

Pelatihan *Digital Public Speaking* untuk Pembentukan *Personal Branding* di Media Sosial bagi Siswa SMK Muhammadiyah 1 Tangerang melalui Metode Workshop Interaktif

Nurul Aidin*¹, Suryaning Hayat²

^{1,2} Universitas Mercu Buana Kampus Menara Bhakti, Indonesia

*e-mail: nurul.aidin@mercubuana.ac.id¹, suryaning.hayati@mercubuana.ac.id²

Abstrak

Perkembangan teknologi digital mendorong generasi muda untuk aktif dalam berbagai platform media sosial, termasuk dalam membentuk identitas personal. Namun, kemampuan berbicara di ruang digital atau digital public speaking masih belum dimiliki secara optimal oleh sebagian besar remaja. Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan keterampilan digital public speaking sebagai upaya pembentukan personal branding di media sosial. Kegiatan ini dilaksanakan di SMK Muhammadiyah 1 Tangerang dengan melibatkan siswa kelas XI jurusan DKV sebagai peserta. Metode yang digunakan berupa workshop interaktif yang melibatkan ceramah, diskusi, dan praktik langsung membuat konten live menggunakan fitur-fitur media sosial. Evaluasi program dilakukan melalui penyebaran kuesioner dengan skala Likert terhadap 10 indikator kepuasan. Hasil evaluasi menunjukkan rata-rata skor kepuasan sebesar 4,23, dengan skor tertinggi pada aspek kepuasan umum (4,60) dan manfaat kegiatan (4,30). Kegiatan ini berdampak positif terhadap peningkatan rasa percaya diri siswa dalam berbicara di ruang digital. Disimpulkan bahwa pelatihan ini relevan dan bermanfaat, namun keberlanjutan pelatihan secara berkala sangat disarankan untuk memperkuat kompetensi digital public speaking secara konsisten.

Kata Kunci: Digital Public Speaking, Media Sosial, Personal Branding

Abstract

The advancement of digital technology has encouraged young people to actively engage in various social media platforms, including shaping their personal identity. However, the ability to speak effectively in digital spaces, or digital public speaking, is still lacking among many teenagers. This community service program aimed to enhance digital public speaking skills as a means of developing personal branding on social media. The activity was conducted at SMK Muhammadiyah 1 Tangerang, involving 11th-grade students from the Visual Communication Design program as participants. The method used was an interactive workshop consisting of lectures, group discussions, and live content creation practices using various social media features. Program evaluation was carried out using a Likert-scale questionnaire covering 10 indicators of participant satisfaction. The results showed an average satisfaction score of 4.23, with the highest scores in overall satisfaction (4.60) and perceived benefits (4.30). The program positively impacted students' confidence in communicating in digital environments. It is concluded that this training is relevant and beneficial, yet follow-up sessions are strongly recommended to strengthen and sustain students' digital public speaking competencies over time.

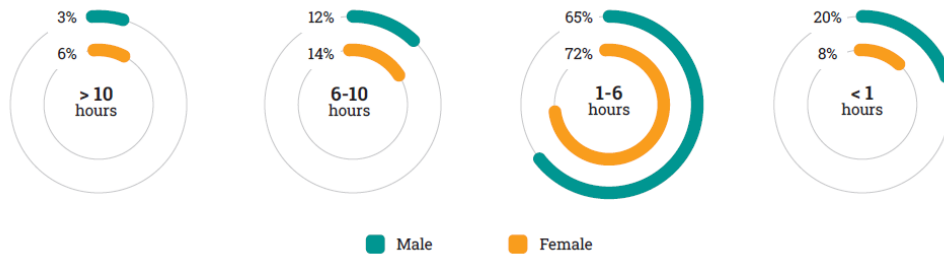
Keywords: Digital Public Speaking, Media Sosial, Personal Branding

1. PENDAHULUAN

1.1. Analisis Situasi

Pada era perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, masyarakat terdorong untuk mengubah cara berinteraksi. Internet tidak lagi sekedar berfungsi sebagai medium, lebih dari itu, internet dianggap sebagai ruang siber yang memungkinkan masyarakat tidak hanya menerima pesan dan pasif sebagai komunikan, namun juga bertindak sebagai khalayak aktif, berperan sebagai komunikator dan dapat memaknai pengalamannya dalam bermedia. Terlebih para era society 5.0. Era ini merupakan konsep society yang berpusat pada manusia dan berbasis teknologi. Memasuki era ini, masyarakat diharapkan mampu menghadapi berbagai tantangan dan masalah sosial dengan memanfaatkan berbagai inovasi di era sebelumnya untuk meningkatkan kualitas hidup.

Media sosial bagi remaja tidak lagi sebagai media hiburan untuk melihat, membaca, dan menonton. Saat ini remaja juga aktif mengunggah kegiatan pribadi, memberikan komentar, sampai menjadi konten kreator. Namun tentunya, memanfaatkan media sosial harus disertai kemampuan literasi digital yang memadai, karena dari unggahan tersebut, lama kelamaan terbentuklah identitas personal, yang mencirikan remaja ini di hadapan khalayak media sosial. Ketersediaan fitur-fitur digital seperti create stories, live video memudahkan remaja untuk menyampaikan pesan dengan lebih kreatif seperti podcast, live streaming video, Vlog, dengan konten dalam bentuk animasi, plot twist, memes, tutorial, behind the scene, live news, giveaways, dan masih banyak konten lainnya.

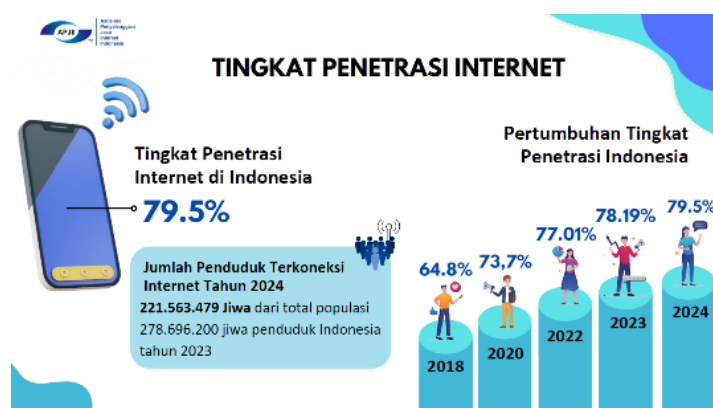


Gambar 1. Tingkat Konsumsi Media Gen Z Berdasarkan Waktu
Sumber: IDN Research Institute – Indonesia Gen Z Report 2024

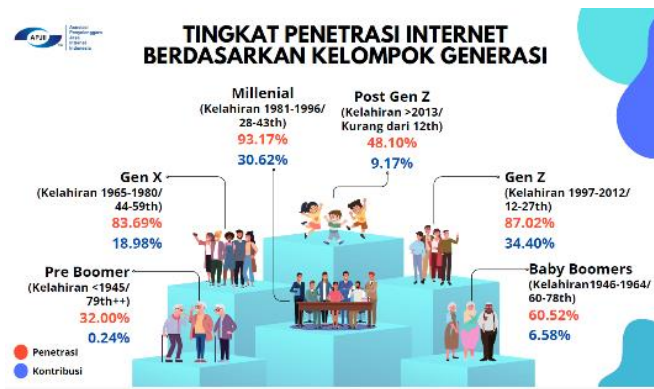
Remaja termasuk di dalam masyarakat yang aktif menggunakan media sosial (IDN Research Institute, 2024). Sebesar 65% remaja laki-laki mengakses media sosial selama 1-6 jam, terlebih pada remaja perempuan mencapai 72%. Gambaran remaja pengguna aktif media sosial dapat dilihat pada Gambar 1.

Melihat tingkat penetrasi tersebut, maka dirasa perlu untuk memberikan pemahaman umum tentang literasi digital. Mengingat meningkatnya tren aktivitas live di media sosial maka tim pengabdian menganggap bahwa pentingnya keahlian publik speaking untuk menyampaikan pesan kreatif, aspirasi, maupun tujuan lainnya di media sosial untuk membentuk personal branding sesuai yang diharapkan oleh pembuat konten.

Berdasarkan data APJII, tingkat penetrasi internet dari tahun ke tahun terus meningkat. Jumlah Penduduk Terkoneksi Internet Tahun 2024 221.563.479 Jiwa dari total populasi 278.696.200 jiwa penduduk Indonesia tahun 2023. Berikut adalah data peningkatan jumlah penetrasi internet (Gambar 2).



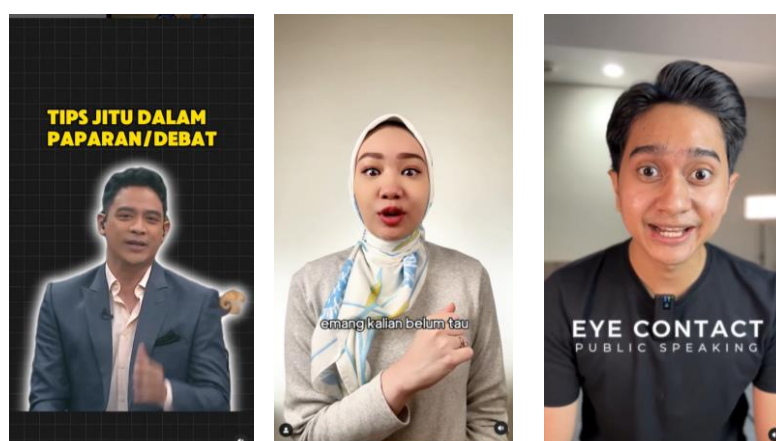
Gambar 2. Tingkat Penetrasi Internet di Indonesia (2024)
Sumber: Survei Penetrasi Internet Indonesia (APJII, 2024)



Gambar 3. Tingkat Penetrasi Internet Berdasarkan Kelompok Generasi (2024)
Sumber: Survei Penetrasi Internet Indonesia (APJII, 2024)

Berdasarkan kelompok generasi. Remaja termasuk di dalam generasi Z dengan rentang kelahiran 1997-2012 mencerminkan persentasi tertinggi kedua setelah generasi milenial, yaitu sebesar 87,02%. Namun menunjukkan nilai kontribusi tertinggi di antara generasi lainnya, yaitu sebesar 34,40% (Gambar 3).

Siswa SMK Muhammadiyah 1 Tangerang termasuk dalam kategori generasi Z yang aktif menggunakan media sosial. Pada wawancara pendahuluan dengan beberapa siswa kelas 11, mereka mengatakan bahwa waktu yang dibutuhkan untuk mengakses media sosial dalam satu hari lebih dari 2 jam, dengan beragam tujuan. Diantaranya adalah ingin mengetahui tren terkini dari konten-konten media sosial, melihat postingan teman, mencari informasi, melihat berita terkini, dan terakhir mengunggah aktivitas keseharian dalam story dan membuat reels. Siswa 11 jurusan DKV mengakui bahwa, mereka sangat ingin memiliki kemampuan dalam membuat konten pribadi tentang suatu hal yang lebih bermanfaat, namun minimnya kepercayaan diri dan pengetahuan dalam membuat konten pada akun media sosialnya. Hustef, salah satu siswa yang diwawancara mengatakan, sangat perjalanan pulang sekolah atau mengunjungi suatu tempat, terpikir untuk membuat konten live, namun niat tersebut diurungkan karena tidak memahami teknik-teknik public speaking di media sosial, sehingga, dirinya hanya mendokumentasikan kejadian tertentu dan memberikan keterangan dalam bentuk caption. Hal ini menjadi salah satu alasan tim pengabdian untuk memberikan edukasi tentang digital public speaking di media sosial. Berikut adalah gambaran teknik digital public speaking yang akan disampaikan oleh tim peneliti.



Gambar 4. Contoh Digital Public Speaking di Media Sosial
Sumber: <https://www.instagram.com>

1.2. Public Speaking

Teknik public speaking tersebut dapat di katakan public speaking virtual. Berikut adalah metode public speaking yang dapat digunakan:

- a. **Improptu style**
Metode public speaking pertama yang kerap digunakan oleh para profesional adalah improptu style. Secara teoritis, istilah pidato “improptu” memiliki makna “dibuat di tempat.” Maka dari itu, metode ini mengacu pada pembicara yang tidak banyak berlatih dengan naskah yang tidak banyak dipersiapkan. Pidato yang dipersiapkan dengan metode ini umumnya pendek dan seringkali diberikan dengan sedikit atau tanpa pemberitahuan sama sekali. Catatan jarang digunakan dan pembicara umumnya melihat langsung kepada penonton. Hasilnya, mereka mampu membuat penonton terlibat dengan lebih mudah. Metode ini dipilih menjadi 3 kategori yang berbeda, yakni dari rentang sama sekali tidak ada persiapan, sedikit persiapan, dan berlatih sekadarnya (Yong et al, 2024) (Alisoy, 2024).
- b. **Manuscript style**
Metode public speaking berikutnya yang dapat dilakukan untuk keperluan presentasi adalah manuscript style. Melansir Lumen Learning, metode ini mengacu pada teknik berpidato dengan naskah yang sudah dipersiapkan secara baik. Metode ini biasanya dimanfaatkan oleh para pejabat negara atau hendak memberikan sambutan di acara resmi atau formal. Metode manuscript umumnya digunakan untuk menghindari terjadinya kesalahan karena setiap kata yang diucapkan akan diperhatikan oleh masyarakat luas dan dikutip oleh media massa (Taman dkk, 2024)(Munz et al, 2024).
- c. **Memorized style**
Memorized style merupakan salah satu metode public speaking yang paling sering digunakan dalam dunia profesional. Metode ini mengacu pada teknik menghafal skrip yang akan dibacakan kepada audiens secara verbatim, atau kata demi kata agar bisa disaring dengan mudah. Metode ini, menuntut pembicara untuk menguasai semua susunan bahasa, ide, dan gagasan yang terdapat di dalam skrip. Maka dari itu, metode memorized sejatinya lebih cocok untuk mereka yang memiliki daya ingat tinggi. Selain itu, metode ini juga cocok untuk pembicara dengan pembahasan atau topik yang menarik dan sederhana (Style, 2024)(Rudnick et al, 2024).
- d. **Extempore style**
Metode public speaking terakhir yang dapat dimanfaatkan untuk kebutuhan presentasi adalah extempore style. Menurut studi, dari keseluruhan metode di atas, metode extempore merupakan gaya berpidato yang sangat dianjurkan untuk pembicara di ranah profesional. Mengapa demikian? Sebab, metode ini mendorong pembicara untuk menggunakan skrip pidato yang hanya berisi outline dan pokok-pokok penunjang. Dengan menggunakan outline dan aspek-aspek penunjang, pembicara memiliki pedoman untuk mengatur gagasan dalam pikiran yang akan mereka sampaikan ke audiens. Metode ini juga akan mengurangi kesalahan saat presentasi. Pasalnya, outline yang terdapat dalam skrip dijamin bisa mengurangi rasa takut akan kekeliruan (Napitupulu S, 2023) (Cahyani dkk, 2024) (Marden et al, 2024).

1.3. Personal Branding

Personal branding merupakan suatu proses dalam membentuk persepsi masyarakat terhadap aspek-aspek yang dimiliki oleh seseorang, diantaranya adalah kepribadian, kemampuan atau nilai-nilai dan bagaimana semua itu menimbulkan persepsi positif dari masyarakat yang pada akhirnya digunakan sebagai alat pemasaran (Novita dkk, 2024). Personal brand merupakan persepsi yang tertanam dan terpelihara dalam benak orang lain. Tentu tujuan akhirnya adalah bagaimana orang lain itu punya pandangan positif atau persepsi positif sehingga bisa berlanjut ke trust atau ke aksi-aksi lainnya. Biasanya, sebuah personal brand yang kuat selalu terdapat tiga hal mendasar yang menyatu menurut McNally & Speak, yaitu:

- a. **Kekhasan.** Personal brand yang kuat menjelaskan sesuatu yang sangat spesifik atau khas sehingga berbeda dengan kebanyakan orang. Kekhasan disini bisa dipresentasikan dengan kualitas pribadi, tampilan fisik, atau keahlian.
- b. **Relevansi.** Personal brand yang kuat biasanya menjelaskan sesuatu yang dianggap penting oleh masyarakat dan punya relevansi dengan karakter orangnya. Jika relevansi itu tidak ada maka akan sulit terjadi penguatan pada mind masyarakat.

- c. Konsistensi. Personal brand yang kuat biasanya buah dari upaya-upaya branding yang konsisten melalui berbagai cara sehingga terbentuk apa yang biasa disebut dengan brand equity (Haroen, 2014).

1.4. Peta jalan (roadmap)

Peta jalan kegiatan PKM ini saling berkaitan dengan bidang ilmu yang menjadi acuan dalam penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat, yaitu dengan tema-tema yang bersinggungan dengan Tema Literasi Media Baru / Media Sosial yaitu Pengelolaan Media Digital.



Gambar 5. RIPkM Universitas Mercu Buana

2. METODE

2.1. Rencana Kegiatan

Memberikan materi untuk meningkatkan pengetahuan dan keahlian siswa melalui public speaking dalam membangun identitas personal di media sosial.

2.2. Khalayak Kegiatan

Khalayak sasaran pada kegiatan ini adalah Siswa SMK Budi Mulia Tangerang, khususnya siswa yang tergabung dalam komunitas pod-cast.

2.3. Metode Kegiatan

- Kami akan menyampaikan materi dengan metode ceramah dan diskusi interaktif melalui.
- a. Ceramah, untuk menyampaikan konsep-konsep yang penting untuk dimengerti dan dikuasai oleh peserta pelatihan. Metode ceramah yang dimaksud ditujukan sebagai pemicu terjadinya kegiatan partisipatif. Ceramah dalam hal ini lebih bersifat interaktif, yaitu melibatkan peserta melalui adanya tanggapan balik atau perbandingan dengan pendapat dan pengalaman peserta.
 - b. Diskusi interaktif, dimana narasumber memberikan kesempatan pada peserta untuk menyampaikan gagasan, sanggahan, pertanyaan untuk dibahas bersama-sama dan dapat memperoleh jawaban yang paling sesuai.
 - c. Role play, dimana peserta kegiatan berperan sebagai konten kreator dan mempraktekan live konten dengan menggunakan fitur-fitur yang ada di media sosial

2.4. Partisipasi Mitra

Mekanisme kegiatan ini akan dilakukan dengan metode workshop, yaitu ceramah interaktif dan simulasi. Oleh karena itu, mitra berperan aktif dalam memfasilitasi tempat dan alat-alat yang dibutuhkan seperti PC, LCD, screen, microphone, dan sound system. Selain itu, mitra juga memberikan dukungan pada tim pengabdian untuk memobilisasi khalayak sasaran yang sesuai dengan permasalahan dalam program ini.

2.5. Mekanisme Evaluasi Kegiatan

Evaluasi kegiatan dilakukan untuk memperoleh pengukuran memberikan masukan dalam rangka penyempurnaan kegiatan program Pengabdian Pada Masyarakat di masa yang akan

datang sehingga semakin mempunyai manfaat dan makna. Adapun evaluasi kegiatan mencakup hal-hal berikut:

Tanggapan peserta tentang materi secara keseluruhan

- a. Kesesuaian materi dengan tema
- b. Kesesuaian materi dengan kebutuhan peserta
- c. Tanggapan peserta pada penyampaian materi oleh narasumber
- d. Tema yang diharapkan pada program pengabdian pada masyarakat yang akan datang

2.6. Peran dan Tugas Tim

Tabel 1. Peran dan Tugas Tim Pelaksana

No	Tim Pelaksana	Peran	Uraian Tugas
1	Ketua	Menyusun Proposal	a) Merumuskan permasalahan mitra b) Menyusun rekomendasi solusi
		Implementasi	Menyampaikan materi
		Menyusun Laporan	a) Monitoring evaluasi keberhasilan program b) Menyusun laporan
2	Anggota (Dosen)	Menyusun Proposal	Melakukan analisis situasi
		Implementasi	a) Menyusun materi program b) Praktek demonstrasi
3	Anggota (Mahasiswa)	Menyusun Laporan	Publikasi luaran
		Implementasi	Mendukung praktek demonstrasi
		Evaluasi	Mendukung monitoring evaluasi program

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Hasil

Kegiatan Pengabdian Pada Masyarakat yang berjudul “Public Speaking Dalam Membangun Identitas Personal Melalui Media Sosial” telah terselenggara dengan baik dan lancar, aktivitas kegiatan dapat berlangsung dengan optimal, dimulai dari proses pembukaan, penyampaian materi, simulasi, evaluasi dan penutupan. Agenda kegiatan diselenggarakan di SMK Muhammadiyah 1 Tangerang. Kegiatan pembekalan tersebut telah dilaksanakan pada hari Rabu, 31 Januari 2024, dimulai dari pukul 08.00 sampai dengan selesai. Adapun rincian kegiatan yang dilaksanakan sebagai berikut:

- a. Penyampaian materi tentang teknik public speaking, pemanfaatan fitur-fitur live di media sosial,
- b. Pelatihan dengan metode praktek public speaking untuk konten live di media sosial sebagai sarana dalam membentuk identitas personal. Pada tahap ini tim pengabdian memberikan contoh teknik public speaking, kemudian memberikan kesempatan pada siswa untuk berbicara seolah sedang membuat konten live.

Saat mengawali materi, tim pengabdian menanyakan mengenai pengalaman siswa pada aktivitas di media sosial. Sebagian besar dari mereka menggunakan media ini sebagai sarana hiburan dan informasi serta media pengungkapan diri dalam bentuk foto, video, dan quotes. Sedangkan, ada beberapa siswa yang mengatakan aktif melaksanakan kegiatan live dengan konten sederhana, seperti mengomentari isu yang sedang viral, review film maupun novel, online game, review kuliner dan wisata, dan share cerita atau pengalaman yang sedang dialami. Uniknya, menurut pengakuan para siswa ini, sebagian dari mereka enggan menunjukkan wajah saat live, lebih memilih menggunakan avatar atau fitur pendukung lain, yang artinya, pada konten live tersebut, hanya menampilkan foto atau video dengan latar belakang suara mereka. Alasan yang utama adalah rasa kurang percaya diri dan malu apabila menampilkan wajah dan gesture. Hal ini kemudian menjadi point bagi tim untuk melatih kemampuan peserta dalam public speaking. Ada beberapa teknik yang disampaikan oleh tim pengabdian, diantaranya seperti *manuscript style*, dimana siswa dapat membuat teks terlebih dahulu, untuk dibaca dan dikoreksi sebelum konten

live yang mereka buat diunggah. Teknik yang kedua yaitu *memorized style*, meskipun terlihat lebih mudah, ada kelemahan dalam teknik ini apabila pengetahuan siswa masih kurang cukup memadai tentang isi pesan yang akan disampaikan. Teknik yang ketiga adalah *persuasive style*, pada teknik ini, siswa mengajak dan memengaruhi audiens untuk berinteraksi, memberikan komentar maupun pendapat. Teknik ini lebih mirip dengan teknik *audiens engagement*, yaitu terciptanya interaksi antara siswa dengan audiens secara berulang.

Hasil kegiatan ini dapat dilihat dari evaluasi program melalui kuesioner. Berikut adalah isian kuesioner peserta:

Tabel 2. Kuesioner Evaluasi PPM

No	Item Pernyataan Kuesioner	Penilaian Siswa
1	Kesesuaian tema dengan kebutuhan peserta kegiatan	4,27
2	Isi/Materi yang disampaikan dalam kegiatan	4
3	Kompetensi pembicara/narasumber	4,18
4	Suasana yang dibangun dalam kegiatan	4,15
5	Media yang digunakan dalam kegiatan	4,18
6	Kesesuaian jadwal dan waktu kegiatan	4,24
7	Kesesuaian tempat/lokasi kegiatan	4,27
8	Sarana, prasarana, dan fasilitas yang disediakan	4,18
9	Manfaat yang diperoleh dari kegiatan	4,30
10	Keseluruhan tingkat kepuasan terhadap kegiatan	4,60
Nilai Rata-rata		4,23

Pada akhir kegiatan, siswa menyadari bahwa public speaking dalam aktivitas live di media sosial bukan sekedar berbicara, ada beberapa hal yang perlu dilakukan sebelumnya, dimulai dari mengumpulkan informasi terkait isu atau pesan yang akan disampaikan, melatih diri secara berulang sehingga dapat menghindari rasa canggung, mampu fasih berbicara dengan artikulasi yang mudah diterima atau didengar oleh audiens.

3.2. Pembahasan

Berdasarkan hasil kegiatan yang telah diuraikan pada sub bab diatas, tim pengabdian memperoleh gambaran bahwa sebagian siswa memiliki kepercayaan diri yang cukup untuk aktivitas live di media sosial, sebagian lainnya tidak percaya diri karena beberapa hal, seperti tidak suka tampil di hadapan public, tidak tertarik untuk membuat konten, menggunakan media sosial secara pasif sebagai media hiburan dan sumber informasi. Meskipun demikian, pada sebagian siswa yang terbiasa 'tampil' pada aktivitas live, mengakui bahwa masih ada beberapa teknik yang harus diperdalam dan dikuasai melalui latihan-latihan. Kemudian mereka mempertimbangkan untuk konsisten dalam konten tertentu agar terbentuk identitas personal sehingga memiliki daya tarik, ciri khas dan keunikan.

Hasil praktek public speaking menunjukkan bahwa siswa belum pernah terpikirkan untuk memahami audiens dan kebutuhannya. Sehingga komunikasi cenderung satu arah, disaat mereka memiliki ide untuk live, maka mereka lakukan, dengan tidak mempertimbangkan respon audiens. Selain itu, siswa cenderung menggunakan gaya tubuh yang monoton, dengan ekspresi yang berulang. Dan mereka menyadari hal ini dapat dikembangkan dan dibuat menjadi lebih bervariasi. Seperti misalnya review film, menyertakan ekspresi dan emosi komunikator tentunya akan membuat konten tersebut lebih menarik, dan menjadi pertimbangan audiens untuk follow, memberikan like, komentar, dan lainnya.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan interaksi antara tim pengabdian dengan siswa SMK Muhammadiyah 1 Tangerang, serta hasil evaluasi program, tim dapat menyimpulkan kegiatan ini dapat diterima dan bermanfaat bagi peserta. Skor tertinggi pada komponen evaluasi adalah tentang keseluruhan tingkat kepuasan terhadap kegiatan ini dengan nilai 4,60. Hasil lainnya dengan skor 4,30 mewakili

komponen manfaat yang diperoleh dari kegiatan, serta skor 4,27 mengenai komponen kesesuaian tema dengan kebutuhan peserta kegiatan.

Hasil lainnya adalah, tim menyadari bahwa pelatihan public speaking ini tidak dapat dilaksanakan satu kali saja. Begitupula dengan kemampuan siswa, dapat terus berkembang dengan latihan-latihan secara konsisten.

DAFTAR PUSTAKA

- Alisoy, H. (2024). Navigating Impromptu Speaking Strategies for Successful Spontaneous Conversations. *Web of Semantics: Journal of Interdisciplinary Science*, 2(1), 1-8.
- Cahyani, I., Wintoro, H., & Syafa'ah, N. (2024). Pelatihan Public Speaking untuk Meningkatkan Soft Skill Siswa MA Al Fatah Banjarnegara. *Jurnal Ragam Pengabdian*, 1(3), 77-85.
- Haroen, D. (2014). *Personal Branding: Kunci Kesuksesan Anda Berkiprah Di Dunia Politik*. Gramedia.
- IDN Research Institute. (2024). Indonesia Gen Z. *IDN Research Institute*, 102.
- Marden, O. S., Carnegie, D., Esenwein, J. B., & Dickson, H. (2024). *PUBLIC SPEAKING: The Art Of Public Speaking, How To Speak In Public & The Manual of Public Speaking: Mastering the Oratory Craft: Transformative Insights on Public Speaking*. Good Press.
- Munz, S. M., McKenna-Buchanan, T., & Wright, A. M. (Eds.). (2024). *The Routledge handbook of public speaking research and theory*. Routledge.
- Napitupulu S. (2023). *Public speaking: Arti, Metode, Manfaat, Tujuan, Dan Cara meningkatkan skill-nya*. Glints.Com. <https://glints.com/id/lowongan/kemampuan-public-speaking/>
- Novita, D., Aerwanto, A., Arfian, M. H., Hanifah, H., Susanto, S., Purwati, S., & Rusmana, H. (2024). Personal Branding Strategi Untuk Memenangkan Pasar. *Journal of Innovation Research and Knowledge*, 4(2), 953-960.
- Rudnick, J. J., Roberts, D., Sonsalla, T., Fowler, V., & Webb, C. (2024). Delivery Modes, Elements, and Exceptions: Exploring and Troubling the Canon of Delivery in Public Speaking. In *The Routledge Handbook of Public Speaking Research and Theory* (pp. 121-132). Routledge.
- Style, I. (2024). Memorized Style. *The Routledge Handbook of Public Speaking Research and Theory*, 121.
- Taman, P., Anwar, M., & Amraj, M. A. K. (2024). How Public Speaking Promotes Critical Thinking Skills: Manuscript Method. *Jurnal Pengabdian Masyarakat (JUDIMAS)*, 2(1), 199-208.
- Yong, V., Saccomandi, A., Chin, K., Lutzow, L., DuCette, J. P., Bueno, R., & Erkmen, C. P. (2024). Impromptu Speaking: Teaching an Essential Leadership Skill. *Journal of Surgical Education*, 81(12), 103313.