

PENGGUNAAN BAHASA DALAM TEKNIK *PUBLIC SPEAKING* SHERLY ANNAVITA RAHMI

Desti Radeka¹, Putih Zakiyah²

¹²Universitas Islam Bandung

*destirdka1@gmail.com*¹, *putihzakiyah@gmail.com*²

Abstract: This research aims to find out how language is used in Sherly Annavita Rahmi's public speaking techniques on YouTube social media. The main focus of this article is to analyze how Sherly Annavita Rahmi uses word choice, sentence structure, intonation and language style to influence the audience through public speaking techniques. The research method used is the Descriptive Qualitative Analysis Research Method, where this research uses data collection by making direct observations of research objects on YouTube social media. This research shows that the use of language in the public speaking techniques used is very effective in influencing the audience. This is shown by positive interactions and comments in the discussion column, an increase in the number of likes and positive reactions, shares or reposts of videos, as well as retention and re-watching rates which show that the use of language in Sherly Annavita Rahmi's public speaking technique is one of the keys to success that is able to move audience to make changes and innovate. This finding is in line with previous research conducted by Ina Kartina (2021) showing the importance of using language that is polite and appropriate to the context in attracting attention and maintaining good relationships with the audience. A polite language style not only increases credibility but also makes it easier for the audience to understand the message conveyed.

Keywords: Public Speaking; Language Use; Sherly Annavita Rahmi

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana penggunaan bahasa dalam teknik *public speaking* Sherly Annavita Rahmi di media sosial YouTube. Fokus utama artikel ini adalah untuk menganalisis bagaimana pilihan kata, struktur kalimat, intonasi dan gaya bahasa yang digunakan Sherly Annavita Rahmi dalam mempengaruhi audiens melalui teknik *public speaking*. Metode penelitian yang digunakan adalah Metode Penelitian Analisis Kualitatif Deskriptif yang dimana penelitian ini menggunakan pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan langsung terhadap objek penelitian di media sosial YouTube. Penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan bahasa dalam teknik *public speaking* yang digunakan sangat efektif dalam mempengaruhi audiens. Hal ini ditunjukkan dengan interaksi dan komentar positif di kolom diskusi, peningkatan jumlah like dan reaksi positif, bagikan atau repost video, serta tingkat retensi dan menonton ulang yang menunjukkan bahwa penggunaan bahasa dalam teknik *public speaking* Sherly Annavita Rahmi menjadi salah satu kunci keberhasilan yang mampu menggerakkan audiens untuk melakukan perubahan dan berinovasi. Temuan ini sejalan dengan salah satu penelitian terdahulu oleh penelitian yang dilakukan oleh Kartina (2021) menunjukkan bahwa pentingnya menggunakan bahasa yang sopan dan sesuai konteks dalam menarik perhatian dan menjaga hubungan baik dengan audiens. Gaya bahasa yang santun tidak hanya meningkatkan kredibilitas tapi juga mempermudah pemahaman audiens terhadap pesan yang disampaikan.

Kata kunci: *Public Speaking*; Penggunaan Bahasa; Sherly Annavita Rahmi

PENDAHULUAN

Public speaking atau berbicara di depan umum merupakan keterampilan yang sangat penting dimiliki oleh setiap individu, baik untuk dunia profesional maupun individu atau kelompok. Kemampuan ini tidak hanya digunakan untuk menyampaikan informasi kepada audiens. Menurut Zarefsky (2018) *public speaking* adalah suatu proses penyampaian pesan lisan dengan tujuan memengaruhi, meyakinkan, atau menghibur audiens. Ia menekankan bahwa *public speaking* melibatkan interaksi antara pembicara dan audiens, melibatkan ekspresi verbal dan non-verbal. Kemampuan berbicara dengan jelas dan persuasif di depan audiens dapat memberikan dampak yang besar terhadap karier, kehidupan sosial dan kesuksesan pribadi (lihat Rosdayanti dkk., 2021; Kusumayati, 2014; Nugrahani dkk., 2012). Lebih luasnya manfaat *public speaking* menurut Devito (2015) yaitu untuk memperbaiki kemampuan seni berbicara, memperbaiki kemampuan diri pribadi dan sosial serta memperbaiki hubungan akademik dan karir.

Seiring dengan perkembangan zaman, kemampuan *public speaking* semakin dianggap penting dan dibutuhkan dalam berbagai bidang kehidupan. Oleh karena itu, penggunaan teknik *public speaking* yang efektif menjadi sangat penting. Salah satu teknik *public speaking* yang sangat vital adalah penggunaan bahasa. Zarefsky (2018) membahas bahwa pembicaraan perlu memahami kekuatan kata-kata dan bagaimana dapat memengaruhi audiens. Memilih kata-kata dengan cermat, menggunakan frasa yang dapat dimengerti oleh berbagai lapisan audiens, dan menghindari jargon yang mungkin membingungkan adalah praktik yang ditekankan. karena bahasa berperan penting dalam menciptakan komunikasi yang jelas, meyakinkan, dan memengaruhi audiens. Menurut Broos & Warren dalam Effendy (1953) mendefinisikan *Public Speaking* sebagai seni penggunaan bahasa secara efektif. Maka dengan

adanya *public speaking*, ada sebuah perubahan dari orang lain baik tingkah laku ataupun sikap melalui pesan sebagai keinginan pembicara.

Sherly Annavita Rahmi, seorang praktisi *public speaking* yang dikenal dengan kemampuan berbicara yang persuasif, memotivasi, dan mampu memberikan pesan dengan jelas yang mampu mempengaruhi pemahaman dan respons audiens. Dalam setiap video yang diunggah oleh Sherly Annavita Rahmi di media sosial YouTube, penggunaan bahasa menjadi salah satu aspek penting yang mendukung keberhasilan penyampaian pesan yang disampaikan. Oleh karena itu, perlunya peneliti menganalisis bagaimana penggunaan bahasa dalam teknik *public speaking* yang diterapkan oleh Sherly Annavita Rahmi berhasil mempengaruhi audiens.

Penelitian yang mengkaji tentang *public speaking* dalam beberapa tahun terakhir cukup banyak dipublikasikan. *Pertama*, penelitian yang dilakukan oleh Zakiyah dkk. (2022), menunjukkan bahwa gaya bahasa Sherly berkontribusi besar terhadap daya tarik audiens dan efektivitas komunikasinya. Dengan karakter yang logis, aktif, produktif, dan positif, Sherly berhasil menginspirasi banyak anak muda untuk mengikuti jejaknya. Penelitian ini juga mencatat bahwa akun YouTube-nya berkembang pesat sejak didirikan pada tahun 2019, dengan jumlah *subscriber* mencapai 619 ribu pada Juli 2022.

Kedua, penelitian yang dilakukan oleh Mahanum (2022) menunjukkan bahwa meskipun konten dakwah Sherly bersifat positif, respons dari penonton dapat bervariasi tergantung pada perspektif individu dan faktor-faktor lain seperti latar belakang sosial, pendidikan, dan pengalaman pribadi. Hal ini menunjukkan bahwa kompleksitas dalam komunikasi media sosial dan pentingnya memahami audiens dalam konteks dakwah melalui platform digital.

Ketiga, penelitian yang dilakukan oleh Kartina (2021) menunjukkan bahwa pentingnya menggunakan bahasa yang sopan dan sesuai

konteks dalam menarik perhatian dan menjaga hubungan baik dengan audiens. Gaya bahasa yang santun tidak hanya meningkatkan kredibilitas tapi juga mempermudah pemahaman audiens terhadap pesan yang disampaikan.

Keempat, penelitian yang dilakukan oleh Nurhayati & Probowati (2022) menunjukkan bahwa penggunaan bahasa yang komunikatif, sopan, dan sesuai konteks sangat penting dalam menyampaikan isu-isu aktual. Hal ini tidak hanya meningkatkan efektivitas penyampaian pesan tetapi juga memperkuat hubungan antara Sherly dan audiensnya.

Kelima, penelitian yang dilakukan oleh Fathoni dkk. (2021) menunjukkan bahwa pelatihan *public speaking* secara signifikan meningkatkan kemampuan komunikasi sosial peserta, termasuk dalam menyampaikan ide dengan jelas dan mempengaruhi orang lain. Penelitian ini dapat dihubungkan dengan praktik *public speaking* yang dilakukan oleh Sherly Annavita Rahmi, yang menekankan pentingnya teknik komunikasi yang efektif.

Merujuk pada paparan sebelumnya, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penggunaan bahasa dalam teknik *public speaking* yang diterapkan oleh Sherly Annavita Rahmi. penelitian ini akan menganalisis bagaimana pilihan kata, struktur kalimat, intonasi, dan gaya bahasa yang digunakan Sherly Annavita dalam mempengaruhi audiens melalui teknik *public speaking*.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif, dimana pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan langsung terhadap objek penelitian. Maka dari itu, dalam penelitian ini akan dijelaskan secara deskriptif mengenai penggunaan bahasa dalam teknik *public speaking* Sherly Annavita Rahmi. Menurut Whitney dalam Nazir (2014:43) menyatakan “Metode deskriptif adalah pencarian fakta dengan interpretasi yang

tepat”. Oleh karenanya penggunaan metode deskriptif dilakukan dengan mencari fakta-fakta dari objek kajian yang akan diteliti, kemudian melakukan pengumpulan data-data yang terdiri dari kata-kata atau tuturan.

Sejalan dengan hal tersebut, Creswell (2012) menyatakan “pengamatan adalah sebuah proses pengumpulan informasi langsung tanpa ujung yang dilakukan dengan mengamati orang atau tempat di sebuah situs penelitian”. Dalam pengamatan, peneliti melakukan analisis secara langsung terhadap video yang diunggah di media sosial YouTube yang dimiliki oleh Sherly Annavita Rahmi. Dengan demikian, untuk memperoleh data yang objektif dan akurat, peneliti melakukan pengamatan terhadap situs penelitian di media sosial YouTube, dengan cara mengamati video yang diunggah oleh Sherly Annavita Rahmi. Pengamatan ini bertujuan untuk menganalisis penggunaan bahasa dalam teknik *public speaking* yang diterapkan oleh Sherly Annavita Rahmi. Penelitian ini dilakukan melalui analisis terhadap video yang diunggah, yang tercermin dari respon audiens terhadap video yang diunggah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Setelah melakukan penelitian, Komponen-komponen yang dianalisis meliputi pemilihan kata, struktur kalimat, intonasi dan gaya bahasa. Berikut adalah analisis terhadap setiap komponen dalam penggunaan bahasa dalam teknik *public speaking* Sherly Annavita Rahmi di media sosial YouTube.

Pilihan Kata

Pilihan kata menjadi salah satu faktor penting dalam teknik *public speaking* karena dapat mempengaruhi reaksi audiens terhadap pesan yang disampaikan. Menurut Andiwi PS (1917) Ia percaya bahwa pemilihan kata tertentu yang diucapkan dengan cara tertentu akan sangat mempengaruhi publik pendengarnya. Sherly Annavita Rahmi memilih kata-kata yang sederhana, jelas, dan mudah dipahami oleh audiens meskipun

dari latar belakang yang berbeda-beda. Selain itu, dia juga sangat berhati-hati dalam memilih kata agar menciptakan kesan yang baik dan memberi dampak emosional kepada audiens.

Contohnya, dalam salah satu seminar pada tanggal 7 Mei 2021 di Sidoarjo. Seminar tersebut dibawakan oleh Sherly Annavita dengan judul Peran Pemuda Muslim di Generasi “Z,” beliau menggunakan kata-kata yang menginspirasi dan mendorong audiens untuk bertindak, seperti “peluang,” “keberhasilan,” dan “langkah nyata.” Pemilihan kata-kata tersebut menciptakan suasana positif yang mendorong pemuda untuk berpikir dan bertindak lebih terarah mengenai peran mereka sebagai Generasi “Z”.

Sherly Annavita sering menggunakan diksi yang kuat dan relevan untuk menginspirasi generasi muda agar memahami potensi dan peran mereka. Berikut adalah contoh lain bagaimana kata-kata Sherly menciptakan motivasi dan semangat pemuda untuk bertindak. Menggerakkan dengan “kesempatan,” “Semangat,” dan “Kebangkitan”. Hal ini diucapkan oleh Sherly pada salah satu momen penting saat ia berbicara di Auditorium Ahmad Dahlan Universitas Muhammadiyah Sidoarjo (Umsida) pada tanggal 18 Juni 2023. Sherly mendorong generasi muda untuk maju dan berani meraih cita-cita mereka.

Dalam seminar kebangsaan yang diadakan oleh BEM FMIPA Untan pada 12 September 2020, Sherly menegaskan bahwa semangat adalah bahan bakar utama yang harus dipertahankan oleh pemuda. Anwar (2018) mengatakan “pemuda merupakan tonggak dari sebuah peradaban, yang mana selalu menjadi harapan dalam setiap kemajuan serta menjadi tumpuan para generasi.” Hal tersebut sangat erat kaitannya dengan kata-kata yang diucapkan oleh Sherly dalam seminar, seperti “kesempatan” dan “kebangkitan” memicu rasa optimisme, sekaligus menanamkan tanggung jawab bahwa tidak ada hasil yang datang tanpa usaha. Ia mendorong audiens untuk mengambil peluang

yang ada dan mengubahnya menjadi kesuksesan yang berarti.

Struktur Kalimat

Struktur kalimat yang digunakan oleh Sherly Annavita Rahmi sangat mempengaruhi bagaimana audiens memahami pesan yang disampaikan oleh komunikator. Zulhendra dkk. (2024) mengatakan bahwa diksi yang tepat sangat penting dalam berkomunikasi karena dapat memperkuat efektivitas pesan dan menciptakan kesan emosional yang diinginkan. Pilihan kata yang jelas, padat, dan sesuai dengan konteks memastikan bahwa pesan diterima dan dipahami dengan benar oleh audiens. Dalam teknik *public speaking*, struktur kalimat yang digunakan perlu jelas dan teratur agar memudahkan audiens memahami alur pembicaraan. Dalam teknik *public speaking* yang diterapkan oleh Sherly Annavita, struktur kalimat yang digunakan mudah dimengerti, namun tetap mengandung pesan yang dalam, misalnya; beliau sering menggunakan kalimat dengan pola: “Jika Anda ingin (tujuan), maka Anda harus (tindakan)”. Struktur ini memudahkan audiens untuk memahami arahan yang disampaikan.

Sherly Annavita Rahmi juga sering menggunakan kata-kata yang memotivasi dan menginspirasi dalam membangun hubungan emosional dengan audiensnya. Pilihan kata yang digunakan cenderung sederhana, tetapi mengandung makna yang kuat dan relevan dengan pengalaman sehari-hari audiens. Misalnya, dalam membahas pentingnya perubahan diri, Sherly kerap menggunakan kalimat seperti, “perubahan besar selalu dimulai dari langkah kecil. Tidak apa-apa jika anda gagal hari ini, yang penting anda bangkit lagi hari esok.” Masjid Salman ITB, 4 April 2023. Kalimat tersebut tidak hanya memberikan arahan, tetapi juga menyuntikkan semangat untuk audiens agar terus berusaha meskipun menghadapi kesulitan.

Selain itu, Sherly sering menggunakan analogi atau perumpamaan sederhana untuk memperjelas

pesan yang ingin sampaikan. Misalnya, pada saat seminar yang diadakan di Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, 18 Juni 2023. Beliau berkata, "Hidup itu seperti menanam pohon. Jika anda tidak merawatnya hari ini jangan berharap akan menikmati buahnya di masa depan." Pemilihan kata yang penuh makna ini membuat pesan yang disampaikan mudah diingat dan memotivasi audiens untuk bertindak sesuai arahan yang diberikan. Penggunaan pola-pola sederhana seperti ini sangat efektif dalam menjaga fokus dan pemahaman audiens sehingga komunikasi menjadi lebih menarik dan mengesankan.

Intonasi

Intonasi suara adalah komponen penting yang memengaruhi pemahaman audiens terhadap pesan yang disampaikan. Afrianti (2015) mengatakan bahwa Intonasi dapat memberikan nada pada suara maupun memberikan kesan tertentu terkait makna. Perubahan intonasi dalam suatu percakapan dapat menjadi tanda adanya indikasi kesalahan berbicara, seperti perubahan intonasi dari rendah ke nada yang tinggi menandakan seseorang tengah mengalami perasaan emosi. Sherly memiliki kemampuan yang luar biasa dalam mengatur intonasi dengan tepat, salah satu keunggulan utamanya adalah penekanan kata-kata tertentu dan perubahan dalam volume suara. Dengan demikian pesan yang disampaikan mudah dipahami dan diingat oleh audiens, misalnya; saat berbicara tentang peran pemuda. Penekanan kata "pemuda" dapat memperjelas pentingnya peran pemuda dalam membentuk masa depan. Saat berbicara tentang pentingnya pendidikan, penekanan pada kata "pendidikan" dapat memberikan kesan mendalam tentang betapa krusialnya peran pendidikan dalam membentuk karakter individu dan masyarakat. Misalnya, Sherly berkata, "Tanpa pendidikan, kita tidak akan memiliki landasan pengetahuan untuk menghadapi tantangan masa depan." Penekanan pada kata "pendidikan" menyoroti fokus utama dan memengaruhi audiens untuk mengingat

pentingnya nilai tersebut. Selain itu, perubahan intonasi saat menyebutkan kata "tantangan masa depan" dapat membuat audiens merasakan urgensi dan keseriusan topic tersebut.

Contoh lain dalam salah satu talkshow mengenai kesehatan mental yang diadakan di Universitas 'Aisyiyah (UNISA) Yogyakarta, 18 Januari 2024. Sherly berbicara mengenai kesehatan mental. Penekanan pada kata "mental" dapat memperjelas bahwa kesehatan bukan hanya soal fisik. Misalnya, saat Sherly menyatakan, "Kesehatan mental sama pentingnya dengan kesehatan fisik karena keduanya saling memengaruhi." Intonasi yang meningkat saat mengucapkan kata "mental" bisa digunakan untuk memberikan ruang refleksi bagi audiens sehingga mereka memproses pesan dengan lebih baik. Artinya, Intonasi yang tepat, seperti perubahan volume atau nada pada kata-kata kunci, dapat menguatkan makna dan mempengaruhi audiens untuk memahami serta mengingat pesan yang disampaikan.

Gaya Bahasa

Gaya bahasa yang digunakan oleh Sherly Annavita Rahmi adalah salah satu hal yang menjadi ciri khas dibandingkan pembicara yang lain. Sherly memadukan berbagai pendekatan dalam cara berbicaranya, seperti *storytelling*, humor, analogi dan metafora. Dengan menggunakan teknik-teknik tersebut saat berbicara, Sherly mempermudah audiens memahami pesan-pesan yang disampaikan. Sejalan dengan hal ini Sumardjo & Saini K.M. (1994) dalam buku *Antologi Apresiasi Kesusasteraan*, berpendapat bahwa gaya bahasa adalah cara menggunakan bahasa agar daya ungkap atau daya tarik atau sekaligus kedua-duanya bertambah. Adapun penjelasan tentang gaya bahasa Sherly Annavita Rahmi: *yang pertama, storytelling*. Sherly sering menggunakan teknik *storytelling* untuk menyampaikan pesan-pesan yang kompleks menjadi cerita yang menarik dan mudah dipahami. Misalnya, dalam konten vlognya tentang "Ribut Pilpres Amerika," Sherly

bercerita tentang bagaimana peristiwa politik itu mempengaruhi masyarakat dengan cara yang dramatis dan menarik. Dengan demikian, audiens dapat langsung merasakan emosi dan pemahaman yang lebih dalam tentang topik tersebut.

Humor adalah salah satu cara Sherly memadukan gaya bahasa yang menarik. Dia sering menggunakan humor untuk melembutkan suasana dan membuat audiens lebih nyaman. Contohnya, dalam konten “Mau berbuat jahat? Yuk berpikir ulang!”, Sherly menggunakan humor untuk mengajak audiens berpikir ulang tentang perilaku negative dengan cara yang ringan dan menyenangkan. Hal ini membuat audiens lebih siap untuk menerima informasi positif yang disampaikan.

Analogi dan metafora adalah dua teknik yang digunakan Sherly untuk menjelaskan konsep-konsep abstrak dengan cara yang visual dan mudah dipahami. Misalnya, dalam konten “belajar dari Sir Alex Ferguson”, Sherly menggunakan analogi sepak bola untuk menjelaskan strategi bisnis yang efektif. Gaya bahasa ini pertama-tama mencoba mencari perumpamaan atau analogi yang membandingkan suatu hal dengan hal lainnya, yang menunjukkan kesamaan antara dua hal tersebut (Pratiwi, 2019) seperti “Seperti Spak Bola, Bisnis Harus Strategis,” Sherly berhasil menjelaskan konsep bisnis tanpa membuat audiens bosan.

SIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa penggunaan bahasa dalam teknik *public speaking* yang diterapkan oleh Sherly Annavita Rahmi sangat mempengaruhi audiens. Dengan menggunakan kata yang tepat, struktur kalimat yang jelas, intonasi yang variatif, dan gaya bahasa yang menarik, partisipasi audiens dalam media sosial YouTube Sherly Annavita Rahmi dapat dilihat dari interaksi dan komentar positif di kolom diskusi, peningkatan jumlah like dan reaksi positif, bagikan atau repost video,

serta tingkat retensi dan menonton ulang yang menunjukkan bahwa penggunaan bahasa dalam teknik *public speaking* Sherly Annavita Rahmi menjadi salah satu kunci keberhasilan yang mampu menggerakkan audiens untuk melakukan perubahan dan berinovasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Asti, A. F. 2018. *Nalar Pemuda Optimisme Keindonesiaan untuk Nusantara Berkemajuan*. Pekalongan: PT. Nasya Expanding Management.
- Datu, Y. A. 2024. *Buku Ajar Public Speaking*. Medan: PT Media Penerbit Indonesia
- Haryono, C. G. 2020. *Ragam Metode Penelitian Kualitatif Komunikasi*. (D. E. Restiani, Ed.). Sukabumi: CV. Jejak.
- Huszka, B., Stark, A., Aini, I., & Annisa, R. I. 2024. Makna Metafora pada Pembelajaran Bahasa dan Budaya. *Indonesian Language Education and Literature*, 9(2), 439-459. Doi: <http://dx.doi.org/10.24235/ileal.v9i2.16645>
- Kartina, I. 2021. Kesatuan Berbahasa dalam Konten Blog Youtube Sherly Annavita Rahmi: Deskripsi Terhadap Pemakaian Bahasa Indonesia dalam Media Sosial. *Diksatrasia*, 5(1), 188-193. Doi: <http://dx.doi.org/10.25157/diksatrasia.v5i1.6537>
- Kusumayati, L. D. 2014. Penggunaan *Whole Brain Teaching* (WBT) untuk Meningkatkan Kemampuan Berbicara Mahasiswa. *Widya Wacana* 9(1), 11-17. Doi: <https://doi.org/10.33061/www.v9i1.946>
- Meifilina, A. 2021. *Buku Ajar Public Speaking*. Banten: CV. AA. Rizki.
- Nugrahani, D., Kustantinah, I., Himatu K., F., & Larasati. 2012. Peningkatan Kemampuan Public Speaking melalui Metode Pelatihan Anggota Forum Komunikasi Remaja Islam. *E-Dimas*, 3(1), 1-9. Doi: <https://doi.org/10.26877/e-dimas.v3i1.246>
- Putra D, R. 2013. *Menjadi Public Speaking Sukses*. Bekasi: Terang Mulia Abadi.

- Razali, G., dkk. 2023. Pelatihan Public Speaking dalam Meningkatkan Komunikasi Sosial. *Community Development Journal*, 4(2), 4765-4773. Doi: <https://doi.org/10.31004/cdj.v4i2.16094>
- Rifki, R. 2024. Strategi Pengembangan Kemampuan Public Speaking dan Dampaknya. *Edukasi Elita*, 1(4), 51-73. Doi: <https://doi.org/10.62383/edukasi.v1i4.607>
- Rosdayanti, R., Hamdu, G., & Kosasih, E. 2021. Kompetensi Pengetahuan Keterampilan Berbicara Mahasiswa PGSD: Tinjauan Literatur Sistematis. *Pedadidaktika*, 8(2), 508-519. Doi: <https://doi.org/10.17509/pedadidaktika.v8i2.36310>
- Sadiyah, M. H. 2023. Analisis Penggunaan Intonasi, Pemindahan. *Mahasiswa Pendidikan Bahasa Indonesia*, 3(2), 175-180. Doi: <https://doi.org/10.30998/alegori.v3i2.8712>
- Siregar, N. S. S. & Tamsil, I. S. 2022. *Buku Ajar Public Speaking*. Surabaya: Scopindo Media Pustaka.
- Windy, W., Syarifudin, A., & Manalullaili, M. 2023. Analisis Peningkatan Kemampuan Public Speaking dari Menonton K-Drama Bagi Siswi SMA Negeri No 09 Palembang. *Jurnal Ilmu Komunikasi dan Media Sosial*, 3(1), 153–159. Doi: <https://doi.org/10.47233/jkomdis.v3i1.595>
- Wiratama, N. S. 2021. Kemampuan Public Speaking dalam Pembelajaran Sejarah. *Istoria: Jurnal Pendidikan dan Sejarah*, 17(1), 1-17. Doi: <http://dx.doi.org/10.21831/istoria.v17i1.40350>
- Zakiah, K., Wibawa, D., & Astuti, D. R. 2022. Personal Branding Sherly Annavita Rahmi di Media Sosial Youtube. *Ilmu Hubungan Masyarakat*, 6(3), 214-262. Retrieved From <https://Jurnal.Fdk.Uinsgd.Ac.Id/Index.Php/Jurnalistik>
- Zulhendra, Z., Repelita, T., Lahay, C., & Hendra, W. 2024. Strategi Penggunaan Kalimat Efektif dalam Dakwah untuk Meningkatkan
- Pemahaman Audiens. *Pendidikan dan Pengajaran*, 7(3), 9518- 9523. Doi: <https://doi.org/10.31004/jrpp.v7i3.31294>