

Editor :
DR. ERIC HERMAWAN, MM, MT.



Buku Referensi

DR. DINGOT HAMONANGAN ISMAIL, M.SI
DR. ZAHERA MEGA UTAMA, MM,
VERUS HARDIAN, SE., MSM.

MENGENAL KONSEP, METODE,
dan **PRAKTEK KOMUNIKASI**
untuk **GENERASI Z** di ERA
REVOLUSI INDUSTRI 4.0
dan **SOCIETY 5.0**

Sudut Pandang Manajemen Sumber Daya Manusia

Buku Referensi

**MENGENAL KONSEP, METODE,
dan PRAKTEK KOMUNIKASI
untuk GENERASI Z di ERA
REVOLUSI INDUSTRI 4.0
dan SOCIETY 5.0**

Sudut Pandang Manajemen Sumber Daya Manusia

Buku ini sangat istimewa karena membahas Komunikasi Perspektif Manajemen SDM. Dimana rujukan seni komunikasi, presentasi, negosiasi dan public speaking dari sudut pandang Manajemen Sumber Daya Manusia, yang terus berkembang terutama di Era Revolusi Industri 4.0 dan Society 5.0. masih sangat jarang referensinya. Padahal sebagaimana diketahui salah satu ciri Industri 4.0 adalah kemajuan dibidang teknologi yang memanjakan gen Z dan Gen Milenials serta terjadinya ledakan perubahan dan kompleksitas masalah (VUCA) yang membuat peristiwa dan trend perubahan sulit diprediksi secara akurat. Dalam posisi demikian, diperlukan resiliensi organisasi yang tangguh, mudah beradaptasi, juga cepat pulih kembali untuk lebih baik lagi dari sebelumnya. Disinilah dibutuhkan SDM unggul dan Komunikator Ulung. Karena dari perspektif komunikasi, strategi manajemen sangat bergantung pada faktor komunikasi, atau pada bagaimana mengelola faktor komunikasi baik internal dan juga eksternal.



eureka
media aksara

Anggota IKAPI
No. 225/JTE/2021

0858 5343 1992
eurekamediaaksara@gmail.com
Jl. Banjaran RT.20 RW.10
Bojongsari - Purbalingga 53362

ISBN 978-623-151-007-5



9 786231 510075

**BUKU REFERENSI
MENGENAL KONSEP, METODE DAN
PRAKTEK KOMUNIKASI
UNTUK GENERASI Z DI ERA REVOLUSI
INDUSTRI 4.0 DAN SOCIETY 5.0
Sudut Pandang Manajemen Sumber Daya Manusia**

**Dr. Dingot Hamonangan Ismail, M.SI
Dr. Zahera Mega Utama, MM
Verus Hardian, SE., MSM.**



**eureka
media aksara**

PENERBIT CV.EUREKA MEDIA AKSARA

BUKU REFERENSI
MENGENAL KONSEP, METODE DAN PRAKTEK KOMUNIKASI
UNTUK GENERASI Z DI ERA REVOLUSI INDUSTRI 4.0 DAN
SOCIETY 5.0

Sudut Pandang Manajemen Sumber Daya Manusia

Penulis : Dr. Dingot Hamonangan Ismail, M.SI
Dr. Zahera Mega Utama, MM
Verus Hardian, SE., MSM.

Editor : Dr. Eric Hermawan, MM, MT.

Desain Sampul : Ardyan Arya Hayuwaskita

Tata Letak : Rizki Rose Mardiana

ISBN : 978-623-151-007-5

Diterbitkan oleh: **EUREKA MEDIA AKSARA, MEI 2023**
ANGGOTA IKAPI JAWA TENGAH
NO. 225/JTE/2021

Redaksi:

Jalan Banjaran, Desa Banjaran RT 20 RW 10 Kecamatan Bojongsari
Kabupaten Purbalingga Telp. 0858-5343-1992

Surel : eurekamediaaksara@gmail.com

Cetakan Pertama : 2023

All right reserved

Hak Cipta dilindungi undang-undang

Dilarang memperbanyak atau memindahkan sebagian atau seluruh isi buku ini dalam bentuk apapun dan dengan cara apapun, termasuk memfotokopi, merekam, atau dengan teknik perekaman lainnya tanpa seizin tertulis dari penerbit.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, Segala Puji & Syukur penyusun panjatkan kehadirat Allah SWT, karena berkat Rahmat dan Hidayah Nya, buku ajar ini dapat tersusun tepat pada waktunya. Sungguh tidak mudah menyelesaikan buku ini, selain karena topik yang dibahas sangat luas dan beragam, juga karena rujukan seni komunikasi, presentasi, negosiasi dan public speaking dari sudut pandang Manajemen Sumber Daya Manusia, yang terus berkembang terutama di Era Revolusi Industri 4.0 dan Society 5.0.

Sebagaimana diketahui salah satu ciri dari ciri Industri 4.0 adalah kemajuan dibidang teknologi yang memajukan gen Z dan Gen Milenials dan juga mempercepat terjadinya ledakan perubahan dan kompleksitas masalah (VUCA) yang membuat peristiwa dan trend perubahan di masa depan sulit diprediksi secara akurat. Dalam posisi demikian, diperlukan resiliensi organisasi yang selain harus tangguh dan mudah beradaptasi, juga cepat pulih kembali untuk lebih tangguh dan lebih baik lagi dari sebelumnya menyongsong perubahan demi perubahan dan tentu saja hal itu membutuhkan SDM unggul.

Kemudian, jika sebelumnya faktor komunikasi sering dianggap sebagai hanya sub sistem yang melengkapi strategi manajemen secara keseluruhan, atau dengan kata lainnya, bahwa faktor komunikasi tidak dipandang sebagai yang esensial demi tercapainya tujuan organisasi, namun saat ini tidak demikian adanya. “Dari perspektif komunikasi, strategi manajemen sangat bergantung pada faktor komunikasi, atau pada bagaimana memanaj faktor komunikasi yang dalam terminologinya disebut dengan manajemen komunikasi. Berbagai faktor internal organisasi sangat terkait dengan faktor komunikasi untuk menjadi sebuah desain strategi komunikasi dengan bentuk luarnya adalah desain komunikasi organisasi” (Dedi Sahputra:2020).

R. Wayne dan Don F. Faules (2002) mengemukakan definisi komunikasi organisasi dapat dilihat dari dua perspektif yang berbeda yaitu: Pertama, perspektif tradisional (fungsional dan objektif), mendefinisikan komunikasi organisasi sebagai pertunjukan dan penafsiran pesan di antara unit-unit komunikasi yang merupakan bagian dari suatu organisasi tertentu.

Kedua, perspektif interpretif (subjektif) memaknai komunikasi organisasi sebagai proses penciptaan makna atas interaksi yang merupakan organisasi. Dalam kehidupan organisasi terdiri dari berbagai unsur, yang mempunyai maksud dan tujuan agar organisasi yang dimilikinya tetap dipertahankan dan diarahkan demi untuk perkembangan yang lebih dinamis.

Komunikasi organisasi merupakan pengiriman dan penerimaan berbagai pesan organisasi di dalam kelompok formal maupun informal dari suatu organisasi. Sedangkan Komunikasi formal adalah komunikasi yang disetujui oleh organisasi itu sendiri dan sifatnya berorientasi terhadap kepentingan organisasi yang berisi cara kerja di dalam organisasi, produktivitas, dan berbagai pekerjaan yang harus dilakukan dalam organisasi. Diantara contoh komunikasi formal organisasi antara lain: Memo, kebijakan, pernyataan, jumpa pers, dan surat-surat resmi.

Dimana fungsi Komunikasi dalam Organisasi memiliki dua fungsi yaitu: 1) Memotivasi atau memelihara semangat untuk menyumbangkan energi kepada organisasi dan. 2) Untuk memelihara konsistensi tujuan agar arah kegiatan organisasi tidak menyimpang.

Kemudian guna memastikan agar tujuan organisasi dapat dicapai, maka dibutuhkan pual dua jenis komunikasi, yakni komunikasi persuasi & motivasi karyawan dan koordinasi & Kontrol sehingga kesamaan tujuan tetap terpelihara.

Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa efektivitas organisasi terletak pada efektivitas Komunikasi dalam lingkup organisasi. Sebab komunikasi itu penting untuk menghasilkan pemahaman yang sama antara pengirim informasi dengan penerima informasi pada semua tingkatan/level dalam organisasi, juga komunikasi berperan untuk membangun iklim organisasi yang pada akhirnya dapat mempengaruhi efisiensi dan produktivitas organisasi (Siska Yuli Anita: 2022).

Apa yang kami tulis dalam buku ajar ini, selain berlandaskan pada pengalaman para penulis baik sebagai pimpinan perusahaan, pembicara public dan pelatih SDM, juga didukung hasil riset tentang bagaimana problem komunikasi antar staf, antara staf dengan atasannya hingga antar staf perusahaan dengan konsumen. Dimana beberapa laporan menunjukkan adanya problem dari pegawai Gen Z dan Gen Milenials dalam hal berkomunikasi. Padahal hal tersebut justru sangat diperlukan agar sukses membangun karir terutama didunia bisnis jasa dan bisnis lainnya yang berhubungan langsung dengan konsumen. Karena itu, selamat membaca dan selamat mengarungi samudra komunikasi, presentasi dan negosiasi dengan beragam bentuknya saat ini. Kemudian, pada kesempatan ini penyusun tak lupa mengucapkan terima kasih kepada berbagai pihak yang telah membantu dan mendukung penyusunan buku ini ajar ini. Semoga buku ajar ini dapat dimanfaatkan oleh para stakeholders komunikasi dan dunia bisnis serta para praktisi Bisnis dan Manajemen dimana berada. Terima kasih, Wasssalamu Alaikum Wr. Wb.

Jakarta, 20 Maret 2022

Dr. Dingot Hamonangan Ismail, M.Si,
dkk

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	vi
BAB 1 SENI KOMUNIKASI DAN PENGUNGKAPAN DIRI BAGI GEN Z DI ERA INDUSTRI 4.0 & SOCIETY 5.0.....	1
A. Tujuan Pembelajaran	1
B. Pendahuluan	1
C. Pengertian dan Defenisi Komunikasi.....	2
D. Kendala-Kendala Komunikasi.....	8
E. Kemampuan Berbicara Dihadapan Publik, Modal Penting Para Pemimpin.....	9
F. Tugas dan Quis	10
BAB 2 KREDIBILITAS DAN SIFAT PERSONAL KUNCI SUKSES KOMUNIKATOR BISNIS.....	11
A. Tujuan Pembelajaran	11
B. Pendahuluan	11
C. Pembahasan.....	13
D. Tugas dan Quis	17
BAB 3 KEAHLIAN SENI BAHASA DALAM ILMU MANAJEMEN	19
A. Tujuan Pembelajaran	19
B. Pendahuluan	19
C. Pembahasan.....	20
D. Tugas dan Quis	23
BAB 4 SENI MENDENGARKAN DALAM ILMU MANAJEMEN	24
A. Tujuan Pembelajaran	24
B. Pendahuluan	24
C. Pembahasan.....	25
D. Tugas dan Quis	29
BAB 5 SENI BERBICARA DALAM ILMU MANAJEMEN..	30
A. Tujuan Pembelajaran	30
B. Pendahuluan	30
C. Pembahasan.....	31
D. Tugas dan Quis	35

BAB 6	BODY LANGUANGE DAN BAHASA ISYARAT DALAM ILMU MANAJEMEN	36
	A. Tujuan Pembelajaran.....	36
	B. Pendahuluan.....	36
	C. Pembahasan	37
	D. Tugas dan Quis.....	43
BAB 7	TEKNIK MEMBUKA, MENYAJIKAN, MENUTUP DAN PRESENTASI	44
	A. Tujuan Pembelajaran.....	44
	B. Pendahuluan.....	44
	C. Pembahasan	47
	D. Tugas dan Quis.....	55
BAB 8	MEMAHAMI ESENSI PRESENTASI DAN NEGOSIASI.....	57
	A. Tujuan Pembelajaran.....	57
	B. Pendahuluan.....	57
	C. Pembahasan	58
	D. Tugas dan Quis.....	69
BAB 9	ICE BREAKER, GAME DAN HUMOR DALAM SENI PELATIHAN & PUBLIC SPEAKING	71
	A. Tujuan Pembelajaran.....	71
	B. Pendahuluan.....	71
	C. Pembahasan	72
	D. Tugas dan Quis.....	75
	DAFTAR PUSTAKA	76
	TENTANG PENULIS	80
	TENTANG EDITOR.....	83



**BUKU REFERENSI
MENGENAL KONSEP, METODE DAN PRAKTEK
KOMUNIKASI
UNTUK GENERASI Z DI ERA REVOLUSI INDUSTRI 4.0 DAN
SOCIETY 5.0
Sudut Pandang Manajemen Sumber Daya Manusia**

**Dr. Dingot Hamonangan Ismail, M.SI
Dr. Zahera Mega Utama, MM**



BAB 1

SENI KOMUNIKASI DAN PENGUNGKAPAN DIRI BAGI GEN Z DI ERA INDUSTRI 4.0 & SOCIETY 5.0

“Barang siapa yang beriman kepada Allah dan hari kemudian, hendaklah berbicara secara efektif atau diam”. ” Nabi Muhammad, SAW

A. Tujuan Pembelajaran

Setelah mengikuti materi ini, Pembaca diharapkan dapat :

1. Memahami pengertian komunikasi dan pengungkapan diri.
2. Memahami urgensi keterampilan komunikasi bagi profesi dan kehidupan sehari-hari
3. Memahami apa saja pengungkit kesuksesan dalam berkomunikasi
4. Mengetahui apa saja penyebab komunikasi gagal
5. Mempraktekkan cara mengenal diri kepada rekan dengan cara yang unik dan menarik

B. Pendahuluan

Sejumlah penelitian mengatakan gen Z kita terlalu asyik dengan smart phone dan kemajuan teknologi lainnya. Mereka kemudian menjadi “mager” (malas gerak), malas berinteraksi langsung dan lebih suka menyelesaikan masalah dan kebutuhannya secara on line melalui bantuan berbagai aplikasi yang berlomba-lomba memanjakannya. Padahal ada manfaat lain saat berinteraksi langsung dengan orang lain yang tidak diperoleh saat berkomunikasi secara on line antara lain: menumbuhkan kecerdasan berkomunikasi, berempati, hingga kemampuan membaca mimik lawan bicara yang hal tersebut tidak dapat diselesaikan melalui aplikasi dan secara on line. Beragam penelitian menunjukkan membaca body language

BAB 2

KREDIBILITAS DAN SIFAT PERSONAL KUNCI SUKSES KOMUNIKATOR BISNIS

"Honesty Is the Best Policy.

*- Joe Girard - World's Greatest Salesman menurut The Guinness Book of
World Records*

A. Tujuan Pembelajaran

Setelah mengikuti materi ini, siswa diharapkan dapat :

1. Memahami pengertian kredibilitas dan sifat personal yang memengaruhi efektivitas komunikasi seseorang .
2. Menyebutkan apa saja sifat personal yang positif bagi seorang Gen Z dalam menyukseskan komunikasinya.
3. Memahami apa saja indikator dalam memperkuat kadar kredibilitas dan personal
4. Mengukur nilai sifat personal dan kredibilitas berdasarkan test yang ada.

B. Pendahuluan

Bisnis berarti berhubungan dengan banyak orang. Semakin maju bisnis kita, maka semakin banyak pula kita berhubungan dengan orang lain. Tantangannya adalah bagaimana menjadi banyak orang tersebut menjadi konsumen loyal atau pelanggan bisnis kita. Disitulah dibutuhkan kredibilitas pengusaha dan para marketernya. Menurut Joe Girard seorang praktisi jenius marketing, " Prinsip utama human relations yang diterapkannya adalah "menyukai orang lain secara sungguh-sungguh." Dalam bahasa lain dia berkata: *to love my customers honestly, genuinely, sincerely* " .

BAB 3

KEAHLIAN SENI BAHASA DALAM ILMU MANAJEMEN

" Jika Anda ingin sesuatu terjadi, Anda harus membuat orang mampu dan Anda harus membuat mereka mau." - Dr. Steve Kerr (Mantan Chief Learning Officer General Electric dan Goldman Sachs)"

A. Tujuan Pembelajaran

Setelah mengikuti materi ini, siswa diharapkan dapat :

1. Memahami pentingnya kemampuan seni Bahasa dalam mendukung tugas sebagai pegawai dan pimpinan di kantor
2. Memahami 4 jenis komunikasi untuk mendukung tugas sebagai supervisor dan manajer. .
3. Memahami cara mengembangkan kemampuan komunikasi diri untuk pengembangan karir
4. Memahami pentingnya membaca, menulis, dan mendengar serta berbicara di
5. Dalam menunjang efektivitas berkomunikasi formal di Kantor.

B. Pendahuluan

Kemampuan berkomunikasi selain dipengaruhi oleh integritas dan kredibilitas pembicara juga adalah soal kemampuan seni berbahasa. Dimana dalam kompetensi ini seseorang selain harus piawai mendengarkan dan menyerap aspirasi audiens dan mitra diskusinya, juga dituntut agar memiliki kemampuan berbahasa yang ditandai dengan keterampilan dalam berbicara, membaca dan menulis. Keempat keterampilan tersebut saling terkait. Dimana syarat menjadi

BAB 4

SENI MENDENGARKAN DALAM ILMU MANAJEMEN

"Teknik Terpenting Dalam Komunikasi Adalah Mendengar."

*** Oh Su Hyang-Penulis buku Seni Public Speaking-Asal Korea Selatan*

A. Tujuan Pembelajaran

Setelah mengikuti materi ini, siswa diharapkan dapat :

1. Memahami pengertian menyimak dan mendengar dalam rapat.
2. Memahami seni mendengar dalam berkomunikasi
3. Memahami seni mendengar dalam Ilmu Manajemen

B. Pendahuluan

"Pintar Mendengar, Pandai Berbicara, ada seninya", tulis Oh Su Hyang, penulis buku bicara itu ada seninya. Kesimpulan Oh Su Hyang akan terasa kebenarannya, saat kita melihat seorang pemicara yang mahir dan terlatih memainkan kalimat demi kalimat sambil memainkan diksi, pilihan kata dan intonasi, sambil memainkan emosi audience. Benar-benar luar biasa dan kelihatan kalimat itu bertenaga.

Dalam buku best seller nya tersebut secara khusus Oh Su Hyang juga membahas cukup panjang lebar tentang seni mendengar sebagai bagian tak terpisahkan dari kriteria dari setiap pembicara hebat. Ia juga mengatakan bahwa teknik terpenting dalam komunikasi adalah mendengar. Artinya pembicara tidak boleh bersifat searah, tetapi harus bersifat dua arah dan melibatkan peserta. Oh Su Hyang lebih lanjut mengenalkan rumus komunikasi yang sangat menarik yaitu:

BAB 5

SENI BERBICARA DALAM ILMU MANAJEMEN

" Berbicaralah layaknya seorang pemimpin, maka mimpimu akan menjadi nyata".

" Oh Su Hyang " Penulis Buku, Bicara Itu Ada Seninya.

A. Tujuan Pembelajaran

Setelah mengikuti materi ini, siswa diharapkan dapat :

1. Memahami pentingnya kemampuan berbicara dalam mendukung karir di perusahaan.
2. Mengetahui seni berbicara di era revolusi Industri 4.0 dan Society 5.0
3. Memahami indikator pembicara atau presenter yang efektif

B. Pendahuluan

Pembicara yang baik mampu memudahkan penyimak untuk menangkap pembicaraan yang disampaikan. Gaya setiap orang dalam berbicara di depan publik memang sangat beragam. Ada yang sangat monoton, serius namun ada juga yang santai dalam berbicara, tetapi pesanya dengan mudah dipahami lawan bicara. Tidak ada satu metode untuk semua. Semua tergantung pada keahlian dan konteks nya. Disinilah pentingnya berlatih dan menguasai beragam cara menyampaikan suatu ide, gagasan, konsep, presentasi, pidato dan lain sebagainya sangat tergantung juga pada konteks siapa audiensnya dalam saat kapan disampaikan serta dalam situasi seperti apa kesiapan peserta untuk mendengar pembicara menyampaikan pidato dan presentasinya.

Karena itu disebutkan berbicara itu ada seninya.

BAB 6

BODY LANGUAGE DAN BAHASA ISYARAT DALAM ILMU MANAJEMEN

“Dalam public speaking, body language wajib diperhatikan bagi semua yang suka berbicara di depan umum. Body language sendiri berfungsi menambah efektivitas pembicaraan bila dilakukan dengan tepat dan pada porsinya.” -

Yoga.Dwi. (UGM)

A. Tujuan Pembelajaran

Setelah mengikuti materi ini, siswa diharapkan dapat :

1. Memahami pengertian Body language dan Bahasa isyarat
2. Memahami urgensi Body language dan Bahasa isyarat dalam kehidupan bisnis dan berorganisasi.
3. Memahami Konsep dan indikator kemampuan Body language dan Bahasa isyarat
4. Memahami pantangan saat rapat dan atau presentasi

B. Pendahuluan

Seorang pembicara, adalah bintang di atas podium atau panggung. Setiap penampilannya akan mengundang perhatian. Sedikit saja menampilkan suatu gerakan yang tidak perlu, maka para audiens akan memerhatikan hal tersebut dan dapat memengaruhi penilaian peserta dari seluruh penampilannya. Karena itu, sudah seharusnya setiap pembicara menyadarinya dan harus senantiasa berhati-hati dan berlatih menyadarinya dan memperbaikinya. “Vokal yang tidak ditunjang gerakan tubuh yang baik dan bertenaga hanya akan menjadi serangkaian kata-kata yang kurang bermakna saat dilontarkan” tulis Ajeng Diah Hartawati (2021). Mengutip, Albert Mehrabian

BAB 7

TEKNIK MEMBUKA, MENYAJIKAN, MENUTUP DAN PRESENTASI

*" Riset 3 Bulan, membuat PPT 30 Jam dan Latihan 3 jam. Itulah Rahasia Sukses Steve Jobs sebagai Pembicara Publik.
" Helmi Yahya"*

A. Tujuan Pembelajaran

Setelah mengikuti materi ini, siswa diharapkan dapat :

1. Memahami pengertian membuka, menyajikan dan menutup presentasi,
2. Memahami pentingnya Presentasi bagi bisnis
3. Mengetahui tips membuka, menyajikan dan menutup presentasi dengan baik
4. Mengetahui indikator pelaksanaan presentasi dan public speaking yang baik

B. Pendahuluan

Membuka, menyajikan, dan menutup suatu presentasi itu ada seninya. Sedapat mungkin perlu dikuasai agar keseluruhan pembicaraan menjadi menarik dan tidak membosankan. Diawali dengan strategi membuka suatu presentasi. Dimana kunci sukses komunikasi, presentasi, negosiasi serta publik speaking adalah persiapan dan pembukaan yang memikat sehingga dalam waktu singkat hubungan antara peserta dan pembicara menjadi akrab dan hangat. Karena itu, persiapan mencakup pengetahuan pembicara secara mendalam tentang siapa profil audience, apa masalah yang dihadapi dan apa solusi yang diharapkan, dimana tempat acara, berapa lama acara berlangsung dan apa saja rangkaian kegiatan pra acara dan

BAB 8

MEMAHAMI ESENSI PRESENTASI DAN NEGOSIASI

" Jadi, dengan meningkatkan keahlian negosiasi anda dan sikap sebagai delegasi, anda dapat meningkatkan peluang perdamaian"
Letnan Jendral Lazaro Sumbeiywo, Negosiator dan Penulis buku Menjadi seorang Negosiator: Strategi dan Taktik

A. Tujuan Pembelajaran

Setelah mengikuti materi ini, siswa diharapkan dapat :

1. Memahami Esensi presentasi yang baik dan menarik
2. Memahami pentingnya slide yang bagus untuk presentasi
3. Memahami pentingnya menguasai inti materi di luar kepala sehingga tidak selalu tergantung pada slide.
4. Mampu menutup presentasi dengan baik dan memukau
5. Memahami seni dan teknik bernegosiasi

B. Pendahuluan

Hampir semua perusahaan dan lembaga yang melakukan hubungan bisnis dan kerjasama dengan pihak lainnya, tidak lepas dari apa yang disebut dengan komunikasi, lebih khususnya presentasi dan negosiasi. Negosiasi umumnya diawali terlebih dahulu dengan proses presentasi konsep kerjasama atau pengenalan produk dan atau program. Setelah terdapat ketertarikan dan komitmen dua belah pihak untuk bekerjasama maka terjadilah negosiasi dan umumnya ditindaklanjuti dengan MOU. Tak ayal, keterampilan presentasi yang baik tentu akan mempermudah dalam mencapai tujuan negosiasi. Kemampuan faktor ini sangat berpengaruh terhadap peningkatan dan pengembangan profit perusahaan. Sehingga

BAB 9

ICE BREAKER, GAME DAN HUMOR DALAM SENI PELATIHAN & PUBLIC SPEAKING

*Belajar jangan main-main,
tapi, Bermainlah sambil belajar (Agus Hilaluddin)*

A. Tujuan Pembelajaran

Setelah mengikuti materi ini, siswa diharapkan dapat :

1. Memahami pengertian ice breaker.
2. Memahami pentingnya ice breaker, humor, pantun dalam mencairkan kebekuan dalam komunikasi, negosiasi dan presentasi dan pelatihan SDM.
3. Memahami cara membuat Ice breaker

B. Pendahuluan

Ice breaking, game dan humor baru terasa manfaatnya, ketika seorang pembicara atau komunikator berhadapan dalam situasi yang serba baru sama sekali. Penulis beberapa kali mengalaminya dan sejak itu tak jarang penulis tampil bersama ahli game dan pakar *ice breaking* dan mulai mempelajari dengan cepat siapa mereka dan aspirasinya terhadap kegiatan pelatihan atau presentasi tersebut. Hal ini terutama jika undangan mendadak dan panitia tidak menginformasikan secara memadai.

Pengalaman penulis menunjukkan *ice breaking*, humor itu diperlukan tidak hanya diawal acara, tetapi tak jarang juga ditengah-tengah acara pelatihan atau ketika memberikan sambutan sebagai pimpinan. Apalagi tak jarang dalam suatu kegiatan, baterai mikropon habis atau karena faktor tak terduga, membuat suasana acara menjadi ramai gak karuan (noise)

DAFTAR PUSTAKA

(<https://www.kemdikbud.go.id/main/blog/2020/03/kemendikbud-imbau-pendidik-hadirkan-belajar-menyenangkan-bagi-daerah-yang-terapkan-belajar-di-rumah>).

- A. Markarma: Komunikasi Dakwah dalam PERSPEKTIF ALQURAN, Vol. 11, No. 1, Juni 2014: 127-151.
- Achmad, Z. (2014). Teknik Presentasi dan Negosiasi. Jakarta : Lentera Ilmu Cendikia
- Achmad, Z. (2014). Teknik Presentasi dan Negosiasi. Jakarta : Lentera Ilmu Cendikia
- Achmad, Z. (2014). Teknik Presentasi dan Negosiasi. Jakarta : Lentera Ilmu Cendikia
- Anita, S. Y. (2022). Analisis Peran Gaya Kepemimpinan, Pelatihan Dan Komunikasi Terhadap Motivasi Kerja Karyawan. *Eqien-Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 9(2), 454-463.
- Anwar Arifin. (1984). Strategi Komunikasi ; Sebuah Pengantar Ringkas (Bandung : CV. Armico).
- Dave, H. (1997). *301 cara agar fun di tempat kerja*. ESENSI.
- Dongoran, F. R. (2021). Peran Komunikasi dan Konflik Dalam Upaya Peningkatan Kinerja Karyawan. Seminar Nasional Teknologi Edukasi Sosial Dan Humaniora, 1(1), 1090-1093. <https://doi.org/10.53695/sintesa.v1i1.509>.
- Dr. Ibrahim bin Hamid Al Qu'ayyid (2008), 10 Kebiasaan Manusia Sukses Tanpa Batas, edisi Indonesia, Maghfirah Pustaka.
- Dr. Ibrahim bin Hamid Al Qu'ayyid (2008), 10 Kebiasaan Manusia Sukses Tanpa Batas, edisi Indonesia, Maghfirah Pustaka.
- Dr. Ibrahim bin Hamid Al Qu'ayyid (2008), 10 Kebiasaan Manusia Sukses Tanpa Batas, edisi Indonesia, Maghfirah Pustaka.
- Dr. Ibrahim bin Hamid Al Qu'ayyid (2008), 10 Kebiasaan Manusia Sukses Tanpa Batas, edisi Indonesia, Maghfirah Pustaka.

Dr. Ibrahim bin Hamid Al Qu'ayyid (2008), 10 Kebiasaan Manusia Sukses Tanpa Batas, edisi Indonesia, Maghfirah Pustaka.

Dr. Ibrahim bin Hamid Al Qu'ayyid (2008), 10 Kebiasaan Manusia Sukses Tanpa Batas, edisi Indonesia, Maghfirah Pustaka.

ETIKA KOMUNIKASI DALAM PERSPEKTIF ISLAM Muslimah
STAI An-Nadwah Kuala Tungkal
muslimah.anas@yahoo.com

Fadilla, M. 2019, *SENI DEBAT DAN NEGOSIASI Trik Menaklukkan Orang Lain dengan Argumentasi dan Gaya Bicara* (Vol. 112). Araska Publisher.

Fauzi, A., Adi Wibowo Noor Fikri, Aulia Dila Nitami, Adi Firmansyah, Friska Ajeng Lestari, Rafael Yoga Widyananta, Tania Salsabila Nur Rahmah, & Tito Wahyu Pradana. (2022). *Peran komunikasi dan lingkungan kerja terhadap kinerja karyawan dalam organisasi di PT. Multi daya bangun mandiri (literature review msdm)*. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 3(6), 588-598. <https://doi.org/10.31933/jemsi.v3i6.1091>

Hapsari, M.W. 2010, Penerapan Komunikasi dalam Organisasi Mahasiswa dalam <https://mayahapsari.wordpress.com/2010/11/17/penerapan-komunikasi-dalam-organisasi-mahasiswa/> diunduh, senen 28 Desember 2022, pukul 20.12

Hardiansyah, O. B., & Pujosusanto, A. (2022). Analisis bahan ajar video freizeitbeschäftigung pembelajaran keterampilan menyimak siswa kelas xii semester i. *Laterne*, 11(02), 50-63.

Herlintati, H., Jaya, F. H., & Akbar, F. (2019). Peran Komunikasi Dalam Pembangunan Sumber Daya Manusia. *Prosiding Sefila*, 139-144.

<https://binuscareer.com/article/21/pentingnya-bahasa-tubuh-saat-public-speaking/> diunduh, 5 Des 2022 pukul 20.10.

<https://publicspeaking.sv.ugm.ac.id/2019/12/04/body-language/#:~:text=Dalam%20public%20speaking%2C%20b>

[ody%20language,dengan%20tepat%20dan%20pada%20porsinya](#). Diunduh 5 Des 2022 Pukul 19.49.00

<https://romeltea.com/bahasa-tubuh-dalam-public-speaking/>,
diunduh 5 Des 2022, pukul 20.00

Hyang, O. S. (2021). *Bicara Itu Ada Seninya: Rahasia Komunikasi yang Efektif*. Bhuana Ilmu Populer.

Hyang, O. S. (2021). *Bicara Itu Ada Seninya: Rahasia Komunikasi yang Efektif*. Bhuana Ilmu Populer.

Hyang, O. S. (2021). *Bicara Itu Ada Seninya: Rahasia Komunikasi yang Efektif*. Bhuana Ilmu Populer.

Ibrahim Al Qoids

Jackman, A. (2004). *How to negotiate*. ESENSI.

Kirby, Andy (1992). *Games for Trainers*. England:Gower Publishing Company Ltd.

Kirk, J.J & Kirk, L.D.(1995)*Training Games for Career Development*.New York:McGraw-Hill,Inc.

Lasswell (1960).

Muslimah: Etika Komunikasi dalam Perspektif Islam, Sosial Budaya (e-ISSN 2407-1684 | p-ISSN 1979-2603) Vol. 13, No. 2, Desember 2016.

Neo, B. S., & Chen, G. (2007). *Dynamic governance: embedding culture, capabilities and change in Singapore*. New Jersey: World Scientific.

Ntelu, a. Aneka teknik keterampilan berbicara ragam dialogis.

Nurgiyantoro, Burhan. 1988. *Penilaian dalam Pengajaran Bahasa dan sastra*. Yogya-karta: BPFE

Rahasia Kesuksesan Joe Girard (2012), Jansen Sinamo, dalam <https://johnywijaya.blogspot.com/2012/07/rahasia-kesuksesan-joe-girard.html>, diunduh, 28 Desember 2022 Pukul 21.39

- Rahmawati, R. (2022). *Peran Komunikasi Pimpinan Dalam Meningkatkan Kinerja Pegawai Pada Kantor Desa Danau Karya Kecamatan Anjir Pasar Kabupaten Barito Kuala* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Kalimantan MAB).
- Sahputra, D. (2020). Manajemen komunikasi suatu pendekatan komunikasi. *JURNAL SIMBOLIKA: Research and Learning in Communication Study (E-Journal)*, 6(2), 152-162.
- Sari, A. W. (2016). Pentingnya Ketrampilan Mendengar dalam Menciptakan Komunikasi yang Efektif. *EduTech: Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 2 (1).
- Sitanggang, D. H. (2020). PENGARUH GAYA KEPEMIMPINAN. *Jurnal Lentera Bisnis Volume 9 No 2, November 2020*, 9(2), 21-30
- Sri Haryani, Komunikasi Efektif untuk Mendukung Kinerja Perkantoran. (Cet. III; Jakarta : Logos Wacana Ilmu, 2002), h. 19.
- Sumbeiywo, L. (2014). *Menjadi seorang negosiator: Strategi dan taktik*. ETH Zurich.
- Wilderdorn(2007) Icebreakers, Warmups, Energizers and Deinhbitizers, dari <http://wilderdom.com>
- Yunus Winoto, (2015), Penerapan Teori Kredibilitas Sumber (Source of Credibility) Dalam Penelitian-penelitian Layanan Perpustakaan, Edulib, P-ISSN : 2089-6549 E-ISSN : 2582-2182 Tahun 5, Volume 5 No. 2 Nopember 2015.

TENTANG PENULIS



Dr. Dingot Hamonangan Ismail, M. SI.

Saat ini menjadi Wakil Ketua Umum Ikatan Doktor Ilmu Manajemen (DPP IKADIM), Founder Cendekia Institute, dan Direktur PT. Talenta Cendekia Indonesia dan Ketua Departemen KADIN bidang Ekonomi Kreatif dan Komunitas para motivator dan pembicara publik AMSI sebagai founder dan Ketua Umum. DH. Ismail, juga dikenal sebagai motivator nasional dan pembicara publik - yang telah tampil mengisi motivasi dan inspirasi pada ratusan lembaga baik lembaga bisnis, instansi pemerintah, perguruan tinggi dan lembaga sosial kemasyarakatan. Saat ini juga menjadi reviewer jurnal Lentera (Sinta 4), Jurnal Nusamba (Sinta 3), Jurnal Cendekia manajemen dengan Scopus id:57216922393, SINTA ID:5999702. Beberapa Karya ilmiah telah dipublikasikan pada jurnal internasional bereputasi dan jurnal nasional terakreditasi Sinta. Dingot Hamonangan Ismail, telah menerbitkan beberapa buku baik secara mandiri maupun secara tim yaitu: Bookchapter Relevansi Nilai Gontor Bagi Pengembangan Karir Professional Guru Besar dan Doktor Alumni Gontor, UNIDA Press 2022 sebagai ketua tim penulis dan editor, Book chapter, Santripreneur sebagai ketua penulis dan editor, Penerbit Publisher (2021), SDM Unggul Indonesia Maju dari UNJ untuk Bangsa - Kompilasi Pemikiran 50 Doktor UNJ, sebagai ketua penulis dan ketua editor, UNJ Press tahun 2020 setebal 892 halaman, Book chapter, Kepemimpinan Cendekia sebagai penulis dan editor diterbitkan Gramedia Pustaka, 2020, SDM naik kelas sebagai salah satu penulis, P.T. Gramedia Pustaka 2021, **Rahasia Sukses Para Juara** (Penerbit Khalifa Grup Alkausar Jakarta, 2012); "Building Excellent Leadership" sebagai penulis 3, Kepemimpinan untuk Gen Z di era revolusi Industri 4.0 dan Society 5.0 sebagai Penulis 1, dan beberapa buku lainnya. Penulis dapat dihubungi di Email: visiaulia@gmail.com dan HP: 0813-11343921



Dr. Zahera Mega Utama, SE, MM

Zahera Mega Utama, merupakan Dosen Pasca Sarjana di Univ Mustopo Jakarta dan juga merupakan Wakil Ketua Umum Ikatan Doktor Ilmu Manajemen. Aktif sebagai tenaga Ahli Di DPR RI. Sebagai Pembicara public,. Zahera Mega telah tampil sebagai narasumber di

Radio dan Televisi serta narasumber diberbagai lembaga dan organisasi bisnis. Mega juga telah menulis diberbagai media dan jurnal baik jurnal terakreditasi Sinta dan Jurnal Internasional bereputasi antara lain: Jurnal International: Law Review Of Islamic Capital Market Role To Support Sustainable Economic Development Tifbr, Tazkia Islamic Finance And Business Review - Agustus 2013, Jurnal International: The Effect of Organizational Culture and Work Stress on Employee Performance International Journal of Innovation, Creativity and Change. www.ijicc.net Volume 6, Issue 12, 2019, The Influence Of Work Motivation And Work Environment Towards Employee Performance 11th International Conference on Sciences, Technology and Social Sciences. 14 - 15 September, 2019 Jl.Ir. H Juanda, South Kuta Beach, Kuta 80361, Bali, Indonesia - 15 September 2019, The Effect Of Job Satisfaction, Motivation And Organizational Commitment To The Performance Of The Procurement Experts In The Indonesian House Of Representative Vol 4 No 2 (2020): International Journal of Human Capital Management (IJHCM) - 7 January 2017, Analysis Determinant Factors of Innovation Speed in SMEs Manufacturing, International Journal of Psychosocial Rehabilitation ISSN:14757192 <https://www.psychosocial.com/article/PR2024259/17739/> - February 2020, The Effect Of Organization Commitment To Performance Of Kebangkitan Bangsa Party Members Of Indonesian Parliament Vol 3 No 1 (2019): Journal of Business and Behavioural Entrepreneurship - 2019 dan The Influence of Work Motivation and Work Environment Towards Employee Performance <http://solidstatetechnology.us/index.php/JSST/artic>

le/view/292 Vol. 63 No. 4 (2020). Dr. Zahera Mega juga telah menerbitkan beberapa buku Manajemen Sumber Daya Manusia Endura UNJ Press Jakarta - THN 2021, Kinerja Tenaga Ahli DPR RI Endura UNJ Press Jakarta - THN 2020, Tinjauan Gaya Kepemimpinan Jokowi, Halaman Moeka Publishing Bogor - Revolusi Mental Sdm Unggul, Halaman Moeka Publishing Bogor -, Manajemen Konflik Masalah Dan Solusi Halaman Moeka Publishing Bogor - Kinerja Parlemen Dalam Penelitian Dan Analisis Halaman Moeka Publishing Bogor.



Verus Hardian, SE., MSM.

Pria, kelahiran Dumai, 28 Juni 1972, Merupakan alumni Fakultas Ekonomi Manajemen Perusahaan, Universitas Nasional tahun 1996 dan melanjutkan studi S2 di Universitas Indonesia 2008 - 2010 di Fakultas Ekonomi Manajemen Pemasaran.

Memiliki banyak pengalaman dibidang marketing dan pemasaran seperti menjadi PT Dian Sakti Lestari 1986 Staff marketing, lalu pindah ke LP3i Group sejak tahun 2001 mengawali karir dari staf marketing, kepala kampus Depok tahun 2005 dan kemudian dipromosikan menjadi Direktur Marketing LP3i Group sejak tahun 2005. Tak ayal, sebagai praktisi Verus Hardian menguasai marketing strategic, marketing communication, Negotiation Skill Communication Skill, Operation Managerial Skill dan Quality Assurance. Kini Verus Hardian mengembangkan karir sebagai dosen professional dengan memimpin Politeknik LP3i Jakarta sebagai Dosen dan Wakil Direktur. Sebagai dosen dan penulis, Verus Hardian telah menulis beberapa buku dan artikel antara lain berjudul: Pengaruh Sikap Merek Dan Citra Merek Terhadap Ekuitas Merek LP3I, Gaya Kepemimpinan Transformatif Untuk Gen Z, Analysis Of The Effect Of Service Quality And Product Quality On Consumer Loyalty yang terbit di jurnal terakreditasi Sinta.

TENTANG EDITOR



Dr. Eric Hermawan, MM, MT.

Dosen, Pengusaha Sukses dan Doktor Manajemen kelahiran, Surabaya, 28 Oktober 1970 ini memiliki segudang pengalaman memimpin puluhan perusahaan. Kini Eric Hermawan memilih menjadi Pengusaha dan Dosen diberbagai perguruan tinggi serta pembicara publik. Peraih Gelar S1, dari Universitas Brawijaya ini juga aktif diberbagai organisasi sosial kemasyarakatan, Profesi. Beliau tercatat sebagai Bendahara Umum Ikatan Doktor Ilmu Manajemen (IKADIM), Bendahara Umum PT-NU DKI Jakarta, Pengurus MUI Pusat, dan Wakil Ketua Umum KADIN bidang Ekonomi Kreatif.

Eric Hermawan Juga telah menulis di beberapa buku dan artikel jurnal Nasional dan internasional bereputasi. Antara lain berjudul, [The Effect of Workload on Employee Organizational Commitment through Work-Family Conflict and Work Stress, PT. Sakti Mobile, Human Resources Education and Innovation to face the demands of Business in the Digital Age](#), Digital marketing, Generasi emas berbasis ekonomi kreatif, dan beberapa buku seperti: Santri Preneur, Komunikasi Bisnis, Pengaruh Beban Kerja Terhadap Komitmen Organisasi Pegawai PT Sakti Mobile Melalui Konflik Pekerjaan-Keluarga dan Stres Kerja. Sebagai pembelajar Sejati, selain ikut berbagai pelatihan sertifikasi dalam dan luar negeri, Eric Hermawan saat ini juga telah mengedit dan menulis beberapa buku serta menulis artikel opini tentang bisnis, ekonomi dan manajemen di beberapa media massa nasional seperti Media Indonesia dan beberapa koran daerah.