

PRESENTATION MASTERY



**MENGUPAS RAHASIA
PRESENTASI YANG MEMUKAU**

ONGKY HOJANTO
MUSTOFA THOVIDS

PRESENTATION MASTERY

Sanksi Pelanggaran Pasal 113
Undang-undang Nomor 28 Tahun 2014
tentang Hak Cipta

1. Setiap orang yang dengan tanpa hak melakukan pelanggaran hak ekonomi sebagaimana dimaksud dalam pasal 9 ayat (1) huruf i untuk penggunaan secara komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 1 (satu) tahun dan atau pidana denda paling banyak Rp 100.000.000,00 (seratus juta rupiah).
2. Setiap orang yang dengan tanpa hak dan atau tanpa izin pencipta atau pemegang hak cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi pencipta sebagaimana dimaksud dalam pasal 9 ayat (1) huruf c, huruf d, huruf f, dan atau huruf h, untuk penggunaan secara komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 3 (tiga) tahun dan atau pidana denda paling banyak Rp 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).
3. Setiap orang yang dengan tanpa hak dan atau tanpa izin pencipta atau pemegang hak cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi pencipta sebagaimana dimaksud dalam pasal 9 ayat (1) huruf a, huruf b, huruf e, dan atau huruf g, untuk penggunaan secara komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan atau pidana denda paling banyak Rp 1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah).
4. Setiap orang yang memenuhi unsur sebagaimana dimaksud pada ayat (3) yang dilakukan dalam bentuk pembajakan, dipidana dengan pidana penjara paling lama 10 (sepuluh) tahun dan atau pidana denda paling banyak Rp 4.000.000.000,00 (empat miliar rupiah).

PRESENTATION MASTERY

ONGKY HOJANTO

inspirator sukses no. 1 indonesia

Mustofa Thovids



Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta



KOMPAS GRAMEDIA

PRESENTATION MASTERY

Ongky Hojanto

Mustofa Thovids

GM 617221077

© Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama
Gedung Gramedia Blok I, Lt. 5
Jl. Palmerah Barat 29–37, Jakarta 10270

Perwajahan Sampul: Andrew Lengkong
Perwajahan Isi: Fajarianto

Diterbitkan pertama kali oleh
Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama
anggota IKAPI, Jakarta, 2017

www.gpu.id

Hak cipta dilindungi oleh undang-undang.
Dilarang mengutip atau memperbanyak sebagian
atau seluruh isi buku ini tanpa izin tertulis dari Penerbit.

ISBN: 978-602-03-3225-3

Dicetak oleh Percetakan PT Gramedia, Jakarta
Isi di luar tanggung jawab Percetakan

Dipersembahkan kepada

Pribadi-pribadi HEBAT yang merasa peningkatan dan kemajuan hidup adalah sesuatu yang mutlak untuk dikejar. Pribadi yang ingin meningkatkan efektivitas presentasi yang akan berdampak pada ketepatan dan keakuratan informasi yang disampaikan, pribadi yang ingin menyajikan presentasi dalam balutan seni yang memukau, yang akan berdampak pada peningkatan penjualan serta peningkatan kualitas presentasi.

DAFTAR ISI

SUBJECT MASTERY — 1

Teknik Mengatasi Rasa Takut Berbicara dengan Konsep NLP
Teknik Menjadi Master di Topik yang Akan Anda Bawakan

SEQUENCING — 17

Teknik Menyusun Isi Presentasi yang Memukau dan Mudah Dimengerti

SHOWMANSHIP — 67

Teknik Menampilkan Bahasa Tubuh yang Elegan di Mata Audiens

SLIDE PRESENTATION — 85

Teknik Membuat “World Class Slide Presentation Design”

Digital Publishing KG-1M/C

PRAKATA

Lebih dari delapan kali buku saya, *Public Speaking Mastery*, dicetak ulang oleh Gramedia Pustaka Utama, yang menjadikan buku tersebut sebagai *national bestseller*. Untuk melengkapi buku tersebut, dalam buku ini saya berbagi pengetahuan, cara, dan teknik menyajikan *public speaking* dengan elegan serta bertaraf internasional.

Salah satu aspek yang menurut saya penting dalam kemajuan teknologi saat ini adalah penggunaan teknologi sebagai sekutu kita untuk membuat presentasi menjadi lebih menarik dan memukau.

Caranya dengan menambahkan teknik membuat *slide* presentasi yang memukau. Dalam buku *Presentation Mastery* ini, saya mengajak salah satu *trainer* saya yang memiliki kompetensi tinggi dalam *slide* presentasi, Saudara Mustofa Thovids, *Indonesia's best slide presentation design*.

Buku ini akan mengupas 4S (*Subject Mastery, Sequencing, Showmanship, dan Slide Presentation*) sebagai paket lengkap untuk Anda yang ingin menyajikan “*world class presentation*” di setiap presentasi yang Anda lakukan.

Digital Publishing KG-11MC

SUBJECT MASTERY

CARA MEMILIKI WORLD CLASS SKILL

“**P**ak Ongky, apakah saya berbakat menjadi pembicara?” Pertanyaan itu sangat sering diajukan kepada saya. Pertanyaan sederhana, tapi tidak demikian dengan jawabannya.

Dalam buku *Outliers* karya Malcom Gladwell, dituturkan sebuah survei pada awal 1990-an yang dilakukan oleh psikolog K. Anders Ericsson dan dua rekannya di Academy of Music yang elite di Jerman. Dibantu oleh beberapa profesor di akademi itu, mereka membagi para pemain biola di sekolah itu menjadi tiga kelompok. Kelompok pertama berisi pemain-pemain bintang, siswa-siswa yang berpotensi menjadi pemain biola solo kelas dunia. Kelompok kedua berisi pemain-pemain yang dinilai bagus. Kelompok ketiga adalah pemain-pemain yang kemungkinan besar tidak akan pernah bermain secara profesional dan berkeinginan menjadi guru musik di sekolah negeri.

Semua pemain biola diberi pertanyaan yang sama: sepanjang karier sebagai pemain biola, berapa lama latihan yang sudah dilakukan? Mereka semua umumnya mulai bermain biola pada

saat yang sama, sekitar usia lima tahun. Pada tahun-tahun pertama, semua berlatih sama banyak, sekitar dua sampai tiga jam per minggu. Perbedaan mulai tampak saat siswa berusia delapan tahun. Siswa terbaik mulai berlatih lebih sering dibandingkan teman-temannya.

Siswa terbaik akan berlatih selama ini pada setiap umur:

9 tahun	6 jam/minggu
12 tahun	8 jam/minggu
14 tahun	16 jam/minggu
20-an tahun	30 jam/minggu

Para peneliti menyimpulkan para pemain biola elite menghabiskan waktu latihan 10.000 jam saat berusia dua puluh tahun, siswa yang biasa berlatih 8.000 jam, dan siswa yang akhirnya menjadi guru musik hanya berlatih selama 4.000 jam. Kesimpulan yang lain dibuat oleh ahli saraf Daniel Levitin: "Gambaran yang muncul dalam penelitian ini adalah perlunya latihan selama 10.000 jam untuk memperoleh keahlian yang dibutuhkan demi menjadi ahli kelas dunia dalam bidang apa pun (komponis, pemain basket, penulis fiksi, pemain ski es, pianis konser, pemain catur, pembicara kelas dunia, dan lain-lain)."

Practice makes perfect adalah semboyan yang sering kita dengar sebagai ajakan untuk *take action*. Prof. Rhenald Kasali Ph.D. dalam bukunya, *Myelin*, menjelaskan konsep itu. Menurutnya, "Banyak orang tidak menyadari bahwa keberhasilan tidak hanya ditentukan dari *brain memory*. Temuan-temuan terbaru dalam ilmu biologi menunjukkan ada memori lain yang tak kalah penting, yaitu *muscle memory* yang terletak di seluruh jaringan otot kita. *Brain memory* terbentuk dari pengetahuan,

sementara *muscle memory* terbentuk karena latihan. Manusia yang hanya membangun pengetahuan melalui otak akan menjadi manusia formula yang hanya melihat dari kaca mata *brain memory*, sedangkan manusia yang hanya melakukan latihan akan bergerak reflektif secara otomatis. Gabungan keduanya akan menghasilkan gagasan-gagasan dan tindakan-tindakan kreatif yang tiada akhir, yang kita sebut keunggulan daya saing. Yang perlu diingat, gagasan saja tidak cukup. Diperlukan tindakan untuk merealisasikan gagasan.”



Muscle memory atau *myelin* adalah sumber semua talenta yang dibentuk dengan latihan mendalam. *Myelin* tersebar merata dalam bentuk sistem saraf di otot-otot kita yang memberi perintah dan menyimpan informasi. *Myelin* ada di balik kesuksesan artis besar, pelukis terkemuka, pembicara terkenal, *entrepreneur* sukses, dan pemimpin besar.

Bisa dilihat di gambar dua rantai sel yang dibungkus lapisan seperti karet gelang. Lapisan itu bisa terdiri dari 5 atau 50 helai, atau lebih banyak lagi. Menurut para ahli, semakin seseorang terlibat dalam latihan yang mendalam, semakin tebal lapisan itu. Lapisan-lapisan itulah yang disebut *myelin*, yang ditemukan oleh Rudolf Virchow pada 1854.

Selanjutnya, Daniel Coyle memberikan penjelasan tentang fungsi *myelin*. Setiap gerakan, pikiran, dan perasaan manusia digerakkan oleh *electric signal* melalui mata rantai jaringan saraf. *Myelin* adalah insulasi yang membungkus mata rantai jaringan

saraf dan berperan meningkatkan daya pancar, kecepatan, serta akurasi sinyal yang dikirimkan. Semakin sering manusia "membakar" (memberikan perintah, menggerakkan, atau melatih) sirkuit tertentu, semakin optimal jaringan itu bekerja dan semakin kuat daya, kecepatan, serta kemahiran gerakan dan pikiran orang itu.

Jadi, semakin sering manusia melakukan latihan, semakin besar lapisan *myelin* yang membungkus saraf-saraf pembawa keahliannya, dan semakin tebal lapisan *myelin*, semakin mahir manusia karena sinyal keahlian yang dibawa dibungkus rapi serta bergerak lebih kuat. Daniel Coyle menyimpulkan: ***Deep Practice X 10.000 Hours = World Class Skill***

TUJUH CARA MENJADI MASTER

Ada tujuh cara untuk mempersiapkan diri Anda menjadi pembicara yang menyenangkan bagi audiens, yakni:

Pertama, belajar dari pengalaman diri sendiri

Menceritakan pengalaman pribadi merupakan salah satu magnet yang menarik audiens untuk mendengarkan. Manusia pada hakikatnya suka mendengarkan cerita yang orisinal dan seru, yang dapat menjadi bahan pembelajaran yang baik. Tak peduli cerita atau pengalaman Anda baik atau buruk, asal ada makna positif yang bisa dijadikan pelajaran, ceritakanlah.

Anda akan sangat menguasai apa yang Anda sampaikan karena berasal dari pengalaman pribadi Anda. Bisa jadi pengalaman Anda akan menjadi inspirasi dan motivasi bagi orang lain untuk bertindak.

Saat menghadiri seminar Andrie Wongso, saya terinspirasi ketika mengetahui dia tidak tamat sekolah dasar, bekerja sebagai buruh, lalu akhirnya sukses di dunia perfilman dan menjadi motivator nomor satu di Indonesia. Lain lagi ceritanya saat saya mengikuti seminar Tung Desem Waringin. Beliau menceritakan kisah keberhasilan dan kegagalan dalam bisnis, serta mimpi dan hal-hal yang paling beliau inginkan. Hal itu menjadi sumber acuan dan inspirasi bagi saya untuk turut melakukan hal yang sama.

Kedua, belajar dari pengalaman orang lain

Dosen yang mengajarkan mata kuliah *Marketing* atau *Sales* mungkin tidak pernah terlibat langsung dalam dunia penjualan, tapi tetap bisa memberikan manfaat kepada mahasiswa dengan menceritakan pengalaman orang lain yang dibacanya di buku. Anda juga bisa menceritakan pengalaman orang lain yang Anda dapatkan lewat buku atau sumber-sumber lain yang kompeten.

Kumpulkan dan susun kisah-kisah orang lain yang berhubungan dengan topik yang sedang dibahas agar bisa dipelajari orang lain dan memberikan dampak positif untuk kehidupan mereka. Tema kisahnya dapat mengenai mengubah kegagalan dalam karier atau bisnis menjadi kesuksesan, dari miskin menjadi kaya, kekuatan suatu ketekunan, dan biografi orang-orang sukses.

Ketiga, bicara di depan cermin

Teknik ini sangat saya sukai karena memiliki manfaat lain, yaitu Anda bisa melihat ekspresi wajah, posisi tubuh, dan gerakan tangan Anda. Sering sekali peserta seminar *public speaking* saya

tercengang melihat wajahnya sendiri saat berbicara di depan cermin.

Mengekspresikan mimik sesuai pesan yang disampaikan membantu mempertegas dan memperjelas makna pesan tersebut. Audiens Anda akan tahu yakin tidaknya Anda, sedih gembiranya Anda, atau serius tidaknya Anda dari ekspresi Anda, bukan dari kata-kata yang Anda ucapkan.

Keempat, bicara kepada siapa pun yang mau mendengar

“Pengulangan adalah ibu dari semua keterampilan.” Semakin sering kita mengulangi sesuatu, semakin paham dan mahir kita akan hal itu. Begitu juga dengan materi yang akan Anda bawa-kan. Saat Anda menyampaikannya kepada orang lain, otomatis Anda ikut mendengarnya. Alangkah baiknya sebelum memulai “pertandingan besar” presentasi, *training*, atau seminar, mate-rinya sudah Anda ceritakan kepada orang-orang terdekat, se-perti istri, suami, anak, staf, rekan kerja, atau teman. Hal itu layakanya seorang atlet yang berlatih setiap hari selama berbulan-bulan dan bahkan bertahun-tahun untuk pertandingan yang mungkin hanya berlangsung kurang dari 60 menit. Ingat, latihan diperlukan untuk melatih *brain memory*, juga *muscle memory*.

Kelima, bicara selagi berkendara

Ini salah satu teknik yang efektif, selain untuk melatih dan mem-persiapkan diri menjelang presentasi, seminar, atau *training*, juga untuk mengatasi kebosanan saat macet. Saya biasanya menaikkan kaca mobil, memasang AC, dan memutar lagu de-ngan volume kecil, lalu mulai berbicara sendiri.

Keenam, bicara saat mandi

Banyak orang memiliki kebiasaan bernyanyi saat mandi. Namun, saya justru berlatih menyampaikan materi saat mandi. Mengingat setiap hari Anda mandi minimal dua kali, bila digunakan untuk berlatih menyampaikan materi, berarti dalam seminggu Anda telah berlatih sebanyak empat belas kali.

Ketujuh, berbicara setiap kali ada kesempatan

Ada begitu banyak orang yang merasa dunia akan kiamat saat diminta bicara di depan umum, walaupun hanya untuk beberapa menit. Ini terjadi karena mereka belum memiliki ilmu dan keterampilan untuk melakukannya. Jarang ada orang yang berani dan mau mengambil kesempatan bicara di hadapan umum, sehingga tersedia begitu banyak kesempatan bila Anda mau mengambilnya, sekaligus menjadikannya sarana latihan. Kesempatan yang sering kita temui misalnya:

- Memberikan sambutan mewakili orangtua murid pada acara wisuda anak.
- Memberikan ucapan selamat datang pada acara pernikahan atau ulang tahun teman dan saudara.
- Menjadi pemandu acara di kantor.
- Menjadi pemandu acara di kegiatan sosial atau kerohanian.
- Memberikan pengumuman saat arisan.

MENGATASI RASA TAKUT

Pak Eko adalah peserta *workshop* NLP Practitioner saya yang memiliki kemampuan di bidang *internet marketing* serta hasrat menjadi seorang *trainer*. Setelah beberapa kali bertemu, saya

lihat dia belum juga *ACTION* melakukan rencana seminar *internet marketing*. Dalam kesempatan berdiskusi yang lebih cenderung dikatakan terapi, saya menggali alasan keenggannya mengadakan seminar *internet marketing*.

Ongky : Pak Eko, kenapa tidak membuat seminar *internet marketing*?

Eko : Saya ingin, Pak, tapi ragu apakah saya pantas mengajarkan *internet marketing*.

Ongky : Saya lihat Bapak sudah lebih dari bisa dalam bidang *internet marketing*.

Eko : Tapi, masih ada yang lebih hebat dari saya, Pak. Jadi, saya takut membuat seminar tersebut.

Merasa tidak pantas, tidak layak, dan tidak berhak adalah tantangan yang sering kali membelenggu para pembicara baru. Jika Anda merasakan apa yang dirasakan oleh Pak Eko, tentu ini bukan hal asing bagi Anda. Setelah mengetahui *limiting belief* yang membelenggu pikiran Pak Eko, saya memberikan metafora mengenai guru.

Ongky : Pak Eko, menurut Bapak, guru mana yang paling berperan dalam perkembangan seorang anak? Apakah guru *playgroup*, guru TK, guru SD, guru SMA, atau dosen S3?

Eko : Semua punya peran masing-masing dan sama penting.

Ongky : Mengapa sama penting?

Eko : Kalau tidak ada guru *playgroup* dan guru TK, dosen S3 pun akan kesulitan mengajar.

- Ongky : Nah, kalau begitu, dalam dunia *internet marketing* tentunya ada jenjang guru juga. Ada guru *playgroup* dan ada dosen S3. Kalau sebagai guru *internet marketing*, kira-kira Bapak ada di level mana?
- Eko : Saya pikir, guru SMA, Pak.
- Ongky : Bagus. Kalau begitu, siapa saja calon murid Bapak?
- Eko : Orang-orang yang memiliki pengetahuan tentang *internet marketing* di level SMA.
- Ongky : Misalkan setelah ikut kelas Bapak mereka ingin melanjutkan ke level yang lebih tinggi, apa yang akan Bapak lakukan dengan mereka?
- Eko : Menyarankan mereka belajar dari guru-guru lain di level lebih tinggi.

Amazing, sebulan setelah sesi konsultasi itu, saya diberi brosur seminar oleh Pak Eko. Dia sudah berani menyelenggarakan seminar *internet marketing*. Sampai saat ini sudah puluhan kelas yang dia selenggarakan setelah mendapat “pencerahan” dalam diskusi kami.

Tak penting sedikit atau banyaknya ilmu yang Anda miliki, yang terpenting adalah seberapa sering Anda membagikannya. Eko tidak sendirian merasakan ketakutan saat pertama kali akan bicara di hadapan orang banyak. William Jennings Bryan, yang dianggap sebagai ahli pidato terhebat pada zamannya, mengaku lututnya gemeteran saat pertama kali berpidato. Jenderal Ulysses S. Grant, panglima di medan perang yang berhasil mengantarkan pasukannya mengalahkan tentara lawan, saat diminta bicara di depan umum mengaku gemeteran ketakutan. Entah apa yang membuatnya takut, tetapi perasaan itu muncul saat

dia berdiri di depan umum. Bahkan Charles Stewart Parnell, pemimpin hebat Irlandia, merasa gugup saat akan bicara di depan umum. Dia mengepalkan tangan sampai-sampai kukunya menancap di telapak tangan dan membuatnya berdarah. Begitu pula Benjamin Disraeli, mantan Perdana Menteri Inggris, mengaku lebih memilih memimpin kavaleri daripada berpidato di depan Dewan Perwakilan Rakyat. Abraham Lincoln, mantan Presiden Amerika Serikat, juga merasakan malu yang teramat sangat saat pertama kali bicara di depan umum. Suaranya serak, melengking, dan tidak enak didengar.

Survei yang dilakukan oleh *The People's Almanac Book* terhadap 3.000 warga Amerika mengenai hal yang paling ditakuti mendapatkan hasil sebagai berikut:

No	Hal yang ditakuti	Jumlah (jiwa)	Persentase (%)
1	Berbicara di depan kelompok	630	21
2	Ketinggian	510	17
3	Serangga dan hama	360	12
4	Masalah keuangan	360	12
5	Air yang dalam	360	12
6	Penyakit	270	9
7	Kematian	270	9
8	Terbang	240	8
Total		3.000	100

Ketakutan sebetulnya hal yang wajar dan alami karena merupakan bagian dari emosi. Menurut saya, emosi itu positif. Emosi baru menjadi negatif kalau tidak pada tempatnya dan tidak menyelesaikan masalah, tapi justru membuat masalah baru.

Sebagai contoh: emosi marah itu positif asalkan kemarahan Anda bisa menyelesaikan masalah dan bukan membuat masalah baru. Akan tetapi, emosi marah bisa menjadi negatif kalau kemarahan Anda tidak menyelesaikan masalah dan menambah masalah baru karena saat marah Anda tidak memberikan solusi tapi menyinggung pribadi, agama, suku, dan latar belakang orang yang Anda jadikan sasaran kemarahan.

Hingga kini, walaupun sudah berbicara kepada lebih dari 80.000 orang, dari skala 30 hingga 10.000 orang sekali berbicara, saya tetap mengalami sedikit ketakutan saat akan tampil. Akan tetapi, karena saya tahu cara mengatasinya, ketakutan ini tidak menghentikan saya untuk terus maju dan bertindak.

Menurut saya, saat-saat yang paling menentukan lancar tidaknya atau bisa tidaknya Anda berbicara dengan baik di depan umum adalah lima menit pertama Anda tampil. Jika dalam lima menit pertama Anda bisa berbicara dengan lancar, selanjutnya akan lebih mudah. Sebaliknya, jika dalam lima menit pertama Anda sulit mengeluarkan kata-kata, waktu-waktu selanjutnya akan terasa begitu menyiksa bagi Anda. Di bab selanjutnya, saya mengungkap rahasia agar kata-kata mudah meluncur keluar dari mulut Anda sehingga Anda bisa membuka presentasi, seminar, atau *training* dengan berkesan, sekaligus menarik perhatian audiens.

Sebelum membahas lebih dalam, saya ingin menanyakan, "Hal-hal apa yang Anda rasakan saat akan tampil untuk berbicara di depan umum?" Pertanyaan ini sering saya ajukan ke peserta seminar saya dan rata-rata mereka memberikan jawaban yang sama, yakni:

- Keringat dingin
- Pucat
- Gemetar
- Bingung
- Kebelet kencing
- Takut
- Gugup
- Sesak napas

Nah, saya akan berikan lima “P” (Rumus 5P) yang ampuh untuk mengatasi dan menguasai rasa takut bicara di depan umum sehingga Anda terhindar dari serangan jantung.

Pertama, Penyesuaian diri

Ketakutan umumnya adalah tanda dari ketidakbiasaan melakukan sesuatu. Saat Anda mulai terbiasa, ketakutan itu umumnya akan berangsur-angsur berkurang. Beberapa tahun lalu, saya masih sangat jarang naik pesawat karena pekerjaan tidak menuntut saya untuk melakukannya. Dua tahun terakhir saya terbang minimal empat kali sebulan untuk menghadiri berbagai kegiatan seminar di dalam dan luar negeri.

Saat belum rutin terbang, saya mengalami ketakutan atau kegugupan saat pesawat akan lepas landas. Kini, saya hampir tidak memusingkan hal itu. Saya bahkan bisa membaca buku dengan santai sementara penumpang di kanan dan kiri berkeringat dingin saat pesawat mengalami turbulensi. Itu terjadi karena saya sudah terbiasa dengannya. Sama halnya dengan berbicara di depan umum, hingga saat ini saya masih menghadapi sedikit rasa gugup, tapi tidak sebesar saat pertama kali

tampil. Jika tubuh dan pikiran Anda telah terbiasa akan sesuatu, otomatis ketakutan Anda akan berkurang.

Penyesuaian diri bisa dilakukan dengan dua cara:

1. Secara Fisik

Datanglah lebih awal untuk mengecek segala sesuatu. Kalau memungkinkan, cobalah panggung dan mikrofon, lalu berjalan-jalanlah di panggung untuk merasakan suasana panggung.

2. Secara Mental dan Pikiran

Tubuh dan pikiran adalah satu paket. Ketidaknyamanan pada salah satunya akan menyebabkan ketidaknyamanan pada keduanya, dan mengubah salah satu berarti mengubah keduanya.

Jika tidak bisa datang lebih awal guna merasakan secara fisik situasi panggung, Anda bisa bersikap seolah-olah sudah merasakannya di pikiran Anda. Caranya dengan membayangkan diri Anda berbicara di depan peserta, melihat ke sekeliling, dan menatap mata mereka satu per satu.

Lakukan secara berulang-ulang beberapa hari sebelum acara berlangsung karena pikiran bawah sadar Anda tidak pernah mengetahui mana yang imajinasi dan mana yang realitas. Saat membayangkan sudah menjalaninya, tubuh Anda akan menganggap Anda memang sudah melakukannya sehingga rasa takut atau gugup pun berkurang.

Kedua, Pernapasan

Kedelapan ciri (keringat dingin, pucat, gemetar, bingung, kebelet kencing, takut, gugup, dan sesak napas) yang menjadi tanda-

tanda ketakutan seseorang saat akan tampil awalnya disebabkan oleh kurangnya oksigen. Logikanya, saat seseorang merasa takut, napas yang ditarik menjadi pendek. Apalagi, kebanyakan orang melakukan pernapasan dada sehingga napas yang pendek-pendek ini jadi semakin tidak maksimal.



Pernapasan dada adalah pernapasan yang tidak dapat menarik banyak oksigen, karena saat Anda menarik napas dengan dada, organ-organ tubuh bagian dalam seperti usus dan lambung ikut naik serta menutup sebagian paru-paru sehingga kerjanya tidak maksimal.

Karena kekurangan oksigen, tubuh Anda menjadi dingin, pucat, dan gemetar. Yang paling parah, oksigen tidak masuk ke otak dengan maksimal sehingga terciptalah kebingungan atau kondisi "*blank*". Oleh karena itu, cara pertama untuk mengatasi rasa takut saat akan berbicara adalah mengendalikan pernapasan. Tarik napas dalam-dalam dengan hidung dan gunakan pernapasan perut.



Cara melatih penapasan perut:

1. Taruh tangan kanan di atas perut.
2. Tarik napas dengan hidung.
3. Rasakan perut Anda mengembung saat Anda menarik napas.
4. Embuskan napas perlahan-lahan melalui mulut.
5. Rasakan perut Anda mengempis saat napas diembuskan atau dikeluarkan.

Bagi sebagian orang, hal ini tidak mudah dan butuh latihan. Jadi, sebelum tampil, saran saya tarik napas dalam-dalam (gunakan pernapasan perut) sepuluh hingga lima belas kali.

Ketiga, Perubahan Bahasa Tubuh

Perbedaan lain antara orang yang takut dan orang yang berani terlihat jelas dari bahasa tubuhnya. Dengan mengubah bahasa tubuh, kita bisa mengubah emosi dan kondisi pikiran. Ingat, tubuh dan pikiran itu satu paket.

Cara mengubah bahasa tubuh:

1. Ubah napas (tarik napas panjang dan gunakan pernapasan perut).

2. Ubah arah pandangan mata (lihat ke atas).
3. Tersenyum walaupun dipaksakan.
4. Gunakan bahasa tubuh terbuka.
5. Busungkan dada.
6. Berdiri tegak.
7. Lompat-lompat.

Saya menggunakan cara-cara itu sebelum naik ke panggung. Biasanya saya mencari tempat sepi atau kamar mandi, lalu melompat-lompat sebanyak 20–30 kali. Setelah itu saya menyugesti diri dengan kata-kata, “Yes, saya bisa. Saya pasti bisa,” secara berulang-ulang.

Keempat, Pemanasan

Seperti para atlet yang sebelum bertanding melakukan pemanasan untuk membuat otot-otot di dalam dirinya siap, Anda juga perlu melakukan hal sama sebelum berbicara di depan umum. Pemanasan yang Anda lakukan sedikit berbeda dengan pemanasan para atlet. Pemanasan yang Anda lakukan adalah membicarakan topik yang akan Anda bicarakan dengan orang yang Anda kenal, misalnya istri, staf, teman, atau sopir Anda.

Tidak perlu membuat mereka mengerti karena yang Anda perlukan hanyalah pengulangan untuk membuat Anda semakin memahami apa yang akan Anda sampaikan.

SEQUENCING

Digital Publishing

TEKNIK PEMBUKAAN YANG POWERFUL

URUTAN YANG MUDAH DIINGAT DAN DIPAHAMI

Seminar tak ubahnya lakon dalam drama. Semua gerakan, perkataan, dan situasi dirancang sedemikian rupa dengan satu tujuan, yakni agar pesan yang ingin disampaikan dapat diterima dengan jelas oleh penonton. Dalam seminar, Anda juga harus membuat skenario agar pesan yang Anda sampaikan bisa diterima dengan jelas oleh audiens.

Berikut beberapa teknik membuat episode dalam seminar:

- *Catch them*

Sebelum bisa menyampaikan informasi atau materi presentasi, Anda harus berhasil menangkap perhatian audiens. Pada bab ini saya akan membahas sepuluh teknik membuka presentasi yang berkesan agar bisa menarik perhatian audiens.

- *Teach them*

Setelah berhasil menarik perhatian audiens, ajari mereka topik yang Anda bahas. Urutannya (*body*) harus jelas agar audiens bisa dengan mudah memahami materi Anda.

- *Work with them*

Kemudian bekerjalah bersama mereka, atau beri mereka tugas dan amati apakah mereka mengerti apa yang Anda ajarkan. Sebelum memberi tugas, pastikan Anda sudah memberikan contoh yang berhubungan dengan tugas yang akan mereka kerjakan agar bisa lebih mudah dipahami.

- *Test them*

Tahap berikutnya adalah menguji mereka untuk mengetahui apakah mereka memahami materi yang Anda sampaikan. Anda bisa memberikan kuis berhadiah buku, CD, DVD, dan sebagainya.

STRUKTUR PUBLIC SPEAKING

Untuk membuat sebuah *public speaking* yang menarik dan mudah dimengerti, Anda perlu menyusun *public speaking* Anda secara sistematis. Berikut urutan yang dapat Anda jadikan acuan dalam menyusun sebuah *public speaking*:

1. *Introduction*

- *Opening*

Kalimat yang Anda ucapkan pertama kali untuk membuka seminar. Anda bisa memilih satu dari sepuluh teknik pembukaan yang ada di Rahasia V buku *Public Speaking Mastery*. Beberapa teknik tersebut saya jelaskan di bagian lain buku ini.

- Topik

Sebutkan topik yang akan Anda bicarakan. Ingat, pastikan *opening* Anda sesuai dengan topik yang akan Anda bicarakan.

- Agenda

Sebutkan agenda pembicaraan dengan memberikan sedikit gambaran mengenai materi Anda.

2. *Body*

- Poin utama pertama

Ilustrasi

- Poin utama kedua

Ilustrasi

- Poin utama ketiga

Ilustrasi

Ada tujuh cara memberikan ilustrasi di setiap poin utama.

3. *Conclusion*

- *Review* poin-poin utama

Ulangi secara singkat poin-poin yang sudah Anda sampaikan agar audiens ingat apa yang Anda sampaikan.

- *Concluding grabber*

Kalimat terakhir yang Anda ucapkan untuk menutup presentasi Anda. Anda bisa menggunakan teknik *closing* yang ada di Rahasia VI buku *Public Speaking Mastery*. Beberapa teknik tersebut saya jelaskan di bagian lain buku ini.

KESAN PERTAMA ADALAH SEGALANYA

Setiap detik ada 11 juta bit informasi yang masuk ke panca indra seseorang, sementara dia hanya akan memproses sekitar 40 informasi dan membuang yang lain. Oleh karena itu, penting bagi Anda untuk menarik perhatian mereka pada kesempatan pertama dengan teknik pembukaan yang menarik.

Ada tiga alasan utama teknik pembukaan sangatlah penting dalam presentasi:

1. Untuk menarik perhatian audiens

Secara fisik, audiens bisa saja berada di ruangan tempat Anda melakukan presentasi, tapi pikiran mereka berkelana ke mana-mana, termasuk *ngelonjor* alias *ngelamun* jorok, hehehe.

Teknik pembukaan sangat penting untuk menarik perhatian audiens sehingga fokus mereka mengarah kepada Anda. Lebih mudah memasukkan informasi ke pikiran audiens jika fokus mereka ada di ruangan seminar.

2. Untuk mencairkan kekakuan

Suasana kaku bisa tercipta saat Anda akan memulai presentasi. Menurut saya, waktu yang sangat penting saat berbicara di depan umum adalah lima menit pertama. Jika lima menit pertama itu lancar, umumnya sepanjang presentasi akan berjalan lancar. Karena teknik pembukaan ini adalah teknik hafalan, otomatis kekakuan akan bisa Anda atasi.

3. Memberikan informasi

Audiens akan mendapatkan informasi mengenai isi pidato dari pembukaan yang kita sampaikan.

Berikut enam dari sepuluh cara membuka presentasi (*opening*) yang bisa menarik perhatian audiens.

1. Visual Impact

Anda memperlihatkan dampak secara visual yang menarik perhatian audiens dan menjadi jembatan untuk masuk ke pembahasan topik.

Contoh:

MC: "Pada kesempatan yang luar biasa ini kita kedatangan seorang pembicara yang juga merupakan penulis buku *bestseller*. Beliau adalah inspirator sukses nomor satu Indonesia. Dengan tepuk tangan meriah, mari kita sambut Bapak Ongky Hojanto!"

OH: (*Opening*) "Bapak Ibu sekalian, di tangan saya ada uang Rp100.000, siapa yang mau?"

Oke, 95% dari Anda yang hadir mau uang ini. Kalau uang ini saya remas-remas seperti ini (sambil meremas-remas uang), siapa yang masih mau? Wow, masih ada 95% orang yang mau uang yang sudah kusut ini.

Nah, kalau sekarang uang ini saya injak (sambil menginjak-injak uang), siapa yang masih menginginkannya? Ya, mayoritas Anda tetap menginginkan uang ini, betul? Satu alasan kita semua masih tetap menginginkan uang ini, walaupun sudah saya remas-remas dan injak-injak, adalah nilai uang ini tidak pernah berubah, betul?

Hal sama juga berlaku bagi diri kita. Tak peduli seperti apa keadaan Anda saat ini, entah Anda sukses atau belum sukses, kaya atau miskin, berhasil atau belum berhasil, hal itu tidak akan pernah mengurangi nilai Anda sebagai manusia yang penuh potensi.

Oleh karena itu, topik saya malam hari ini adalah ***Maximize Your Potential for Success***. Selamat malam, Bapak dan Ibu sekalian, perkenalkan, nama saya Ongky Hojanto!”

“(Agenda) Selama dua jam saya akan berbicara tentang cara mengeluarkan potensi dalam diri Anda, cara memotivasi diri dan teknik mengubah *limiting belief* menjadi *empowering belief*.”

2. Powerful Question

Anda memberikan permasalahan yang sedang terjadi dan presentasi Anda merupakan solusi dari permasalahan itu.

Contoh:

MC: “Pada kesempatan yang luar biasa ini kita kedatangan seorang pembicara yang juga merupakan penulis buku *bestseller*. Beliau adalah inspirator sukses nomor satu Indonesia. Dengan tepuk tangan meriah, mari kita sambut Bapak Ongky Hojanto.”

OH: “(Opening) Tahun 2010 Indonesia memasuki CAFTA (China ASEAN Free Trade Area). Pemerintah memberi kesempatan sebesar-besarnya kepada negara-negara Asia untuk memasukkan produk dan jasa mereka ke Indonesia. Sebaliknya, kita juga bisa mengekspor produk kita ke negara-negara Asia. Pertanyaan saya, apakah kita siap menghadapi persaingan di era perdagangan bebas ini?”

Oleh karena itu, topik yang akan saya bahas adalah membentuk UMKM yang tangguh di era CAFTA. Selamat malam, Bapak dan Ibu sekalian, perkenalkan, nama saya Ongky Hojanto.

Agar bisa sukses, Anda harus menjadi pribadi yang di atas standar. Saat ini saya akan membahas cara menjadi manusia di atas rata-rata dengan topik *Extraordinary Man*. Selamat malam, Bapak dan Ibu sekalian, perkenalkan, nama saya Ongky Hojanto.”

“(Agenda) Selama dua jam ke depan saya akan berbicara mengenai lima langkah untuk membentuk diri menjadi *extraordinary man*.”

4. Story

Anda menceritakan kisah yang berkaitan dengan topik yang akan Anda bahas.

Contoh:

MC: “Pada kesempatan yang luar biasa ini kita kedatangan seorang pembicara yang juga merupakan penulis buku *bestseller*. Beliau adalah inspirator sukses nomor satu Indonesia. Dengan tepuk tangan meriah, mari kita sambut Bapak Ongky Hojanto!”

OH: “(Opening) Orang yang melihat dan mengenal Evelyn Adams mungkin beranggapan dia orang paling beruntung di dunia. Hal itu wajar karena Evelyn Adams dua kali memenangkan lotre New Jersey, pada 1985 dan 1986, sejumlah 5,4 juta dolar. Namun, seluruh uang hasil kemenangannya habis—sebagian besar di mesin *jackpot* Atlantic City. Dia pun harus tinggal di *trailer park*.

William ‘Bud’ Post lebih beruntung lagi karena dia memenangkan lotre Pennsylvania sejumlah 16,2 juta dolar atau setara dengan 162 miliar rupiah. Uang itu dia investasikan di bisnis mobil dan restoran. Setahun ke-

mudian ia berutang 1 juta dolar dan dinyatakan bangkrut. Saat ini dia hidup mengandalkan jaminan sosial pemerintah.

Sebaliknya, seorang pengusaha properti mengalami kemerosotan yang sedemikian parah sehingga harus menanggung utang perusahaan sebesar 3,5 juta dolar dan utang pribadi sebesar 900 juta dolar pada 1990. Lima belas tahun kemudian, tepatnya tahun 2005, majalah *Forbes* memasukkan namanya ke daftar 400 orang terkaya di Amerika. Dia bisa mengubah utang sebesar 900 juta dolar menjadi keuntungan bersih sebesar 2,7 miliar dolar dalam waktu 15 tahun. Anda mengenal pria ini dengan nama Donald Trump.

Sebetulnya apa perbedaan Evelyn Adams, William 'Bud' Post, dan Donald Trump? Ya, mentalitas atau pola pikir. Oleh karena itu, topik saya hari ini adalah *Millionaire Mindset*. Selamat malam, Bapak dan Ibu sekalian, perkenalkan, nama saya Ongky Hojanto."

"(Agenda) Selama beberapa jam ke depan saya akan membahas 21 *mindset* orang kaya dan bagaimana mengubah *mindset* Anda menuju kekayaan."

5. Four Statement

Anda melemparkan empat pernyataan yang sama atau berbeda, disusul dengan topik bahasan Anda yang berkaitan dengan keempat pernyataan itu.

Contoh:

MC: "Pada kesempatan yang luar biasa ini kita kedatangan seorang pembicara yang juga merupakan penulis buku

bestseller. Beliau adalah inspirator sukses nomor satu Indonesia. Dengan tepuk tangan meriah, mari kita sambut Bapak Ongky Hojanto!”

OH : “(Opening) Ada *salesman* yang menghasilkan 1 juta dolar setiap bulan, ada *salesman* yang menghasilkan 10 ribu dolar setiap bulan, ada *salesman* yang tidak menghasilkan apa-apa, dan ada *salesman* yang memutuskan meninggalkan profesinya karena tidak bisa menjual satu produk pun.

“(Agenda) Pada kesempatan ini saya akan membahas mengapa ada *salesman* yang bisa berhasil menjadi jutawan dan ada *salesman* yang tidak pernah berhasil. Selamat pagi, nama saya Ongky Hojanto, dan topik yang akan saya bahas adalah *Sales Mastery*.”

6. Humor

Walaupun bisa membuka presentasi dengan humor, Anda perlu jeli dan berhati-hati dalam menggunakannya. Pastikan humor yang Anda gunakan berkaitan dengan topik yang Anda bahas dan tidak mengandung SARA.

Contoh:

MC : “Pada kesempatan yang luar biasa ini kita kedatangan seorang pembicara yang juga merupakan penulis buku *bestseller*. Beliau adalah inspirator sukses nomor satu Indonesia. Dengan tepuk tangan meriah, mari kita sambut Bapak Ongky Hojanto!”

OH : “(Opening) Seorang tukang perahu mendayung perahu yang dinaiki seorang profesor. Hari menjelang sore dan perahu itu lewat di dekat hutan rimba. Daun-daun pepohonannya hanyut terbawa air. Sambil mengambil be-

berapa helai daun itu, sang profesor bertanya kepada tukang perahu, 'Tukang perahu, apakah Anda pernah belajar botani?'

Dengan bingung, tukang perahu itu menatap sang profesor dan menjawab, 'Saya tidak pernah belajar hal itu.'

'Wah, Anda kehilangan 30% hidup Anda karena tidak pernah belajar mengenai botani.'

Selang beberapa saat, perahu melewati daerah dengan beberapa bebatuan besar berjajar di tepian sungai. Sang profesor pun bertanya lagi, 'Tukang perahu, apakah Anda pernah belajar geologi?'

Dengan sedikit kebingungan, tukang perahu menjawab, 'Tidak pernah, Pak. Saya tidak mengerti apa itu geologi.'

'Nah, Anda baru saja kehilangan 30% lagi dari hidup Anda karena tidak pernah belajar geologi.'

Perahu terus melaju dan terlihatlah gunung di kejauhan. Sang profesor sekali lagi bertanya, 'Tukang perahu, tukang perahu, apakah Anda pernah belajar geografi?'

Dengan malu dan kepala tertunduk, menjawablah tukang perahu itu, 'Saya tidak pernah tahu apa itu geografi, Tuan.'

'Anda kehilangan 90% dari hidup Anda karena tidak pernah belajar hal-hal itu.'

Hari bertambah sore dan angin bertiup makin kencang. Arus sungai menjadi makin deras dan menerpa perahu itu. Akhirnya perahu itu pun terbalik. Saat berusaha berenang

ke tepian, teringatlah tukang perahu akan sang profesor. Dengan suara nyaring dia berteriak, 'Pak, Pak, apakah Anda pernah belajar berenang?'

Di tengah kepanikan agar tidak tenggelam, profesor itu menjawab, 'Tidak pernah.'

Mendengarnya, dengan nada serius tukang perahu itu berkata, 'Anda akan kehilangan 100% hidup Anda karena tidak pernah belajar berenang, Pak.'

Robert T. Kiyosaki selalu menganjurkan setiap orang belajar berjualan karena 74% orang meraih kekayaan lewat cara berbisnis dan bisnis memerlukan keterampilan menjual.

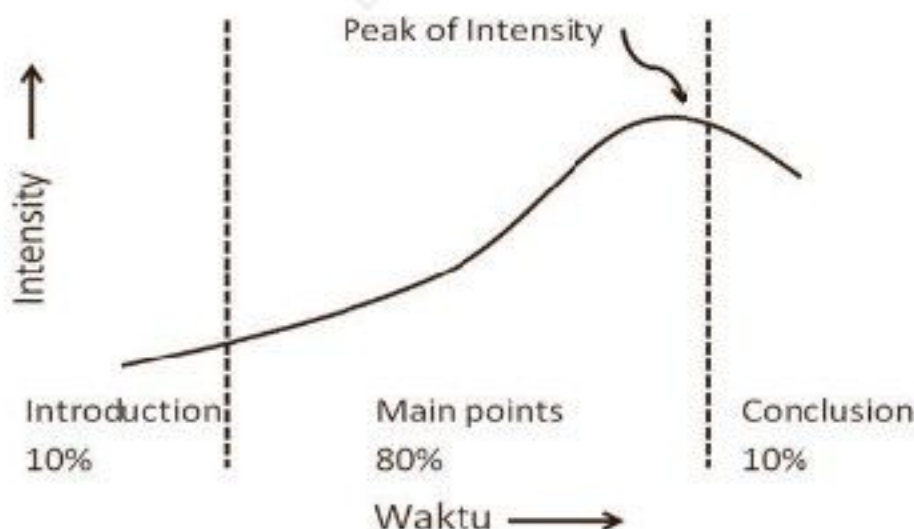
Selamat malam, nama saya Ongky Hojanto, dan malam ini saya berbicara mengenai *Sales Mastery with NLP*."

“(Agenda) Selama dua jam ke depan saya akan berbicara mengenai 7P dalam penjualan, yaitu Prospek, Pertemuan, Pendekatan, Presentasi, Penanganan Keberatan, Penutupan Penjualan, dan Purnajual.”

ISI PRESENTASI YANG MUDAH DIMENGERTI

44 SEDERHANAKANLAH HAL YANG KOMPLEKS DAN MUDAHKANLAH HAL YANG SULIT

Delapan puluh persen waktu presentasi akan Anda habiskan di *body* atau poin utama yang Anda bahas. Oleh karena itu, pastikan Anda memiliki pengetahuan dan keterampilan dalam menyusun serta menyampaikan pesan sehingga audiens bisa memperoleh manfaat dari presentasi Anda dengan jelas.



Beberapa kesalahan umum yang dilakukan dalam membahas poin utama:

- Tidak ke mana-mana

Bayangkan saat ini Anda berada di gurun pasir yang gersang. Panas matahari menyengat kulit Anda, membuat Anda sangat kehausan. Sejauh mata memandang, padang gurun itu seperti tak berujung. Hal itu tentu membuat Anda frustrasi, bukan?

Hal sama akan dirasakan oleh audiens saat mendengar Anda berbicara tanpa pola sehingga poin-poin yang Anda bahas tidak jelas dan suara Anda monoton tanpa penekanan. Semua terasa kering sehingga audiens mulai merasa gerah dan ingin segera keluar dari “padang gurun” ini.

Untuk mencegah hal itu, sampaikan poin-poin bahasan dengan jelas, munculkan antusiasme dalam suara Anda, dan beri penekanan pada poin penting dengan suara Anda. Yang terpenting, milikilah rencana akan membawa audiens ke mana setelah poin pertama selesai, begitu juga poin kedua dan seterusnya.

- Terlalu berbasa-basi

Basa-basi terkadang penting untuk mencairkan kekakuan dan membangun keakraban dengan audiens. Namun, berbasa-basi terlalu lama juga akan membuat presentasi Anda tidak menarik. Saran saya, setelah pembukaan, sediakan beberapa menit untuk menyampaikan kata pengantar sebelum masuk ke poin utama. Kata pengantar bisa berupa kisah, masalah, atau keprihatinan Anda mengenai “sesuatu” yang solusinya akan Anda bahas.

- Balik lagi, balik lagi

Beberapa pembicara tidak pernah mencapai puncak presentasi karena terlalu sering kembali ke poin awal yang sudah dibahas. Walaupun pengulangan penting untuk membuat audiens mengingat pembahasan Anda, jika terlalu banyak dilakukan akan membuat orang bingung dan bosan. Sebaiknya Anda mengulang poin-poin utama di *conclusion*, bukan *body*.

Teknik untuk membawa orang ke puncak presentasi Anda:

Ada beberapa cara yang harus Anda kuasai agar bisa menggiring audiens ke puncak poin utama Anda. Hal ini penting sebagai penekanan dan penguatan inti pesan yang Anda sampaikan, juga sebagai tanda bahwa presentasi Anda akan segera usai.

Saya terkadang mengukur kesuksesan saya berbicara dan menyampaikan pesan, serta apakah audiens mengikuti dan memahami pesan yang saya sampaikan, dengan tepuk tangan. Biasanya, saat Anda berada di puncak, audiens akan bertepuk tangan untuk Anda.

Berikut beberapa poin yang bisa Anda lakukan untuk membawa audiens ke puncak:

- Memberikan penekanan poin dengan bahasa tubuh atau gerakan tangan.
- Mengulangi satu-dua kali poin penting.
- Meningkatkan volume suara.
- Menggunakan pernyataan singkat.

SUSUNLAH DENGAN BAIK APA YANG AKAN ANDA BICARAKAN

Kesalahan beberapa pembicara adalah mengabaikan susunan atau alur dari isi pembicaraan mereka. Menyusun struktur pembicaraan dengan baik akan memudahkan audiens mengerti, memahami, dan mengingat pesan yang Anda sampaikan. Anda harus membuat alur yang benar dan baik agar audiens bisa mengikutinya dengan mudah. Bila audiens sudah mengingat pesan Anda, mereka bisa melakukannya.

Berikut teknik menyusun *body* presentasi Anda:

1. Teknik 5W dan 1H

Dengan teknik ini Anda menguraikan *What*, *Where*, *When*, *Why*, *Who*, dan *How* dari topik Anda. Walaupun tidak semua W harus Anda penuhi, ada dua unsur W, yaitu *What* dan *Why*, yang harus Anda masukkan ke *body* presentasi Anda.

Contoh:

1. *Introduction*

Opening : (Pilih satu dari sepuluh teknik membuka presentasi)

Topik : *The Power of Dream*

Agenda : 1. Apakah impian itu?

2. Mengapa setiap orang harus memiliki impian?

3. Dan, bagaimana membuat impian Anda menjadi kenyataan?

II. *Body*—menggunakan 5W dan 1H

- Poin utama pertama: *What*

Apakah impian itu?

Anda bisa membahas definisi impian atau cita-cita menurut kamus atau tokoh terkenal

- Poin utama kedua: *Why*

Mengapa impian itu penting?

Berikan maksimal tiga alasan impian itu penting bagi audiens. Perkuat poin Anda dengan ilustrasi, misalnya kisah bagaimana impian Anda menjadi kenyataan atau kisah tentang seorang tokoh yang bisa mewujudkan impiannya.

- Poin utama ketiga: *How*

Bagaimana cara mewujudkan impian?

Di poin ini, jelaskan cara untuk membuat impian audiens terwujud. Ingat, uraikan maksimal tiga cara untuk mewujudkan impian dalam bentuk subpoin. Sebagai contoh:

Tiga cara mewujudkan impian:

- ✓ Miliki keinginan yang kuat
- ✓ Miliki komitmen
- ✓ Miliki konsistensi

Setelah itu, perkuat tiap-tiap poin dengan ilustrasi akan saya jelaskan di bagian berikutnya.

2. Teknik *Problem Solution*

Dengan teknik ini, Anda memaparkan suatu masalah yang juga dialami oleh audiens, atau menggiring audiens sampai mereka menyadari bahwa mereka memiliki masalah yang sebelumnya tidak disadari.

Contoh:

I. *Introduction*

Opening : (Pilih satu dari sepuluh teknik membuka presentasi)

Topik : Bagaimana cara meraih kebebasan finansial?

Agenda : 1. Masalah apa yang dihadapi sebagian besar orang saat ini?

2. Solusi cepat dan tepat untuk menjadi kaya.

II. *Body*—menggunakan *Problem Solution*

Poin utama pertama: Masalah

Sebanyak 95% orang akan jatuh miskin kalau saat ini berhenti bekerja atau kehilangan pekerjaan. Tidak semua orang mampu bekerja keras sampai tua.

Tidak ada jaminan Anda akan sehat selamanya sehingga bisa terus bekerja.

Perkuat poin ini dengan ilustrasi, misalnya cerita mengenai orang kaya yang jatuh bangkrut.

Poin utama kedua: Solusi

Ada tiga cara untuk meraih kebebasan keuangan (masukkan sebagai subpoin):

- Perkecil pengeluaran Anda
Caranya: tunda kesenangan, bedakan keinginan dan kebutuhan, serta pahami konsep utang.
- Perbesar pemasukan Anda
Caranya: melalui bisnis, properti, saham, atau *internet marketing*.
- Investasikan selisih pemasukan dan pengeluaran
Caranya: melalui deposito, reksadana, properti, atau emas.

2. Topik: Banjir dan permasalahannya

I. *Introduction*

Opening : (Pilih satu dari sepuluh teknik membuka presentasi)

Topik : Banjir Jakarta dan pemasalahanya

Agenda : 1. Penyebab banjir.
2. Solusi cerdas mengatasi banjir.

II. *Body—Problem solution*

Tiga penyebab banjir

Poin utama pertama

Problem : Sampah yang berserakan

- Solusi : 1. Sosialisasi pentingnya membuang sampah pada tempatnya.
- i. Sosialisasi di PKK
 - ii. Sosialisasi di sekolah
 - iii. Sosialisasi di tempat ibadah
2. Tetapkan waktu membuang sampah.

Poin utama kedua

Problem : Selokan yang tersumbat

Solusi : 1. Kerja bakti setiap Jumat.
2. Menambah petugas kebersihan dengan meningkatkan iuran sampah.

Poin utama ketiga

Problem : Daerah serapan air yang kurang

Solusi : 1. Gerakan satu rumah satu pohon
2. Buat sumur resapan
3. Gerakan taman RT/RW

3. Teknik Pilihan atau Versus

Dengan teknik ini Anda memberikan dua opini berbeda mengenai dua hal setara yang masing-masing memiliki kelebihan dan kekurangan serta keuntungan dan kerugian. Buat audiens menyetujui kelebihan tiap-tiap pilihan Anda dan buat mereka juga mengamini kekurangan setiap pilihan yang Anda tawarkan. Setelah itu, tarik kesimpulan dari kedua pilihan tersebut.

Contoh:

1. *Smartphone* beserta dampak baik dan buruknya

1. *Introduction*

Opening : (Pilih satu dari sepuluh teknik membuka presentasi)

Topik : *Smartphone* beserta dampak baik dan buruknya

Agenda : 1. Dampak baik dari *smartphone*
2. Dampak buruk dari *smartphone*
3. Kesimpulan

II. Body - Versus

Poin utama pertama : Apa *smartphone* itu?

Poin utama kedua : Dampak baik *smartphone*

Subpoin: i. Portabilitas

ii. Aplikasi Word Document

iii. Aplikasi Jejaring Sosial

Poin utama ketiga : Dampak buruk *smartphone*

Subpoin: i. Kepekaan terhadap

lingkungan sekitar berkurang

ii. Mendekatkan yang jauh dan
menjauhkan yang dekat

Poin utama keempat: Kesimpulan

2. Topik: Internet, “Setan” atau “Malaikat”?

I. Introduction

Opener : (Pilih satu dari sepuluh teknik membuka presentasi)

Topik : Internet, “Setan” atau “Malaikat”?

Agenda : 1. Sisi negatif internet
2. Sisi positif internet

II. Body—menggunakan Versus

Poin utama pertama: sisi negatif internet

Subpoin: i. Menampilkan kekerasan atau provokasi

a. Agama

b. Suku

- ii. Pornografi
- iii. Kecanduan
 - a. *Game online*
 - b. Chatting

Poin utama kedua: sisi positif internet

Subpoin: i. Informasi terkini

- ii. Edukasi
- iii. *Relationship*

Poin utama ketiga: kesimpulan

PERKUATLAH POIN-POIN UTAMA ANDA DENGAN ILUSTRASI

Anda dapat menggunakan ilustrasi untuk memperkuat pesan di poin utama Anda sehingga orang mudah mengerti apa yang Anda maksud.

Berikut tujuh jenis ilustrasi yang bisa Anda pilih:

1. Cerita dan Anekdote

Anekdote adalah sebuah cerita singkat yang lucu atau menarik, yang mungkin menggambarkan kejadian atau orang sebenarnya. Anekdote awalnya melibatkan orang-orang yang sebenarnya, entah terkenal atau tidak, biasanya di suatu tempat. Namun, seiring waktu, modifikasi pada saat penceritaan kembali dapat mengubah sebuah anekdot menjadi fiksi, sesuatu yang diceritakan kembali tapi “terlalu bagus untuk jadi nyata”. Meskipun terkadang menghibur, anekdot bukanlah lelucon karena tujuan

utamanya tidak hanya untuk membangkitkan tawa, tetapi untuk mengungkapkan suatu kebenaran yang lebih umum daripada kisah singkat itu sendiri, atau untuk melukiskan suatu sifat karakter dengan ringan sehingga ia mengentak dalam kilasan pemahaman yang langsung pada intinya.

Anekdote terkadang bersifat sindiran alami. Di bawah rezim otoritarian di Uni Soviet, berbagai macam anekdot politik tersebar di masyarakat sebagai satu-satunya cara untuk membuka dan mencela kejahatan dari sistem politik dan pemimpinnya. Mereka menertawakan kepribadian Vladimir Lenin, Nikita Khrushchev, Leonid Brezhnev, dan pemimpin Soviet lainnya. Pada zaman Rusia modern ada banyak anekdot tentang Vladimir Putin.

Kata “anekdot” dalam bahasa Yunani berarti “tidak diterbitkan”, atau secara harfiah “tidak dikeluarkan”. Kata ini dicetuskan oleh Procopius of Caesarea, penulis biografi dari Justinian I, yang membuat sebuah karya berjudul *Avéκδοτα* (*Anekdotota*, secara beragam diterjemahkan dengan judul *Memoar yang Tak Diterbitkan* atau *Kisah Rahasia*), yaitu sebuah koleksi kejadian-kejadian singkat dari kehidupan pribadi dari istana Bizantin. Secara bertahap, makna anekdot dipakai untuk setiap kisah singkat yang digunakan untuk menekankan atau mengilustrasikan poin apa pun yang diinginkan penulis.

Sumber: Wikipedia

Anekdote dapat digunakan untuk memperjelas poin utama atau subpoin Anda sehingga lebih mudah dimengerti oleh audiens. Cerita dan anekdot dibagi menjadi tiga jenis:

- **Pribadi**

Saat menceritakan anekdot pribadi, lakukan dengan antusias dan ekspresi wajah yang hidup. Hal itu tentu mudah dilakukan karena yang Anda ceritakan adalah kisah yang sangat Anda pahami. Poin terpenting dalam anekdot pribadi yaitu:

1. Poin apa yang Anda pelajari dari kejadian konyol itu. Jangan biarkan gengsi atau ego Anda membuat Anda tidak menceritakan kekonyolan yang harus Anda ceritakan.
2. Anekdote pribadi harus menjadi jalan pembuka untuk subpoin yang akan Anda jelaskan.

Contoh:

Tahun 2004 saya menjadi distributor sebuah produk yang berkhasiat meningkatkan HGH. Seiring bertambahnya usia, produksi HGH di dalam tubuh manusia akan menurun dan mengakibatkan semakin cepatnya proses penuaan. Produk yang saya pasarkan adalah produk untuk kelenjar pituitari yang berfungsi memproduksi HGH. Saya memiliki seorang pelanggan tetap bernama Alex. Karena penasaran ingin mengetahui efek yang dia rasakan, saya pun bertanya kepada Pak Alex, "Pak, apa yang Bapak rasakan setelah mengonsumsi produk ini?"

"Wah, bagus, Pak Ongky. Dulu saya susah tidur, tapi sekarang saya bisa lebih mudah tidur. Tapi sayang, Pak, gulanya saya temukan terakhir."

Saya yang mulai cemas mendengar perkataan terakhir Pak Alex menatapnya dengan bingung. Saya bertanya kepada diri sendiri, "Gula yang mana, ya?"

Belum sempat saya bertanya, Pak Alex melanjutkan, "Tapi, tidak apa-apa. Ternyata gula Amerika itu manis."

Karena tak sanggup menahan rasa penasaran, saya pun bertanya, "Gula yang mana, Pak Alex?"

"Itu lho Pak, di bungkus kecil di dalam produk."

Wah celaka, kata saya dalam hati. Pak Alex meminum *silica gel* yang ada di dalam produk itu.

Pertanyaan saya, "Siapa yang salah dalam kasus ini, saya atau Pak Alex?"

Itulah yang disebut dengan *map is not a territory*, yang artinya persepsi Anda terhadap sesuatu bisa berbeda dengan persepsi orang lain.

Oleh karena itu, dalam komunikasi, penting untuk memberitahukan apa yang Anda inginkan kepada orang lain, bukan mengharapkan orang lain langsung mengerti keinginan Anda tanpa pernah Anda beritahukan.

Poin pertama dalam komunikasi adalah: *Map is not a territory* (masuk ke subpoin).

Jadi, jika anekdot pribadi Anda tidak mengandung kedua unsur itu, Anda tidak perlu menceritakan anekdot.

- **Sejarah**

Anekdot sejarah adalah cerita mengenai tokoh-tokoh yang dikenal masyarakat, seperti artis, aktor, tokoh politik, dan tokoh masyarakat. Anekdot ini juga bisa berupa kisah yang diceritakan secara turun-temurun.

Contoh:

Pada 1938, ketika masih bersekolah, Honda menginvestasikan semua kekayaannya yang dimilikinya di bengkel kecil dan mulai mengembangkan konsepnya tentang ring piston. Dia bahkan menggadaikan perhiasan istrinya. Honda ingin menjual karyanya itu ke Toyota Corporation. Oleh karena itu, dia bekerja siang malam, bahkan tidur di bengkel mesin, dengan keyakinan penuh bahwa dia akan mendapatkan hasil.

Namun, ketika akhirnya menyelesaikan ring piston dan membawanya ke Toyota, dia diberitahu bahwa hasil karyanya itu tidak memenuhi standar Toyota. Dia disuruh bersekolah lagi selama dua tahun. Di sana dia ditertawakan oleh para instruktur dan sesama pelajar, yang menganggap rancangannya itu menggelikan.

Bukannya berfokus pada kepedihan pengalamannya itu, dia memutuskan terus berfokus pada sasarannya. Akhirnya, setelah dua tahun, Toyota memberi Honda kontrak yang diimpikannya.

Gairah dan keyakinan Honda tidak percuma karena dia tahu apa yang dia inginkan, mengambil tindakan, memperhatikan apa yang efektif, dan terus mengubah pendekatan hingga dia mendapatkan apa yang diinginkannya. Namun, kemudian timbullah masalah baru.

Pemerintah Jepang ketika itu sedang bersiap-siap berperang dan tidak mau memberinya beton yang diperlukan untuk membangun pabriknya. Apakah Honda menyerah? Tidak. Apakah dia berfokus pada betapa tidak adilnya hal

itu? Apakah dia merasa impiannya sirna? Sama sekali tidak. Dia kembali memutuskan untuk memanfaatkan pengalaman itu dan mengembangkan strategi baru.

Bersama timnya dia menciptakan proses memproduksi beton sendiri, lalu membangun pabrik. Selama perang, pabriknya dua kali terkena bom sehingga sebagian besar fasilitasnya hancur. Honda pun mengerahkan tim untuk mengambil kaleng bensin ekstra yang dibuang oleh para prajurit Amerika Serikat. Dia menyebutnya “hadiah Presiden Truman” karena kaleng itu dijadikannya bahan baku yang memang dia butuhkan untuk proses pabrikannya dan saat itu belum tersedia di Jepang.

Setelah berhasil selamat dari perang, pabriknya hancur akibat gempa bumi. Honda pun memutuskan menjual proses produksi pistonnya itu kepada Toyota.

Inilah orang yang jelas-jelas mengambil keputusan kuat untuk sukses. Dia bergairah dan yakin dengan apa yang dikerjakannya. Dia mempunyai strategi yang hebat. Dia mengambil tindakan besar. Dia terus mengubah pendekatan. Walaupun belum juga mendapatkan hasil yang menjadi komitmennya, dia memutuskan tetap berjuang.

Setelah perang, terjadilah kekurangan bensin di Jepang, dan Honda bahkan tidak bisa mengemudikan mobil untuk membeli makanan bagi keluarganya. Dalam keputusan, dia memasang motor kecil di sepedanya. Lama kelamaan tetangganya memintanya membuatkan “sepeda bermotor” bagi mereka juga. Begitu banyak tetangga yang berminat sampai-sampai dia kehabisan motor. Dia pun memutuskan membangun pabrik yang mem-

produksi motor temuan barunya itu. Sayangnya, kala itu dia tidak mempunyai modal.

Seperti sebelumnya, dia mengambil keputusan untuk mencari jalan keluar, apa pun yang terjadi. Solusinya adalah memohon kepada 18.000 pemilik toko sepeda di Jepang lewat surat pribadi kepada mereka. Dia memberitahu mereka bagaimana mereka bisa berperan dalam menghidupkan kembali Jepang melalui mobilitas yang bisa disediakan oleh penemuannya. Dia berhasil meyakinkan 5.000 orang di antara mereka untuk meminjamkan modal yang dia butuhkan.

Namun, sepeda motornya hanya laku dibeli oleh penggemar berat sepeda karena ukurannya terlalu besar dan rumit. Dia pun melakukan penyesuaian final dan menciptakan versi yang jauh lebih ringan serta ramping. Produk itu dinamainya "Super Club", yang meraih kesuksesan dalam semalam. Atas prestasinya itu, Kaisar memberinya penghargaan. Dia pun mulai mengeksport motornya itu ke Eropa dan Amerika Serikat, menyasar generasi muda. Pada 1970-an mobil produksi Honda menyusul kesuksesan sepeda motornya.

Sekarang, Honda Corporation mempekerjakan ratusan ribu orang di Amerika Serikat dan Jepang, serta dianggap sebagai salah satu produsen mobil terbesar di Jepang, mengungguli semua merek kecuali Toyota di Amerika Serikat. Honda Corporation berhasil karena satu orang memahami kuasa keputusan dan benar-benar berkomitmen menindaklanjutinya, terlepas dari kondisi yang ada, serta secara terus-menerus tanpa kenal putus asa menye-

lesaikan apa yang telah dimulainya. (Diambil dari *Awaken the Giant Within* karya Anthony Robbins.)

Agar Anda memiliki banyak stok cerita, saya sarankan Anda membeli buku saya, *Financial Revolution in Action*. Di buku itu saya menampilkan kisah Sylvester Stallone, Joe Shuster (pencipta tokoh Superman yang meninggal dalam kondisi miskin), Viktor Frankl (satu dari sedikit orang yang bisa melarikan diri dari kamp Nazi), Cindy Cashman (wanita yang menjual buku kosong setebal 96 halaman yang laku keras), dan James E. Casey (anak miskin yang merevolusi hidupnya sehingga memiliki 340.000 karyawan di seluruh dunia).

- **Alegori**

Alegori berupa kiasan, metafora, atau ilustrasi. Anda bisa melakukannya dengan dua cara:

- a. Menceritakan kisah yang ada dan hidup di masyarakat.
- b. Menceritakan kisah yang Anda ambil dari kebudayaan lain.

Contoh:

Suatu hari, dua pendeta Zen berjalan di tengah hutan. Tiba-tiba pendeta Zen yang lebih tua merasa ingin buang air kecil. Dengan enteng dia buang air di sebelah patung Buddha. Tentu saja hal itu membuat pendeta Zen yang muda marah. Tanpa menoleh, pendeta tua itu bertanya, "Tunjukkan pada saya mana tempat yang tidak memiliki

Buddha?” Sang pendeta muda menyahut, “Semua tempat adalah Buddha”. “Kalau begitu, saya buang air di mana?” sahut pendeta tua dengan enteng.

Menganggap atribut agama sebagai hal yang suci tentu baik. Namun, melekat berlebihan pada konsep kesucian sehingga memproduksi kekotoran batin tentu merupakan tindakan yang layak direnungkan. Kesucian tidak diciptakan untuk memicu kemarahan atau permusuhan, apalagi mengakibatkan pembunuhan.

2. Studi Kasus

Menampilkan studi kasus sangat efektif untuk audiens yang merupakan akademisi. Hal itu juga sangat efektif untuk menjelaskan suatu konsep. Pastikan Anda menyebutkan sumber kasus yang Anda ambil untuk menambah kredibilitas Anda. Anda bisa menemukan studi kasus di buku atau membuat studi kasus sendiri.

Contoh:

Dalam buku *How to Win Customer and Keep Them for Life*, Michael LeBoeuf, Ph.D. mengatakan penyebab pelanggan lari yaitu:

- 3% Pindah tempat tinggal
- 5% Menemukan persahabatan baru di perusahaan atau toko lain
- 9% Terbujuk pesaing
- 14% Tidak puas dengan produk yang dibeli
- 68% **Sikap masa bodoh** yang diperlihatkan oleh pemilik, manajer, atau karyawan

3. Statistik

Cobalah menjadikan materi presentasi Anda tampak menarik dengan menampilkan statistik dalam bentuk diagram. Sama seperti studi kasus, Anda perlu menyebutkan sumber data.

Contoh:



4. Video

Anda bisa memutar video sebagai ilustrasi untuk mengantar audiens ke subtopik yang akan Anda bahas.

5. Humor

Anda bisa menggunakan humor sebagai ilustrasi.

Contoh:

Seorang *sales* mencoba membujuk seorang petani membeli sepeda. Sang petani menolak, tapi *sales* itu tampaknya tidak mudah menyerah.

“Daripada membeli sepeda, lebih baik aku habiskan uangku untuk memelihara sapi,” kata petani.

“Tapi,” jawab sang *sales*, “coba pikir, Anda akan sangat terlihat bodoh jika bepergian dengan mengendarai sapi.”

“Huh!” hardik sang petani. “Tidakkah aku terlihat lebih bodoh bila memerah sebuah sepeda!”

Digital Publishing KG-1MC

TEKNIK PENUTUPAN YANG BERKESAN

“ JIKA ANDA SUDAH MENGAWALI DENGAN BAIK, ANDA HARUS MENUTUPNYA DENGAN SEMPURNA.

TINGGALKAN KESAN DI SETIAP PENUTUPAN ANDA

Setelah Anda menampilkan pembukaan yang mengesankan dan isi presentasi yang mudah dimengerti serta diingat, tugas terakhir Anda sebagai pembicara adalah membuat penutupan yang berkesan. Bagian penutupan terdiri atas:

- *Review poin-poin utama*
Ulangi secara singkat poin-poin yang sudah Anda sampaikan agar audiens mengingat apa yang Anda sampaikan.
- *Concluding grabber*
Kalimat terakhir untuk menutup presentasi Anda.

Ada lima cara yang bisa Anda gunakan untuk membuat penutupan yang berkesan, yakni:

1. Ajakan

Teknik ini menekankan ajakan agar audiens melakukan apa yang sudah dipelajari.

Contoh:

OH : "Bapak Ibu sekalian, di akhir seminar ini saya mengajak kita semua mulai membangun kualitas pelayanan di perusahaan ini karena kemajuan perusahaan ini adalah kemajuan kita bersama. Senang sekali bisa berbagi dengan Anda sekalian. Sukses untuk Anda dan selamat sore."

2. Cerita

Teknik penutup dengan cerita secara tidak langsung mengajak audiens melakukan apa yang sudah diajarkan.

Contoh:

OH : "Pada suatu waktu hiduplah seorang guru yang bijak. Guru ini selalu memberikan nasihat yang baik kepada setiap orang yang datang kepadanya. Suatu hari datanglah seorang anak muda yang berniat menguji sang guru. Sambil menyembunyikan tangan di punggung, anak muda itu bertanya kepada sang guru, 'Guru, ada seekor burung di tangan saya. Menurut Guru, burung ini hidup atau mati?'

Sambil tersenyum, sang guru berkata, 'Anak muda, hidup dan mati burung itu ada di tangan Anda. Kalau saya mengatakan burung itu mati, Anda akan melonggarkan tangan sehingga burung itu bisa terbang. Sebaliknya, kalau saya mengatakan burung itu hidup, Anda akan meremasnya sampai mati.'

Saat ini, sukses tidaknya Bapak Ibu ada di tangan Bapak Ibu sendiri. Saya sudah memberikan ilmu dan Anda sudah

menerimanya. Saya yakin jika mau bertindak sesuai dengan apa yang sudah Anda pelajari, Anda akan mendapatkan apa yang Anda inginkan. Sukses untuk Anda semua dan selamat malam.”

3. Lagu

Bila menggunakan teknik ini, Anda minta audiens menyanyikan lagu penutup. Pastikan lagu yang Anda pilih sesuai dengan tema yang dibahas. Beberapa lagu yang saya rekomendasikan: *If We Hold on Together* (tema *team work*), *I Believe I Can Fly* (tema motivasi), *The Power of Dream* (tema *goal setting*), *When You Believe* (tema motivasi), *Nothing's Gonna Stop Us Now* (tema motivasi), *That's What Friends Are For* (tema *team work*), dan *Hero* (tema motivasi).

Contoh:

OH : “Baiklah Bapak Ibu sekalian, di akhir seminar ini marilah kita menyanyikan lagu *If We Hold on Together*. Anda dan saya akan selalu bisa melangkah maju jika kita bersatu padu bergandengan tangan.”

4. Pantun

Teknik pantun juga bisa Anda gunakan untuk menutup presentasi.

Contoh:

OH : “Nonton TV sambil bernyanyi
bawa kakak, juga kecap
niat hati hanya berbagi
jika ada yang salah, *I'm sorry*”

Senang sekali bisa berbagi dengan Anda sekalian. Sukses untuk Anda dan selamat sore.”

Contoh-contoh pantun lain:

- a. Cari udang di danau biru
 Jangan lupa membawa palu
 Jika ada hal yang keliru
 Mohon saya diberitahu

- b. Buah pepaya masak di kebun
 Buah mangga harum baunya
 Belajar *public speaking* haruslah tekun
 Agar efektif hasilnya

- c. Gadis cantik pergi ke pantai
 Pakai bikini dan kaus putih
 Kita semua bisa pandai
 Asal selalu rajin berlatih

5. Kutipan

Kutipan dari tokoh terkenal bisa Anda jadikan penutup presentasi. Namun, yang perlu digarisbawahi adalah tokoh itu harus dikenal oleh audiens. Alternatifnya, Anda bisa memaparkan sedikit latar belakang sang tokoh.

Contoh pertama:

OH : “Winston Churchill pernah berkata, ‘Apa yang Anda ketahui tidaklah penting; apa yang Anda lakukan dengan apa yang Anda ketahui itulah yang jauh lebih penting.’”

Senang sekali bisa berbagi dengan Anda hari ini. Selamat sore dan sukses untuk Anda semua.”

Contoh kedua:

(memaparkan latar belakang Winston Churchill)

OH : “Winston Churchill, **tokoh politik dan pengarang dari Inggris yang paling dikenal sebagai Perdana Menteri Britania Raya pada Perang Dunia Kedua**, pernah berkata: ‘Apa yang Anda ketahui tidaklah penting; apa yang Anda lakukan dengan apa yang Anda ketahuilah yang jauh lebih penting.’ Senang sekali bisa berbagi dengan Anda hari ini. Selamat sore dan sukses untuk Anda semua.”

Berikut beberapa contoh *sequencing* dari *introduction* hingga *conclusion* yang saya lakukan:

Contoh 1:

1. Introduction

- *Opening—Story*

Russel Conwell, dalam bukunya *Acre of Diamond*, bercerita tentang seorang laki-laki tua Persia bernama Ali Hafed yang tinggal dekat Sungai Indus. Ali memiliki lahan pertanian yang sangat luas yang dijadikannya kebun buah-buahan, ladang gandum, dan kebun bunga. Dia juga memiliki uang yang dibungakan. Ali adalah orang kaya yang bahagia.

Pada suatu hari, Ali kedatangan tamu seorang pemuka agama yang bercerita tentang keindahan batu permata.

Sang pemuka agama berkata, "Anakku, kalau memiliki permata sebesar ibu jari, kamu bisa membeli sebuah kota, dan kalau memiliki tambang permata, kamu bisa menjadikan anak-anakmu raja'.

Ali sangat terkesan dengan perkataan sang pemuka agama. Bahkan, selama sehari-hari dia terus membayangkan. Sejak itulah Ali merasa ada yang kurang dalam hidupnya. Dia membayangkan betapa menyenangkan jika bisa memiliki permata seperti itu.

Pada suatu hari, Ali membulatkan tekad menjual rumah serta ladangnya. Anak dan istrinya dia titipkan kepada tetangga, disertai biaya hidup. Dengan uang yang tersisa, Ali pergi mengembara untuk mencari permata-permata yang luar biasa itu. Dia mencari ke segala penjuru kota, bahkan menyeberang ke negeri yang jauh.

Selama belasan tahun dia berusaha menemukan permata, hingga dia mengalami kelelahan fisik, mental, dan emosional. Akhirnya, dalam kemiskinan dan keputusan Ali Hafed mengakhiri hidup dengan terjun ke laut Barcelona, Spanyol.

Sementara itu, rumahnya kini ditinggali oleh petani lain. Suatu hari, saat sedang memberi minum untanya di sungai dangkal di kebun, petani itu melihat batu yang memancarkan seberkas sinar warna-warni bak pelangi. Dia pun membawa batu itu ke rumah, meletakkannya di atas perapian, dan melupakannya.

Suatu hari, pemuka agama yang biasa mengunjungi rumah-rumah penduduk di sekitar situ bertandang ke

rumah petani itu. Saat melihat batu yang berkilauan itu, sang pemuka agama berkata, "Ini batu berlian! Apakah Ali Hafed sudah kembali?"

"Oh, dia tidak kembali dan itu bukan berlian. Itu hanya sebuah batu yang kutemukan di kebunku," sahut sang petani.

"Percayalah, aku sangat mengenal berlian saat melihatnya. Aku tahu pasti ini berlian," kata pemuka agama itu.

Mereka pun bersama-sama menuju kebun dan menggali pasir putih di sana dengan jari. Itu dia! Ada banyak bebatuan yang lebih cantik dan berharga dibandingkan batu pertama.

Itulah awal mula ditemukannya tambang berlian Golcanda, tambang terkaya sepanjang sejarah manusia. Berlian Kohinoor dan Orloff yang menghiasi mahkota-mahkota kerajaan Inggris dan Rusia berasal dari tambang itu. Kisah ini menggambarkan betapa kita sering sibuk mencari sesuatu yang mungkin bahkan tidak kita ketahui seperti apa wujudnya.

- Topik

Selamat pagi. Nama saya Ongky Hojanto dan topik saya hari ini *The Power of Dream*.

- Agenda

Selama tiga jam ke depan saya akan membagikan teknik, tips, serta cara membuat impian Anda menjadi kenyataan.

2. Body

(menggunakan *power of three*)

Dalam buku *Acre of Diamond*, Ali mencari sesuatu tanpa mengetahui secara pasti apa yang dicarinya itu sehingga dia tidak menemukannya.

- Poin utama pertama

Impian Anda harus TERTULIS

Ilustrasi:

Pada 1952 Yale University melakukan riset terhadap mahasiswa dan mendapati hanya 3% mahasiswa yang menuliskan tujuan hidup. Dua puluh tahun kemudian, pada 1972, kembali diadakan riset terhadap mahasiswa yang sama. Didapati bahwa 3% mahasiswa yang dua puluh tahun lalu menuliskan tujuan hidup lebih sukses dalam pekerjaan dan bisnis, lebih kaya, serta bahagia.

- Poin utama kedua

Impian Anda harus SPESIFIK, impian Anda haruslah jelas. Itu berarti impian Anda haruslah:

- a. Bisa Anda bayangkan, rasakan, dan dengarkan.
- b. Memiliki batasan waktu.
- c. Memiliki langkah awal yang harus dilakukan.

Ilustrasi—*Game*:

Saya minta audiens membayangkan mereka sukses, kaya, dan bahagia. Hal itu pasti sulit karena sukses, kaya, dan bahagia bersifat abstrak. Pertanyaannya, bagaimana Anda bisa memperolehnya jika Anda tidak bisa membayangkannya?

- Poin utama ketiga

Impian Anda harus dinyatakan dalam kalimat POSITIF.
Nyatakan tujuan Anda dalam bentuk kalimat positif.

Contoh:

“Saya ingin sukses”, bukan “Saya tidak ingin gagal”.

“Saya ingin kaya”, bukan “Saya tidak ingin miskin”.

Ilustrasi—Kisah:

Saat Anda minta anak Anda yang berusia tiga tahun tidak bermain hujan-hujan, dia akan cenderung bermain hujan-hujan. Hal itu terjadi karena pikiran sadar dan logika berpikir anak Anda belum bekerja secara optimal. Pikiran bawah sadar tidak mengenal kata “tidak” atau “jangan”.

3. Conclusion

- *Review poin-poin utama*

Jadi, ada tiga cara untuk membuat impian Anda menjadi kenyataan. Pertama, tuliskan impian Anda. Kedua, pastikan impian Anda ditulis dengan spesifik dan jelas. Ketiga, tuliskan impian Anda dalam kalimat positif.

- *Concluding grabber—Statement*

Winston Churchill pernah berkata, “Bukan apa yang Anda ketahui yang penting, tapi apa yang Anda lakukan dengan apa yang Anda ketahuilah yang jauh lebih penting.”

Contoh 2:

Ini adalah pidato yang dibawakan oleh anak saya, Meriel (7 tahun), dalam lomba Jagoan Cerdas Indonesia. Dia meraih peringkat lima besar se-Sulawesi Utara dan menjadi finalis termuda.

A. Introduction

- *Opening—Four statement*

Masa depan Indonesia berada di tangan anak Indonesia.

Masa depan Indonesia berada di pundak anak Indonesia.

Masa depan Indonesia berada di genggam tangan anak Indonesia.

Dan, masa depan Indonesia bergantung pada kualitas anak Indonesia.

- Topik

Selamat pagi. Nama saya Meriel Hojanto dan topik saya hari ini adalah cara mendidik anak Indonesia menjadi cerdas.

- Agenda

(tidak ada karena waktunya hanya tujuh menit)

B. Body

- Poin utama pertama—definisi kecerdasan

Indonesia adalah negara besar yang terdiri dari 17.500 pulau.

Negara yang besar ini akan semakin maju bila ditunjang oleh

anak-anak Indonesia yang cerdas. Kecerdasan adalah kemampuan berpikir dan menguasai sebuah bidang. Setiap anak biasanya memiliki kecerdasan unik pada bidang-bidang tertentu, seperti matematika, mengenali diri, olahraga, musik, menyanyi, sains, bahasa, sosial, atau menggambar.

- Poin utama kedua—lima cara meningkatkan kecerdasan
Ada lima cara untuk meningkatkan kecerdasan anak, yang saya istilahkan dengan rumus ABCDE:
 1. **A**mati bidang mana dari kedelapan bidang itu yang kita sukai.
 2. **B**elajarlal dengan tekun dalam bidang itu.
 3. **C**ari guru terbaik dan belajarlal dari mereka.
 4. **D**engarkan setiap petunjuk guru.
 5. **E**valuasi terus pencapaian kita dengan mengikuti lomba, salah satunya lomba Jagoan Cerdas Indonesia.
- Poin Utama ketiga—cara meraih kesuksesan
Agar sukses, kita harus memiliki prinsip 3K, yaitu:
 1. **K**emauan untuk terus belajar.
 2. **K**omitmen untuk menjalankan apa yang sudah kita pelajari.
 3. **K**onsistensi untuk terus belajar agar bisa tetap tumbuh dan berkembang.

C. Conclusion

- *Review poin-poin utama*
(tidak ada)

- *Concluding grabber*

Mari bangun Indonesia dengan mendidik anak-anak Indonesia menjadi cerdas.

Hidup Jagoan Cerdas Indonesia! Sekian dan terima kasih.

Contoh 3:

Ini adalah pidato yang dibawakan oleh salah seorang peserta Public Speaking Mastery di Bali, Adysti Kardi (14 tahun). Saya begitu terkesan dengan pidatonya dan minta persetujuan untuk memasukkan pidatonya ini di buku.

A. Introduction

- *Opening*

Ribuan tahun lalu manusia menyampaikan pesan dari orang ke orang. Sebagai contoh, kalau ingin menyampaikan pesan kepada orang yang berada jauh dari saya, saya harus menyampaikannya kepada satu orang yang akan menyampai-
kannya lagi kepada orang lain dan terus berlanjut hingga akhirnya pesan itu sampai kepada orang yang dituju. Bayangkan berapa lama saya harus menunggu sampai pesan saya sampai ke telinga orang yang saya tuju?

Namun, seiring waktu teknologi terus berkembang. Sekarang ada yang dinamakan *SMARTPHONE*. Saat ayah saya sedang berada di Thailand dan saya di Bali, kami bisa saling memberikan kabar dengan sangat lancar berkat *smartphone*.

- **Topik**

Selamat siang. Saya Adysti Kardi dan hari ini saya akan membahas *smartphone* beserta dampak baik dan buruknya.

- **Agenda**

Hari ini saya akan membahas:

- 1) Apa itu *smartphone*.
- 2) Dampak baik *smartphone*.
- 3) Dampak buruk *smartphone*.

- **Set the rule**

Sebelumnya, agar informasi yang saya berikan hari ini bermanfaat dan jelas untuk Anda semua, mohon matikan ponsel Anda agar tidak mengganggu teman-teman di kiri dan kanan Anda selama presentasi berlangsung.

B. Body

- **Poin utama pertama—Apa itu *smartphone*?**

Smartphone adalah teknologi terbaru yang sedang menjadi tren di kalangan generasi muda. *Smartphone* adalah perangkat telepon genggam yang dilengkapi fitur-fitur menarik dan bermanfaat yang dapat membantu Anda berkomunikasi secara lebih mudah serta nyaman dengan keluarga, teman, juga klien bisnis. Tak hanya berfungsi layaknya ponsel pada umumnya, *smartphone* juga bisa berfungsi sebagai *personal digital assistance* atau PDA. Selain bisa digunakan untuk menelepon dan SMS, *smartphone* memiliki aplikasi *chatting* dan kemampuan *web access* yang jauh lebih baik dibanding

telepon genggam biasa. iPhone dan BlackBerry adalah contoh *smartphone* yang sedang digemari masyarakat.

- Poin utama kedua—dampak baik *smartphone*

1) Portabilitas—subpoin

Dulu Anda hanya bisa mengecek e-mail lewat komputer, bukan? Anda harus menyalakan komputer, *dial up internet connection*, dan *log in* akun e-mail Anda. Ada batas waktu dan Anda tidak bisa merespons e-mail dengan cepat. Namun sekarang, dengan *smartphone* Anda bisa mengakses, menerima, dan mengirim e-mail kapan pun serta di mana pun Anda berada karena salah satu keunggulan terbesar *smartphone* adalah portabilitasnya. Dengan *smartphone* Anda bisa mengakses e-mail 24 jam nonstop di mana pun tanpa komputer. Lebih fleksibel dan e-mail lebih cepat terjawab. Kerja pun terasa lebih mudah dan nyaman.

2) Aplikasi Word Document—subpoin

Dulu kalau ingin membuat dokumen Anda pasti menggunakan komputer, entah dengan aplikasi Word Processor, Excel, atau PowerPoint. Namun, sekarang Anda bisa melakukannya dengan *smartphone*. Berbeda dari ponsel lain pada umumnya, di *smartphone* tersedia aplikasi-aplikasi yang dulu hanya Anda temukan di komputer. Dengan *smartphone* Anda bisa membuat presentasi atau dokumen lain kapan pun dan di mana pun Anda berada.

3) Aplikasi Jejaring Sosial—subpoin

Salah satu fitur paling menarik dari *smartphone* adalah aplikasi jejaring sosialnya. Dengan ponsel pada umumnya kita bisa berkomunikasi melalui layanan pesan singkat SMS. Namun, *smartphone* memberikan layanan pesan singkat yang jauh lebih efektif, yaitu *messenger* seperti WhatsApp, BlackBerry Messenger, dan Live Profile. Dibandingkan dengan SMS, *chatting* melalui *messenger* jauh lebih efektif karena percakapan bisa berjalan dengan cepat. Respons bisa lebih cepat karena *messenger* dilakukan secara *online*.

Di ponsel pada umumnya, Anda membayar per SMS yang Anda kirim. Keuntungan lain *messenger* adalah Anda membayar selama kurun waktu pengaktifannya. Bisa per hari, per minggu, atau per bulan. Setelah membayar untuk jangka waktu yang diinginkan, Anda bisa mengirim pesan sepuasnya. Biaya menggunakan *messenger* lebih murah daripada SMS.

Sekarang ada aplikasi jejaring sosial yang bernama Skype. Skype bisa Anda gunakan untuk berkomunikasi secara *teleconferencing* atau *video conferencing*. Skype sangat membantu orang-orang yang memiliki kekurangan seperti tunawicara. Dengan *video conferencing* mereka bisa berkomunikasi menggunakan bahasa isyarat.

- Poin utama ketiga—dampak buruk *smartphone*

Di balik semua keuntungannya, *smartphone* juga memiliki dampak buruk. Menurut data statistik, 70% pengakses internet adalah anak muda. *Smartphone*, dengan akses in-

ternetnya yang sangat cepat, adalah salah satu pemicu anak muda sangat aktif di dunia maya. Coba Anda perhatikan di tempat umum, hampir tidak ada anak muda yang lepas dari ponsel. Ke mana-mana mereka menggenggam ponsel, yang kebanyakan digunakan untuk *chatting*. Mereka terlalu terpa-ku dengan ponsel sehingga kurang peka dengan lingkungan sekitar. Tak hanya itu, *smartphone* juga dapat membahayakan kesehatan jika digunakan berlebihan karena mengeluarkan radiasi yang dapat mengganggu saraf.

C. Conclusion

- *Review poin-poin utama*

Hari ini saya telah membahas apa itu *smartphone*, yaitu perangkat teknologi terbaru untuk berkomunikasi secara lebih mudah dan efektif. Dampak baik *smartphone* adalah portabilitas dan aplikasi-aplikasinya yang menarik dan bermanfaat. Namun, *smartphone* juga memiliki dampak buruk, yaitu bersifat adiktif bagi anak muda dan bisa menimbulkan radiasi yang membahayakan kesehatan.

- *Concluding grabber—ajakan*

Singkat kata, saya ingin berpesan kepada Anda semua. *Smartphone* memang sangat berguna dalam mempermudah pekerjaan. Namun, penggunaannya harus dikontrol agar tidak membahayakan kesehatan. Sekian presentasi saya. Selamat siang dan terima kasih.

Digital Publishing KG-1MC

SHOWMANSHIP

Digital Publishing KG

I'M AN ACTOR

Saat bicara di depan umum, Anda ibarat sedang bermain sandiwara. Pesan yang Anda sampaikan harus bisa diterima dengan jelas oleh audiens. Oleh karenanya, Anda perlu memiliki kemampuan akting untuk memastikan pesan Anda tersampaikan dengan baik.

Ibarat seorang aktor yang selalu melatih kemampuan aktingnya, *public speaker* juga perlu melatih bahasa tubuh. Inti komunikasi yaitu:

- 55% bahasa tubuh
- 38% kualitas suara
- 7% kata-kata

Ada lima unsur yang perlu Anda perhatikan agar bahasa tubuh Anda memberikan kesan menarik bagi audiens.

EYES

Jika ingin menjadi pembicara yang luar biasa, salah satu hal penting yang harus Anda pelajari adalah cara melakukan kontak mata secara efektif dan sesering mungkin kepada audiens. Dengan demikian, audiens akan merasa diperhatikan serta diakui keberadaannya.

Kesalahan yang sering dilakukan:

- Melihat ke lantai atau ke atap.
- Hanya melihat kepada satu atau dua orang yang disukai atau menyukainya.
- Terlalu banyak melihat catatan atau *slide*.

Tips memanfaatkan pandangan mata:

- Jika berbicara di kelompok kecil, lakukan kontak mata ke seluruh audiens.
- Jika berbicara di kelompok besar, lakukan kontak mata ke setiap bagian kelompok (kiri depan, tengah dan belakang, kanan depan, tengah dan belakang).

- Tahan tatapan di setiap individu selama 2–4 detik.
- Pastikan tidak terlalu lama menatap seseorang agar dia tidak merasa takut, gugup, atau canggung.
- Arahkan pandangan ke tubuh bagian atas atau mata audiens.
- Catat poin-poin penting Anda di sehelai kertas dalam bentuk *mind mapping* sehingga Anda tidak perlu membolak-balik kertas materi.
- Biasakan tidak selalu melihat materi, apalagi saat Anda akan menceritakan kisah lucu atau menekankan poin penting.

Catatan:

Saat berbicara di hadapan audiens, cara termudah untuk memutus kontak mata adalah dengan mengalihkan pandangan ke orang lain dalam kelompok. Namun, kalau Anda tetap ingin menatap wajah seseorang selama lebih dari empat detik, Anda dapat memalingkan tatapan dari mata ke mulut atau dahinya.

HANDS

Walaupun ada banyak bahasa yang digunakan orang di seluruh dunia, kita bisa saling memahami dengan bahasa isyarat menggunakan tangan. Walaupun mungkin satu gerakan memiliki beberapa arti karena adanya perbedaan budaya, kebanyakan gerakan tangan tetap memiliki arti yang sama. Sungguh luar biasa. Jika Anda mempelajari cara menggunakan gerakan tangan secara efektif, Anda bisa mengirimkan pesan secara jelas dan kuat sehingga langsung masuk ke pikiran bawah sadar serta otak primitif audiens.

Berikut jenis-jenis gerakan isyarat yang saya kutip dari buku *The Power of Public Speaking* karya Charles Bonar Sirait.

- a. *Deskriptif*: menggambarkan ukuran, bentuk, lokasi, angka dan kegunaan berbagai objek. Bisa dilakukan dengan berbagai gerakan tubuh.
- b. *Penegasan*: menegaskan apa yang sudah disampaikan. Hal ini dilakukan untuk meyakinkan kesungguhan dan ketulusan pembicara. Contoh: merapatkan kelima jari tangan

dan menggerakkan tangan secara vertikal seperti gerakan pisau mengiris sesuatu.

- c. *Saran*: melambangkan berbagai emosi dan gagasan. Contoh: bahu diangkat menggambarkan ketidaktahuan, telapak tangan terbuka melambangkan memberi atau menerima.
- d. *Dorongan*: membangkitkan respons audiens. Bila ingin mengajak audiens mengangkat tangan, bertepuk tangan, atau melakukan sesuatu, Anda perlu melakukannya terlebih dulu.

Gerakan tangan yang buruk:

- *Clicky-clicky*
Ketika berbicara, sering kali pembicara lupa memperhatikan tingkah laku mereka. Terkadang mereka menghabiskan lima menit atau lebih memencet-mencet bolpoin. Hal itu membuat fokus audiens teralih ke suara tersebut dan suara pembicara menjadi tidak jelas.
- *The Jab*
Gerakan meninju udara memberi kesan terlalu memaksa dan agresif sehingga audiens merasa diserang. Perhalus hal itu dengan hanya melakukan *jab* pada poin-poin penting.

- *Irisan*

Saat Anda mengatakan sesuatu secara berulang-ulang sambil membuat gerakan tangan seperti mengiris, hal itu menimbulkan kekakuan. Jadikan diri Anda “genius” dengan membuat variasi gerakan tangan.

- *The Wringer*

Salah satu gerakan tangan yang sering dilakukan oleh pembicara adalah menggenggam kedua tangan dan “memijat”-nya. Hal itu disebabkan oleh rasa gugup.

- *The Seven Minutes Itch*

Salah satu tanda kegugupan adalah membuat gerakan “menggaruk” atau gerakan-gerakan aneh, seperti memegang kerah baju, memegang kancing baju, dan menggaruk leher.

Gerakan tangan yang indah:

- *Finger Counting*

Jika ingin mengatakan atau menguraikan tiga poin, mulailah menghitungnya menggunakan jari telunjuk sebagai poin pertama, jari tengah sebagai poin kedua, dan jari manis untuk poin ketiga. Hal itu juga akan membantu audiens mengikuti struktur dan mengingat poin-poin yang Anda bahas.

- *Sound Effect*

Jika ingin menimbulkan efek pada “key moment” dalam presentasi, Anda bisa menepuk atau menjentikkan jari.

Namun, jangan terlalu sering melakukannya karena bisa mengurangi efek penekanan yang ingin Anda timbulkan.

- *Cherry-picking*

Ini adalah gerakan tangan berupa melekatkan jari telunjuk dengan ibu jari untuk menekankan poin penting. Gerakan ini disebut demikian karena seperti memetik buah ceri. Dalam benak audiens, Anda seakan-akan sedang menca-but informasi spesifik.

- *Dealing Card*

Gerakan ini sempurna untuk mendapatkan persetujuan dari audiens. Buka kedua telapak tangan seakan-akan melempar kartu kepada audiens. Gerakan ini juga secara halus bermakna mempersilakan atau meminta keterlibatan audiens pada apa yang Anda sampaikan.

- *Space Putty*

Bayangkan Anda bisa menggambarkan dengan tepat kepada audiens benda-benda yang Anda katakan tanpa LCD, *flip chart*, atau proyektor. Tentu luar biasa, kan? Kabar gembiranya, Anda memiliki kemampuan itu. Dengan menggunakan kedua tangan, Anda bisa menggambarkan ukuran, bentuk, dan lokasi seperti yang Anda inginkan.

LEGS

Gerakan kaki yang buruk:

- *Jelly Legs*

Saat pertama kali berbicara di depan umum, mayoritas dari kita mengalami kegugupan yang ditandai dengan kaki yang gemetar. Bagaimana bisa berbicara dengan baik kalau berdiri tegak saja sulit karena gugup? Kaki ibarat fondasi yang menopang tubuh Anda. Fondasi yang tidak kukuh akan membuat posisi berdiri Anda tidak kukuh dan tidak enak dilihat.

- *Michael Jackson's Feet*

Ini adalah gerakan kaki yang tidak pasti dan tanpa arah jelas, seperti saat Anda terburu-buru ke toilet. Terkadang, tidak bergerak jauh lebih baik daripada terlalu banyak gerakan tanpa maksud dan tujuan yang jelas.

- *The Rocking Horse*

Gerakan mondar-mandir ke kiri dan kanan atau maju mundur sambil berbicara akan membuat audiens tidak fokus pada apa yang Anda katakan.

Gerakan kaki yang indah:

- *Authority*

Tempatkan otoritas Anda sebagai pembicara di setiap kata yang Anda ucapkan dengan berbicara sambil mendekati audiens, bukan malah menjauhi mereka. Dorong mereka untuk berpikir dengan memberi mereka sentuhan, tapi jaga jarak agar posisi berdiri Anda tidak terlalu dekat dengan mereka.

- *Different Side of Stage*

Saat menyampaikan dua hal berbeda, Anda harus menandainya di dua sisi panggung yang berbeda pula. Contoh: saat menceritakan dialog antara Ali dan pemuka agama, posisikan Ali di sebelah kanan dan pemuka agama di sebelah kiri supaya dari posisi berdiri Anda, audiens tahu Anda sedang menceritakan siapa.

BASIC POSITION

Basic position 1

Posisi ini tidak direkomendasikan oleh guru saya, Ian Ewing, karena menurut beliau Anda terlihat aneh tanpa kedua tangan



Anda. Namun, ini kadang terjadi tanpa Anda sadari karena Anda belum memiliki *basic position* yang benar. Ketidaktahuan itulah yang membuat Anda otomatis menempatkan tangan di belakang tubuh.



Basic position 2

Ini posisi pemain sepak bola saat menghadapi tendangan bebas dari lawan. Seperti posisi 1, posisi ini juga tidak disarankan karena Anda terlihat gugup dan seperti melindungi sesuatu.



Basic position 3

Terkadang, tanpa sadar orang memasukkan tangan ke kantong celana. Lalu, masih tanpa sadar, mereka memainkan kunci, ponsel, atau benda-benda yang ada di dalam kantong, serta menimbulkan suara yang mengganggu konsentrasi audiens.



Basic position 4

Posisi ini membuat Anda terlihat sebagai pribadi yang agresif sekaligus defensif. Sangat sulit melakukan gerakan tangan saat Anda dalam posisi melipat tangan.

Basic position 5

Posisi ini disebut “saya bos di sini”. Posisi ini menunjukkan pembicara sebagai figur yang amat dominan.

*Basic position 6*

Banyak orang merekomendasikan posisi ini, tapi sebenarnya posisi ini membuat Anda terlihat kecil, gugup, dan lemah. Gerakan tangan Anda pun sama sekali tidak terlihat.

*Basic position 7*

Posisi inilah yang saya rekomendasikan saat Anda berbicara di hadapan audiens. Coba praktikkan posisi ini dengan secara bergantian meletakkan tangan kanan dan kiri Anda di atas.



Anda juga bisa mencoba posisi seperti ini. Poin terpentingnya bukanlah tangan kanan atau kiri yang berada di atas, tapi apakah Anda terlihat percaya diri dan bersahabat dengan audiens, serta apakah Anda merasa nyaman dengan posisi tangan itu.

Akan tetapi, ada beberapa posisi tangan yang harus Anda hindari, seperti:

1. Posisi ini terlihat terlalu kaku dan dibuat-buat. Posisi tangan seharusnya terlihat alami dan rileks.



Sekarang coba posisi tangan seperti ini →
Terlihat tidak bersahabat, ya?



Sekarang cobalah posisi tangan seperti ini →

Anda akan terlihat seperti membangun jarak dengan audiens



Anda juga perlu mencegah gerakan tangan "*broken wrist*" seperti ini →

Gerakan tangan ini terlihat terlalu lemah sehingga Anda tidak bisa menyampaikan pesan yang kuat kepada audiens.



2. Jika Anda terlalu banyak menggosok-gosokkan kedua tangan saat berbicara di depan audiens, akan timbul kesan Anda merasa gugup.



Beberapa orang tanpa sadar membuat gerakan tangan seperti jembatan. Hal ini akan membuat mayoritas audiens memperhatikannya, dan bukan berfokus pada wajah Anda.



• VOICE

VOICE adalah akronim dari *Volume*, *O (gap)*, *Intonation*, *Clarity*, dan *Energy*. Kelima unsur itulah yang akan membentuk teknik vokal yang menarik sehingga pesan Anda bisa terkirim dengan baik ke audiens. Cara menyampaikan pesan melalui VOICE yaitu:

V *Volume*

Suara Anda harus bisa didengar oleh audiens yang duduk paling belakang. Saran saya, sebanyak apa pun audiens, gunakan mikrofon untuk menambah volume suara. Hal itu penting jika Anda membawakan seminar setiap hari. Suara Anda akan terjaga dan tetap fit untuk seminar berikutnya.

O *Gap*

Kurangi kata-kata seperti ooo, eee, ahhh, dan latih agar bicara Anda lancar. Kelancaran berbicara juga ditentukan oleh seberapa besar Anda menguasai topik yang Anda bawaikan. Semakin sering topik itu Anda bawaikan, akan semakin lancar Anda menyampaikannya, berbeda bila topik itu baru pertama kali Anda bawaikan.

I *Intonation*

Intonasi adalah naik-turunnya suara saat Anda berbicara. Mulai perhatikan tanda baca dan kata yang perlu Anda beri penekanan dalam pengucapannya. Rekam setiap kali Anda berbicara dan coba dengarkan apakah intonasi Anda sudah sesuai dengan pesan yang ingin Anda sampaikan. Jika belum, teruslah berlatih.

Ada tiga jenis intonasi yang sering kita temui:

1. *Robot voice* adalah suara dengan nada datar dan tanpa variasi (naik dan turun) intonasi sama sekali, layaknya robot yang diprogram untuk menyampaikan sesuatu.
2. *Dog talker* adalah intonasi yang sangat tinggi dalam durasi lama sehingga audiens merasa tidak nyaman.
3. *Storyteller* adalah intonasi saat mengisahkan cerita, ada alunan naik dan turun. *Storyteller* yang hebat sangat bervariasi dalam menggunakan intonasi, juga volume suara dan jeda antarkalimat.

C Clarity

Seberapa jelaskah pengucapan kata-kata yang keluar dari mulut Anda? Seperti volume dan intonasi, Anda juga membutuhkan *clarity* agar pesan Anda dapat didengar dengan jelas oleh audiens. Berlatihlah mengucapkan kata-kata sulit, seperti konsekuensi dan konspirasi. Berlatih akan membuat Anda terbiasa mengucapkannya.

E Energy

Mungkin Anda pernah mendapati pembicara yang menggunakan tangan, kaki, intonasi, dan kontak mata yang baik, tapi Anda tidak tertarik mendengarkannya. Mengapa? Bisa jadi karena energi pembicara itu kurang. Ya, pembicara yang tidak menunjukkan energi di setiap perkataannya tidak menarik didengarkan.

Energi dihasilkan dari kepercayaan diri yang Anda letakkan di setiap kata yang Anda ucapkan. Sarah Lloyd-Hughes dalam

bukunya, *How to Be Brilliant at Public Speaking*, memberikan lima tips meningkatkan energi saat berbicara:

1. Perhatikan cara berdiri Anda. Cara berdiri yang benar berdampak pada oksigen yang masuk ke dalam diri Anda, yang akan berpengaruh pada energi Anda.
2. Percaya pada kemampuan Anda. Yakinlah Anda bisa melakukannya maka audiens pun akan merasa antusias mendengarkan Anda. Semakin Anda percaya diri, semakin mudah Anda berbicara tanpa beban sehingga energi pun akan terpancar dari diri Anda.
3. Pahami dan kuasai topik Anda. Jika Anda menguasai topik, nada suara Anda akan terdengar mantap dan tanpa keraguan sama sekali. Ingatlah konsep:



4. Perhatikan level energi audiens. Tugas Anda sebagai pembicara adalah membawa level energi audiens ke level energi yang Anda harapkan. Hal itu dimulai dari diri Anda.
5. Antusias terhadap topik, audiens, dan kondisi saat Anda berbicara.

Perlu diakui suara seseorang bisa menjadi *point of interest* luar biasa bagi pendengarnya. Semasa SMP, saya gemar mendengarkan siaran radio dan mengirim pesan kepada teman-teman. Di antara beberapa penyiar, ada seorang penyiar pria yang menjadi idola teman-teman saya karena suaranya begitu enak didengar. Mereka berasumsi wajah penyiar ini ganteng dan enak dilihat karena suaranya begitu enak didengar. Namun, mereka terkecoh karena apa yang mereka bayangkan ternyata berbeda dengan kenyataan yang mereka temui.

Demikian pula dalam *public speaking*, suara perlu mendapat perhatian khusus. Walaupun belum ada ahli yang bisa merumuskan dengan tepat seperti apa suara yang baik itu, saya berpendapat suara yang bagus adalah suara yang mampu membuat orang yang mendengarnya merasa nyaman, atau dikenal dengan istilah *smiling voice*.

SLIDE PRESENTATION

Digital Publishing
Copyright © 2014

COOL FONTS

Setiap *font* memiliki karakter masing-masing. Ada *font* yang memiliki karakter santai, informal, dan bersahabat, tetapi ada juga *font* yang memiliki karakter formal, tegas, dan berwibawa. Anda harus memahami jenis dan karakter *font* sehingga bisa menggunakannya secara tepat.

Ketika Anda melatih diri untuk melihat perbedaan tersebut, Anda dapat membuat pilihan yang lebih baik tentang *font* yang paling tepat untuk presentasi Anda.

Saya yakin Anda pasti merasakan perasaan yang berbeda ketika membaca sebuah teks dengan *font* Times New Roman (terasa formal dan kaku) dan teks yang menggunakan *font* Comic Sans (terasa santai dan informal).

Artinya, secara tidak sadar Anda bisa merasakan bahwa setiap *font* memang memiliki karakter yang berbeda.

ATURAN TIGA DETIK

Pernah melihat papan iklan di tepi jalan?

Secepat apa Anda mampu memproses pesan yang disampaikan papan iklan tersebut?

Lihatlah papan iklan yang didesain secara profesional. Papan iklan itu didesain dengan sangat baik sehingga pesannya bisa diterima dalam waktu tiga detik saja.



photo credit: <http://imgarcade.com/>

Slide presentasi adalah “media sekilas”, jadi tanyakan pada diri Anda, apakah pesan Anda dapat diproses secara efektif dalam waktu tiga detik?

Ini penting karena audiens harus dapat dengan cepat memas-tikan makna sebelum perhatian mereka kembali berbalik men-dengarkan penjelasan presenter.

Dalam desain *slide* termasuk tipografi, jadi jangan hanya ber-fikir *font* apa yang bagus untuk digunakan, tapi beri lebih banyak penekanan pada pertanyaan:

“Apakah pesan dalam slide Anda dapat diterima dengan baik oleh audiens?”

KESALAHAN YANG HARUS ANDA HINDARI KETIKA MENGGUNAKAN FONT

Kesalahan berikut sering terjadi pada banyak orang ketika me-reka menggunakan *font* di dalam *slide* presentasi. Kelihatannya memang sepele, tapi jika Anda mengabaikannya, hal ini akan berpengaruh terhadap efektivitas materi presentasi yang Anda sampaikan pada audiens.

Berikut beberapa hal yang harus Anda hindari ketika meng-gunakan *font*:

1. Sering Menggunakan Bullet Point

Bukankah *bullet point* memudahkan kita merinci materi serta memudahkan kita membaca isi materi yang ingin dijelaskan? Ya, Anda benar. *Bullet point* memang memudahkan Anda untuk melakukan itu semua, tapi menyulitkan audiens memahami isi *slide* Anda sebab terlalu banyak cabang yang harus dipikirkan oleh audiens.

Sebaiknya hindari pemakaian *bullet point* pada setiap *slide*. Ingat, kita membuat *slide* presentasi untuk memudahkan audiens memahami materi, bukan hanya untuk kemudahan presenter.

Ada dua manfaat yang bisa Anda dapatkan jika menghindari *bullet point*:

- *Slide* tanpa *bullet point* akan membuat Anda sebagai presenter lebih menguasai materi secara mendalam.
- *Slide* tanpa *bullet point* akan membuat audiens mengingat dan memahami pesan secara lebih baik.

Sebagai alternatif, ganti *bullet point* dengan gambar, seperti *slide* presentasi milik Google di bawah ini.





photo credit: <http://startupbisnis.com/>

2. Ukuran Font Terlalu Kecil

Hindari menggunakan *font* dengan ukuran terlalu kecil karena akan sulit terbaca oleh audiens yang duduk di barisan paling belakang. Pastikan *slide* Anda bisa dibaca sekalipun oleh audiens yang duduk paling belakang.

Cara mengetahuinya mudah. Datanglah lebih awal lalu tampilkan *slide* Anda dengan LCD proyektor, kemudian duduklah di bangku paling belakang dan lihat apakah Anda masih bisa membaca *slide* tersebut dengan jelas.

Cara lain untuk Anda yang sudah terbiasa mengadakan pelatihan, Anda tinggal bertanya pada panitia atau menyurvei lokasi secara langsung, kira-kira berapa ukuran ruangan yang akan digunakan pada saat presentasi.

Tarik kesimpulan berdasarkan pengalaman Anda, dengan ukuran ruangan tersebut, kira-kira berapa ukuran *font* ideal yang harus Anda gunakan.

Saya pribadi memberi ukuran standar *font* 40 dan minimum 32. Saya rasa itu ukuran yang ideal dan terbaca dengan jelas sekalipun dari bangku paling belakang.

Guy Kawasaki Ukuran minimum font 30	Nancy Duarte Ukuran minimum font 26	Mustofa Thovids Ukuran minimum font 32
---	---	---

Jika dibandingkan dengan beberapa pakar presentasi dunia, seperti Guy Kawasaki dan Nancy Duarte, ukuran *font* minimum yang saya tetapkan termasuk yang paling besar.

Penentuan ukuran font saya itu berdasarkan pengalaman dan hasil pengamatan saat melakukan pelatihan di beberapa kota di Indonesia. Saya sering mengisi *training* dengan jumlah peserta di atas 100 sehingga jika *font* terlalu kecil, akan tidak terbaca jelas dari belakang. Selain itu, rata-rata audiens (orang Indonesia) malas membaca *font* yang terlalu kecil. Mereka lebih suka mendengarkan atau melihat gambar.

3. Terlalu Banyak Jenis Font

Banyak yang berpikir memasukkan berbagai jenis *font* ke dalam *slide* akan menjadikan *slide* lebih memukau. Kenyataannya tidak seperti itu. Memasukkan terlalu banyak jenis *font* justru menjadikan *slide* presentasi Anda rumit dan sulit dipahami, sehingga bukan tampak lebih menarik, tapi malah membosankan.

Solusinya, Anda harus berpedoman pada *font rules*:

“Dua Optimal, Tiga Maksimal.”

Jika Anda berniat mendesain *slide* dengan beberapa jenis *font* yang berbeda, tak ada salahnya menggunakan pedoman di atas.

Gunakan dua jenis *font* untuk menampilkan *slide* Anda secara lebih optimal, tapi jika Anda ingin bereksperimen, saya sarankan maksimal tiga jenis saja.



Font rules akan menjadikan *slide* Anda tetap pada jalur yang tepat, seperti *slide* di atas. Ada yang menggunakan satu, dua dan tiga jenis *font*.

Mulailah mengunduh *font* yang Anda butuhkan, jangan lupa meng-*embed font custom* supaya *slide* presentasi Anda tetap bisa dibaca dengan sempurna di komputer yang berbeda.

JENIS FONT UNTUK PRESENTASI (3S)

Secara umum, jenis *font* ada banyak, tapi kali ini saya ingin membahas *font* jenis *serif*, *sans serif*, dan *script*, atau biasa saya sebut *font* 3S.

Kenapa ketiga jenis *font* tersebut?

Karena *font* jenis ini sering saya gunakan di dalam *slide* presentasi dan masing-masing memiliki karakter yang sangat berbeda.

1. Font Serif

Ketika membaca buku Nancy Duarte, *Slide:ology*, saya jadi sadar bahwa ternyata ada perbedaan yang sangat mencolok antara *font serif* dan *sans serif*.



Perhatikan gambar di atas. Terlihat perbedaan yang mencolok dalam hal garis tengah dan tinggi huruf. Selain itu, pada bagian yang saya lingkari terdapat lekukan dan perbedaan gelembung huruf.

Font serif cocok digunakan untuk kalimat dengan urutan panjang melebihi satu baris. *Serif* memiliki kaki-kaki kecil atau lekukan di ujung-ujung huruf.

Lekukan inilah yang akan memandu mata untuk terus berada dalam baris teks. Masing-masing *font* memiliki bobot garis yang berbeda dan bervariasi.

Hal ini akan membantu mata untuk membaca teks lebih cepat. Secara sederhana, dapat dikatakan bahwa *serif* membuat orang betah membaca teks lebih dari satu baris.

Selain itu, *serif* juga memberi kesan dekoratif pada layar lebar dan memiliki karakter yang lebih tegas dan profesional.

Karakter *font serif* melambangkan intelektualitas, mencerminkan keteraturan, menampilkan keanggunan, dan bersifat serius serta konservatif.

Serif sangat cocok digunakan untuk presentasi di perusahaan atau lembaga formal karena memiliki kesan profesional.

Contoh *font* dalam kelompok *serif* di antaranya Times New Roman, Garamond, Book Antiqua, Bitstream, Palatino Linotype, Bookman Old Style, Calisto MT, Dutch, Euro Roman, Georgia, Pan Roman, Romantic, Souevenir, Super French, Bodoni, Americana, dan lain-lain.

2. Font Sans Serif

Lain halnya dengan *font sans serif*. "*Sans*" sendiri berarti "tanpa". Dengan kata lain, *sans serif* dapat diartikan sebagai *font* yang tidak memiliki lekukan atau kaki-kaki di ujung-ujungnya.

Bentuk hurufnya lebih besar, lebih berani, dan lebih mudah dibaca.

Font jenis *sans serif* biasanya dipakai untuk buku-buku yang membutuhkan kesederhanaan, misalnya buku anak, karena *sans serif* juga memiliki tampilan yang ringan.

Tapi, saya pribadi lebih suka menggunakan *font sans serif* untuk judul atau untuk kalimat-kalimat pendek.

Sans serif cocok digunakan untuk *slide* yang menampilkan sedikit teks dengan audiens yang beragam, seperti presentasi untuk publik, karena sifat *font* ini yang kurang formal, lebih mengesankan karakter hangat dan bersahabat.

Contoh *font* dalam kelompok *sans serif* di antaranya Arial, Futura, Avant Garde, Century Gothic, Helvetica, Arial Narrow, Tahoma, Trebuchet MS, Comic Sans, Verdana, dan lain-lain.

Berikut beberapa jenis *font* dan karakter yang saya ambil dari buku *Slide:ology* (arti dalam bahasa Inggris tetap dipertahankan supaya tidak terjadi salah persepsi).

Font	Personality
Georgia	formal, practical
Times New Roman	professional, traditional
Courier	plain, nerdy
Arial	stable, conformist
Tahoma	young, plain
Century Gothic	happy, elegant

3. Font Script

Font script memiliki bentuk seperti tulisan sambung. Sering juga disebut *font* tulisan tangan atau *handwriting font*. Jika diamati, memang mirip seperti tulisan tangan kita.

Script
thovids

Font ini memiliki ciri khas seperti goresan tulisan tangan, di awal dan akhir huruf, biasanya miring ke kanan.

Tapi, untuk desain *slide* presentasi biasanya *font* jenis *script* dipakai untuk mendesain *slide quote* atau kutipan karena tampilannya yang menarik. Sering juga saya gunakan untuk mendesain *slide* judul presentasi.

Efek *feeling* yang dapat ditimbulkan jenis *font* ini adalah keakraban, keindahan, keanggunan, dan personal. Contoh *font*-nya antara lain Freestyle Script, French Script, John Handy, Alex Brush, dan lain-lain.

Anda bisa menggabungkan ketiga jenis *font* ini ke dalam *slide* presentasi, tapi perhatikan juga kepada siapa presentasi tersebut ditujukan sehingga *font* yang digunakan dapat sesuai.

Sebenarnya, masih banyak jenis *font serif*, *sans serif*, dan *script*. *Font* yang saya sebutkan sudah tersedia di program Microsoft Office tanpa Anda perlu meng-install-nya lagi.

TIPS MEMILIH FONT TERBAIK UNTUK PRESENTASI

1. Gunakan Font yang Sesuai dengan Tema Presentasi

Coba Anda amati sendiri presentasi Anda ini ditujukan untuk siapa, apakah untuk perusahaan, teman, atau publik?

Font yang digunakan untuk presentasi di perusahaan tentu berbeda dengan presentasi dunia pendidikan atau untuk anak-anak sekolah.

Sesuaikan *font* yang ingin Anda gunakan dengan *mood* dan *feel* dari presentasi yang ingin Anda munculkan.

Pelajari kembali *personality font*, *minimal font serif* dan *sans serif*, sehingga Anda bisa menggunakannya secara tepat.

2. Gunakan Font yang Mudah Terbaca (di Layar Proyektor)

Tak semua *font* mudah terbaca. Jika *font* sudah bagus tapi audiens sulit membaca, rasanya presentasi Anda akan jadi kurang baik.

Menurut pakar tipografi Jessica Hische, Anda bisa menggunakan **tes il1** untuk mengetahui apakah *font* tersebut mudah terbaca atau tidak. Hal ini terutama berguna pada *font sans serif*.

Cara kerjanya sederhana: Anda hanya perlu membandingkan tiga karakter *font*, yaitu huruf "i" besar (I), huruf "el" kecil (l), dan angka "satu" (1).

Jika Anda tidak bisa membedakan ketiganya, Anda mungkin mengalami beberapa masalah ketika membaca teks.

Detailnya bisa dilihat di tabel berikut:



photo credit: <http://jessicahische.is/thinkingthoughts>

Dengan memperhatikan tabel di atas, Anda akan tahu bahwa *font* Gill Sans adalah salah satu *font* yang kurang baik karena perbedaan angka 1, huruf L dan huruf i kurang jelas. Silakan lakukan percobaan sendiri dengan jenis *font* yang sering Anda gunakan.

3. Font Rules: Gunakan 2 Jenis Font Dalam 1 Layar Slide

Ini bukan aturan baku yang harus Anda ikuti, tapi inilah yang sering saya lakukan. Saya sering mengoptimalkan dua jenis *font* untuk satu layar *slide*.

Pada contoh *slide* di halaman berikutnya, *font* pertama (Bebas Neue) berperan sebagai kata kunci/penekanan pesan dan *font* kedua (*Lobster Two*) sebagai pelengkap/penjelas.



Yang harus Anda lakukan adalah mencoba berkreasi dengan *font* yang sesuai dengan presentasi yang ingin Anda sampaikan.

Panduan ini akan membantu Anda memahami lebih lanjut tipografi *slide* presentasi sehingga Anda akan mampu mengoptimalkan tampilan *slide* walau hanya dengan menggunakan *font*.

TUJUH TEKNIK TIPOGRAFI UNTUK MENGOPTIMALKAN SLIDE PRESENTASI

Bisakah mendesain *slide* hanya dengan mengotak-atik *font*?

Tentu saja bisa.

Saya sering melakukannya ketika tidak menemukan gambar yang sesuai atau karena *slide* tersebut memang hanya memerlukan teks.

Daripada memaksakan diri menggunakan gambar yang tidak sesuai dengan pesan, saya akan memilih mengoptimalkan *font*.

Yang perlu Anda lakukan adalah berkreasi keluar dari standar *layout* yang disediakan oleh *software* presentasi.

Bebaskan imajinasi Anda karena Anda sedang mendesain.

Satu hal yang harus dijadikan pedoman dalam presentasi adalah yang terpenting pesan Anda tersampaikan dengan tepat dan disertai tampilan yang menarik.

Cara ini akan sangat berguna bagi Anda yang tidak punya banyak waktu untuk mendesain *slide* presentasi, sulit mencari gambar yang berkualitas tinggi, atau dikejar *deadline*.

Tipografi merupakan unsur penting dalam desain *slide* presentasi karena tipografi adalah inti.

Tidak jarang desain yang efektif adalah desain yang hanya menggunakan *font* yang baik tanpa menggunakan gambar sama sekali.

Desain *slide* presentasi yang bagus secara visual dan terlihat “wow”, tapi tipografinya tidak mudah dibaca dan susah dimengerti, termasuk *slide* presentasi yang gagal.

1. Kombinasi Jenis Font

Anda bisa mulai mendesain *slide* dengan mengombinasikan lebih dari satu jenis *font*, bisa dua atau tiga jenis.

Anda bisa mencoba kombinasi jenis *font* yang berbeda, antara *font* yang tipis dan *font* yang tebal/*bold* atau *font* yang dekoratif.



2. Ganti Background

Pilih warna *background* yang kontras dengan warna teks.

Perhatikan gelap-terang. Jika *background* menggunakan warna gelap, gunakan teks dengan warna terang, begitu juga sebaliknya.

Pastikan kontras antara *background* dan teks tetap jelas terbaca dari jarak audiens terjauh sekalipun.

Yang paling aman adalah menggunakan *background* hitam dan teks putih, atau sebaliknya.

UBAH **background**

3. Kombinasi Warna

Gunakan kombinasi warna untuk memberi penekanan pada pesan. Warna yang kontras akan menarik perhatian audiens untuk membaca.

Biasanya saya memakai dua atau tiga warna. Saya tidak menyarankan penggunaan banyak warna (pada teks) dalam satu *slide*. Optimalnya adalah tiga warna, lebih dari itu akan terlihat terlalu ramai dan membuat *slide* terkesan tidak profesional.

gunakan **WARNA**

4. Kombinasi Ukuran/Gunakan Huruf Besar

Anda dapat menggunakan ukuran teks yang berbeda dalam satu *slide*. Ukuran *font* yang berbeda akan menciptakan harmonisasi dan *slide* yang menarik.

Huruf besar dapat memperkuat pesan dan melakukan penekanan. Aplikasinya bisa menggunakan huruf kapital ataupun huruf yang berukuran besar.

Perbedaan ukuran ini berfungsi membedakan kata inti dan kata pelengkap (penjelas). Tapi, jangan menggunakan ukuran *font* yang terlalu kecil dalam *slide* tanpa gambar. Ukuran *font* yang terlalu kecil akan membuat audiens kesulitan menangkap gagasan Anda. Gunakanlah ukuran *font* yang ideal.

Tentukan satu ukuran *font* yang sama untuk semua *slide*. Ukuran ini akan menjadi ukuran baku untuk setiap *slide* presentasi Anda.



UKURAN HURUF
BESAR

5. Ubah Posisi Teks

Anda tidak harus menempatkan teks di tengah atau di samping kanan. Anda dapat mengubah letak teks: di samping kiri, atas, atau bawah, tergantung selera Anda.

Ubah posisi teks sesuai dengan pesan yang ingin Anda sampaikan.

Apabila dikombinasikan dengan gambar, letakkan pada ruang kosong sehingga gambar bisa tetap terlihat jelas.



6. Horizontal, Vertikal, dan Miring

Jika Anda merasa teks bisa terbaca dengan baik bila diposisikan secara vertikal, Anda bisa melakukannya. Tapi, bila ternyata teks tersebut sulit dibaca, saran saya jangan lakukan.

Anda juga bisa memberi variasi dengan posisi miring (seperti contoh pada nomor 7) sehingga menciptakan kesan visual yang lebih kuat.



7. Perpaduan Shape

Memadukan *shape* juga bisa menjadi alternatif. Anda bisa memadukan teks dengan *shape* standar atau dengan variasi *shape* yang Anda desain sendiri.

Slide berikut menggunakan *shape* yang saya kreasikan sendiri.



Catatan:

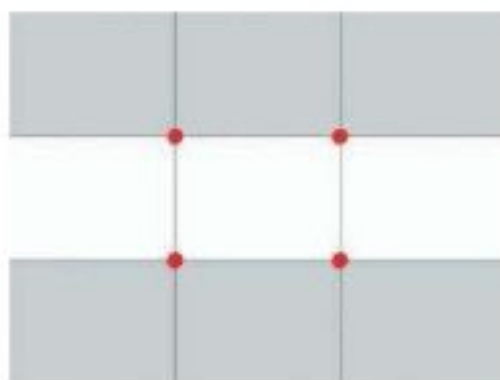
Ketujuh teknik tipografi itu bisa Anda kombinasikan dengan gambar. Saya biasanya juga mengombinasikannya dengan gambar sehingga hasilnya lebih maksimal.

RULE OF THIRDS: TEKNIK PENEMPATAN TEKS

Saya pertama kali mengetahui teknik ini sebagai teknik dasar dalam fotografi. Fungsi teknik ini adalah untuk mengoptimalkan hasil jepretan gambar. Namun, ternyata aplikasinya luas dan bisa digunakan untuk mendesain *slide* presentasi.

Teknik *rule of thirds* adalah satu dari sekian banyak prinsip desain *slide* presentasi. Tidak semua prinsip ini wajib dijalani. Namun, untuk beberapa *slide* tidak ada salahnya Anda coba.

Disadari atau tidak, ketika mata manusia melihat objek tertentu, mereka akan langsung melihat pada satu titik, setelah itu baru menjelajah ke sisi atau area lain. Inilah yang disebut *point of interest* (POI).



Empat titik pada *slide* di atas adalah POI.

Secara sederhana, dapat diartikan bahwa POI menjadi titik perhentian pertama sebelum mata audiens menjelajah seluruh isi *slide* presentasi.

Titik POI membantu audiens untuk bisa menemukan dalam satu kali pandangan isi pesan yang disampaikan di *slide*. Ini memudahkan audiens merekam isi pesan yang Anda sampaikan lewat *slide*.

Rule of thirds adalah garis bantu untuk membagi layar *slide* presentasi menjadi tiga bagian yang sama: tiga bagian horizontal dan tiga bagian vertikal.

Tugas Anda adalah meletakkan objek utama (teks gambar) pada posisi tiga bagian atau garis perpotongan *rule of thirds*.

Tujuannya supaya pesan yang Anda sampaikan dapat diterima dengan lebih baik oleh audiens karena dalam sekali pandang mata audiens akan tertuju pada pesan yang disampaikan.

Aplikasi teknik *rule of thirds* dapat dilihat di beberapa contoh *slide* presentasi berikut ini:





Jika menggunakan teknik *rule of thirds* untuk mendesain *slide* presentasi, ada tiga cara yang bisa Anda lakukan:

1. Gunakan gambar/*background* yang sudah memiliki komposisi *rule of thirds*.
2. Jika tidak ada, edit gambar sehingga mengikuti komposisi *rule of thirds*.
3. Gabungkan teks dan gambar bersamaan sehingga memiliki efek pesan yang lebih kuat.

STUDY KASUS: APLIKASI SLIDE YANG HANYA MENGGUNAKAN FONT

Saya mengambil contoh *slide* dari Alexei Kapterev yang berjudul *Why Presentations Suck?*

Alexei Kapterev adalah seorang pakar *slide* presentasi dunia. Karyanya yang terkenal adalah *Death by PowerPoint* dan *Presentation Secrets*.



Perhatikan contoh *slide* di atas.

Anda tentu melihat bahwa *slide* tersebut menggunakan teknik tipografi yang baru saja saya bahas. Ada yang dikombinasikan dengan *shape*, beberapa jenis *font*, ukuran, warna dan *background*.

Total ada 33 *slide*, beberapa *slide* dikombinasikan dengan gambar. Jika Anda penasaran *slide* lengkapnya seperti apa, silakan unduh gratis di <http://trainingpresentasi.net/bonus>.

WEBSITE TERBAIK UNTUK MENDOWNLOAD FONT KEREN DAN GRATIS

Penggunaan *font* ternyata sangat penting untuk mengoptimalkan tampilan *slide* presentasi, sama pentingnya seperti penggunaan gambar yang berkualitas dan pengaturan warna.

Banyak orang belum mengoptimalkan penggunaan *font*. Salah satu indikasinya adalah mereka hanya tergantung pada *font* standar dan *font* bawaan komputer (Calibri, Arial, Times New Roman, dan lain-lain). Jika seperti itu, lalu apa nilai tambah dari *slide* presentasi Anda?

Jika Anda masih ragu dengan perubahan efek yang dihasilkan dari mengoptimalkan penggunaan *font*, perhatikan *slide* di bawah ini. Perbedaannya sangat jelas.



Kombinasi dengan *font custom* memiliki efek visual yang menarik untuk dilihat. Itu artinya, dengan mengoptimalkan penggunaan *font*, Anda telah berhasil menarik perhatian audiens.

Kabar baiknya, Anda bisa mendapatkan *font custom* secara gratis.

Jika mencari di Google, Anda akan menemukan banyak sekali *website* penyedia *font* gratis. Tapi, terkadang pencarian itu malah menghabiskan waktu Anda, padahal saya tahu Anda ingin memiliki lebih banyak waktu luang.

Saya ingin membantu Anda mengurangi stres karena pusing memilih *font*. Oleh karena itu, saya sudah merangkumnya untuk Anda.

Sepuluh *website* ini memiliki banyak sekali koleksi *font* gratis. Saya urutkan berdasarkan yang paling sering saya gunakan sehingga Anda tidak perlu khawatir karena saya sudah membuktikan hasilnya.

1. Font Squirrel.com



Ini *website* favorit saya, selalu menjadi pilihan pertama jika mencari *font*. Font Squirrel adalah *website* pengumpul (*agregator*) *font* gratis yang sedang tren. Anda bisa melihat *font* gratis apa saja yang sedang banyak digunakan di seluruh dunia. Semacam *trendsetter font* masa kini.

Cara mengunduhnya juga mudah, hanya perlu satu klik. Jika keterangan *font download otf (offsite)*, Anda akan diarahkan ke *website* lain yang menyediakan *font* tersebut.

Untuk yang bisa diunduh langsung, pilih yang keterangannya *download ttf* (tanda warna kuning).

NEXA RUST ABCDEFGHIJ



Nexa Rust

Font Bundles

5 Styles

[DOWNLOAD ZIP \(FREE\)](#)

Open Sans AaBbCcDdEeFfGgHhIj



Open Sans

Ascender Fonts

10 Styles

[DOWNLOAD ZIP](#)

Jika Anda belum juga menemukan *font* yang cocok dengan kebutuhan presentasi Anda, silakan mencari di bagian *classifications*.

FIND FONTS			
CLASSIFICATIONS		TAGS	
Display	204	Paragraph	172
Sans Serif	220	Display	204
Serif	150	Oblique	110
Handdrawn	41	Headings	117
Script	64	Sans Serif	110
Slab Serif	17	Casual	100
Retro	36	Bold	80
Dingbat	32	Contemporary	61
Novelty	34	Calligraphic	80
Monospaced	38	Retro	77
Comic	34	Grunge	72
Stencil	17	Distressed	74
Blackletter	14	All Caps	72
Calligraphic	14	Rough	72
Typewriter	11	Decorative	60
Pixel	4	Elegant	64
Grunge	3	Serif	67
Show More Tags			

Navigasi yang mudah dan klasifikasi *font* yang baik membuat kita bisa dengan mudah mencari dan mengunduh *font* untuk presentasi.

2. Dafont.com

Saya hanya bisa bilang ini *website* super-lengkap. Bayangkan saja, jumlah *font*-nya lebih dari 27.837 *font* dan terus bertambah. Tampilannya *user friendly* dan sangat memudahkan untuk melakukan pencarian *font* melalui abjad, kategori, atau kotak pencarian yang disediakan.

3. 1001FreeFonts.com

Seperti namanya, tentu saja ini tempat mengunduh *font* yang tepat. Hasil pencarian juga bisa memuat *preview* teks yang Anda inginkan. Contohnya, saya menulis “trainingpresentasi.net”. Ini sangat menghemat waktu karena Anda tidak perlu repot-repot mengecek hasil *font* satu per satu, sekali ketik sudah muncul beberapa jenis *font*.

4. Fawnt.com

Saya menyukai tampilan *website* ini. Di sini kita bisa melihat jumlah berapa kali *font* tersebut diunduh. Seperti disengaja untuk memberikan efek “ikut-ikutan” mengunduh karena sudah banyak orang yang mengunduh sebelumnya (artinya ini *font* keren).

5. UrbanFont.com

Banyak *font* terkenal di *website* ini. Isi *website* ini keren dan cara mengunduhnya juga sangat mudah. Jadi, tepat rasanya jika situs ini menjadi salah satu favorit Anda dalam mencari *font* untuk presentasi Anda.

6. FontFabric.com

Yang membuat saya semakin jatuh cinta dengan *website* ini adalah kita akan langsung ditunjukkan contoh aplikasi *font*, sehingga terlihat sangat menarik. Koleksi *font*-nya memang tidak banyak, tapi tetap menjadi referensi yang harus dicoba.

7. AbstractFonts.com

Koleksinya lebih dari 13.766 *font* gratis, navigasi pencariannya juga memudahkan Anda melakukan pencarian *font*. Anda bisa langsung memilih menu *Categories* untuk menemukan jenis *font* yang sesuai dengan tema presentasi.

8. AcidFonts.com

Silakan unduh *font* gratis melalui menu navigasi di *website* ini. Bila baru pertama kali melakukannya, Anda bisa membaca panduan yang berisi informasi tentang mengunduh, mengubah, dan meng-*install font*.

9. FontSpace.com

Di *website* ini terdapat 26.988 *font* gratis, jumlah yang besar untuk sekadar desain *slide* presentasi. Coba pilih beberapa *font* populer dan gunakan untuk *slide* presentasi Anda.

10. FFonts.net

Selain *font* gratis, di sini juga ada *commercial font*, jadi jangan sampai salah pilih. Kategori *font*-nya cukup banyak, bisa membantu memberi Anda pilihan yang beragam.

Rasanya sepuluh *website* tersebut lebih dari cukup untuk membantu Anda menemukan *font* yang keren, unik, dan cocok dengan tema presentasi yang Anda bawaan sehingga *slide* Anda akan tampil beda.

CARA MENGUNDUH DAN MENG-INSTALL FONT CUSTOM

Pernah melihat orang lain menggunakan *font* yang unik di *slide* presentasi mereka, yang tidak pernah ada di laptop/PC Anda?

Sekarang Anda juga bisa melakukan hal yang sama, membuat orang bertanya-tanya:

“Bagaimana bisa slide presentasi Anda memiliki font yang unik dan menarik?”

Anda harus tahu bahwa setiap jenis *font* memiliki karakter yang berbeda. Ada banyak jenis *font*, tidak hanya tiga *font* (3S) yang saya bahas sebelumnya.

Yang terpenting dalam pemakaian *font* adalah jangan memasukkan terlalu banyak tipe *font* yang berbeda ke dalam satu *slide* presentasi.

Anda bisa hanya menggunakan satu jenis *font* atau memakai *font rules* “dua optimal tiga maksimal”, yang artinya jangan

memasukkan lebih dari tiga jenis font ke dalam *slide* presentasi karena akan membuat *slide* Anda kurang menarik.

Font custom adalah *font* yang tidak ter-*install* otomatis di PowerPoint (bukan *font* bawaan) sehingga harus di-*install* terlebih dahulu di komputer Anda supaya bisa digunakan.

Ada banyak *website* penyedia *font* gratis yang bisa Anda pilih, bahkan ada grup Facebook yang khusus membahas jenis *font*. Anda tinggal mengunggah gambar *font*, lalu *admin* atau teman lain akan menjawab apa nama jenis *font* tersebut.

Salah satu *website* penyedia *font* yang sering saya rekomendasikan untuk peserta *training Slide Design Mastery* adalah fontsqurrel.com. Di sini Anda bisa mengunduh *font* sesuai kebutuhan.

Caranya sangat mudah. Anda hanya perlu menuju *website* tersebut, lalu memilih *font* yang Anda butuhkan dan langsung mengunduhnya, tanpa perlu daftar terlebih dulu. Sangat praktis.



fontsqurrel.com

Saya anggap sekarang Anda sudah mengunduh *font*. Langkah selanjutnya adalah meng-*install font*. Buka *file font* yang sudah Anda unduh. Klik pada: *namafont.ttf* maka akan muncul tampilan seperti gambar di bawah.



Langsung klik *install*. Jika proses *install* sudah selesai, cek apakah *font* sudah ter-*install* atau belum. Cara paling sederhana adalah buka Microsoft PowerPoint, lalu cek pada daftar *font* apakah sudah terlihat atau belum. Jika Anda meng-*install font* pada saat Microsoft PowerPoint aktif, *close* terlebih dahulu baru buka kembali.

Tapi ingat, salah satu kelemahan menggunakan *font custom* adalah teks/*font* akan berantakan atau bahkan tidak terbaca apabila *file* PowerPoint (PPT) milik Anda dibuka di komputer yang berbeda (tidak ter-*install font custom*).

Solusinya, saat menyimpan file PPT Anda harus *embed font* (mengunci *font*) terlebih dulu atau mengubah format *file* dari PPT menjadi PDF supaya bisa terbaca di semua komputer.

CARA MENGUNCI FONT CUSTOM DI POWERPOINT

Apakah di komputer Anda ada *font custom*?

Saya pernah punya pengalaman kurang menyenangkan, yaitu *font custom* yang saya gunakan untuk *slide* presentasi PowerPoint tidak terbaca di komputer lain. Saya harus meng-*install font* tersebut terlebih dulu, baru kemudian *slide* PowerPoint yang saya gunakan bisa terbaca.

Sedikit memakan waktu dan menyulitkan tentunya, karena harus kerja dua kali. Jangan sampai Anda mengalami hal tersebut.

Inilah cara *embed* (mengunci) *font custom* sehingga *font* yang Anda gunakan bisa tetap terbaca di komputer yang lain walaupun tidak ter-*install font* yang sama seperti yang Anda gunakan.

Untuk *embed font custom*, ikuti langkah berikut:

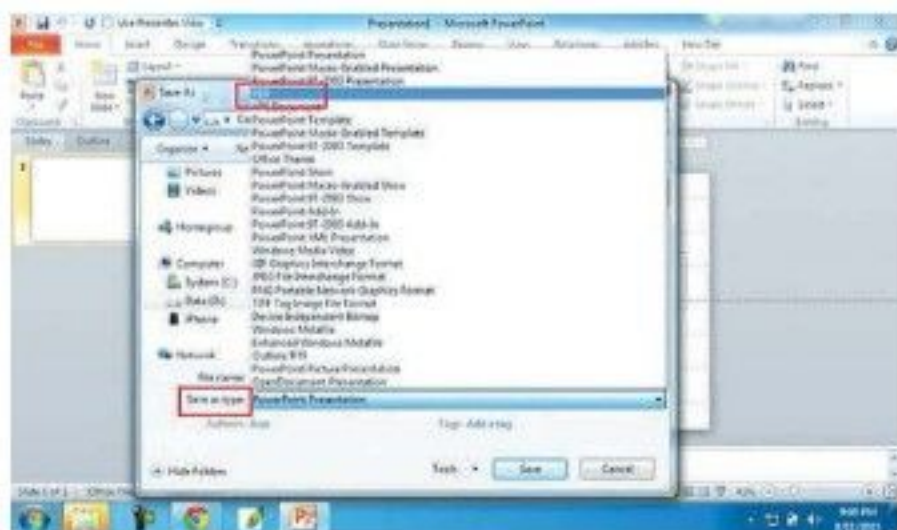
Buka *slide* PowerPoint → menu *File* → *Options*

Akan muncul tampilan seperti gambar berikut:



Langsung pilih menu *Save* → langsung menuju halaman paling bawah dan beri centang pada "*embed fonts in the file*" (lihat gambar) → *OK*

Cara lain yang bisa Anda gunakan adalah menyimpan *slide* ke dalam format PDF. Ini sangat berguna jika *slide* presentasi akan dibagikan sebagai bahan referensi.



Langsung pilih menu *File* → klik *Save* → ubah *Save as Type* menjadi PDF → *Save*

Atau, Anda bisa menyimpan *slide* dalam format JPG. Caranya sama seperti menyimpan dalam format PDF, hanya *Save as Type*-nya diubah menjadi JPG.

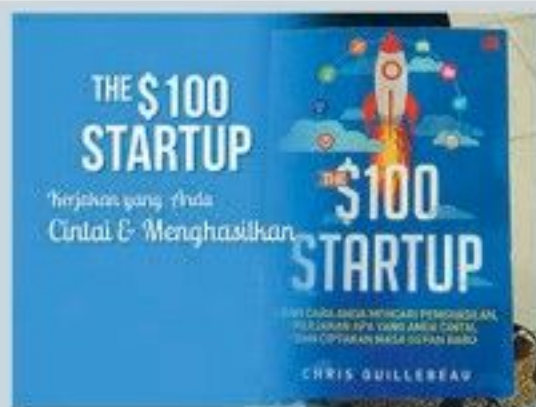
Setelah semua *slide* tersimpan dalam bentuk JPG, masukkan satu per satu gambar JPG ke dalam *slide* sehingga *font* tidak berubah dan tidak bisa diedit. Kekurangannya, hal ini memang cukup merepotkan.

Sekarang Anda dapat memindah *file slide* presentasi Power-Point ke komputer mana pun tanpa takut *font* yang digunakan berubah.

STUDI KASUS: APLIKASI FONT CUSTOM UNTUK MENDESAIN SLIDE PRESENTASI YANG MEMUKAU

Perhatikan contoh *slide* di halaman berikutnya. Ini adalah *slide* presentasi yang saya gunakan untuk mengulas buku *\$100 Startup*.

Slide tersebut mengombinasikan dua jenis *font custom* untuk menciptakan *slide* presentasi yang efektif dan memukau.



Slide presentasi tersebut didesain dengan menggunakan dua jenis *font custom* (Bebas Neue dan Lobster Two) yang saya unduh gratis dari *Font Squirrel*.

Contoh *slide* presentasi lainnya yang menggunakan *font custom* bisa Anda unduh gratis di <http://trainingpresentasi.net/bonus>.

Dengan mengoptimalkan penggunaan hanya dua *font custom* yang tepat, Anda bisa mendesain *slide* presentasi berkelas dunia yang mampu memukau audiens.

Digital Publishing KG-TMG

STUNNING IMAGES

Rasanya *slide* presentasi kurang terasa hidup jika tidak ada gambar dan *background* yang menarik. Bukan hanya pelengkap atau hiasan, gambar juga membantu Anda memvisualisasikan pesan menjadi lebih mudah dipahami sehingga Anda dapat menyampaikan materi dengan maksimal.

Tapi, masih banyak orang yang mengalami kesulitan memilih gambar yang tepat, cara mengunduh gambar berkualitas, dan mengedit gambar supaya terlihat lebih bagus. Sebagian besar orang sekadar memasukkan gambar dan selesai.

Panduan ini bisa membantu Anda mengoptimalkan tampilan *slide* presentasi. Setelah membacanya, Anda akan memiliki *skill* untuk memilih gambar yang tepat (sesuai dengan konten presentasi) serta melakukan *editing* gambar dengan menggunakan PowerPoint tanpa bantuan *software* lain.

“Otak memproses informasi visual 60.000 kali lebih cepat daripada informasi berupa teks.”

Pernyataan itu memang benar adanya. Itu fakta yang menarik karena ternyata hal tersebut membuktikan bahwa Anda tidak

cukup efektif apabila hanya menyampaikan presentasi secara verbal, tanpa dibantu adanya *slide* presentasi yang visual.

Apalagi otak kita memproses bahasa secara visual, 90% informasi yang masuk ke otak adalah berupa visual. Coba sekarang Anda bayangkan gajah sambil mata terpejam, saya yakin yang terlihat adalah gambar hewan gajah, bukan tulisan “gajah”.

Inilah teknik terbaik yang bisa Anda gunakan untuk mendesain *slide* PowerPoint yang menarik, kuat secara visual, dan profesional, yaitu dengan mengoptimalkan penggunaan gambar di dalam *slide*.

Gambar dan *background* presentasi adalah hal yang sangat penting dalam desain *slide* PowerPoint karena sangat menunjang efek visual yang ditimbulkan dari *slide* PowerPoint.

Bayangkan Anda melihat banyaknya papan iklan di jalan raya. Berapa banyak papan iklan yang menarik perhatian Anda? Saya yakin papan iklan yang mampu menarik perhatian Anda adalah papan iklan dengan gambar atau *background* yang menarik.

Ternyata, pola ini juga berlaku pada *slide* PowerPoint. Oleh karena itu, Anda harus memahami cara memilih gambar dan *background* presentasi yang tepat. Penggunaan gambar atau *background* yang tidak tepat akan membuat presentasi Anda menjadi kurang efektif.

Banyak orang yang salah menggunakan gambar sehingga *slide* PowerPoint-nya tidak sesuai pesan. Audiens malah bingung mencerna pesan karena gambar yang digunakan tidak sesuai dengan isi presentasi.

HAL YANG HARUS DIHINDARI KETIKA MEMILIH GAMBAR DAN BACKGROUND PRESENTASI

Dalam *slide* presentasi yang umum digunakan, keempat hal berikut masih sering terjadi. Tapi, untuk presentasi modern, empat hal ini adalah sebuah kesalahan yang harus dihindari.

Alasannya sederhana, keempat hal ini menjadikan *slide* presentasi Anda terkesan tidak profesional, seperti membuat *slide* seadanya saja, dan tidak mampu menyampaikan pesan secara efektif.



Clip Art



Terlalu Kecil



Watermark



Tidak Proporsional

1. Clip Art

Masih banyak presenter yang menggunakan *clip art*, padahal gambar yang nyata jauh lebih efektif dan hidup karena mampu menggambarkan pesan dengan lebih baik.

Penggunaan *clip art* tidak akan banyak membantu presentasi Anda karena secara emosional audiens tidak tertarik dengan *clip art*. Prinsip kerjanya sederhana, otak manusia lebih tertarik kepada hal yang memiliki kesamaan dengan dirinya, sehingga mereka lebih tertarik pada gambar yang nyata.

Pemakaian *clip art* juga mengurangi kesan profesional dalam *slide* presentasi Anda. Hal ini menunjukkan Anda malas mencari gambar dan terkesan apa adanya.

Sebagai alternatif pengganti *clip art*, Anda bisa menggunakan ikon dan simbol. Ada banyak *website* yang menyediakan ikon atau simbol, seperti fancyicons.com, iconspedia.com, dan iconfinder.com

2. Ukuran Kecil

Hindari gambar dengan ukuran kecil (resolusi rendah), karena kurang memiliki dampak visual terhadap presentasi Anda. Gambar dengan ukuran kecil tidak bisa menarik emosi audiens dan hanya berfungsi sebagai dekorasi, bukan alat bantu visual.

Gambar yang kecil jika diperbesar cenderung akan terlihat pecah, sehingga tidak jelas. Hindari penggunaan gambar seperti ini. Akan lebih baik jika Anda mencari gambar lain.

Jika Anda terbiasa mencari gambar di Google dan sudah menemukan gambar yang tepat, Anda hanya perlu mencari gambar sejenis dengan ukuran atau resolusi yang lebih besar.

Caranya: Klik kanan pada *Gambar* → pilih *Telusuri Google untuk gambar ini* (perhatikan lingkaran merah). Catatan: saya menggunakan *browser* Google Chrome.



3. Watermark

Ada gambar yang, ketika diunduh, ternyata memiliki *watermark*. Jangan menggunakan gambar seperti ini, karena selain merusak konsentrasi audiens, juga meninggalkan kesan kurang baik.

Gambar yang memiliki *watermark* berarti gambar tersebut memiliki hak cipta dan Anda menggunakannya tanpa izin dari pemilik yang sah. Walaupun ada gambar yang tidak memiliki *watermark*, Anda tetap harus membaca dan memastikan apakah gambar tersebut boleh digunakan secara bebas.

Di bab berikutnya saya akan membahas secara mendetail tempat Anda bisa mengunduh gambar yang bebas untuk Anda gunakan secara gratis.

4. Proporsional

Ini hal sederhana tapi sering terlupakan, yaitu proporsi gambar. Proses *editing* gambar yang salah menyebabkan ukuran gambar menjadi tidak proporsional.

Gambar yang tidak proporsional tidak bisa dinikmati. Sering kali terjadi, karena kita ingin membuat gambar terlihat pas dengan layar, kita mengubah bentuknya secara tidak proporsional. Biasanya kita “menarik” ke samping dan ke atas menyesuaikan lebar *slide* PowerPoint. Cara yang benar adalah dengan “menarik” dari pojok atau menggunakan pengaturan di menu *Format* PowerPoint, klik pada gambar → pilih menu *Format* (Anda akan menemukan pengaturan lebar dan tinggi gambar, perhatikan lingkaran pada gambar di bawah).



CARA MEMILIH GAMBAR DAN BACKGROUND PRESENTASI YANG MENARIK

Perhatikan tiga hal berikut supaya pesan Anda tersampaikan secara maksimal, karena gambar adalah alat visualisasi, bukan sekadar dekorasi.

1. Resolusi

Tidak semua gambar bisa Anda gunakan untuk *slide* PowerPoint, Anda harus memilih gambar dengan resolusi tinggi (*high resolution*) sehingga tampilannya jelas dan bersih ketika Anda gunakan untuk *slide* PowerPoint.

Jangan memaksakan menggunakan gambar dengan resolusi rendah karena akan tampak buram atau “pecah” sehingga *slide* PowerPoint Anda tidak menarik dan tidak bisa memuaskan audiens secara visual. Pesan yang hendak Anda sampaikan juga tidak bisa diterima dengan baik oleh audiens.

Cara termudah untuk melihat resolusi gambar yang tepat adalah dengan memastikan ukuran *full HD* 1920x1080 atau minimal 1280x960, 72 *dpi*. Dengan menggunakan ukuran tersebut, Anda tidak perlu khawatir *slide* Anda akan terlihat “pecah” atau buram.

Jika Anda tidak menemukan gambar dengan ukuran tersebut, Anda bisa memakai ukuran di atas 100 *kb*. Cara lain, *insert* gambar terlebih dulu ke dalam *slide* lalu klik *slideshow*. Jika gambar tidak pecah, berarti Anda bisa menggunakannya.



2. Relevan

Bukan sekadar menggunakan gambar, Anda juga harus memastikan adanya kesesuaian antara pesan dan gambar yang Anda gunakan.

Gambar yang Anda gunakan bukan untuk dekorasi, tetapi sebagai unsur desain, yang artinya harus ada fungsinya ketika gambar tersebut digunakan.

Dalam mendesain *slide*, gambar yang digunakan harus mampu memperkuat pesan yang Anda sampaikan. Gambar tersebut harus mampu memvisualisasikan pesan Anda dan menjadi alat bantu untuk Anda dan audiens.

Untuk Anda, artinya bisa menjadi bahan sontekan ketika Anda lupa materi. Dan untuk audiens, berarti bisa memperkuat pesan yang Anda sampaikan.



Jika Anda ingin menceritakan jumlah persentase wanita yang bekerja paruh waktu, tentu *slide* yang menggunakan gambar perempuan membawa *laptop* lebih relevan daripada perempuan yang membawa tas belanjaan.

Penggunaan gambar yang tepat akan memudahkan audiens memahami dan mengingat presentasi Anda.

3. Maksimalkan

Dalam beberapa kasus, sering saya jumpai penggunaan gambar yang tidak maksimal. Presenter memasang gambar dengan ukuran yang terlalu kecil sehingga efek visual gambar tersebut tidak dapat dirasakan audiens.

Yang perlu Anda lakukan adalah memaksimalkan ukuran gambar tersebut sehingga bisa dilihat dengan jelas oleh audiens.



Dengan memaksimalkan ukuran gambar, dampak visual pada *slide* PowerPoint bisa langsung dirasakan oleh audiens.

Slide PowerPoint dengan ukuran gambar yang maksimal juga bisa dengan mudah menarik perhatian dan menyampaikan pesan dengan lebih baik daripada *slide* dengan ukuran gambar yang kecil. Sebelum menggunakan gambar untuk *slide* presentasi, pelajari dulu lisensi gambar agar tidak ada masalah di kemudian hari, apalagi jika gambar tersebut Anda gunakan untuk tujuan komersial.

Saya pribadi lebih sering menggunakan gambar dengan lisensi *creative commons zero* (CC0) karena gambar dan foto dengan lisensi CC0 adalah gambar dan foto gratis bebas royalti yang bisa Anda gunakan.

Gambar dengan lisensi CC0 berarti pembuatnya telah mendedikasikan ciptaan tersebut sebagai *public domain* dan mengabaikan semua haknya atas ciptaan tersebut di seluruh dunia di bawah hukum hak cipta (*no rights reserved*).

Artinya, Anda bebas mengunduh, melakukan *copy-paste*, serta memodifikasi gambar dan foto tersebut ke dalam *slide* presentasi Anda secara sah tanpa melanggar hak kekayaan intelektual pemiliknya, walaupun tanpa meminta izin dan memberikan atribusi apa pun, bahkan untuk tujuan komersial.

WEBSITE TERBAIK UNTUK MENDOWNLOAD GAMBAR DAN BACKGROUND SECARA GRATIS

Apa yang membuat Anda begitu lama mendesain *slide* presentasi?

Saya yakin lebih dari 75% orang akan menjawab paling lama ketika memilih gambar karena sulit menemukan gambar yang sesuai. Kalaupun ada, ukurannya terlalu kecil sehingga pecah saat diperbesar.

Mengapa saya mengetahuinya? Karena setiap kali saya menanyakan hal itu kepada peserta *training* atau e-mail konsultasi yang masuk ke saya, jawabannya selalu sama, yaitu menghabiskan waktu lama untuk memilih gambar.

Kebanyakan dari mereka mencari gambar presentasi di Google, tapi sering kali gambar yang didapat tidak sesuai dengan kata kunci yang diketik. Kadang gambar yang muncul malah aneh-aneh. Atau, gambarnya cocok tapi ukurannya terlalu kecil atau ada tanda airnya (*watermark*) sehingga terlihat tidak mak-

simal jika digunakan. Apakah Anda pernah mengalaminya? Sekarang Anda bisa mengatasi semua masalah tersebut.

Saya mengumpulkan beberapa *website* penyedia gambar terbaik di internet secara khusus hanya untuk Anda. Inilah 27 situs tempat mengunduh gambar gratis dan foto unik bebas royalti di internet.

1. Pixabay.com

Ada lebih dari 400.000 gambar gratis berupa foto, vektor, dan ilustrasi. Anda dapat menggunakan gambar di Pixabay dalam bentuk digital dan cetak tanpa atribusi apa pun, bahkan untuk aplikasi komersial.

Ini salah satu situs favorit saya karena resolusi gambar yang besar dan cara mengunduhnya sangat mudah. Biasanya saya *login* dengan akun Facebook.

2. Picjumbo.com

Jujur, saya kurang suka tampilan *website*-nya karena terlalu ramai dan banyak iklan. Walaupun termasuk *website* baru (Desember 2013), Picjumbo memiliki banyak koleksi gambar dan Anda akan dimudahkan dalam mencari gambar melalui pembagian kategori dan *tags*.

3. Kozzi.com

Website ini menyediakan gambar, *clip art*, dan video klip, tapi Anda harus mendaftarkan diri terlebih dulu. Setelah pendaftaran disetujui, Anda bebas mengunduh gambar, *clip art*, dan video klip yang tersedia.

4. Photl.com

Anda dapat mengunduh hingga 20 MB foto setiap hari. Semua gambar dan foto bisa Anda unduh gratis untuk tujuan pribadi, pendidikan, atau hal lain yang bersifat non-komersial.

Untuk mengunduh secara gratis, ada batasan resolusi 849 x 565 pix dan 1920 x 1280 pix. Di atas resolusi tersebut, Anda harus membeli (berbayar). Selain itu, setiap kali menggunakan foto dari photl.com Anda harus mencantumkan *link* ke *website* Photl.com

5. Unsplash.com

Ketika pertama melihat *website* Unsplash, saya langsung jatuh cinta. *Website* ini berisi foto resolusi tinggi gratis yang bebas digunakan untuk keperluan apa pun.

Anda juga bisa berlangganan untuk mendapatkan 10 foto baru setiap 10 hari yang dikirim langsung lewat e-mail.

6. Pexels.com

Saat ini pexels memiliki lebih dari 2.500 foto gratis dan setiap minggu setidaknya ditambahkan 70 foto resolusi tinggi baru. Kami pastikan semua gambar yang dipublikasikan berkualitas tinggi dan berlisensi di bawah CC0.

7. Gratisography.com

Semua gambar difoto oleh Ryan McGuire dan bebas dari pembatasan hak cipta. Saya menyukai situs ini karena tidak ribet, cukup klik pada gambar untuk mengunduh versi resolusi tinggi. Gambar baru ditambahkan setiap minggu.

8. Imagebase.net

Anda tidak perlu *login*, semua foto bisa diakses segera setelah Anda berada di situs. Semua foto di Imagebase.net dapat digunakan secara bebas untuk komersial, pribadi, non-profit, artistik, atau tujuan kreatif.

Sebagian besar foto diambil oleh David Niblack. Dia bekerja paruh waktu sebagai desainer grafis sementara di sebuah perguruan tinggi ketika dia mendapat kamera digital pertamanya, 2,1 megapiksel Olympus.

9. Rgbstock.com

Di sini terdapat lebih dari 100.000 stok foto yang tersedia secara gratis. Anda yang hobi fotografi juga bisa bergabung dengan fotografer lainnya untuk mengunggah karya Anda.

Menu kategori memudahkan Anda mencari gambar yang dibutuhkan, tapi sebelum mengunduh, Anda harus mendaftar terlebih dulu. Pendaftaran ini tidak dikenai biaya.

10. Stockvault.net

Saya menyukai *website* ini karena tampilannya minimalis dan memudahkan kita memilih gambar. Anda bisa langsung mengunduh tanpa harus mendaftar terlebih dahulu.

11. Freelmages.com

Anda harus mendaftarkan e-mail terlebih dahulu supaya bisa mengunduh gambar. Galerinya berisi lebih dari 350.000 stok foto berkualitas dengan lebih dari 30.000 fotografer.

12. PublicDomainArchive.com

Saya selalu kagum dengan *website* ini, karena foto-fotonya benar-benar luar biasa. Situs ini milik Matt yang tinggal di Athena. Dia adalah seorang desainer *website* (selama 10 tahun), fotografer (selama 7 tahun), dan desainer grafis (selama 12 tahun). Jadi, kualitasnya sudah tidak diragukan lagi.

13. FreerangeStock.com

Freerange Stock dibentuk dengan tujuan menyediakan stok foto berkualitas untuk penggunaan komersial dan non-komersial yang bisa diunduh secara gratis.

Freerange merupakan sebuah komunitas fotografi, jadi kualitas foto yang ada di *website* ini tidak perlu diragukan. Gambar di Freerange Stock dihasilkan dari kamera DSLR Canon dengan resolusi tinggi (4000 dpi).

14. Frankenfotos.com

Ketika buku ini saya tulis, koleksi fotonya belum terlalu banyak, tapi kualitasnya jangan diremehkan. *Website*-nya menggunakan bahasa Jerman, jadi Anda akan cukup pusing kalau tidak memahami bahasa Jerman.

15. KaboomPics.com

Ini situs yang tepat untuk mendapatkan gambar gratis jika Anda ingin menggunakannya untuk keperluan bisnis atau proyek pribadi.

Anda bisa menggunakan Kotak Pencarian, klik *#Tag* di bawah foto atau memilih Kategori untuk melihat gambar yang Anda cari. Selalu ada *update* gambar baru setiap hari.

16. Plixs.com

Website ini menyediakan layanan dalam bahasa Indonesia, jadi akan lebih memudahkan Anda. Bisa dibilang *website* ini masih muda (tahun 2015), tapi lisensinya CC0. Koleksi fotonya juga sudah banyak dan beragam kategori, jadi sangat membantu.

17. Commons.Wikimedia.org

Wikimedia Commons adalah situs non-profit keluarga dari Wikimedia yang menyajikan banyak konten gratis, termasuk foto dan gambar. Saya sering mencari gambar di Wikimedia Commons apabila *slide* presentasi saya mengambil tema kebudayaan.

18. Flickr.com/CreativeCommons

Anda pasti tidak asing dengan Flickr, *website* yang memiliki ribuan gambar berkualitas tinggi. Sebelum mengunduh, pelajari lisensi gambar, pastikan lisensinya CC0 karena untuk beberapa gambar Anda harus membeli lisensinya.

19. PublicDomainPictures.net

Ada sekitar 101.670 foto yang bisa Anda unduh gratis. Jika Anda berniat menggunakan gambar untuk penggunaan komersial, sebaiknya cantumkan kredit foto atau sumber gambar.

20. FreeFoto.com

Saya kurang suka *website* ini karena iklannya terlalu berlebihan. Namun, saya akui resolusi foto dan gambarnya memang bagus. Selain itu, koleksinya juga banyak, terdiri dari 132.549 gambar dengan 183 bagian disusun dalam 3.640 kategori. Saya rasa itu lebih dari cukup untuk mempercantik *slide* presentasi Anda.

21. SplitShire.com

Di *website* ini Anda bisa mengunduh lebih dari 500 foto *high quality* (538 *file*) untuk proyek-proyek Anda, pribadi atau komersial.

Tidak ada pembatasan hak cipta, tidak ada atribusi yang diperlukan, Anda bebas melakukan apa pun yang Anda inginkan. Yang lebih asyik lagi, Anda bisa mengunduh semua foto yang diunggah di SplitShire sejak 23 Januari 2014 dalam satu kali klik saja.

22. FreePixels.com

Anda akan dibantu dengan 40 kategori gambar sehingga lebih mudah menemukan gambar yang Anda cari. Ada sekitar 5.958 foto yang bisa dimanfaatkan. Sayangnya, secara tampilan, situs ini kurang menarik.

23. StockFreelImages.com

Anda harus mendaftar dulu jika ingin mengunduh. Cara pencarian fotonya gampang dan kualitasnya bagus. Saya rasa 1.306.000 foto (dan akan terus bertambah) lebih dari cukup untuk Anda.

24. FreeDigitalPhotos.net

Tidak hanya foto, ilustrasi yang ada di *website* ini juga menarik. Selain untuk *slide* presentasi, sangat cocok juga untuk ilustrasi *website*, materi iklan, koran, majalah, *e-book*, sampul buku, dan banyak lagi. Sayangnya, resolusi foto gratis relatif kecil.

25. HiresStock.com

Baru kali ini saya menemukan *website* penyedia foto milik orang Indonesia. Koleksinya juga berupa foto-foto yang diambil saat berkeliling di Indonesia. Jika presentasi Anda tentang Indonesia, Anda harus mampir ke situs ini.

26. Barnimages.com

Situs ini diluncurkan pada Maret 2015 oleh Igor Trepeshchenok dan Romawi Drits, dua fotografer dari Latvia. Barn Images adalah situs yang cepat berkembang dari kategori gambar *high resolution* gratis.

27. Morguefile.com

Tampilan *website*-nya menarik dan memudahkan pengunjung untuk mengunduh foto. MorgueFile diciptakan oleh Michael Connors ketika ia masih merupakan seorang mahasiswa pada 1996.

MorgueFile berisi foto-foto bebas lisensi yang disumbangkan oleh banyak seniman yang bisa Anda digunakan dalam proyek-proyek kreatif.

Sekarang Anda punya banyak pilihan jika ingin mengunduh gambar gratis dan foto unik untuk presentasi PowerPoint. Tetapi sebagian orang malah jadi pusing karena banyak pilihan, bingung harus pilih yang mana.

Jika itu yang Anda rasakan, sebaiknya pelajari kembali cara memilih gambar, tentukan gambar seperti apa yang ingin digunakan, dan buat standar. Dengan memiliki standar, Anda akan lebih mudah menemukan gambar yang tepat.

TEKNIK EDITING GAMBAR MENGGUNAKAN POWERPOINT

Beberapa pembaca *blog trainingpresentasi.net* bertanya melalui *e-mail* tentang cara menghapus *background* presentasi PowerPoint. Mereka tidak terbiasa menggunakan *software editing* foto seperti Photoshop.

Saya rasa itu hal yang penting karena *satu gambar bisa berarti ribuan kata*. Jika Anda bisa memaksimalkan gambar, tampilan *slide* presentasi akan menjadi lebih menarik dan menyampaikan pesan secara lebih mendalam.

Sering kali kita mendapati sebuah foto atau gambar dengan *background* yang mengganggu. Sekarang Anda bisa melakukan *editing* hanya dengan menggunakan PowerPoint.

1. Menghapus Background dengan Shape Freefrom

Teknik ini cocok digunakan apabila *background* yang ingin dihapus terlalu rumit dan memilih lebih dari satu warna. Anda hanya perlu memberi garis menyambung pada area yang ingin dipotong. Detailnya ikuti langkah berikut:

Langkah 1: Insert Shapes

Pastikan Anda sudah membuka program Microsoft PowerPoint dan *insert* gambar ke *slide* PowerPoint.



Insert Shapes: klik *insert* → *shapes* → pilih *shape* seperti yang dilingkari di gambar (*freeform*)

Langkah 2: Seleksi Area

Setelah mendapat *shape freeform*, Anda melakukan proses seleksi area. Perhatikan arah panah pada gambar, bagian yang diseleksi adalah bagian yang akan dihilangkan.



Anda hanya perlu sedikit bersabar dalam proses ini karena hasilnya sangat tergantung pada seleksi area yang Anda lakukan. Semakin sering Anda berlatih, hasilnya akan semakin rapi.

Langkah 3: Slide Background Fill

Ini adalah tahap akhir. Anda hanya perlu menyamakan antara hasil seleksi area (langkah 2) dan *background slide* PowerPoint.



Slide Background Fill: klik kanan pada shape (hasil seleksi area) → *format shape* → *fill* → *slide background fill* → *close*

Sekarang warna hasil seleksi area dan *background slide* PowerPoint sudah sama sehingga terlihat *background* telah terhapus, padahal secara teknis hanya ditutupi oleh *shape*.



2. Menghapus Background dengan Remove Background

Teknik ini cocok digunakan apabila *background* yang ingin dihapus seragam atau memiliki satu warna dominan. Cara ini jauh lebih mudah dan cepat daripada menggunakan *freefrom*.

Saya membuat tutorial cara menghapus *background* presentasi PowerPoint dalam bentuk video, lebih detail dan lebih mudah untuk diikuti.

Tapi, jika Anda tidak bisa melihat video tersebut, silakan ikuti tutorial berikut ini:

Langkah 1: Insert Picture

Saya pastikan Anda sudah memiliki foto atau gambar dengan *background* seragam atau warna dominan. Klik pada gambar → menu *format* → menu *remove background*



Langkah 2: Seleksi Area

Anda sudah masuk di menu *remove background*. Sekarang Anda harus melakukan seleksi area. Area yang berwarna ungu adalah bagian yang dihilangkan.

- *Mark area to keep*: untuk memilih area yang dipertahankan
- *Mark area to remove*: untuk memilih area yang dihilangkan (warna ungu)
- Jika Anda sudah selesai menyeleksi area, silakan klik *keep changes*



Sekarang *background* sudah terhapus. Pada beberapa kasus, akan ada bagian penting yang ikut terhapus. Ulangi prosesnya sekali lagi dan manfaatkan fitur *mark area* untuk menyeleksi gambar.



Tapi, semua kembali pada kondisi gambarnya. Cara *remove background* lebih mudah digunakan jika *background* cenderung memiliki kesamaan warna atau bahkan satu warna. Jika warna *background* beragam, akan lebih mudah menggunakan teknik *shape freefrom*.

3. Mengubah Bentuk Gambar dengan Crop to Shape



Perbedaan yang paling mencolok dari *slide* di atas adalah adanya perubahan bentuk gambar, dari yang standar (persegi atau persegi panjang) menjadi *custom* (sesuai kebutuhan Anda).

Slide presentasi dengan bentuk gambar standar sudah menarik, tetapi ternyata dengan membuat perubahan kecil seperti di atas, *slide* presentasi menjadi terlihat lebih menarik. Untuk melakukannya, Anda hanya perlu memanfaatkan teknik *crop to shape*.



Langkah *Crop to Shape* → klik pada gambar → pilih menu *format* → sorot menu *crop* (tidak perlu di klik) → klik *crop to shape*

Akan muncul bermacam-macam *shape*, silakan Anda pilih sendiri. Dalam contoh ini, saya memilih *shape callouts*. Ulangi langkah di atas pada gambar yang lain.

Untuk membuat perubahan pada gambar, selain dengan proses *editing* seperti tiga cara di atas, juga bisa dengan menggabungkan dengan optimalisasi *shape*.

TUJUH TEKNIK OPTIMALISASI SHAPE SLIDE PROFESIONAL

Beberapa waktu lalu, salah satu alumni program privat *Slide Design Mastery* bertanya tentang cara membuat presentasi yang menarik dengan efek gradasi.

Saya tercetus ide untuk menulis tutorial cara membuat presentasi yang menarik dengan efek gradasi. Semoga tutorial ini bisa menjadi panduan untuk Anda yang ingin memaksimalkan tampilan *slide* PowerPoint.

Anda tidak perlu melakukan optimalisasi gambar jika *slide* Anda sudah bisa menyampaikan pesan dengan baik. Yang terpenting Anda tahu alasan kenapa seperti ini, kenapa seperti itu, bukan asal mengedit tanpa tahu fungsinya.

Tujuan optimalisasi gambar adalah untuk menyelesaikan masalah, bukan sekadar untuk variasi atau hiasan. Berikut beberapa permasalahan yang sering kita alami ketika ingin menggunakan gambar pada *slide* presentasi:

- Bingung meletakkan teks karena tidak ada ruang kosong pada gambar.
- Ukuran terlalu kecil sehingga jika diperbesar gambar menjadi “pecah” atau tidak jelas.
- Bentuk gambar tidak sesuai, dibutuhkan gambar horizontal tapi hanya mendapat gambar vertikal.

Semua permasalahan tersebut bisa Anda atasi dengan teknik optimalisasi gambar. Ini adalah teknik melakukan *editing* terhadap gambar dengan memanfaatkan *shapes* sehingga tampilan *slide* lebih optimal.

Semua proses *editing* bisa Anda lakukan hanya menggunakan PowerPoint sehingga Anda tidak perlu *software editing* seperti Photoshop atau yang lainnya.

1. Teknik Gradasi

Sering kali kita mendapatkan gambar yang hanya memiliki sedikit ruang untuk meletakkan teks atau Anda mengalami kesulitan untuk memoles bagian gambar yang ingin ditutupi atau ditam-
bahi. Untuk mengatasi semua itu, efek gradasi bisa menjadi alternatif.



Efek gradasi adalah efek yang biasa digunakan untuk “menyatukan” gambar dan *background* sehingga *slide* terlihat lebih serasi. Efek ini sering kali juga saya gunakan untuk menciptakan ruang kosong untuk tempat teks.

Untuk mendesain *slide* PowerPoint dengan efek gradasi, Anda hanya perlu melakukan tiga langkah mudah berikut.

Langkah 1: Insert Shapes

Pastikan Anda sudah membuka program Microsoft PowerPoint dan *insert* gambar ke *slide*. Pastikan posisinya seperti gambar awal di atas.

Insert Shapes: klik *insert* → *shapes* → pilih *shape* berbentuk persegi (*rectangles*)

Letakkan *shape* menutupi sebagian gambar, hilangkan garis tepinya dengan klik pada *shape* → pilih menu *format* → *shape outline* → *no outline*



Langkah 2: Efek Gradasi

Sekarang Anda akan mengubah *shape* tadi menjadi memiliki efek gradasi. Untuk Anda yang memakai PowerPoint 2007, tampilan layarnya akan berbeda. Tetapi, jika Anda mengikuti instruksi langkahnya, hasilnya akan tetap sama.

Efek Gradasi: klik kanan pada *shape* → *format shape* → *fill* → *gradient fill* → *type (linear)* → *direction (linear right)*

Jika Anda sudah melakukan langkah tersebut, tampilan *shape* akan berubah menjadi beberapa warna. Tugas Anda adalah memastikan hanya tersisa dua warna. Pada *gradient stops*, pastikan hanya tersisa *stop 1* dan *stop 2*. Hapus *stop* yang lain dengan cara klik *remove*.

Sekarang hanya tersisa *stop 1* dan *stop 2*. Klik *stop 1* → *color* (pilih warna sesuka Anda) → klik *stop 2* → *color* (pilih warna sesuka Anda)

Ubah *stop 2* menjadi transparan 100%. Klik *stop 2* → *transparency* (100%) → *close*



Langkah 3: Ubah Background

Ini adalah langkah terakhir untuk menjadikan tampilan *slide* Anda terlihat menyatu dengan gambar.

Ubah *Background*: klik kanan pada *slide* → *format background* → *fill* → *solid fill* → *color* (ubah warna, warna harus sama dengan warna pada *stop 1*) → *close*



Anda telah berhasil membuat efek gradasi. Sekarang tampilan *slide* Anda telah menyatu. Saran saya, sesuaikan warna dengan gambar sehingga *slide* terlihat lebih serasi.

2. Teknik Transparan

Ketika mencari gambar, saya sering mendapatkan gambar yang baru dan sesuai dengan isi pesan, tetapi ketika saya menambahkan teks, hasilnya tidak bisa terbaca jelas.

Saya tidak ingin menutupi gambar tersebut. Saya ingin gambar itu terlihat sempurna dan teks tetap dapat dibaca dengan jelas. Untuk bisa mencapai hal tersebut, saya menggunakan teknik transparan.

Teknik transparan berfungsi untuk menonjolkan teks supaya jelas saat dibaca, tapi tetap memperlihatkan gambar *background* secara utuh. Anda hanya perlu menutup sebagian atau seluruh gambar tanpa perlu khawatir gambar tidak terlihat.

Untuk mempermudah Anda memahami cara mengaplikasikan teknik transparan di dalam *slide* presentasi, saya telah membuat sebuah video tutorial berdurasi 3 menit 43 detik, Anda bisa pelajari dulu video ini.

Berikut contoh aplikasi teknik transparan yang saya gunakan untuk membantu partner saya mendesain *slide* presentasi Prudential.



Untuk mendesain *slide* presentasi Prudential seperti di atas, berikut langkah-langkah yang saya gunakan:

Langkah 1: Insert Shapes

Insert gambar ke dalam *slide*, pastikan posisinya menutupi sebagian atau seluruh gambar (terserah Anda).

Insert Shapes: klik *insert* → *shapes* → pilih *shape* berbentuk persegi (*rectangles*)



Letakkan *shape* menutupi gambar, hilangkan garis tepinya dengan klik pada *shape* → pilih menu *format* → *shape outline* → *no outline*

Langkah 2: Efek Transparan

Dalam kasus ini, saya memilih menutup sebagian gambar. Sekarang Anda akan membuat *shape* tadi memiliki efek transparan.

Efek Transparan: klik kanan pada *shape* → *format shape*

Jika sudah muncul gambar seperti di bawah, pilih → *fill* → *solid fill* → *color* (pilih warna yang Anda gunakan) → *transparency* (biasanya saya 50%/tergantung kebutuhan) → *close*



Perhatikan bagian yang saya beri lingkaran merah. Silakan atur *transparency* sesuai dengan kebutuhan, rentang yang saya gunakan antara 25–75%. Sekarang tampilan *shape* sudah berubah menjadi transparan, Anda hanya perlu menambahkan teks untuk memperkuat pesan yang ingin disampaikan.

3. Teknik Lingkaran

Fungsinya hampir sama dengan teknik gradasi. Jika efek gradasi biasa digunakan untuk “menyatukan” efek *shape*, lingkaran biasa digunakan untuk “menambal” gambar supaya tampilannya memenuhi layar *slide*.

Anda hanya perlu menggunakan dua *shapes* oval dengan optimalisasi warna yang berbeda untuk menampilkan *slide* seperti di bawah ini.



Jika Anda sudah mempraktikkan dua tutorial tersebut, rasanya saya tidak perlu lagi membuat detail tutorial untuk teknik lingkaran karena prinsipnya sama, yaitu menggunakan *shape* oval, kemudian diedit dengan *format shape*.

Langkah Shapes Oval:

Insert Shapes: klik *insert* → *shapes* → pilih *shape* berbentuk lingkaran (oval)

Letakkan *shape* menutupi gambar hingga keluar kotak *slide*, kemudian hilangkan garis tepinya dengan klik pada *shapes* → pilih menu *format* → *shape outline* → *no outline*

Buat satu lagi dengan cara yang sama tapi ukurannya lebih besar, atau bisa dengan *copy paste shape* yang sudah ada.

Supaya tampilan lingkaran terlihat setengah, Anda tidak perlu memotongnya karena apa pun yang berada di luar *slide* tidak akan terlihat oleh audiens.



Seperti itulah tampilan sebenarnya, tetap terlihat bentuk lingkaran (oval) secara penuh. Ingat, yang dilihat audiens adalah kondisi *slideshow*, bukan kondisi pada saat Anda mendesain *slide*.

4. Teknik Cloud

Apa hubungan antara *slide* dan awan (*cloud*)? Yang gemar membaca komik mungkin akan berpikir, "Ini seperti awan dialog pada komik". Ya, teknik *cloud* memang terinspirasi dari komik karena hal itu terlihat sangat visual dan sangat hidup.

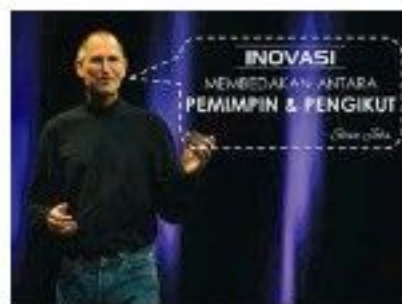
Suasana hidup itulah yang akan Anda dapatkan di dalam presentasi jika Anda berkomunikasi dengan teknik *cloud*. Bukan sekadar menulis teks, tapi juga mengajak audiens untuk berdialog.

PowerPoint telah menyediakan *shape cloud* dengan beberapa model. Anda bisa memilih sesuai selera, yang paling penting penggunaan dan konteksnya tepat sehingga tampak memukau.

cloud untuk judul presentasi



cloud untuk quote



cloud untuk pernyataan



cloud untuk dialog

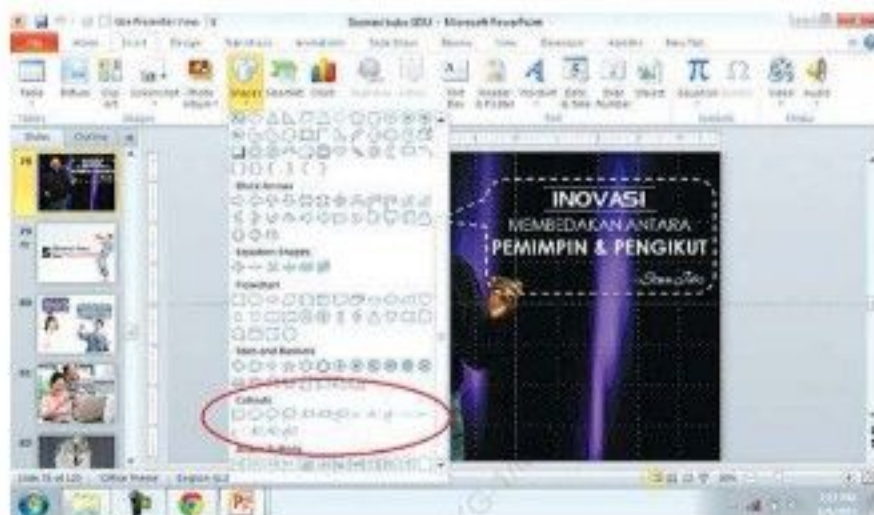


Sebagai tambahan, teknik ini lebih cocok untuk memperkuat *slide* yang menonjolkan ajakan, pertanyaan, pernyataan, dan dialog di dalam *slide*.

Selain itu, cocok juga digunakan untuk *slide* yang memuat *quote* sehingga terkesan si pemilik *quote*-lah yang langsung mengatakannya. Bisa juga digunakan di judul atau untuk menulis narasi yang ingin dibacakan.

Langkah Shapes Cloud:

Insert Shapes: klik *insert* → *shapes* → pilih kumpulan *callouts* (perhatikan yang saya lingkari merah)



Pilih salah satu. Untuk menghilangkan garis tepinya, klik pada *shapes* → pilih menu *format* → *shape outline* → *no outline*

Ketika saya mempraktikkan teknik ini di dalam *slide*, ternyata hasilnya cukup efektif untuk menarik perhatian dan mengajak audiens untuk berpikir.

5. Teknik Fokus

Teknik fokus sangat berguna ketika Anda ingin membawa emosi audiens ke tingkatan yang lebih dalam atau menggambarkan sesuatu yang lebih penting. Misalnya, Anda ingin membuat audiens lebih memperhatikan seseorang, produk, atau objek yang ada di dalam sebuah gambar.

Dengan teknik fokus, Anda secara tidak langsung memerintahkan audiens untuk memahami lebih dalam tanpa Anda perlu

memerintah secara lisan (langsung), dan tanpa audiens sadari bahwa mereka sedang diperintah.



Yang perlu Anda perhatikan adalah titik mana yang ingin dijadikan fokus karena teknik ini sangat bergantung pada fokus pesan yang ingin Anda sampaikan.

Perbedaan isi pesan akan memengaruhi letak fokus gambar, penekanan pesan, dan isi pesan yang diterima audiens.

Langkah Teknik Fokus:

Insert Picture: klik *insert* → *picture* → pilih gambar yang akan digunakan

Anda sudah memiliki satu gambar. Gambar yang pertama ini akan digunakan sebagai *background* (bagian gelap). Sekarang ubah gambar menjadi gelap.

Klik kanan pada gambar → *format picture* → *picture color* → *Recolor* (saya pilih *sephia*)



Perhatikan sekarang warna gambar sudah berubah menjadi gelap. Sekarang, masukkan gambar 2 yang sama dan taruh tepat menutupi gambar 1.

Jika sudah, potong gambar 2 menjadi bagian yang lebih kecil, klik pada gambar 2 → pilih menu *format* → *crop* → atur area yang ingin dihilangkan.



Terakhir, berikan garis tepi untuk memberikan efek pembeda antara gambar 1 dan gambar 2. Klik pada gambar 2 → pilih menu *format* → *picture border* → *weight* → pilih warna garis tepi (gunakan warna cerah)



Sebaiknya Anda sambil membuka PowerPoint dan langsung mempraktikkannya, karena jika hanya membaca, bisa jadi Anda belum paham atau malah bertambah pusing.

6. Teknik Pencahayaan

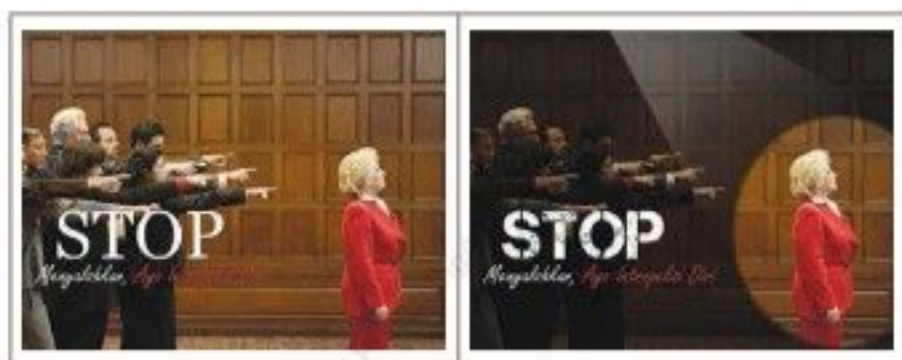
Sebenarnya teknik ini hampir sama dengan teknik fokus. Fungsinya pun sama, yaitu memberi penekanan pesan pada seseorang, produk, atau objek yang ada di dalam gambar sehingga audiens lebih berfokus dalam menerima pesan.

Perbedaannya, teknik pencahayaan memanfaatkan arah cahaya sehingga objek yang menjadi fokus utama seperti terkena sinar.

Langkah Teknik Pencahayaan:

Jika Anda sudah mempraktikkan teknik fokus, saya jamin Anda sudah bisa melakukan teknik pencahayaan karena prinsip kerjanya sama, yaitu menggunakan dua gambar dan memanfaatkan fungsi *crop*.

Jadi, tidak perlu saya jelaskan secara detail. Untuk efek cahaya yang datang dari atas, gunakan *shape* berbentuk segitiga dengan *transparency* 50%.



7. Teknik Komposisi Shape

Di luar teknik yang telah disebutkan, Anda bisa mendesain *shape* sesuka Anda. Saya pun sering melakukannya demi menjadikan *slide* presentasi lebih menarik, selain untuk memudahkannya.

Saya menyebut teknik ini kombinasi *shape*. Sesuai namanya, Anda pun bisa mengombinasikan *shape* sesuka Anda. Ini sangat tergantung kreativitas Anda.

Berikut beberapa kombinasi yang sering saya gunakan dengan *shape lines* yang bisa dikreasikan sesuai imajinasi.

sebagai ganti bullet point



untuk memperkuat pesan



Langkah Teknik Komposisi Shape:

Anda hanya perlu praktik dari teknik ke-1 sampai ke-6. Jika itu sudah dilakukan, otomatis kreativitas Anda sudah berkembang dan tanpa disadari Anda sudah bisa membuat kombinasi *shape* Anda sendiri.

Dari pembaca *blog* TrainingPresentasi.net, saya mengetahui dua jenis orang:

1. Mereka membaca dari awal, kemudian praktik dan membuktikan bahwa mereka benar-benar bisa mendesain *slide* presentasi yang menarik.
2. Mereka hanya *scan* (tidak membaca), walaupun membaca tidak mau mempraktikkan karena menganggap itu sekedar informasi, sehingga tidak ada manfaat yang mereka peroleh dari membaca tulisan ini.

Saya harap Anda merupakan tipe yang pertama. Setelah mempraktikkan langkah-langkah yang saya sajikan, tolong kabari saya dengan mengirim e-mail ke mustofathovids@gmail.com

Masih mengalami kesulitan mengikuti panduan di atas? Untuk membantu Anda belajar, saya sudah siapkan kumpulan *slide*

inspirasi dan bisa diunduh secara gratis di <http://trainingpresentasi.net/bonus>. Jangan lupa bergabung di Group FB Belajar Jago Presentasi (facebook.com/groups/trainingpresentasi).

MENGATUR LAYOUT GAMBAR/ BACKGROUND PRESENTASI

Tidak ada aturan baku untuk meletakkan sebuah gambar (*layout*) di *slide* presentasi, tetapi biasanya permasalahan muncul ketika Anda hendak memasukkan lebih dari satu gambar.

Tentunya, Anda tidak mungkin sekadar menaruh gambar tanpa memperhatikan efek keindahan dan fungsi gambar tersebut karena *layout* berfungsi mengoptimalkan tata letak sehingga tampilannya terlihat lebih menarik.

Berikut beberapa referensi *layout* yang saya buat, semoga bisa menjadi inspirasi Anda dalam mendesain *slide*.

Anda tidak harus terpaku dengan *layout* seperti di halaman 166 dan 167. Anda bisa menciptakan *layout* sesuai kreasi Anda, tentunya dengan tetap memperhatikan fungsi dan tujuan penggunaan gambar.

before



after





Dengan memanfaatkan teknik *layout*, *slide presentasi* Anda akan tampak sederhana, indah, dan efektif. Sederhana dalam desain, indah secara tampilan, dan efektif dalam menyampaikan pesan kepada audiens.

Layout yang bervariasi akan mengurangi rasa jenuh audiens dan menimbulkan kesan *fresh* sehingga audiens merasa penasaran dan ingin terus melihat presentasi yang sedang disampaikan.

Tapi jangan lupa, perhatikan juga *repetition* dari tiap *slide* presentasi karena jika tidak ada *repetition*, *slide* presentasi akan terkesan berdiri sendiri (tidak *nyambung*) dan dipaksakan (tidak natural).

1. The Power of Faces to Get Attention

Banyak presenter yang tidak sadar bahwa mengatur *layout background* presentasi juga merupakan hal yang penting.

Ketika Anda salah memosisikan gambar dalam *slide* presentasi, itu akan berpengaruh terhadap perhatian audiens, khususnya gambar-gambar yang berisi wajah (*faces*).

Saya belajar cara mengatur *layout background* presentasi PowerPoint dengan teknik presentasi "*the power of faces to get attention*". Teknik presentasi ini saya pelajari dari buku *Presentation Zen* karya Garr Reynolds.

Tidak hanya gambar yang harus sesuai dengan pesan, Anda juga harus tahu bagaimana posisi yang efektif ketika kita mendesain gambar *faces*. Kesalahan dalam menempatkan posisi bisa membuat perhatian audiens tertuju pada hal lain, tidak sesuai dengan yang Anda inginkan.

Secara natural, mata audiens akan melihat ke mana arah gambar *faces* melihat. Apabila kita menaruh teks, kita harus menaruhnya di arah *faces* tertuju.

Cara ini akan membuat audiens segera melihat pesan Anda dan secepat mungkin memahaminya. Secara sederhana, Anda menuntun audiens pada objek yang Anda inginkan tanpa mereka sadari.



Untuk mempermudah memahami apa yang saya maksud, perhatikan *slide* di atas. Rasakan perbedaannya. Anda akan sadar jika menempatkan posisi gambar dan teks dengan optimal, *slide* presentasi menjadi lebih efektif.

Selain untuk panduan meletakkan teks, Anda juga bisa mengaplikasikannya ketika menempatkan grafik, *chat*, dan objek lain.



2. Metode Before After

Bagi Anda yang sering melakukan penjualan, pasti tidak asing dengan yang namanya tampilan *before after* untuk menarik perhatian konsumen, terutama produk seperti kecantikan, kesehatan, dan yang berhubungan dengan tampilan *before after*.

Ternyata, hal serupa juga bisa Anda aplikasikan di dalam *slide* presentasi PowerPoint. Metode *before after* akan menjadikan tampilan *slide* PowerPoint Anda lebih menarik.

Ketika Anda melakukan presentasi mengenai penjualan, tampilan *before after* dalam *slide* PowerPoint berfungsi untuk memberikan efek “WOW” pada audiens.

Sebenarnya, konsumen tidak membutuhkan tampilan *before*, yang mereka butuhkan hanya *after*. Namun, konsumen butuh perbandingan yang membuktikan adanya hasil sehingga kondisi *before* harus Anda tampilkan.

Tampilan *before after* juga memberikan efek “TRUST” kepada konsumen karena ada bukti nyata dari produk yang Anda perkenalkan. Kondisi ini membuat ketertarikan “EMOSIONAL” konsumen untuk membeli produk jadi meningkat.

Karena pada dasarnya lebih dari 75% konsumen membeli produk karena ketertarikan emosional, bukan karena kebutuhan, persentase penjualan produk Anda akan lebih besar.

Cara mengaplikasikannya adalah dengan memasukkan dua gambar ke dalam *slide* PowerPoint. Gambar yang pertama adalah *before*, dan yang kedua adalah *after*.

Beri kalimat penjelas singkat, jangan terlalu banyak, cukup poinnya karena tujuannya memaksimalkan tampilan visual. Untuk keterangan lebih detail, jelaskan secara langsung. Audiens bisa diberi modul atau brosur yang berisi informasi lebih detail.

Ini contoh tampilan *before after* yang saya gunakan untuk membandingkan *slide* yang biasa dan setelah memakai pendekatan *Slide Design Mastery*.

Coba Anda lakukan hal yang sama sesuai kreativitas Anda.



MEMANFAATKAN SIMBOL DAN IKON

Pernahkah Anda melihat penggunaan ikon atau simbol untuk menjelaskan fitur atau *benefit* dari sebuah produk? Untuk beberapa kasus, penggunaan ikon memang menjadikan *slide* lebih efektif.

Salah satu hal yang harus saya tekankan adalah, *slide* presentasi tidak harus selalu menggunakan gambar nyata atau foto. Berikut contoh presentasi *marketing* produk yang menarik dengan mengoptimalkan ikon dan simbol.

Dari beberapa cara memilih gambar *background* presentasi yang sudah saya bahas, salah satu yang harus Anda hindari adalah penggunaan *clip art*. Alternatif yang bisa saya sarankan untuk mengganti *clip art* adalah ikon atau simbol.

Ketika sedang dalam perjalanan pulang di pesawat, saya bersantai sambil membaca majalah. Saya menemukan bahwa simbol menjadi alat *marketing* yang baik untuk menjelaskan fitur atau *benefit* dari produk yang ditawarkan.

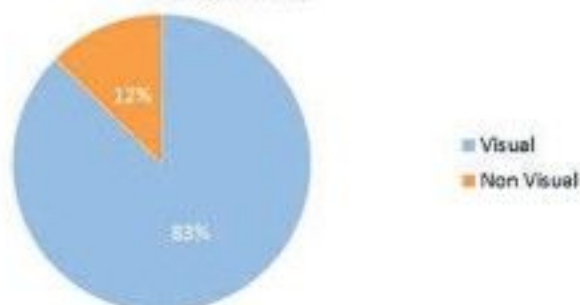


Hal ini tentunya juga bisa kita terapkan dalam *slide* presentasi, apalagi untuk Anda yang sering mempromosikan produk. *Slide* di bawah ini terinspirasi dari foto yang saya ambil di pesawat.



Lalu, apakah penerapannya hanya untuk menggambarkan fitur atau *benefit* produk? Tentu saja tidak. Anda juga bisa menggunakannya untuk membuat grafik menjadi lebih efektif atau biasa disebut presentasi *infographic*. Ini adalah salah satu contoh penerapan ikon untuk memperkuat pesan grafik. *Slide* pertama berupa *pie chart*, kemudian didesain ulang dengan menggunakan ikon.

83% Manusia di Dunia Sensitif Dengan Visual



Sumber: "Presenting Effective Presentations with Visual Aids," U.S. Department of Labor,
OSHA Office of Training and Education, May 1996.



83% MANUSIA DI DUNIA SENSITIF
DENGAN *Visual*

Sumber: "Presenting Effective Presentations with Visual Aids," U.S. Department of Labor,
OSHA Office of Training and Education, May 1996.

Lalu, di mana kita bisa mendapatkan ikon atau simbol yang sesuai? Apakah membuatnya sendiri? Anda tidak perlu repot-repot membuat sendiri karena Anda bisa mengunduhnya secara gratis, walaupun ada juga beberapa simbol yang berbayar.

Sebenarnya, ada banyak *website* yang menyediakan ikon atau simbol seperti Fancyicons, Iconspedia, dan salah satu yang sering saya gunakan, [iconfinder.com](https://www.iconfinder.com). Di sini Anda akan dengan mudah menemukan berbagai jenis ikon yang sesuai dengan kebutuhan Anda.



Beberapa waktu lalu saya juga menerima e-mail dari Canva, sebuah situs profesional yang membantu Anda membuat berbagai jenis desain grafis dengan sangat mudah.

Sekarang, Anda bisa membuat infografik hanya dalam hitungan menit. Coba saja berkunjung ke Canva.com. Berikut contoh infografik yang dibuat di Canva.com.



AWESOME COLORS

Apakah Anda merasa setiap warna yang Anda gunakan, baik itu pakaian, cat tembok rumah, maupun benda-benda di sekeliling Anda, memengaruhi suasana hati Anda?

Begitu juga yang dirasakan audiens. Warna *slide* akan memengaruhi suasana hati dan psikologi audiens yang akan berdampak pula terhadap presentasi Anda.

Warna adalah salah satu hal wajib yang harus Anda perhatikan, bagian lain yang tak terpisahkan dari desain *slide*.

Warna sangat berpengaruh terhadap kejelasan, keindahan, dan kenyamanan audiens dalam menerima pesan lewat *slide*, serta berdampak pada visual audiens dalam menilai presentasi Anda.

Bagaimanapun juga, dalam aspek presentasi kita harus mengelola segala aspek dengan serius, termasuk warna yang digunakan dalam mendesain *slide*.

Anda pasti sudah tahu bahwa banyak orang yang mengidentifikasi warna dengan karakter seseorang. Oleh karena itu Anda harus bisa mengidentifikasi mayoritas audiens untuk me-

mentukan warna. Sebagai catatan, warna favorit Anda belum tentu cocok digunakan dalam mendesain *slide*.

Jadi, sebelum menggunakan warna, Anda harus punya konsep yang jelas tentang isi presentasi dan kepada siapa presentasi tersebut ditujukan.

Setelah ini, saya akan membahas psikologi warna terhadap audiens sehingga Anda bisa mengambil langkah yang tepat dalam penggunaan warna untuk setiap presentasi.

DASAR MEMILIH WARNA YANG TEPAT

Ada tiga hal yang harus Anda ketahui terlebih dahulu sebelum memilih warna yang tepat dalam mendesain *slide*:

1. Siapa Audiens Anda

Ini seperti mengetahui segmen pasar Anda. Apakah audiens Anda pebisnis, jajaran direksi, pemerintahan, *salesman*, pejabat, pelajar, atau masyarakat umum dengan berbagai latar belakang pendidikan dan pekerjaan. Setidaknya ketahuilah rentang usia rata-rata audiens sehingga lebih mudah dalam memilih warna.

2. Di mana Anda Melakukan Presentasi

Apakah Anda berbicara di dalam atau di luar ruangan? Jika presentasi dilakukan di sebuah perusahaan, kenali budaya perusahaannya, kenali lebih dekat tempat Anda akan membawakan presentasi.

Ini penting, sebab saya sendiri pernah salah memakai warna pada *slide* karena ternyata ruangan yang saya gunakan penca-

hayaannya kurang baik sehingga ada beberapa *slide* yang tidak terlihat maksimal.

3. Presentasi Seperti Apa yang Anda Sampaikan

Apa yang Anda presentasikan berpengaruh terhadap warna yang Anda gunakan, jadi sesuaikan warna dengan pesan yang ingin Anda munculkan dalam *slide* atau presentasi yang Anda sampaikan.

RODA WARNA (COLOR WHEEL)

Sebelum membahas lebih dalam mengenai berbagai macam warna, terlebih dahulu Anda harus mengenal *color wheel*. Ini adalah teori dasar warna yang digambarkan dalam bentuk roda warna.

Color wheel terdiri atas tiga warna dasar (primer), mencakup warna merah, biru, dan kuning. Kombinasi antar-warna primer melahirkan warna sekunder. Warna sekunder terdiri atas warna oranye, ungu, dan hijau. Kombinasi antara warna sekunder dan warna primer melahirkan warna tersier. Warna tersier terdiri atas warna kuning-oranye, kuning-hijau, biru-hijau, biru-ungu, merah-ungu, dan merah-oranye.

Secara keseluruhan, warna-warna tersebut digambarkan dalam bentuk roda warna yang dikenal dengan *color wheel*.



MEMAHAMI PSIKOLOGI WARNA

Yang harus Anda pelajari terkait penggunaan warna di dalam *slide* presentasi adalah karakter psikologi masing-masing warna terhadap audiens.

Setiap warna memiliki karakter berbeda. Di dalam *color wheel* ada yang termasuk warna hangat (*warm*) dan warna dingin (*cool*). Keduanya pun memiliki segmentasi audiens yang berbeda karena masing-masing warna membawa sifat yang berbeda.

Warna hangat (*warm*) antara lain mencakup warna merah, oranye, dan kuning. Warna hangat sangat cocok untuk audiens dengan rentang usia kanak-kanak hingga remaja yang penuh semangat dan keceriaan.

Jika Anda seorang guru atau dosen, warna hangat sangat cocok digunakan untuk murid atau mahasiswa Anda.

Warna dingin (*cool*) antara lain hijau, biru, dan ungu. Sangat cocok untuk audiens dengan rentang usia dewasa sampai orang tua.

Warna-warna ini bisa digunakan dalam *slide* presentasi di forum edukasi ataupun forum resmi. Saya juga sering memakai warna dingin untuk presentasi di hadapan publik dan korporat.



Sekarang saya akan membahas beberapa karakteristik warna, khususnya primer dan sekunder.

Warna merah memberi arti gairah, memberi energi baru, dan menyerukan suatu tindakan. Warna merah menyimbolkan keberanian, semangat yang membara, kepercayaan diri, *action*, energi, serta kekuatan. Jika Anda ingin mengajak audiens untuk aktif terlibat, warna merah bisa menjadi alternatif.

Selain itu, warna merah pada *slide* membuat audiens menjadi lebih bergairah dan memiliki hasrat yang tinggi untuk memperhatikan presentasi Anda. Cocok dipakai untuk audiens anak-anak yang terkadang malas belajar.

Warna oranye, yaitu kombinasi merah dan kuning, memberi kesan hangat dan bersemangat.

Warna oranye merupakan simbol dari petualangan, optimisme, kepercayaan diri, dan mudah bersosialisasi. Jika Anda ingin membangun hubungan yang lebih dekat dengan audiens, gunakan warna oranye pada *slide* presentasi.

Warna kuning memiliki arti kehangatan, rasa bahagia, dan menimbulkan hasrat untuk bermain.

Warna kuning bermakna perhatian, optimistis, ceria, dan bersemangat. Jika ingin memberi penekanan (perhatian) pada *slide*, warna kuning adalah pilihan yang tepat.

Cocok juga digunakan untuk *slide* pada sesi permainan atau *icebreakers* karena akan memunculkan perhatian dan keceriaan audiens.

Jika dilihat dari sisi akademis, warna kuning terkesan cerdas, bijaksana, kreatif, dan mampu menciptakan ide yang orisinal.

Warna biru sering disebut sebagai warna korporat karena begitu banyak perusahaan yang menggunakan warna biru untuk logo perusahaan mereka.

Hal ini dikarenakan warna biru memberi kesan profesional dan kepercayaan, selain merangsang kemampuan komunikasi, ekspresi artistik, serta simbol kekuatan.

Jika Anda sering melakukan presentasi di hadapan perusahaan, akan lebih baik jika menggunakan warna biru sebagai warna dominan *slide* presentasi.

Warna hijau sangat identik dengan alam sehingga mampu memberi suasana santai dan tenang. Warna hijau juga mampu memberi efek relaksasi, menenteramkan, segar, natural, dan membumi.

Gunakanlah warna hijau untuk *slide* presentasi yang bertujuan memberikan ketenangan pada audiens. Dominasi warna hijau pada *slide* juga sangat cocok untuk presentasi penjualan produk-produk herbal.

Warna ungu memunculkan kesan elegan dan inspiratif.

Slide dengan warna ungu juga cocok untuk korporat, sebab warna ini memberi kesan berkelas dari produk dan presentasi Anda.

Jika ingin melakukan presentasi bisnis (*demo/preview* produk), warna ungu juga sangat sesuai.

APLIKASI WARNA DALAM SLIDE PRESENTASI

Bagaimana mengaplikasikan warna di dalam *slide* presentasi?

Bagaimana cara menyamakan warna dengan gambar yang sudah ada di dalam *slide*?

Kenapa *slide* saya jadi terlalu mencolok sehingga tidak nyaman dilihat?

Itu adalah beberapa pertanyaan yang sering muncul ketika seseorang mendesain *slide*, karena sering kali aplikasi warna di *slide* bukannya membuat *slide* Anda menjadi lebih memukau, tetapi malah mengganggu audiens.

Yang pertama harus Anda pahami terlebih dahulu adalah kode RGB dari gambar. Perhatikan gambar di halaman selanjutnya.

RGB adalah kependekan dari *red*, *green*, dan *blue*. Warna-warna inilah yang menjadi patokan dalam mendesain *slide* presentasi.



Gambar makanan di atas memiliki kode warna RGB yang berbeda.

Dengan mengetahui kode RGB, Anda bisa memilih salah satu warna untuk teks di *slide* tersebut.

Hal ini juga akan sangat berguna untuk teknik-teknik optimisasi gambar dan yang lainnya. Dengan penggunaan RGB yang tepat, *slide* presentasi menjadi lebih natural.

tanpa pedoman RGB



berdasarkan RGB



Sekilas gambar di atas sama, tapi sebenarnya terdapat perbedaan yang mendasar. *Slide* yang pertama diberi warna berdasarkan warna kesukaan si pembuat, sedangkan *slide* kedua diberi warna berdasarkan RGB yang diambil dari warna langit (R.236 G.244 B.247) dan kaos (R.196 G.222 B.243).

Untuk mengatur RGB, Anda bisa menggunakan menu pengaturan warna pada *software* presentasi.

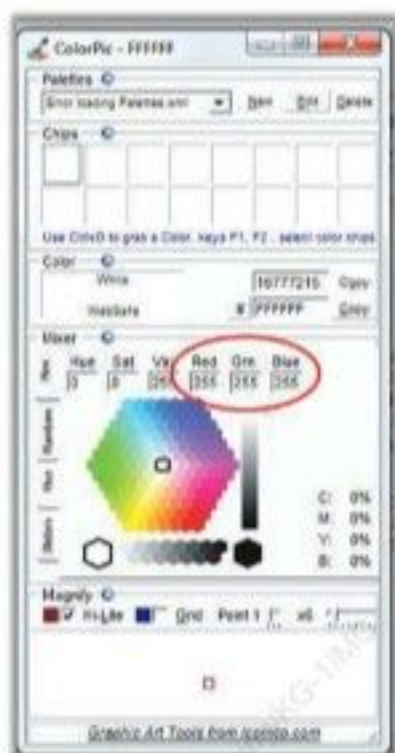
1. Software ColorPic

ColorPic adalah *software* warna yang berfungsi untuk mengetahui nilai RGB dari sebuah objek.

Misalnya kita ingin mencontoh penggunaan warna yang ada pada gambar, logo perusahaan, foto, contoh *slide*, atau objek apa saja yang ada di layar *desktop* supaya warnanya bisa sama 100%. Untuk itu, kita harus tahu nilai RGB-nya.

Di sinilah kegunaan ColorPic. Anda hanya perlu meletakkan kursor pada objek, lalu tekan Ctrl+G, otomatis nilai RGB-nya akan keluar (lihat lingkaran merah).

Anda bisa mengunduh *software* ColorPic secara gratis di <http://trainingpresentasi.net/bonus>.



2. Input RGB

Jika memungkinkan, hindari menggunakan *standard colors* karena jika terlalu lama dipandang akan membosankan.

Gunakanlah warna *theme colors* atau warna tersier sehingga tidak membosankan dan enak dilihat. Berikut contoh warna-warna tersier.

R: 250 G: 192 B: 144	R: 179 G: 162 B: 199	R: 217 G: 150 B: 148	R: 142 G: 180 B: 227
----------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------



Sebagai contoh, warna *slide* di atas didesain dengan menggunakan ColorPic. Jika Anda amati akan ada harmonisasi antara warna yang digunakan pada teks atau hal lain dengan warna-warna yang ada di gambar.

MEMBUAT KONTRAS WARNA PADA LATAR BELAKANG (BACKGROUND)

Sebelum Anda menggunakan roda warna dalam mendesain *slide* presentasi, salah satu hal yang harus Anda perhatikan adalah warna latar belakang (*background*).

Ini sangat penting karena *background* merupakan fondasi awal ketika Anda ingin memberikan warna.

Jangan sampai penggunaan *background* yang tidak tepat membuat *slide* Anda menjadi tidak terbaca di layar proyektor pada saat presentasi.

Background yang tepat akan dapat memberikan kontras sehingga objek utama terlihat lebih maksimal.

Background dapat dikategorikan menjadi dua, yaitu *dark* (gelap) dan *light* (terang). Masing-masing kategori memiliki pengaruh psikologis yang berbeda.

Dark Background is all about elegance



Light Background is about trust

1. **Dark background** memiliki karakteristik sebagai berikut:
 1. Formal, cocok digunakan untuk memunculkan kesan formal pada *slide* Anda.
 2. Tidak memengaruhi pencahayaan. *Dark background* tidak berpengaruh terhadap kondisi pencahayaan, baik itu dalam kondisi gelap, redup, maupun terang.
 3. Tidak maksimal untuk *handout*. Ketika *slide* dicetak atau digunakan sebagai *handout*, hasilnya kurang maksimal.

4. Tidak maksimal untuk bayangan. Ketika Anda menggunakan *dark background*, Anda tidak bisa menggunakan efek bayangan (*shadows*).
5. Cocok untuk ruangan yang luas. *Dark background* cocok untuk presentasi di ruangan yang besar, seperti seminar yang jumlah pesertanya puluhan sampai ratusan orang.
6. Objek terlihat bersinar. Dengan *dark background*, objek akan terlihat lebih dominan dan bersinar (*glowing*) karena seluruh ruang *slide* terfokus pada objek.

2. Light background memiliki karakteristik, antara lain:

1. Informal, memunculkan kesan tidak formal pada *slide* Anda.
2. Memiliki perasaan yang cerah. *Light background* berpengaruh terhadap kondisi pencahayaan karena bisa membangun perasaan cerah pada audiens.
3. Menerangi ruangan. *Slide* dengan *light background* membuat ruangan terasa lebih bercahaya.
4. Maksimal untuk *handout*. Ketika *slide* dicetak atau digunakan sebagai *handout*, hasilnya terlihat lebih maksimal.
5. Cocok untuk tempat yang lebih kecil (ruang konferensi). *Light background* tepat digunakan untuk presentasi dengan ruangan yang kecil, seperti ruang kelas atau *workshop* yang jumlah pesertanya terbatas.
6. Tidak ada kesempatan untuk pencahayaan yang dramatis atau lampu sorot pada unsur-unsurnya.

Tak kalah penting untuk diperhatikan adalah mencoba terlebih dulu apakah antara *background* dan warna yang ingin diletakkan di atasnya cocok.

Prinsipnya sederhana. Jika warna objek yang akan dipakai gelap, gunakan *light background*. Jika warna objek terang, gunakan *dark background*.

Jangan lupa mencoba dulu tampilan *slide* Anda di LCD proyektor. Sering kali tampilan layar komputer tidak sama dengan LCD proyektor karena pengaturan warna LCD proyektor tidak sesuai.

Hal ini penting untuk diperhatikan karena warna adalah salah satu faktor utama yang akan sangat berpengaruh terhadap tampilan *slide* presentasi Anda.

STUDI KASUS: MENGGUNAKAN PERPADUAN WARNA YANG HARMONIS DALAM SLIDE PRESENTASI

Salah satu *skill* dasar dalam mengombinasikan warna adalah kemampuan memadupadankan warna secara serasi dan harmonis. Sayangnya, kemampuan ini tidak bisa didapatkan dengan instan.

Dan, tidak semua orang bisa memadukan warna yang harmonis dan serasi.

Lalu, bagaimana solusinya?

Anda bisa menggunakan skema warna, yaitu perpaduan warna yang serasi yang dapat langsung Anda gunakan. Anda bisa mendapatkan skema atau warna secara gratis di situs ColourLovers.com.

1. Colour Lovers

ColourLovers.com adalah *website* para pencinta warna dari seluruh dunia. Di *website* ini orang-orang berbagi *palette* warna dan tren warna terbaru yang sedang ramai digunakan.



Warna-warna dalam colourlovers.com bisa menjadi referensi bagi Anda untuk memadupadankan warna yang akan digunakan dalam *slide* presentasi.

Semua kombinasi warna memiliki nilai sehingga jika bingung memilih, Anda bisa memilih kombinasi warna dengan nilai yang tinggi.

Kabar baiknya, semua kombinasi warna sudah disertai dengan HEX dan RGB sehingga Anda bisa meniru kombinasi warna tersebut 100% sama atau melakukan modifikasi sesuai kebutuhan.

Itu artinya warna yang Anda gunakan juga merupakan warna berkelas dunia yang disukai orang-orang dari seluruh dunia.

2. Studi Kasus

Saya memilih salah satu skema warna yang akan saya gunakan untuk mendesain *slide* presentasi. Anda bisa mengikuti langkah ini ketika mempraktikkannya.

Saya memilih kategori “*Palettes*” dan saya ambil dari “*Most Favorites*”, karena sudah pasti warna ini adalah warna yang disukai banyak orang.



Saya memilih salah satu skema warna (Anda bisa memilih yang mana saja) dan mengklik skema warna tersebut untuk melihat halaman yang berisi kode RGB masing-masing warna dalam palet.

Saran saya, ketika memilih skema warna, pilih yang palet warnanya lebih dari tiga jenis warna. Fungsinya untuk membuat kontras pada *slide* karena bisa digunakan untuk warna *font*, warna *background*, dan warna objek tambahan.

Saya memilih palet atau skema warna bernama Giant Goldfish.



Di bagian bawahnya terdapat masing-masing kode warna RGB dari tiap warna. Perhatikan kode yang saya beri tanda merah. Contoh yang saya gunakan adalah **aoi** kode R:105, G:210, B:231. Sekarang Anda bisa membuka *slide* PowerPoint, pilih objek yang akan diubah warnanya, bisa *shape*, *background*, atau *font*.

COLORS

acai by heartvine

6902E7	105,210,231	10	151	22388	176
HEX	RGB	COMMENTS	FAVORITES	WORDS	LOVES

Clean Pondwater by marokkwa

A7D8D8	167,219,219	9	71	11980	194
HEX	RGB	COMMENTS	FAVORITES	WORDS	LOVES

beach storms by Raon

E0E4CC	224,228,204	4	43	9500	65
HEX	RGB	COMMENTS	FAVORITES	WORDS	LOVES

Giant Goldfish by marokkwa

F38630	243,134,48	7	45	9903	88
HEX	RGB	COMMENTS	FAVORITES	WORDS	LOVES

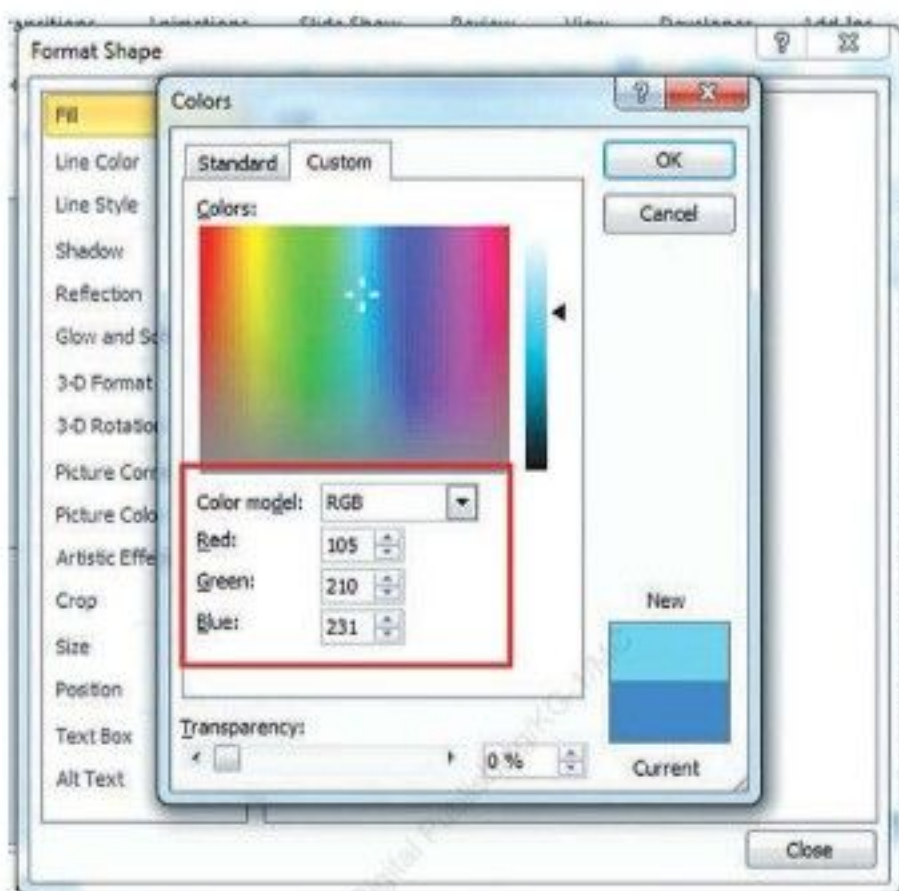
unreal food pills by vipashit

FAB900	250,105,0	6	50	12706	86
HEX	RGB	COMMENTS	FAVORITES	WORDS	LOVES

Ganti warna objek seperti ketika Anda mengganti warna, tetapi kali ini pilih opsi *more colors* (seperti yang saya beri tanda merah).



Selanjutnya akan keluar *custom colors* tempat Anda memasukkan kode RGB. Saya telah memasukkan kode RGB **aoi** kode R:105, G:210, B:231



Inilah hasil akhir penggunaan skema warna dari Colour Lovers, *slide* jadi terlihat lebih serasi dan harmonis.



Warna biru saya gunakan untuk teks utama, warna oranye sebagai kalimat penjelas, dan warna abu-abu sebagai *background*. Terlihat serasi dan harmonis.

Sekarang tugas Anda untuk mempraktikkannya dan menampilkan *slide* presentasi yang memukau. Sudah siapkah Anda?

MIX ANIMATION

Bukan sekali dua kali saya mendapat pertanyaan tentang bagaimana cara membuat teks atau gambar bergerak saat *slide* ditampilkan (baca: animasi).

Sebenarnya, di Google ada banyak panduan cara membuat animasi presentasi PowerPoint, tetapi setelah saya praktikkan, *slide* presentasi malah terlihat seperti (maaf) buatan anak kecil yang sedang main-main, bukan layaknya presentasi profesional seperti yang hendak Anda lakukan.

Tidak hanya artikel, saya juga membuat video tutorial sehingga Anda yang kesulitan mengikuti panduan teks bisa melihat videonya.

Tetapi, sebenarnya ada yang lebih penting dari sekadar tutorial. Apakah itu? *Mindset*.

Tutorial bisa dicari di banyak tempat. Bahkan, tanpa panduan ini, jika Anda mengotak-atik sendiri selama satu atau dua jam, Anda pasti bisa melakukannya.

Tetapi, ketika cara berpikir Anda kurang tepat, bukan *slide* profesional yang didapat, melainkan hanya *slide* yang membuat presentasi Anda semakin kacau.

ANIMASI DAN TRANSISI

1. Mengapa Menggunakan Animasi

Animasi bukan mainan, bukan sekadar menambahkan efek supaya teks atau gambar Anda bisa bergerak. Tujuan penggunaannya bukan itu, tetapi untuk membuat presentasi Anda lebih mudah dipahami dan lebih menarik untuk disimak.

Di dalam satu *slide* biasanya ada beberapa objek atau poin yang ingin Anda jelaskan secara bertahap. Inilah saat yang tepat untuk menggunakan animasi. Anda bisa memunculkan satu poin, lalu menjelaskan poin yang lain, dan kembali menjelaskan poin sebelumnya.

Seperti contoh *slide* berikut:



Tanpa animasi, informasi akan muncul secara bersamaan dan bisa membuat audiens bingung.

Dengan animasi, Anda bisa mengajak audiens untuk fokus mendengarkan dan memahami dulu satu bagian, kemudian pindah ke bagian yang lain.

2. Jangan Menciptakan Distraksi (Gangguan)

Pernah melihat *slide* yang penuh animasi, ketika objek keluar harus berputar-putar lama dan diikuti efek suara tepuk tangan atau suara-suara lainnya?

Atau, jangan-jangan Anda sendiri masih menggunakan *slide* seperti itu? Jujur, animasi seperti itu bukan membuat presentasi Anda terlihat keren, tetapi hanya akan menciptakan distraksi (gangguan).

Tidak semua animasi yang ada cocok untuk Anda gunakan dalam presentasi. Poin pentingnya adalah tetap tampilkan animasi yang sederhana dan secukupnya.

Distraksi seperti ini membuat audiens bukan bertambah fokus pada presentasi, tetapi malah terganggu dengan animasi yang berlebihan.

Saya sendiri lebih sering menggunakan animasi jenis *fade* atau *float in* karena sederhana dan lebih terlihat profesional.

3. Cara Membuat Animasi Presentasi PowerPoint yang Menarik

Anda hanya perlu memilih objek yang kemudian diberi efek animasi. Saya sudah membuat video tutorialnya di www.pakar-presentasi.com, dan saya jamin hanya dalam hitungan menit Anda sudah bisa membuat animasi yang keren.

Jika Anda belum sempat melihat videonya, silakan ikuti panduan berikut. Tetapi, untuk detail yang tidak bisa saya tuliskan, Anda tetap harus melihat di video.

Saya buat sesederhana mungkin supaya mudah untuk diikuti:



Ikuti langkah-langkah berikut:

1. Klik *item* yang akan diberi animasi, misalnya teks, gambar, atau *shape*. Ketika diklik akan muncul tanda seperti di teks “team terbaik”
2. Klik menu animasi, gunakan animasi sesuai kebutuhan. Ada tiga jenis efek animasi *entrance effects* untuk memunculkan objek, *emphasis effects* untuk memberi penekanan pada objek, *exit effects* untuk menghilangkan objek, dan yang lainnya merupakan animasi tambahan.
3. Pilih *effect option* sebagai pilihan arah muncul atau hilangnya objek.
4. Pilih *add animation* apabila Anda ingin menggunakan lebih dari satu jenis animasi.

5. Pilih *animation pane* untuk mengatur urutan kemunculan objek.
6. Untuk mengatur lamanya efek pada objek dan cara keluarnya, di *start* Anda bisa memilih apakah akan muncul sendiri atau diklik dengan kursor.

Apabila Anda ingin membatalkan atau menghapus animasi, klik *animation pane* (nomor 5) lalu tekan tombol *delete*.

4. Cara Menambahkan Transisi Pada Slide PowerPoint

Selain animasi, Anda juga bisa menambahkan transisi.

Fungsi transisi sama dengan animasi, yaitu memberikan efek pada objek. Bedanya, transisi bertujuan memberikan efek untuk perpindahan antar-*slide*.

Untuk transisi, saya sendiri tidak pernah menggunakan yang macam-macam, biasanya transisi *fade*. Prinsipnya sama, yaitu transisi yang sederhana dan secukupnya.



Ikuti langkah-langkah berikut ini:

1. Klik *item* yang akan diberi transisi.
2. Klik menu transisi, gunakan transisi sesuai kebutuhan.
3. Pilihan *effect option* sebagai pilihan arah muncul atau hilangnya efek transisi
4. *Timing* memiliki fungsi bermacam-macam, *sound* untuk memberi efek suara pada saat perpindahan (saran saya, tidak perlu digunakan), *apply to all* apabila ingin menggunakan satu jenis transisi untuk semua *slide* (untuk presentasi saya lebih sering menggunakan *apply to all*).

5. Hindari Menambahkan Animasi Objek Bergerak

Pernahkah Anda melihat objek yang terus bergerak di dalam *slide* (contohnya gambar format .gif)? Jujur, ini sangat mengganggu. Secara tidak sadar, mata manusia akan melihat objek yang bergerak. Artinya, jika ada objek yang terus bergerak dalam *slide* Anda, mereka akan lebih sering memperhatikannya, bahkan ketika Anda sedang menjelaskan materi presentasi.

6. Studi Kasus: Aplikasi Animasi dan Transisi dalam Slide Presentasi

Lalu, bagaimana tampilannya jika kita telah menggunakan animasi dan transisi? Ini adalah contoh yang saya ambil dari Template Company Profile siap pakai yang sudah *full animation*.

Videonya bisa Anda lihat di <http://pakarpresentasi.com/presentasi-company-profile/> dan berikut efek yang digunakan:

Transisi antar-*slide*:

- Fade

Animasi objek:

- Wipe
- Fade
- Zoom
- Split
- Grow & Turn

Animasi text:

- Fly in
- Float in

Saran saya, jangan terlalu menghafal urutan tutorial di atas, Anda otak-atik saja, lama-lama juga bisa, apalagi *software* PowerPoint terus berkembang dan bisa jadi tampilannya besok sudah berubah.

Yang paling penting adalah *mindset* tentang penggunaan animasi dan transisi dalam presentasi karena *mindset* yang benar akan selalu bermanfaat, walaupun digunakan untuk *software* presentasi jenis apa pun.

HYPERLINK & TRIGGER

Bisa jadi *hyperlink* dan *trigger* adalah salah satu fitur dalam PowerPoint yang jarang digunakan, tapi ternyata memiliki manfaat yang besar untuk menampilkan presentasi yang interaktif, khususnya presentasi pendidikan.

Kenapa presentasi pendidikan, bukan yang lain?

Untuk presentasi perusahaan atau publik, seperti yang sering saya lakukan, penggunaan *hyperlink* dan *trigger* sangat jarang

karena cara penggunaannya harus “klik pada layar” sehingga tidak praktis. Kita akan bolak-balik ke layar monitor, kecuali ada tim yang membantu.

Bebeda dengan presentasi pendidikan yang sering dilakukan oleh mahasiswa, guru, atau dosen yang dilakukan di ruang kelas. Rasanya tidak masalah jika harus klik pada layar.

Tetapi, Anda yang berada di luar lingkungan pendidikan tidak ada salahnya mempelajari teknik ini karena tetap bisa Anda aplikasikan, khususnya untuk presentasi kelompok kecil atau diskusi.

1. Penyajian Presentasi Linear dan Non-Linear

Dari cara penyajiannya, presentasi bisa dibedakan menjadi dua, yaitu presentasi dengan pendekatan linear dan presentasi dengan pendekatan non-linear.

Presentasi linear adalah jenis presentasi yang umum digunakan oleh banyak orang (termasuk saya), yaitu dimulai dari *slide* pertama berlanjut sampai *slide* yang terakhir.

Kelebihan presentasi ini adalah Anda dapat mengendalikan *slide* dari jarak jauh menggunakan *clicker* atau pointer, bahkan bisa juga diatur otomatis supaya berjalan sendiri seperti video.

Kelemahan presentasi ini adalah jika ingin melompat ke *slide* tertentu, Anda harus memaju-mundurkan *slide* satu per satu.

Presentasi non-linear adalah presentasi bebas. Anda bisa berpindah dari satu *slide* ke *slide* lainnya sesuai perintah yang diaplikasikan pada tombol navigasi yang sudah dibuat terlebih dahulu.

Kelebihannya, Anda bisa mengundang keterlibatan audiens untuk menentukan *slide* mana yang mau dibahas terlebih dulu,

membuat daftar isi, kuis atau pilihan ganda (lebih bersifat interaktif).

Kelemahan presentasi ini adalah Anda selalu membutuhkan keterlibatan orang lain (atau Anda sendiri) karena cara penggunaannya yang “klik pada layar”.

Meskipun begitu, kelebihan dan kelemahan yang saya paparkan itu bersifat relatif karena semua tergantung kebutuhan presentasi Anda.

Yang saya amati, sebagian besar presentasi pendidikan memang lebih menyenangkan dan interaktif jika menggunakan pendekatan non-linear dengan memanfaatkan *hyperlink* dan *trigger*.

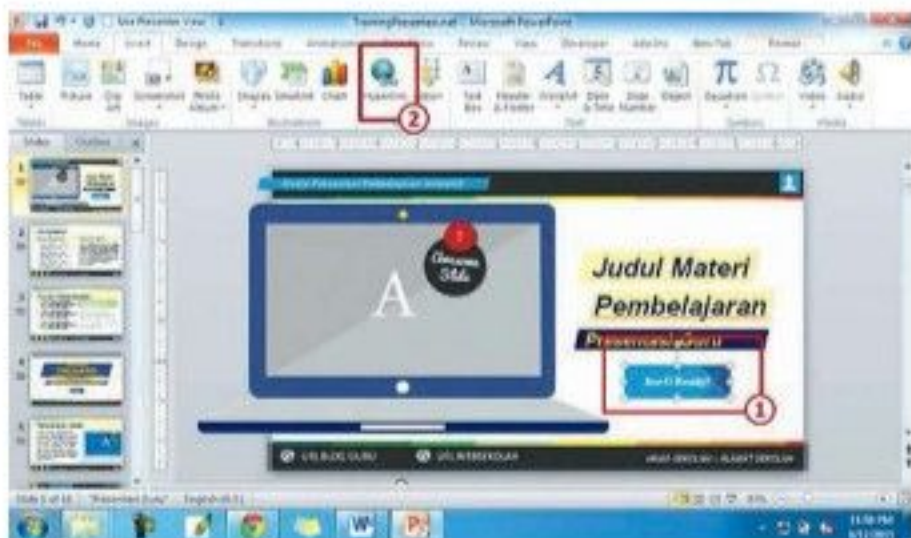
2. Mengapa Harus Menggunakan Hyperlink?

Terkadang ketika melakukan presentasi, Anda mempunyai materi tambahan yang tidak bisa dimasukkan ke *slide*, seperti video yang ukurannya terlalu besar, artikel di dalam *website*, atau yang lain. Di sinilah *hyperlink* akan mempermudah Anda. Atau, ketika Anda ingin loncat ke halaman *slide* yang lain, gunakanlah *hyperlink*.

Fungsi *hyperlink* adalah untuk membuat “pintu ajaib” menuju *slide* yang lain, pergi ke halaman *website* atau ke dalam *folder* pada komputer Anda.

3. Cara Membuat Hyperlink di PowerPoint

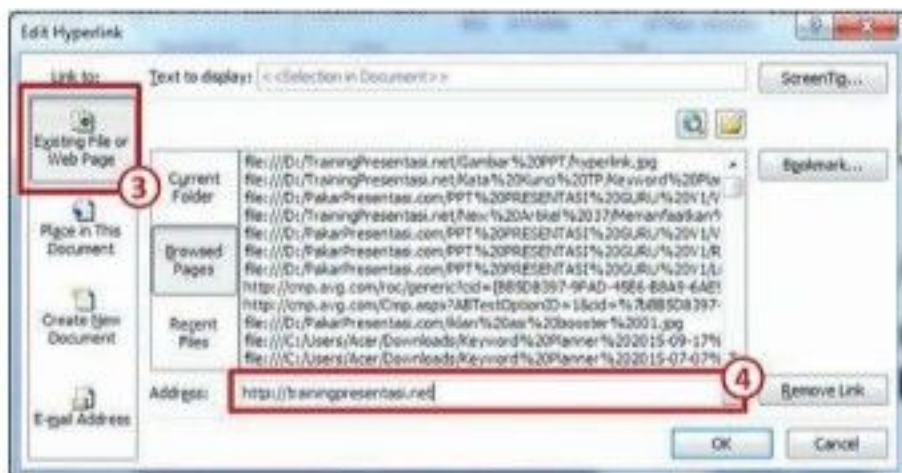
Sebelum membuat *hyperlink*, siapkan tombol navigasi yang nantinya akan diklik, setelah itu baru diberi *hyperlink* sesuai tujuan Anda.



1. Klik tombol navigasi yang sudah Anda siapkan. Saya biasanya menggunakan *shapes* atau ikon.
2. Pilih menu *insert* → *hyperlink*, selanjutnya akan muncul *pop up* yang berisi pilihan *link hyperlink*.

4. Membuat Hyperlink ke Halaman Website

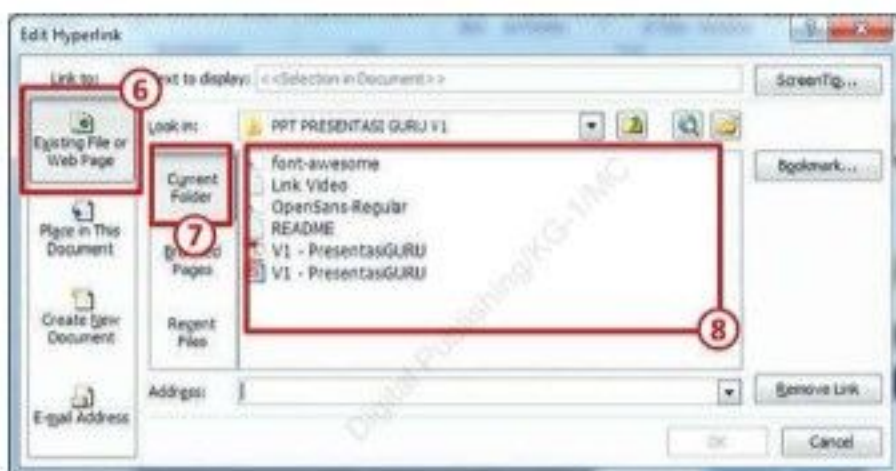
Lakukan hal berikut jika ingin menautkan tombol navigasi di *slide* presentasi Anda dengan halaman *website*.



3. Pilih menu *Existing File or Web Page* → *Browsed Page*
4. Pada menu *Address*, isikan url website tujuan, setelah itu klik *OK*

5. Membuat Hyperlink untuk Membuka File di Dalam Komputer

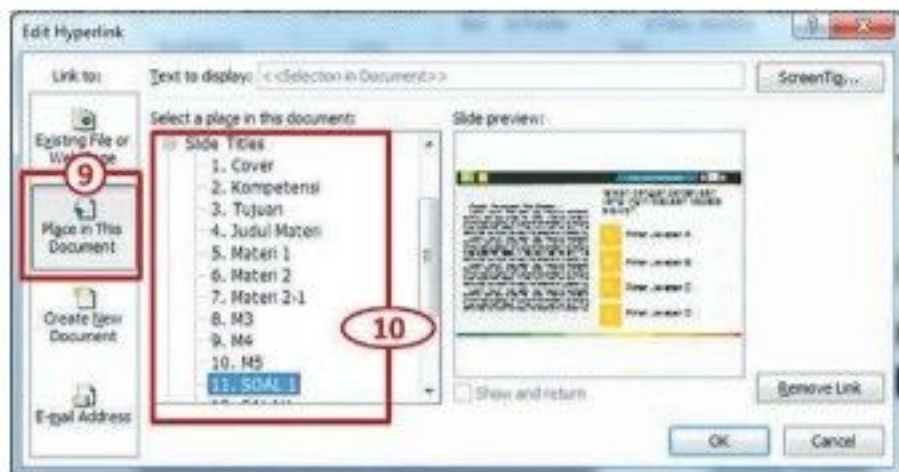
Lakukan hal berikut jika ingin menautkan tombol navigasi di *slide* presentasi Anda dengan *file* di komputer.



6. Pilih menu *Existing File or Web Page* →
7. Pilih *Browsed Page*
8. Pilih *file* yang ingin Anda buka ketika tombol navigasi di klik, setelah itu klik *OK*

6. Membuat Hyperlink Menuju Halaman Slide yang Lain

Lakukan hal berikut jika ingin menautkan tombol navigasi di *slide* presentasi Anda dengan *slide* lain. Ini merupakan jenis *hyperlink* yang paling sering digunakan.



9. Klik menu *Place in This Document*,
10. Silakan Anda pilih *slide* yang akan Anda tuju ketika tombol navigasi diklik, kemudian klik *OK*.

7. Kenapa Harus Menggunakan Trigger

Untuk membuat presentasi pendidikan yang interaktif, Anda bisa membuat *game* di dalam kelas dengan menggunakan fungsi *trigger* di PowerPoint.

Misalnya, Anda membuat *game* berupa kuis yang jawabannya pilihan ganda. Ketika diklik jawaban A, akan muncul pemberitahuan “benar” secara otomatis.

Ketika diklik jawaban B, akan muncul pemberitahuan “salah” secara otomatis. Untuk membuat animasi seperti itu Anda bisa menggunakan *trigger*.

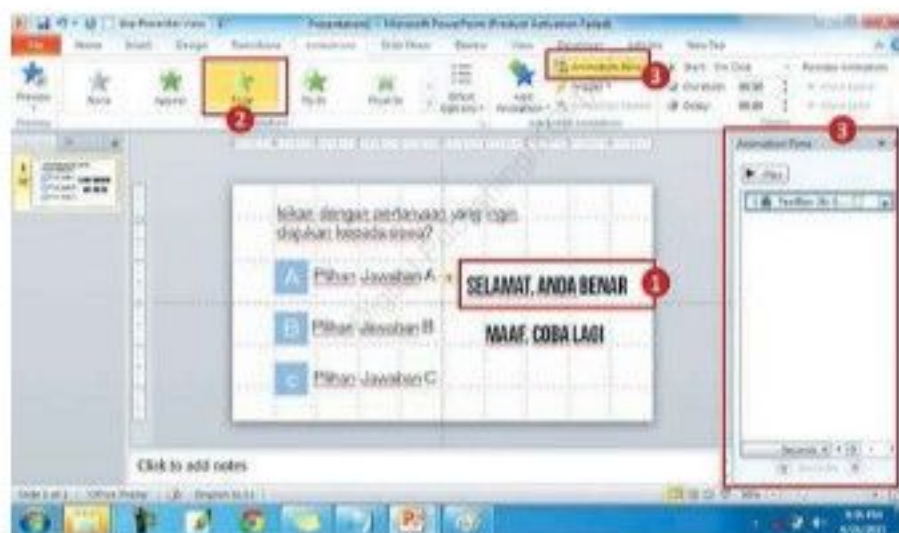
Fungsi *trigger* adalah memicu suatu animasi bergerak dengan menggunakan tombol berupa objek pada PowerPoint. Sama seperti definisi *trigger* sendiri, yaitu “pemicu”.

Untuk mempermudah memahami maksud saya, silakan lihat contoh video presentasi yang menggunakan *trigger* di <https://www.youtube.com/user/MustofaThovids/videos>.

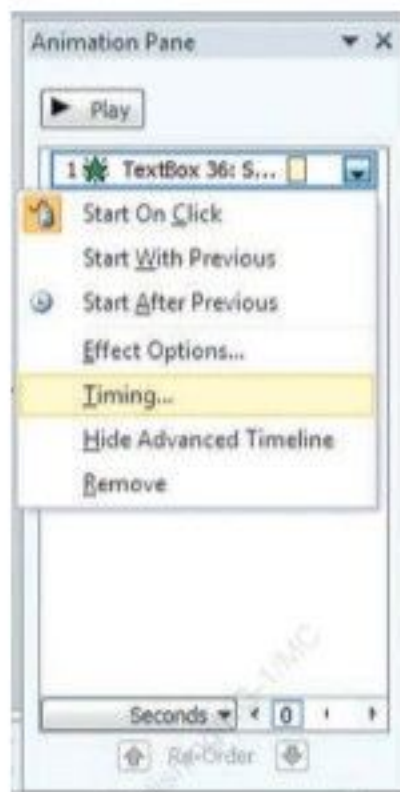
8. Cara Membuat Trigger di PowerPoint

Di sini saya memberikan contoh *game* kuis untuk para siswa. Saya sudah menyiapkan halaman *slide* berupa pertanyaan dan jawaban yang dipilih.

Sebelum membuat *trigger*, terlebih dulu siapkan objek yang akan muncul ketika tombol “pemicu” diklik.



1. Objek (selamat, Anda benar) yang akan muncul ketika tombol “pemicu (*trigger*)” diklik.
2. Tambahkan animasi jenis *entrance effect* pada objek no. 1. Saya pilih animasi *fade*.
3. Atur animasi di *animation panel*.

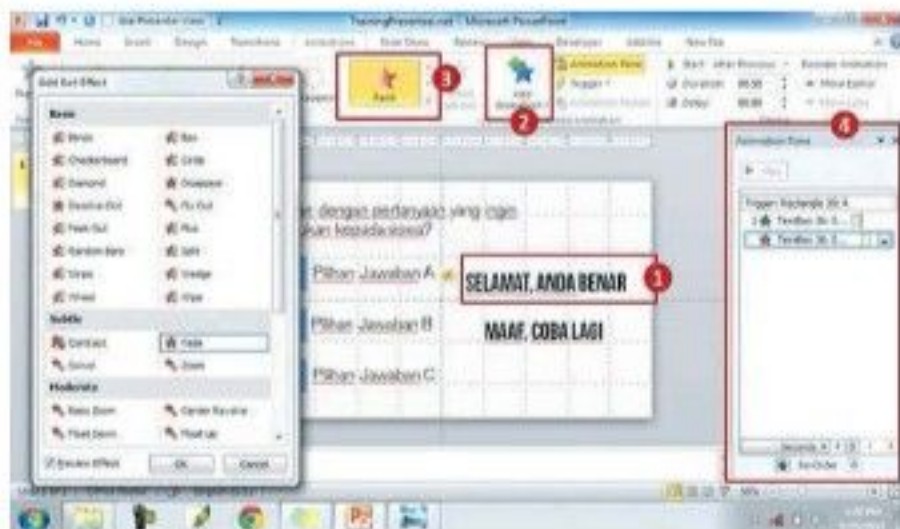


Sekarang waktunya memasang *trigger*. Perhatikan bagian *animation panel*. Klik animasi yang sudah Anda berikan dan pilih menu *timing*. Selanjutnya akan muncul tampilan seperti di halaman berikutnya.



Sekarang Anda hanya perlu mengatur tombol *trigger*. Pada bagian *start effect on click of* saya memilih jawaban "A" sebagai tombol *trigger*. Artinya, jika siswa menjawab "A" dan saya klik tombol "A" pada layar komputer, akan muncul tampilan "Selamat, Anda benar".

Supaya objek *trigger* (Selamat, Anda benar) bisa menghilang sendiri, Anda juga harus menambahkan satu lagi efek animasi.



1. Tambahkan animasi menghilang pada objek (Selamat, Anda benar).
2. Tambahkan efek baru pada objek.
3. Tambahkan animasi jenis *exit effect* pada objek. Saya pilih animasi *fade*.
4. Posisikan animasi *exit effect* di bawah animasi *entrance effect*. Atur animasi supaya hilang secara otomatis (tanpa klik) dengan setting *start = after previous*.

Lakukan hal yang sama pada objek lainnya.

9. Studi Kasus: Contoh Aplikasi Slide Presentasi Pendidikan yang Memanfaatkan Hyperlink dan Trigger

Bagaimana jadinya jika Anda menggunakan *hyperlink* dan *trigger* dalam satu presentasi pendidikan? Tentu hasilnya akan sangat luar biasa.

Silakan lihat hasil *slide* presentasi pendidikan yang memanfaatkan *hyperlink* dan *trigger* yang interaktif dan menarik untuk diikuti.

Karena *slide*-nya bergerak, saya tidak bisa menyertakannya di buku. Silakan Anda lihat di <http://pakarpresentasi.com/presentation-guru/>.

MEMANFAATKAN VIDEO

Apakah Anda pernah mengalami situasi ketika Anda memasukkan sebuah video ke dalam *slide* PowerPoint dan ternyata video tersebut tidak bisa diputar?

Saya juga pernah mengalaminya. Sangat tidak enak ketika video tersebut sangat penting untuk mendukung presentasi. Memang tetap bisa memutar video dengan *minimize* PowerPoint dan memutar video secara manual, tetapi saya rasa itu tidak efektif.

Sebenarnya, itu hal yang wajar terjadi karena bisa saja video yang Anda gunakan tidak sesuai dengan format *file* video yang bisa diputar di PowerPoint.

Sebelum membahas enam format *file* video yang bisa diputar di PowerPoint, saya akan mengulas sedikit tentang cara memasukkan video ke dalam *slide* PowerPoint. Silakan lihat gambar di halaman berikutnya.



Klik (1) *insert* → (2) *video* → pilih video yang Anda inginkan
→ (3) video siap diputar

Ada tiga faktor yang menyebabkan *file* video tidak bisa diputar di PowerPoint:

1. File video terkena virus dan sudah *corrupt*. Solusinya, Anda harus mendapatkan kembali *file* tersebut, bisa dengan *copy*, mengunduh ulang, atau membuat video yang sama.
2. *Codec* yang tidak tepat. Sederhananya, *media player* yang Anda gunakan untuk memutar video tidak mendukung *file* video yang Anda gunakan. Jika sudah begini, otomatis video Anda tidak akan bisa diputar. Solusinya, gunakan *media player* yang memiliki banyak *codec* (bisa memutar banyak jenis *file* video) seperti Windows Media Player Classic, Real Player, dan Quick Time.

3. Format *file* tidak didukung oleh PowerPoint. Solusinya, silakan pilih format video yang didukung oleh PowerPoint atau ubah jenis *file* videonya dengan *video converter*.

Berikut tipe-tipe *file* video yang bisa Anda gunakan dengan PowerPoint:

Format file	Ekstensi
File Windows Media	.asf
File Windows Video (Beberapa file .avi mungkin memerlukan codec tambahan)	.avi
File MP4 Video	.mp4, .m4v, .mov
File Film	.mpg atau .mpeg
Adobe Flash Media	.swf
File Windows Media Video	.wmv

Untuk hasil maksimal, saran saya gunakan video .mp4 yang dikodekan dengan video H.264 (juga dikenal sebagai MPEG-4 AVC).

Siapa Ongky Hojanto?



VISION

Menjadi sumber Inspirasi dan Motivasi bagi Banyak Orang di seluruh DUNIA untuk SUKSES.

MISSION

Seorang *Book Writer, Entrepreneur, Success Coach* dan *Trainer* yang mengabdikan hidupnya untuk kemajuan, keberhasilan dan kesuksesan umat manusia melalui *Training, Seminar* dan *Workshop*, tempat setiap Individu akan mendapatkan pencerahan, wawasan, strategi serta cara bertindak sehingga mereka bisa mendapatkan apa pun yang mereka inginkan.

TRACK RECORD

- Satu-satunya Motivator di Indonesia yang mendapat pengakuan akan kompetensinya dari 9 lembaga internasional, yakni: America Board of NLP (ABNLP), International Association of NLP (IANLP), Association for NLP (ANLP), NLP Association, National Federation of NLP (NFNLP), American University of NLP (AUNLP), International Association of NLP Institute, FIRE Institute USA, British Hypnosis Association.

- Pembicara Seminar NLP di Indonesia yang bisa mengeluarkan 3 sertifikat internasional untuk NLP Practitioner dan NLP Master Practitioner.
- Orang pertama yang diajak berpartner oleh Tung Desem Waringin (Pelatih sukses no. 1 Indonesia) dalam menulis buku bersama.
- Dipercaya oleh tiga bank terbesar Indonesia (BRI, BCA dan BNI) untuk memberikan pelatihan mengenai *Sales* dan Motivasi.
- Dipercaya oleh 7 Kementerian RI untuk memberikan *training* mengenai *Mindset* dan Motivasi.
- Menjadi Motivator di perusahaan asuransi jiwa tertua di Indonesia (AJB Bumi Putera).
- Diundang bekerja sama dengan perusahaan telekomunikasi terbesar di Indonesia (Telkomsel).
- Dipercaya memotivasi outlet dari 2 operator seluler terbesar di Indonesia (Indosat dan Telkomsel).
- Dipercaya menangani *coaching session* laboratorium terbesar di Indonesia (Prodia) untuk peningkatan profit.
- Berhasil meningkatkan omzet *trade center* terbesar di Indonesia Timur (IT Center) sebesar 220% dalam 3 bulan.
- Diminta memotivasi seluruh tenaga *sales* koran terbesar di Indonesia Timur (Koran Fajar).
- Telah memberikan *training* motivasi untuk 2 perusahaan properti terbesar di tanah air (Lippo Grup dan Grup Ciputra).
- Sudah berbicara kepada lebih dari 80.000 orang di 12 provinsi.

- Penulis 4 buku *best seller*: *Financial Revolution in Action*, *Public Speaking Mastery*, *Trainerpreneur* dan *I'm Motivator*.

PERUSAHAAN YANG MENGGUNAKAN JASA ONGKY HOJANTO:

PT SNS (Garuda Food), PT Lippo Karawaci Tbk, PT Asuransi Jiwa Bumi Putera, PT Lion Dynasty Indonesia, Prodia, Hanny Kandou Photography, Parafone, Paratronic, PT Habitat Asri/IT Center, PT Asuransi Jiwasraya, Yayasan Jembatan Harapan Bersama, Universitas Klabat, Universitas Sam Ratulangi, PT Naga Intan Sentosa, Manado Post, BNI, PT Indosat, Bank Tabungan Negara, Bank Indonesia, Bank Mega, BNI Card Center, Bank Mega, Klinik Stroke Karmel, Telkom Flexi, Kementerian Kesehatan RI, Flexter, Panasonic, Kino Corporation, Askes, PT Pegadaian, Bank Woori, Bank Pundi, Ecovis International, Telkomsel, Kementerian Pekerjaan Umum, Kementerian Hukum dan HAM, Sinar Mas, PT Astragraphia, Universitas Atma Jaya, Universitas Gunadarma, Universitas Parahyangan, Universitas Tarumanegara, UPH, Panangian School of Property, PT Bisnis Mandiri Wisesa, HM Sampoerna, PT Utama Karya, PT Nusa Konstruksi Enjinering, Bogasari, Sriboga, Godrej, OJK, Toyota

TOPIK YANG DIBERIKAN:

1. Sales Mastery

"Sungguh dahsyat hasil *training* yang dilakukan. Banyak teman yang termotivasi! Ada *sales* yang meningkat 229% dan ada tim yang meningkat 188%. Selain itu saya melihat banyak pribadi yang terbangun Mental dan Pola Pikirnya." Jemmy Asiku – President Director IT Center

Anda akan menguasai:

1. 7 siklus penjualan ala NLP yang akan meningkatkan penjualan Anda hingga 60%.
2. Teknik membangun kepercayaan diri ala Anthony Robbins.
3. Teknik membangun citra diri seorang *sales* profesional ala Joe Girard.
4. 4 prinsip *world class sales* ala Joe Girard.
5. Teknik 5 detik menarik hati prospek ala Richard Bandler.
6. Teknik mempengaruhi prospek ala John Grinder.
7. Teknik komunikasi yang menghipnotis ala Milton Ericsson.
8. Teknik menemukan kebutuhan klien dengan 6 *human needs* Anthony Robbins.
9. Teknik menemukan *channel communication* proses sehingga lebih *nyambung* saat presentasi.
10. 11 teknik presentasi yang efektif ala Deddy Corbuzier.
Teknik membaca ekspresi wajah ala Paul Ekman.
11. Teknik membaca bahasa tubuh ala Allan dan Barbara Pease.

12. Teknik mengatasi keberatan dengan NLP.
13. 12 jurus *closing* sakti ala Brian Tracy.
10 jurus *closing* mematikan ala NLP.

2. Motivation Mastery

(Digunakan oleh Ciputra Grup setiap ada peluncuran proyek baru)

Seminar ini bertujuan mengetahui teknik dan cara memotivasi diri sendiri serta cara dan teknik memotivasi diri orang lain agar memperoleh hasil yang diinginkan.

Materi yang dibahas:

1. Teknik My Hero Journey untuk merancang Goal.
2. Teknik WFO (Wellform Outcomes), salah satu teknik terbaik NLP untuk meng-*install* GOAL ke pikiran bawah sadar.
3. Teknik Chunking untuk mendetailkan GOAL dan target.
4. Teknik mengganti program *limiting belief* yang menghambat kesuksesan sehingga Anda akan bertindak lebih maksimal.
5. Teknik mendesain strategi yang membumi untuk percepatan target dengan metode SCORE Model, Disney Model.
6. Teknik “menyegerakan” diri untuk mengambil tindakan *massive* dan konsisten dengan Metode NBG, Meta Program, Anchor, Swish Pattern.

3. Presentation Mastery – 2 Hari

Karyawan akan belajar cara presentasi yang efektif sehingga dapat meningkatkan penjualan, meningkatkan kualitas *meeting*, dan meningkatkan efektivitas *training* di perusahaan Anda.

Materi yang dibahas:

1. 4 teknik mengatasi rasa takut ala NLP sehingga Anda dapat tampil dengan percaya diri.
2. 9 teknik pembukaan yang *powerful* ala Larry King untuk menarik perhatian audiens Anda.
3. 6 cara menyusun isi presentasi yang mudah dipahami dan gampang dimengerti.
4. Teknik membuat ilustrasi yang tertanam dalam *subconscious mind* audiens Anda ala Socrates.
5. Teknik penutupan yang *powerful* sehingga Anda mendapat *standing applause* dari audiens.
6. Teknik bahasa tubuh yang elegan ala Ian Ewing yang akan membuat Anda tampil menawan.
7. Teknik mudah menghafal materi presentasi 5 hari dengan 1 lembar kertas ala Mind Mapping

4. Communication Mastery

Karyawan akan belajar cara berkomunikasi yang efektif sehingga dapat meningkatkan kerja sama antardepartemen, meminimalisir kesalahpahaman, mengurangi biaya yang terjadi karena salah pengertian, dan mengatasi komplain pelanggan dengan efektif.

Materi yang dibahas:

1. NLP Communication Model sebagai dasar terbentuknya persepsi manusia.
2. Empat fungsi utama komunikasi:
 - Menciptakan program diri
 - Mencapai tujuan bersama
 - Mengirimkan pesan dan ide
 - Menyelesaikan masalah
3. Tiga masalah utama dalam komunikasi: *Behavior*, *Context* dan *Relationship* serta cara mengatasinya.
4. Teknik berkomunikasi dengan diri untuk menemukan solusi ala Issac Newton.
5. Teknik menghipnotis orang lain dengan meningkatkan efektivitas pesan kepada orang lain:
 - Metode Conversation Frame
 - Metode Milton Model
 - Metode Meta Model
 - Metode Linguistic Deception Art
6. Teknik membangun keakraban dengan kawan bicara untuk menciptakan harmonisasi dengan metode: Rapport (Eye Accesing Cue, Modalities, Predicate, Body Languages).
7. Teknik membaca bahasa tubuh untuk mendapatkan informasi yang efektif ala Paul Ekman.
8. Leadership Mastery
Rahasia mengembangkan dan memperbesar lingkaran pengaruh Anda di lingkungan pekerjaan, sosial dan bisnis dengan cara meningkatkan kapasitas diri Anda dan mengembangkan orang lain.

Apa yang dipelajari:

Bagian I

1. Teori dasar kepemimpinan yang efektif.
2. 6 gaya kepemimpinan ala Daniel Goleman.
3. Filosofi kepemimpinan Jawa klasik Hasta Brata.
4. Hukum kepemimpinan efektif ala John C. Maxwell.
5. Teknik membuat pencapaian pribadi untuk meningkatkan level pengaruh.
6. Teknik mengembangkan AQ seorang pemimpin ala Paul G Stiltz, Ph.D.
7. Teknik berpikir lateral untuk menemukan solusi ala Edward de Bono.
8. Teknik membangun karisma pribadi ala Jay A. Conger.

Bagian II

- A. Menguasai komponen untuk mempengaruhi orang lain:
 - Teknik persuasi ala Richard Bandler dan John La Valle.
 - Teknik komunikasi yang menghipnosis dalam 10 detik ala Milton Ericson.
 - Teknik efektif berurusan dengan orang lain ala Les Giblin.
 - Teknik memahami fisiologi orang lain ala Anthony Robbins.
- B. Teknik mengembangkan orang lain:
 - Teknik *coaching* yang efektif dengan SCORE Model.
 - Teknik memotivasi TIM Anda dengan Meta Model NLP.

Untuk informasi, hubungi:

www.OngkyHojanto.com/InhouseTraining

HP : 08113440909 atau 08113490909

E-mail : Inspiratorsukses@gmail.com

Digital Publishing KG-1MC



MUSTOFA THOVIDS dikenal sebagai *Slide Presentation Expert*, yaitu seorang ahli di bidang desain *slide* presentasi.

Dia berpengalaman mendesain *slide* desain presentasi untuk beragam klien, baik individu, institusi pemerintah, maupun perusahaan swasta. Dia juga rutin mengisi seminar dan *workshop* di berbagai kota besar di Indonesia.

Beberapa *sharing* yang pernah disampaikan di antaranya untuk PT Sriaana Tirtatama Property, Universitas Indonesia, Pemkab Gresik, Pemkab Banjarmasin, Yatim Mandiri, Al Kausar Boarding School, dan RSUPN Dr. Cipto Mangunkusumo (RSCM).

Dia juga rutin menulis artikel di trainingpresentasi.net, salah satu situs edukasi presentasi terbesar di Indonesia yang sudah diakses oleh lebih dari 50.000 pengunjung per bulan. Selain melalui *training offline*, Anda juga bisa belajar desain *slide* presentasi lewat *training online* di pakarpresentasi.com.

Buku keduanya yang khusus membahas kiat *how to* mendesain slide kelas dunia, *Slide Design Mastery*, wajib Anda baca. Ini adalah *Presentation Book of the Year 2015* dan termasuk daftar delapan buku *public speaking* dan presentasi terbaik Indonesia.

Anda bisa menghubungi Mustofa Thovids melalui: mustofathovids@gmail.com

Untuk belajar/*sharing*/ konsultasi seputar presentasi, Anda bisa bergabung dengan Group Facebook "Belajar Jago Presentasi" <https://www.facebook.com/groups/TrainingPresentasi>

Untuk memudahkan Anda mempraktikkan isi buku *Presentation Mastery*, tersedia modul tambahan sebagai penunjang yang bisa Anda *download* gratis di <http://trainingpresentasi.net/bonus>

Apakah Anda ingin menjadi seorang motivator profesional?

Berdasarkan pengalaman saya selama sepuluh tahun menekuni dunia *training*, minimal terdapat empat masalah utama saat Anda ingin menjadi seorang motivator:

1. Self Mastery
Materi seminar yang akan diajarkan.
2. Media Promosi
Biaya promosi untuk seminar yang mahal.
3. Mentor
Mentor yang mau berbagi dengan tulus dan ikhlas seputar ilmu dan cara membangun bisnis *training*.
4. Komunitas
Teman-teman untuk saling bertukar ilmu dan pengetahuan.

Selama sepuluh tahun juga, saya dapat memecahkan kode untuk sukses menjadi *trainer* nasional. Selama lima tahun terakhir saya menduplikasikan ilmu ini dan hasilnya:

Rudy Sugiono, Fuad Zakiy, Bong Chandra, Yehezkiel Zebua, Wempy Suciady, David Setiady, Victor Rundengan, dan Frely Supit.

Mereka adalah sedikit dari orang-orang hebat yang mau berjuang untuk membantu orang lain melalui *training*.



Paket Trainerpreneur Rp175.000.000

1. Workshop Trainerpreneur—Rp10.000.000 (dua hari)
Anda akan belajar cara membangun bisnis *training*, teknik menjual seminar, dan rahasia mendapatkan permintaan *In-house training*.
2. Workshop Certified Public Speaking—Rp5.000.000 (dua hari)
Anda akan berlatih cara menjadi pembicara yang menyenangkan, memiliki bahasa tubuh yang elegan, dan teknik membuat isi presentasi yang benar.
3. Program License—Rp30.000.000 (dua hari)
Disediakan materi seminar, *slide* presentasi, dan video seminar, serta diajarkan cara membawakan materi seminar tersebut.
4. Free Reseat
Anda dapat mengikuti ulang ketiga program di atas dengan hanya membayar biaya konsumsi dan *coffee break*.
5. *Member* di *website* komunitas *trainer* www.MotivatorAcademy.com—Rp10.000.000
Website yang kami sediakan sebagai tempat Anda mempromosikan seminar-seminar Anda.
6. *Mentoring* selama setahun—Rp120.000.000
Anda dapat berkonsultasi sebulan sekali selama setahun secara tatap muka atau *phone session*.

MOTIVATOR ACADEMY
Present

Workshop CERTIFIED TRAINER

Rahasia Menghasilkan Rp 1 Miliar Dari Bisnis Training

   @OngkyHojanto

 MotivatorAcademy.com



Bersama
ONGKY HOJANTO
Pakar Public Speaking Indonesia Versi Koran Kontan

• Penulis buku best seller



- Founder Motivator Academy
- Founder Money Academy
- Founder NLP Academy
- Founder Public Speaking Academy
- Trainer di 20 Perusahaan Nasional
- Training di 6 Kementerian RI
- NLP INTERNATIONAL Trainer

WORKSHOP SELAMA
2 Hari | 09.00-17.00 WIB | @Jakarta

NILAI INVESTASI

Harga Normal: Rp.10.000.000,-

Harga Promo: **Rp.4.000.000,-**
(hanya untuk 10 pendatang pertama)

Bonus Transaksi untuk 10 Pendatang pertama:
Web Branding (Senilai Rp 15 juta)
www.motivatoracademy.com

Web Promosi (Senilai Rp 10 juta)
www.seminarmurah.com

TOTAL BONUS : Rp 25 juta

Apa Yang Anda Pelajari :

- 1 5 Fondasi untuk menjadi Trainer yang SUKSES, TERKENAL dan KAYA
- 2 Teknik menggali materi yang akan dibawakan ala NLP
- 3 Teknik pembukaan training yang menantang
- 4 Teknik menyusun materi training yang mudah dipahami ala Mind Map
- 5 Teknik penutup training yang elegan ala Romy Rafael
- 6 Teknik bahasa tubuh yang menari ala Lian Ewing (American President Trainer)
- 7 12 Aliran uang di bisnis training ala T Havi Eker
- 8 12 cara mendatangkan peserta dalam training anda ala Success Resources (EO Terbesar di Dunia)
- 9 Teknik MOA untuk merancang sebuah pelatihan ala Clark Lambert (Corporate Education & Training Citibank)
- 10 Teknik membangun Humor ala Raditya Dika
- 11 Teknik mengingat materi training 1 hari dengan 1 lembar kertas ala Dominic O'Brien (Peraih Gelar 7x Grand Master of Memory)

Pendaftaran Hubungi :
0811 344 0909 | 0811 349 0909



**Motivator
Academy**

Tiga perbedaan Public Speaking Academy (PSA) dengan kursus *public speaking* lain:

1. Latar belakang *founder* Public Speaking Academy dan para *master facilitator* adalah *public speaker* profesional dan bukan MC, *host* TV, *host* radio, atau artis sehingga materi dan konsep pengajaran di PSA bermanfaat untuk digunakan dalam presentasi produk, presentasi bisnis, presentasi tugas sekolah, presentasi tugas kuliah, sidang skripsi, *meeting*, khotbah, ceramah, orasi, wawancara pekerjaan, seminar, dan pelatihan motivasi.
2. PSA tidak hanya meningkatkan kemampuan komunikasi lisan, tetapi juga mengedepankan peningkatan *soft skill* yang lain, seperti motivasi diri, manajemen waktu, berpikir kritis, kemampuan mendengarkan, semangat, kreativitas, dan komitmen.
3. Standar mutu yang tinggi untuk memperoleh sertifikat peserta melalui tes dan tugas.

Progam Public Speaking Academy

1. Certified Public Speaking

Tujuan : Melatih peserta memahami teori dan dapat mengaplikasikan dan menyusun sebuah *public speaking* yang baik dan benar, serta menguasai teknik-teknik penyampaian yang menarik.



Workshop CERTIFIED PUBLIC SPEAKING



Bersama **Ongky Hojanto**

Pakar Public Speaking Indonesia & Koran Koran

• Penulis buku best seller



- Founder Public Speaking Academy
- Founder Motivator Academy
- Founder Money Academy
- Founder NLP Academy
- Trainer di 20 Perusahaan Nasional
- Training di 6 Kementerian RI
- NLP INTERNATIONAL Trainer

If you want to be a leader,
you had better be able to
communicated
-Paul Argenti-

Apa Yang Anda Pelajari :

1. Teknik mengatasi rasa takut ala NLP sehingga anda dapat tampil dengan percaya diri
2. 9 teknik pembukaan powerful ala Lerry King untuk menarik perhatian audiens anda
3. 6 cara menyusun isi Presentasi yang mudah di pahami dan gampang di mengerti
4. Teknik membuat ilustrasi yang tertanam di dalam Subconscious mind audiens anda ala Socrates
5. Teknik penutupian yang Powerful sehingga anda mendapat standing applaus dari audiens
6. Teknik bahasa tubuh yang Elegan ala Ian Erwing Yang akan membuat anda tampil menawan
7. Teknik mudah menghafal materi presentasi 5 menit dengan 1 lembar kertas ala Mind Mapping

WORKSHOP SELAMA
2 HARI 09.00-17.00 WIB
@Jakarta

NILAI INVESTASI

Harga Normal Rp 5.000.000,-

Harga Promo **Rp.3.500.000,-**

(Hanya Untuk 10 Pendaftar Pertama)

Pendaftaran Hubungi :

0811 344 0909 | 0811 349 0909

📍 @OngkyHojanto
🌐 BelajarPublicSpeaking.com



PUBLIC SPEAKING
Training

Durasi : 10 jam

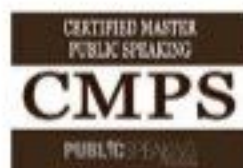
Peserta : Maksimal 12 orang/kelas

Bahasan :

- Hukum retorika
- Mengetahui tantangan seorang pembicara dan cara mengatasinya
- Mengetahui kesalahan-kesalahan seorang pembicara dan cara menghindarinya
- 7 cara menjadi *master* di topik yang Anda bawaikan
- Rumus 5P dalam mengatasi rasa takut
- Struktur presentasi yang memikat dan mudah diingat
Introduction – Body – Conclusion
- 9 cara membuka presentasi yang menarik
- 5 cara membuat isi presentasi yang WOW
- 5 teknik memperkuat isi presentasi dengan ilustrasi yang menarik
- 6 teknik penutupan yang *powerful* dan berkesan
- *Showmanship* ala Barack Obama
 Mata, tangan, cara berdiri, tatapan mata, VOICE (*volume* suara, *gap*, intonasi, *clarity*, *energy*), posisi kaki

2. Certified Master public Speaking

Tujuan : Melatih orang menjadi *master public speaking* dengan menguasai teknik-teknik lanjutan *public speaking*.



Durasi : 100 jam
 20 jam di kelas
 80 jam praktik presentasi di lapangan
 Peserta : Maksimal 12 orang/kelas
 Jam terbang : 40 kali presentasi untuk dapat menggunakan gelar CMPS

Bahasan:

- *Review* materi CPS
- Mengetahui tipe audiens
- Mengetahui teknik dari cara menyenangkan audiens
- Mengetahui cara menjawab pertanyaan sulit
- Menguasai teaterikal presentasi (ekspresi sedih, marah, kecewa, dan yakin)
- Menguasai variasi VOCAL
- Menguasai teknik *impromptu*
- Menguasai teknik *extempore*
- Mengetahui teknik menyusun *slide* presentasi *world class*

PROGRAM LAIN:

CERTIFIED NLP

NLP Practitioner (5 hari 4 malam)

Ini adalah satu-satunya program NLP Practitioner yang memperoleh dua sertifikat dari:

- National Federation of NLP
- International Association of NLP

Berbeda dengan *workshop* NLP Practitioner yang lain, Indonesia NLP lebih menekankan pada HASIL dan aplikasi teknik-teknik NLP dalam karier, keluarga, bisnis, dan pencapaian OUTCOME Anda.

NLP Master Practitioner

Anda akan belajar teknik-teknik lanjutan dari NLP Practitioner sehingga bisa melakukan percepatan OUTCOME Anda dan percepatan OUTCOME orang lain.

NLP Trainer

Indonesia NLP menyajikan NLP Trainer dengan format berbeda karena di NLP Trainer ada tiga poin utama yang akan dibahas:

- Teknik menjadi *public speaker*
- Teknik menjadi *trainerpreneur*, yaitu bagaimana mengorganisasi dan menjual seminar Anda
- Menguasai materi-materi NLP Practitioner

- Selain itu, Anda akan diberi sebuah *website* sebagai sarana untuk menjual seminar dan materi-materi seminar sehingga Anda pun siap menjadi seorang *trainer*.

Digital Publishing KG-11MC

KANTOR CABANG PUBLIC SPEAKING ACADEMY DI INDONESIA

Jakarta

Senayan Trade Center

Jl. Asia Afrika

Lantai 4 No. 1033, Senayan

SMS: 08113440909

Website: PublicSpeakingAcademy.co.id

E-mail: PublicSpeakingJakarta@gmail.com

Semarang Tengah

Jl. MT Haryono No. 522

Telp.: 024-3514319

Call Centre: 08122939928

Ig : @PublicSpeakingsemarang

FB : Psa Semarang

Website: www.pelatihanpublicspeaking.net

Yogyakarta

Jl. Letjen Suprpto No. 70

Ngampilan

Telp.: 0274-555237

SMS Center: 085228150875

Surabaya Timur

Ruko Galaxy Bumi Permai i-1

Jl. Suko Semolo No. 16

HP: 08115815511

Website: www.PublicSpeakingSurabaya.id

Surabaya Pusat

Jl. Raya Gubeng 30-32 Kav. A-3

HP: 0812499336.23

Website: www.PublicSpeakingSurabaya.com

Bandung

Jl. Karasak Lama No. 6

(ruko dekat KUMON Mekar Wangi

Kompleks Mekar Wangi, Soekarno Hatta

RT 02/RW 09, Kelurahan Kebon Lega,

Kecamatan Bojongloa Kidul

HP: 0818228666

SMS/WA: 0818215685

E-mail: publicspeakingbandung@gmail.com

Website: www.publicspeakingbandung.com

Tangerang

Ruko Mendrisio 1 Blok E No. 1

Paramount Serpong

Telp.: 021-29507246

HP: 08113490909

Website: www.PublicSpeakingtangerang.net

Trainer Public Speaking Academy

Fuad Zakiy adalah *sales trainer* dan *sales coach* berstandar internasional yang berpengalaman memberikan sesi *training* dan *coaching* sejak 2011. Telah memberikan motivasi dan inspirasi serta teknik penjualan terbaik ke lebih dari 30.000 orang yang berprofesi sebagai penjual, mulai dari *sales counter*, *sales representative*, *sales executive*, sampai *sales manager* yang bekerja di perusahaan hingga pelaku MLM, agen asuransi, serta agen properti. Sering kali menjadi narasumber di radio dan TV terkemuka di Indonesia serta telah memberikan *training* di 1 negara bagian di Malaysia dan 35 kota/kabupaten di Indonesia. *Website*: www.FuadZakiy.com



David Setiadi adalah *fun trainer* yang berfokus pada peningkatan kemampuan komunikasi berstandar internasional. Telah memberikan pelatihan dan motivasi sejak tahun 2009. Berpengalaman memberikan pelatihan dengan cara yang *fun* di bidang *communication for selling/negotiation for bussines*, *communication for relation*, dan *presentation skill*. Dipercaya menjadi *trainer* di 3 kementerian Indonesia serta *coach* di BUMN dan banyak perusahaan asuransi di Indonesia serta Australia. *Website*: www.Davidsetiadi.com



Dewi Kurnia Wijaya adalah *public speaking trainer* sejak 2015. Memberikan pelatihan *public speaking* kepada berbagai lapisan masyarakat Indonesia, termasuk karyawan, mahasiswa, pejabat pemerintah, dan pengusaha agar bisa memiliki keberanian dan meningkatkan keterampilan presentasi serta berbicara di depan banyak orang. Lebih berfokus membantu wanita memiliki keterampilan *public speaking* dan mendukung wanita untuk memiliki kemandirian secara ekonomi.



Roby Oktober, S.E. adalah Master Practitioner dari NFNLP dan IANLP, serta Master Trainer dari Public Speaking Academy dan Master Trainer dari Ongky Hojanto Resources. Gaya presentasinya yang praktis dan humoris membuatnya dikenal sebagai pembicara yang informatif dan menyenangkan. Pria lulusan S1 Manajemen Keuangan ini berprofesi sebagai CEO perusahaan air minum dalam kemasan yang berkantor pusat di Jakarta, pengusaha GPS pelacak di Bekasi, serta *professional trainer* dan *business consultant* untuk perusahaan dan pabrik. Hingga saat ini telah memberikan seminar, *training*, dan *workshop* kepada lebih dari 15.000 orang di berbagai kota, seperti Jakarta, Bandung, Solo, Surabaya, Bali, Pekanbaru, Jambi, Medan, Padang, Tarakan, Pontianak, Makassar, hingga Guang Zhou, China. E-mail: robyoktober@gmail.com; FB: roby oktober; IG: robyoktober



Leonard Haryadi adalah Certified Master Trainer dari Motivator Academy, Certified Public Speaker dari Public Speaking Academy, *coach* dan guru di Candra Naya Foundation, serta pemilik Bimbel Athena dan Cipta Tailor.



Tjhan Meng Ing adalah *business woman* dan pendiri PT Aneka Karya Cemerlang (2002), perusahaan manufaktur yang bermula dari *home industry* (1995). Sekitar 10 tahun bergelut di bidang akuntansi dan keuangan, kurang lebih 20 tahun berkecimpung di dunia manufaktur, 6 tahun bergelut dengan dunia perdagangan dan 10 tahun berkecimpung di dunia asuransi. Merupakan Registered Financial Planner Certified Coach & Consultant, Certified Trainer and Certified Public Speaker dari Ongky Hojanto Resources, Certified NLP Practitioner dari NFNLP, dan Certified NLP Practitioner dari IANLP.



Tri Nugroho Kusumo adalah *instructor* di PT Virtus Facility Services, Certified Trainer dari Motivator Academy, Certified Trainer dari BNSP, Certified Public Speaking dari Public Speaking Academy, Certified NLP Practitioner dari IANLP Swiss, Certified NLP Practitioner dari NFNLP Florida, Certified Rope Access Level 1 dari Indo Rope, dan Certified STIFIn Level 1 dari STIFIn Institute.



PRESENTATION MASTERY

Salah satu manfaat penting kemajuan teknologi adalah penggunaan teknologi sebagai sekutu kita untuk membuat presentasi menjadi lebih menarik dan memukau, yaitu teknik membuat *slide* presentasi yang memukau.

Buku ini berisi pengetahuan, cara, dan teknik menyajikan *public speaking* dengan elegan serta bertaraf internasional.

Motivator nomor satu Indonesia dan penulis *best seller* Ongky Hojanto bersama Mustofa Thovids, *Indonesia's best slide presentation design*, mengupas 4S (*Subject Mastery, Sequencing, Showmanship, dan Slide Presentation*) sebagai paket lengkap bagi Anda yang ingin menyajikan "*world class presentation*" di setiap presentasi yang Anda lakukan.

PUBLICSPEAKING
Academy

www.OngkyHojanto.com

www.publicspeakingacademy.co.id

Penerbit
PT Gramedia Pustaka Utama
Kompas Gramedia Building
Blok I Lantai 5
Jl. Palmerah Barat 29-37
Jakarta 10270
www.gpu.id

