Krepa: Kreativitas Pada Abdimas
ISSN 2988-3059
Cahaya Ilmu Bangsa

Vol X No X Tahun 2025
Prefix DOI : 10.9765/Krepa.V218.3784

PENGEMBANGAN KETERAMPILAN PUBLIC SPEAKING DAN STORYTELLING SEBAGAI UPAYA MENINGKATKAN PERCAYA DIRI ANAK DALAM MEMASARKAN PRODUK

Ahmad Maulana Irfanudin[1], Amirudin[2], Diana Azwina[3]
[1,2,3]Program Studi Manajemen S-1, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang
Email : dosen01868@unpam.ac.id[1]

ABSTRAK

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini bertujuan untuk meningkatkan keterampilan komunikasi anak-anak binaan Yayasan Pundi Amal Dermawan Indonesia melalui pengembangan kemampuan public speaking dan storytelling. Kedua keterampilan ini menjadi aspek penting dalam membangun rasa percaya diri anak, khususnya ketika mereka terlibat dalam aktivitas pemasaran produk hasil karya sendiri. Permasalahan utama yang dihadapi mitra meliputi rendahnya kepercayaan diri anak dalam berbicara di depan umum, kurangnya pemahaman teknik komunikasi efektif, keterbatasan kemampuan menyusun cerita menarik, minimnya pelatihan terstruktur, serta belum adanya integrasi antara keterampilan komunikasi dan pemasaran produk. Kegiatan PKM dilaksanakan selama lima hari, mulai tanggal 24 hingga 28 September 2025, melalui rangkaian pelatihan dan pendampingan yang mencakup pengenalan public speaking, teknik dasar komunikasi, workshop storytelling kreatif, simulasi pemasaran produk, serta evaluasi dan refleksi. Metode yang digunakan meliputi ceramah interaktif, role play, creative workshop, simulasi presentasi, dan penilaian performa. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan kepercayaan diri anak, kemampuan berbicara di depan audiens, serta keterampilan menyusun narasi pemasaran yang lebih kreatif. Kegiatan ini tidak hanya memberikan manfaat jangka pendek, tetapi juga menghasilkan model pembelajaran yang dapat diterapkan secara berkelanjutan oleh yayasan.

Kata Kunci : Public speaking, Pemasaran produk, pengabdian masyarakat

ABSTRACT

This Community Service Program (PKM) aims to enhance the communication skills of children under the guidance of Yayasan Pundi Amal Dermawan Indonesia by developing their public speaking and storytelling abilities. These skills play an essential role in building children's confidence, particularly when they are involved in marketing activities for products they have created. The main problems identified include low confidence in public speaking, limited understanding of effective communication techniques, lack of storytelling ability, insufficient structured training, and the absence of an integrated approach that combines communication skills with product marketing.

The program was implemented over five days, from September

Article History
Received: November 2025
Reviewed: November 2025
Published: Desember 2025

Plagirism Checker No 234.KK.443
Prefix DOI : **10.9765/Krepa.V218.3784**
Plagirism Checker No 234
Prefix DOI : Prefix DOI : 10.8734/Krepa.v1i2.365
Copyright : Author
Publish by : Krepa

This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License

Krepa: Kreativitas Pada Abdimas
ISSN 2988-3059
Cahaya Ilmu Bangsa
Vol X No X Tahun 2025
Prefix DOI : 10.9765/Krepa.V218.3784

24 to 28, 2025, through a series of training and mentoring sessions covering the introduction to public speaking, fundamental communication techniques, creative storytelling workshops, product marketing simulations, and evaluation and reflection activities. The methods used included interactive lectures, role plays, creative workshops, simulation-based presentations, and performance assessments. The results indicate significant improvements in children's confidence, their ability to speak in front of an audience, and their skill in crafting creative marketing narratives. Beyond the short-term outcomes, this program also provides a sustainable structured learning model that the foundation can continue to apply in future activities.
***Keywords**: Public speaking, Product Marketing, community service*

PENDAHULUAN

Pengembangan keterampilan komunikasi merupakan salah satu elemen penting dalam proses pembentukan karakter dan kompetensi anak usia sekolah. Kemampuan berbicara di depan umum (public speaking) dan menyampaikan cerita secara menarik (storytelling) berperan besar dalam membangun rasa percaya diri serta kemampuan mengekspresikan ide dan gagasan. Konsep *self-efficacy* sebagai keyakinan seseorang terhadap kemampuannya terbukti memiliki pengaruh besar terhadap performa individu dalam berbagai aktivitas (Schunk & DiBenedetto, 2020). Anak dengan tingkat *self-efficacy* yang tinggi akan lebih berani mencoba, tampil, dan berkomunikasi secara efektif dalam situasi yang menuntut interaksi sosial seperti kegiatan pemasaran produk.

Dalam konteks pemasaran produk, kemampuan komunikasi menjadi aspek penting yang tidak dapat dipisahkan. Pemasaran yang efektif membutuhkan penyampaian pesan yang jelas, menarik, dan meyakinkan kepada audiens. Kotler dan Keller (2016) menegaskan bahwa komunikasi pemasaran merupakan proses strategis dalam menyampaikan nilai produk kepada konsumen secara persuasif. Ketika anak-anak terlibat dalam kegiatan pemasaran seperti bazar atau penjualan produk hasil karya, mereka tidak hanya membutuhkan pemahaman tentang produk, tetapi juga keterampilan menyampaikannya secara meyakinkan kepada calon pembeli.

Public speaking dan storytelling sendiri telah lama diakui sebagai keterampilan kunci dalam membangun komunikasi persuasif. Lucas (2019) menyatakan bahwa public speaking tidak hanya mencakup kemampuan berbicara, tetapi juga seni menyampaikan pesan secara terstruktur, jelas, dan penuh percaya diri. Di sisi lain, storytelling memainkan peran strategis dalam pemasaran karena menciptakan hubungan emosional antara audiens dan produk. Denning (2011) menekankan bahwa cerita yang kuat dapat meningkatkan keterlibatan emosional dan memperkuat pesan yang disampaikan. Dengan demikian, kombinasi keduanya menjadi elemen penting dalam mendukung kemampuan anak memasarkan produk secara lebih efektif dan menarik.

Namun, hasil observasi awal di Yayasan Pundi Amal Dermawan Indonesia menunjukkan bahwa sebagian besar anak masih memiliki rasa percaya diri yang rendah, kurang memahami teknik komunikasi efektif, serta belum mampu menyusun alur cerita kreatif untuk mendukung promosi produk. Minimnya program pelatihan terstruktur dan kurangnya pendampingan membuat anak-anak belum memperoleh kesempatan yang memadai untuk mengembangkan

Krepa: Kreativitas Pada Abdimas
ISSN 2988-3059
Cahaya Ilmu Bangsa
Vol X No X Tahun 2025
Prefix DOI : 10.9765/Krepa.V218.3784

kedua keterampilan tersebut. Oleh karena itu, kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini hadir sebagai solusi melalui pelatihan intensif public speaking dan storytelling yang terintegrasi dengan praktik pemasaran produk guna meningkatkan rasa percaya diri dan kompetensi komunikasi anak.

METODE

Metode pelaksanaan kegiatan PKM ini dirancang secara sistematis dengan mengombinasikan pendekatan edukatif, partisipatif, dan aplikatif. Setiap aktivitas diformat dalam bentuk pelatihan interaktif dan pendampingan langsung agar anak-anak dapat mengembangkan keterampilan public speaking dan storytelling secara optimal. Pendekatan yang digunakan mencakup ceramah interaktif, diskusi kelompok, *role play*, *creative workshop*, simulasi pemasaran, dan evaluasi performa. Dengan kombinasi metode tersebut, peserta tidak hanya memperoleh pemahaman teoritis, tetapi juga pengalaman praktik yang memperkuat kompetensi komunikasi mereka. Selain itu, keterlibatan aktif melalui kegiatan simulatif diharapkan mampu meningkatkan rasa percaya diri peserta dalam berbicara di depan umum serta menyampaikan narasi pemasaran secara lebih efektif.

TEMPAT DAN WAKTU

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini dilaksanakan di Yayasan Pundi Amal Dermawan Indonesia, yang menjadi lokasi pembinaan bagi anak-anak yang terlibat dalam program. Pelaksanaan kegiatan berlangsung selama lima hari, yaitu mulai tanggal **24 hingga 28 September 2025**. Setiap hari pelatihan dirancang dengan materi yang berbeda dan saling berkelanjutan, sehingga peserta dapat mengembangkan kemampuan secara bertahap mulai dari pengenalan konsep dasar hingga praktik simulasi pemasaran. Waktu kegiatan disesuaikan dengan jadwal aktivitas yayasan, dengan durasi pelatihan antara 2 hingga 3 jam per sesi.

METODE KEGIATAN

Rangkaian kegiatan PKM dilakukan dalam lima tahapan utama sesuai jadwal harian, yaitu:

1. Hari Pertama – Pengenalan Public Speaking dan Peningkatan Kepercayaan Diri

Kegiatan diawali dengan ice breaking dan sesi motivasi untuk membangun suasana belajar yang nyaman. Peserta diperkenalkan dengan konsep dasar public speaking, manfaat komunikasi efektif, serta strategi membangun rasa percaya diri. Metode yang digunakan antara lain ceramah interaktif, diskusi kelompok, dan latihan sederhana untuk melatih keberanian berbicara.

2. Hari Kedua – Teknik Dasar Public Speaking

Fokus pembelajaran meliputi intonasi suara, pengelolaan pernapasan, bahasa tubuh, kontak mata, ekspresi wajah, serta cara mengatasi rasa gugup. Anak-anak berlatih melalui role play dan drill practice, sehingga terbiasa tampil berbicara di hadapan audiens.

3. Hari Ketiga – Storytelling Kreatif dalam Pemasaran Produk

Peserta belajar teknik menyusun alur cerita, penggunaan emosi dalam cerita, serta cara menghubungkan cerita dengan nilai produk. Melalui creative workshop, anak-anak diminta membuat cerita singkat tentang produk hasil karya mereka, kemudian mempresentasikannya secara kreatif.

Krepa: Kreativitas Pada Abdimas
ISSN 2988-3059
Cahaya Ilmu Bangsa
Vol X No X Tahun 2025
Prefix DOI : 10.9765/Krepa.V218.3784

4. Hari Keempat – Simulasi Pemasaran dan Presentasi Produk

Peserta menerapkan keterampilan public speaking dan storytelling melalui simulasi pemasaran. Mereka melakukan presentasi produk di hadapan pendamping dan teman sebaya. Kegiatan ini memberikan pengalaman nyata serta memungkinkan peserta menerima peer feedback untuk meningkatkan kualitas penyampaian.

5. Hari Kelima – Evaluasi, Refleksi, dan Rencana Tindak Lanjut

Kegiatan difokuskan pada evaluasi kemampuan peserta, refleksi terhadap pengalaman pelatihan, dan diskusi tindak lanjut. Penilaian dilakukan menggunakan performance assessment untuk melihat perkembangan public speaking dan storytelling peserta. Pada tahap ini peserta diarahkan untuk menerapkan keterampilan yang diperoleh pada kegiatan pemasaran nyata yayasan di masa mendatang

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan PKM selama lima hari menunjukkan peningkatan kemampuan komunikasi anak secara bertahap dan terukur. Pada hari pertama, sebagian besar anak terlihat masih malu, ragu, serta kurang memahami struktur komunikasi dasar seperti pembukaan, isi, dan penutup. Hal ini sejalan dengan temuan Yuliana (2020) yang menyatakan bahwa anak usia dini sering mengalami hambatan percaya diri ketika harus berbicara di depan orang banyak. Setelah diberikan pengenalan public speaking secara sederhana melalui aktivitas permainan suara dan perkenalan diri, anak mulai menunjukkan ketertarikan dan partisipasi yang lebih aktif.

Pada hari kedua dan ketiga, kegiatan berfokus pada pelatihan teknik vokal, ekspresi wajah, kontak mata, dan penyusunan alur cerita. Penggunaan metode bermain sambil belajar terbukti efektif dalam meningkatkan keberanian anak, sejalan dengan pendapat Sari dan Fitri (2021) yang menjelaskan bahwa pendekatan pembelajaran interaktif dapat meningkatkan motivasi belajar serta membantu anak menguasai keterampilan berbicara dengan lebih cepat. Anak-anak terlihat lebih berani dalam mencoba berbagai gaya bercerita, bahkan beberapa mulai menunjukkan spontanitas dalam berimprovisasi.



Gambar 1. Pelaksanaan Pengabdian Masyarakat Universitas Pamulang di Yayasan PADI

Memasuki hari keempat, ketika anak mulai mempraktikkan storytelling dan mempresentasikan produk sederhana, terlihat adanya peningkatan kelancaran berbicara. Anak

mampu menyusun cerita yang lebih runtut, memilih kata yang lebih tepat, serta menunjukkan ekspresi yang lebih natural. Temuan ini konsisten dengan penelitian Rahmawati (2019) yang menyatakan bahwa storytelling dapat meningkatkan kemampuan komunikasi, kreativitas, dan keberanian anak dalam mengekspresikan diri. Pada sesi ini, guru juga berperan aktif memberikan penguatan positif sehingga anak merasa lebih percaya diri.

Pada hari terakhir, penampilan akhir anak menunjukkan perkembangan yang signifikan. Anak bukan hanya berani berbicara di depan teman dan guru, tetapi juga mampu memasarkan produk sederhana menggunakan kalimat ajakan (persuasive sentences) secara natural. Hal ini memperkuat penelitian Anggraini (2022) yang menemukan bahwa latihan public speaking yang dilakukan secara berulang dan konsisten mampu meningkatkan kepercayaan diri anak dalam konteks kegiatan sosial maupun edukatif. Secara keseluruhan, kombinasi antara materi yang bertahap, metode praktik langsung, dan dukungan lingkungan belajar yang positif mampu menghasilkan perubahan perilaku yang nyata dan terukur.

KESIMPULAN

Program Pengabdian kepada Masyarakat dengan tema *"Pengembangan Keterampilan Public Speaking dan Storytelling sebagai Upaya Meningkatkan Percaya Diri Anak dalam Memasarkan Produk"* berhasil dilaksanakan selama lima hari dan memberikan dampak positif bagi perkembangan kemampuan komunikasi anak-anak binaan Yayasan Pundi Amal Dermawan Indonesia. Seluruh rangkaian kegiatan—mulai dari pengenalan dasar public speaking, teknik vocal dan ekspresi, penyusunan naskah storytelling, latihan demonstrasi, hingga penampilan akhir—berhasil meningkatkan keberanian serta kepercayaan diri anak saat berbicara di depan publik.

Selain itu, pendekatan pembelajaran yang interaktif dan berbasis praktik terbukti efektif dalam membantu anak memahami konsep pemasaran sederhana melalui kegiatan menjelaskan fitur produk secara lisan. Anak-anak tidak hanya lebih berani berbicara, namun juga mampu menyampaikan pesan secara lebih runtut, jelas, dan menarik. Peran aktif guru dalam mendampingi kegiatan serta dukungan antusias dari para orang tua turut memperkuat keberhasilan program ini.

Dengan demikian, kegiatan PKM ini dapat menjadi model pengembangan soft skills di tingkat pendidikan anak usia dini, khususnya terkait kemampuan komunikasi dan keberanian tampil. Program serupa direkomendasikan untuk dilanjutkan dengan cakupan yang lebih luas serta pengayaan materi seperti komunikasi persuasif, improvisasi, atau *creative presentation* agar kemampuan anak dapat berkembang secara berkelanjutan

DAFTAR PUSTAKA

Anggraini, R. (2022). *Pengembangan Public Speaking untuk Anak Usia Dini melalui Metode Latihan Terstruktur*. Jurnal Pendidikan Anak, 7(1), 45–54.

Denning, S. (2011). *The leader's guide to storytelling: Mastering the art and discipline of business narrative* (2nd ed.). San Francisco, CA: Jossey-Bass.

Irfanudin, A.M., Noryani, Kurniawati, E., Andalusi, R. (2021). PELATIHAN MANAJEMEN PENGELOLAAN TUGAS SISWA SDI NURUL HIDAYAH MENGGUNAKAN APLIKASI GOOGLE DRIVE. Jurnal Pengabdian Sosial, 1(2), 127–132. https://openjournal.unpam.ac.id/index.php/PBS/article/view/12972

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Harlow, England: Pearson Education Limited.

Lucas, S. E. (2019). *The art of public speaking* (13th ed.). New York, NY: McGraw-Hill Education.

Rahmawati, T. (2019). *Storytelling sebagai Metode Pengembangan Bahasa Anak Usia 5-6 Tahun*. Jurnal Golden Age, 3(2), 78–87.

Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2017). *Organizational behavior* (17th ed.). Harlow, England: Pearson Education Limited.

Schunk, D. H., & DiBenedetto, M. K. (2020). Motivation and social cognitive theory. *Contemporary Educational Psychology, 60*, 101832.

Sari, M., & Fitri, A. (2021). *Pembelajaran Interaktif untuk Meningkatkan Kemampuan Berbicara Anak Usia Dini*. Jurnal Obsesi, 5(1), 112–120.

Yuliana, N. (2020). *Analisis Hambatan Kepercayaan Diri Anak Usia Dini dalam Berbicara di Depan Kelas*. Jurnal PAUD Indonesia, 6(2), 101–110.