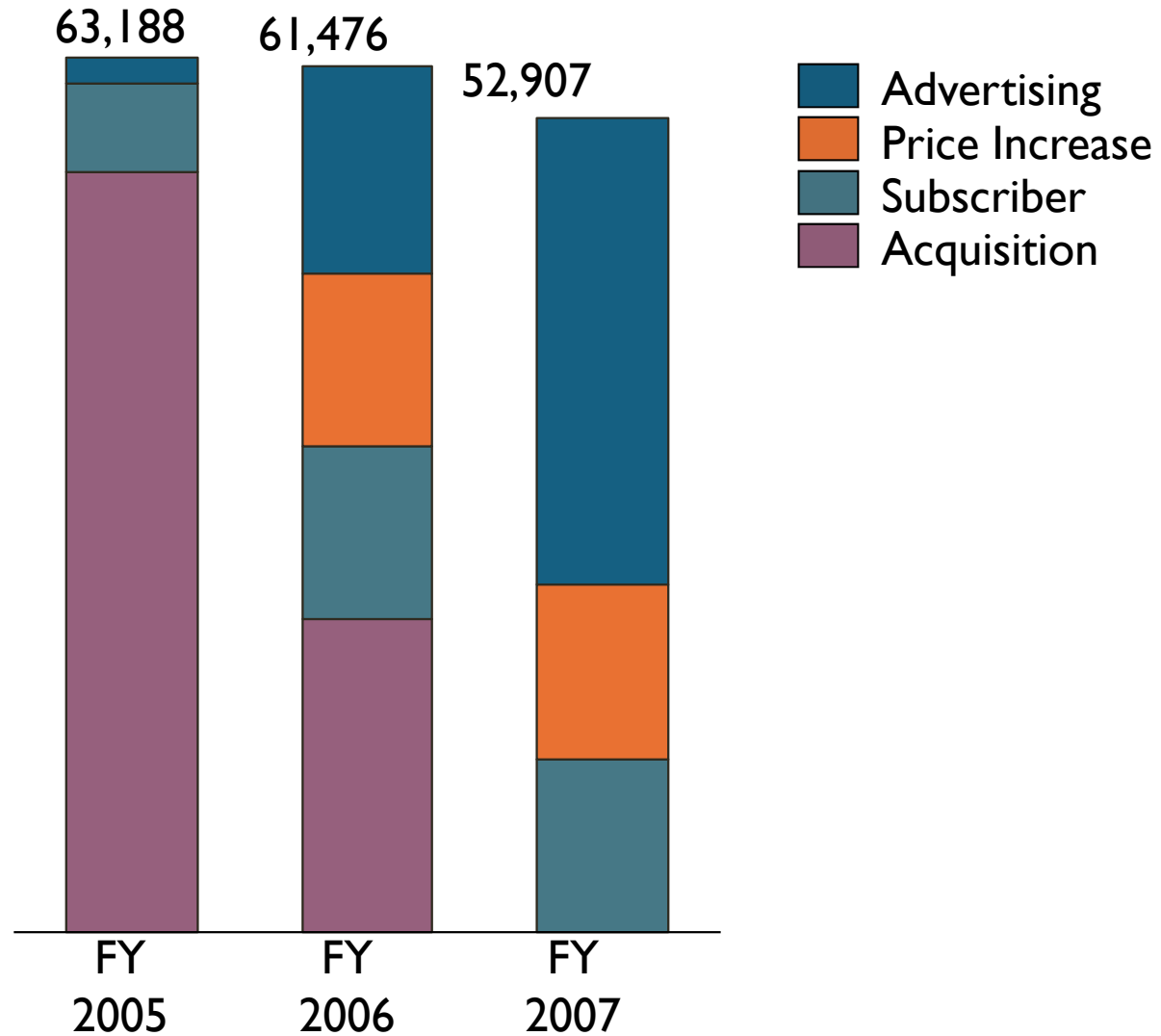
Scatter plot





Growth Drivers – Contributions to Incremental Growth (all units in 000s of \$)

Bar charts

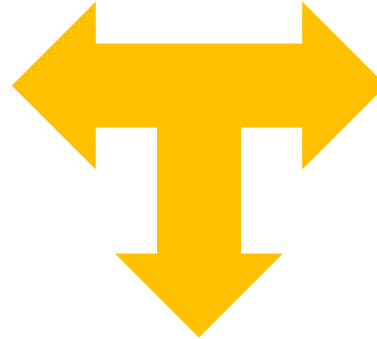




Two axis

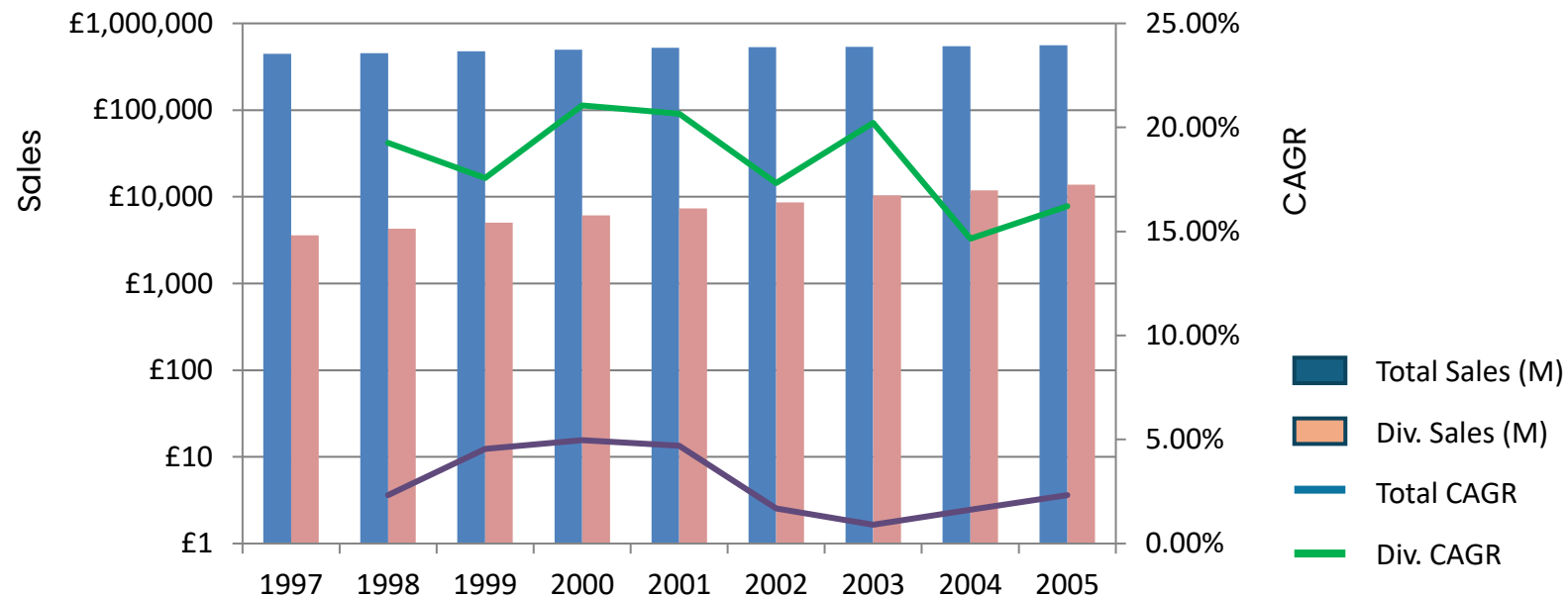
New Division Target Consumer

- Willing to pay 30% premium
- Purchases based on reputation
- High degree of influence over others



Consumer Trends

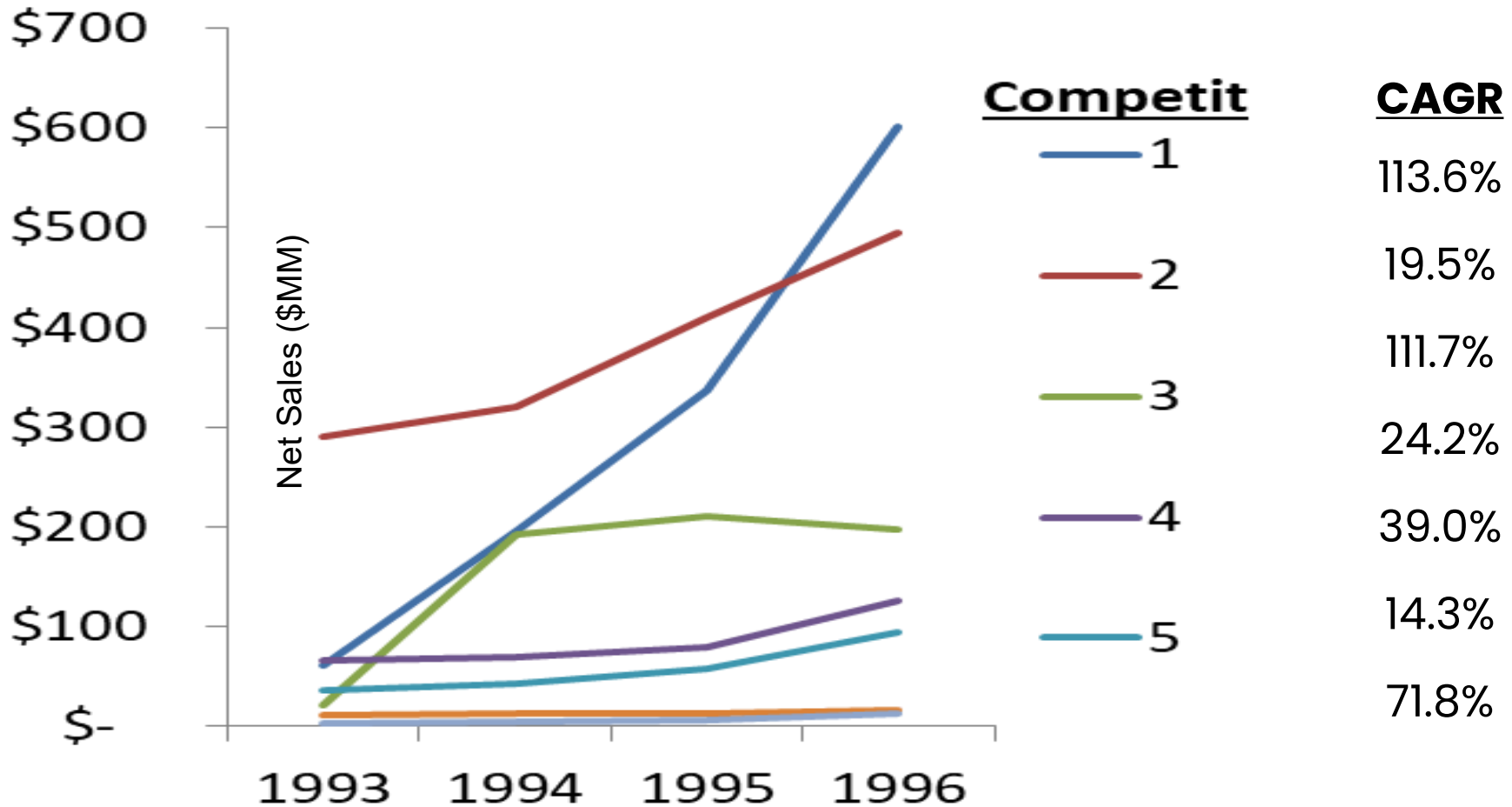
- Renewed focus on quality
- Increased wealth in the segment
- Value in socially responsible products



Line graph



Net Sales of Key Players, 1993-1996





Persuasive Presentation Skills

SESI 6



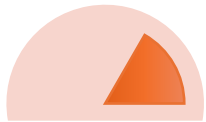
PENYAMPAIAN PRESENTASI



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%



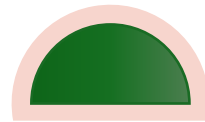
Voice



38%



Visual



55%



**Albert
Mehrabian**

A. Visual



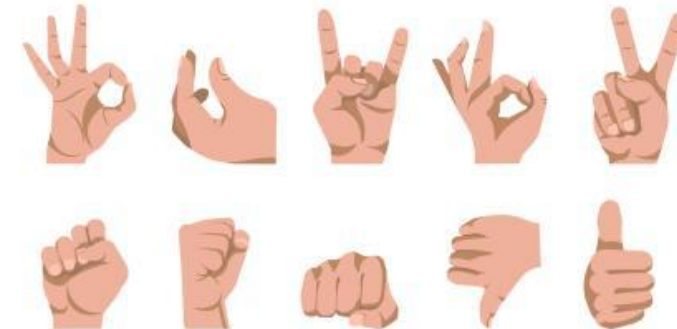
1. Body posture



2. Eye Contact



3. Facial Expression



4. Gesture

1. Body Posture

- Berdiri/duduk dengan tegap
- Angkat bahu
- Menggunakan gerakan untuk menjembatani antar topik
- Berikan perhatian yang sama pada sisi ruangan yang berbeda



2. Eye contact

- Rata-rata waktu kontak mata dengan satu peserta adalah 3-5 detik
- Sebarkan kontak mata ke seluruh ruang fisik atau virtual
- Buat orang "berpikir" bahwa Anda menatap mata mereka.



3. Facial Expression

- Menyampaikan kredibilitas, otoritas, rasa ingin tahu, dan kehadiran
- Selalu bersemangat dan tunjukkan senyum terbaik Anda



Happiness



Sadness



Fear



Surprise



Disgust



Anger

4. Gesture

Pastikan gerakan Anda:

- Tetap relevan dengan kata-kata yang Anda ucapkan
- Tepat untuk audiens Anda
- Di atas pinggang, sehingga audiens Anda dapat melihatnya



Gunakan gerakan untuk menekankan pesan Anda!

Prinsip *Grooming* untuk Presentasi Bisnis

- Penampilan Bersih dan Rapi
- Pakaian Profesional
- Ketepatan dengan Standar Bisnis
- Kenyamanan dengan Profesionalisme



B. Voice

- Teknik pernapasan
- Artikulasi
- Nada
- Tempo
- Volume



C. Verbal

- Gunakan kata-kata Anda secara efektif dan efisien
- Hindari penggunaan filler words



Hal-hal yang Harus Anda Perhatikan:



- Suara kunci/koin di dalam saku Anda
- Terlalu banyak bermain dengan aksesoris Anda
- Bermain dengan penunjuk Anda
- Alat bantu visual Anda diproyeksikan dengan baik
- Jangan pernah melihat audiens Anda

Thank You

For Your Attention



[MDITACK.CO.ID](https://mditack.co.id)



MDI TACK



+62 882-9378-3076



mdi_training

