

# Persepsi Siswa terhadap Pembelajaran Keterampilan Berbicara dalam Pembentukan *Personal Branding* melalui Media Siniar

Uah Maspuroh<sup>1</sup>

Een Nurhasanah<sup>2</sup>

Roni Nugraha Syafroni<sup>3</sup>

Dewi Herlina Sugiarti<sup>4</sup>

<sup>1234</sup> Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Singaperbangsa Karawang, Indonesia

<sup>1</sup>uah.maspuroh@fkip.unsika.ac.id

<sup>2</sup>een.nurhasanah@staff.unsika.ac.id

<sup>3</sup>roni.nugraha@fkip.unsika.ac.id

<sup>4</sup>dewi.herlina@fkip.unsika.ac.id

## Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan persepsi siswa terhadap pembelajaran keterampilan berbicara dalam pembentukan *personal branding* melalui media siniar. Penelitian ini merupakan penelitian lanjutan dari penelitian terdahulu yang telah dilaksanakan oleh peneliti, fokus tujuan penelitian ini yaitu untuk 1) mendeskripsikan proses penelitian persepsi siswa terhadap pembelajaran keterampilan berbicara dalam pembentukan *personal branding* melalui media siniar; 2) mendeskripsikan persepsi siswa terhadap pembelajaran keterampilan berbicara dalam pembentukan *personal branding* melalui media siniar; 3) mendeskripsikan kendala yang dihadapi siswa terhadap pembelajaran keterampilan berbicara dalam pembentukan *personal branding* melalui media siniar. Teori-teori relevan dengan judul penelitian digunakan dalam penelitian, di antaranya teori keterampilan berbicara, *personal branding*, dan siniar. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif deskriptif. Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa mayoritas siswa memiliki persepsi positif setelah mengikuti kegiatan pembelajaran keterampilan berbicara dengan menggunakan media siniar dalam membentuk *personal branding*. Meskipun demikian, terdapat beberapa kendala yang dialami siswa selama mengikuti proses pembelajaran.

**Kata Kunci:** *Persepsi Siswa, Personal branding, Pembelajaran Keterampilan Berbicara, Siniar*

## Pendahuluan

Mata pelajaran bahasa Indonesia acap kali dicap sebagai mata pelajaran yang membosankan dan tidak menarik. Asumsi bahwa kemampuan menggunakan bahasa Indonesia sudah dimiliki secara otomatis oleh siswa sedari usia dini turut memperparah pengabaian terhadap pentingnya mempelajari bahasa Indonesia secara serius sebagai mata pelajaran wajib di sekolah. Padahal, jika ditelusur lebih dalam pelajaran bahasa Indonesia memiliki lapis-lapis materi yang perlu dikuasai siswa untuk menunjang kompetensi berbahasa yang dapat digunakan untuk meningkatkan kualitas diri. Selain itu, kemampuan menggunakan bahasa sesuai kaidah dapat menjadi indikator bahwa

pengguna bahasa tersebut memiliki kecakapan linguistik yang dapat dimanfaatkan dalam menjalin komunikasi baik secara lisan maupun tulisan.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan terhadap siswa dan guru di SMA Negeri 1 Majalaya, Kabupaten Karawang, terdapat beberapa faktor menjadi penyebab mata pelajaran bahasa Indonesia kurang diminati. Faktor tersebut di antaranya adalah karena siswa merasa mata pelajaran bahasa Indonesia tidak perlu dipelajari, siswa tidak antusias dalam menyimak materi, materi disampaikan dengan metode yang monoton, guru jarang menggunakan media dalam mengemas pembelajaran. Ironisnya, meskipun mata pelajaran bahasa Indonesia dianggap sebagai mata pelajaran yang sepele, namun tak jarang siswa yang mendapat nilai di bawah kriteria ketuntasan minimal untuk mata pelajaran bahasa Indonesia.

Sesuai dengan isi kurikulum 2013 yang menjelaskan bahwa ruang lingkup materi mata pelajaran bahasa Indonesia di tingkat SLTA/menengah atas meliputi aspek-aspek kemampuan berbahasa dan bersastra (Barliana & Artikel, 2015). Terdapat materi-materi penting yang harus diajarkan di sekolah demi memenuhi tuntutan kurikulum baik dalam aspek bahasa maupun aspek sastra. Oleh karenanya, problematika pengajaran mata pelajaran bahasa Indonesia sudah seharusnya ditidakanjuti demi tercapainya tujuan pembelajaran. Guru mata pelajaran bahasa Indonesia harus mampu menciptakan suasana belajar yang menyenangkan, salah satunya dengan menggunakan media pembelajaran yang tepat dan menarik.

Beberapa penelitian yang dilakukan oleh peneliti sebelumnya mengenai penggunaan media pembelajaran dalam pembelajaran bahasa Indonesia menunjukkan adanya peningkatan hasil pembelajaran. Salah satunya penelitian yang dilakukan oleh Daniar, dkk. Pada tahun 2022 dengan judul Pengembangan Media Pembelajaran Berbasis Aplikasi *Game* dalam Pembelajaran Bahasa Indonesia pada Siswa Kelas XI. Salah satu tujuan penelitian tersebut yaitu untuk mengetahui tingkat keefektifan penggunaan media *game* dalam pembelajaran bahasa Indonesia. Hasil dari penelitian tersebut adalah pengembangan media pembelajaran *game* berbasis Android dengan dukungan perangkat lunak *Netbeans 12.4 product oracle*; siswa bersikap positif terhadap produk sebesar 81% dengan kategori "sangat menarik"; tingkat keefektifan penggunaan media *game* dalam pembelajaran bahasa Indonesia sebesar 82% atau sangat efektif. Berdasarkan hasil penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa *game* berbasis web dapat digunakan sebagai penunjang media pembelajaran siswa kelas Sekolah Menengah Atas.

Penelitian lain dilakukan oleh Hartono, dkk. Pada tahun 2020 dengan judul penelitian Penerapan *Macromedia Flash* dalam Meningkatkan Kreativitas, Hasil Belajar, dan Efektivitas Pembelajaran Siswa Kelas Xii Di SMK Negeri 1 Kaliorang. Tujuan penelitian tersebut yaitu: (1) mendeskripsikan penerapan media pembelajaran *macromedia flash* dalam meningkatkan kreativitas belajar siswa pada pelajaran Bahasa Indonesia; (2) mendeskripsikan penerapan media pembelajaran *macromedia flash* dalam meningkatkan hasil belajar siswa pada pelajaran Bahasa Indonesia; (3) mendeskripsikan keefektifitasan media pembelajaran *macromedia flash* dalam meningkatkan kreativitas dan hasil belajar siswa pada pelajaran Bahasa Indonesia. Berdasarkan hasil analisis data penelitian dapat disimpulkan penerapan media pembelajaran audio visual dapat meningkatkan hasil belajar siswa kelas XII SMK Negeri 1 Kaliorang, hasil belajar tersebut dibuktikan dengan peningkatan hasil tes pada setiap akhir siklus. Peningkatan hasil belajar dilihat dari ketuntasan belajar pada siklus I 53,33% dan pada siklus II 83,33%. Berdasar pada dua penelitian relevan tentang penggunaan media pembelajaran dalam pembelajaran bahasa Indonesia, maka dapat

disimpulkan perlunya variasi media ajar untuk meningkatkan ketercapaian pembelajaran, khususnya pada mata pelajaran bahasa Indonesia. Meskipun demikian, penggunaan media pembelajaran untuk pembelajaran keterampilan berbicara masih sangat terbatas.

Siniar atau *podcast* merupakan salah satu alternatif media digital yang dapat dimanfaatkan sebagai media dalam pembelajaran bahasa Indonesia, khususnya untuk pembelajaran berbicara. Siniar merupakan media yang strategis untuk meningkatkan kemampuan berbicara siswa. Siswa dapat menyimak siniar dan mempelajari cara berkomunikasi dan berinteraksi *podcaster* ketika melakukan kegiatan siniar. Selain itu, siniar juga dapat dijadikan sebagai tugas berbasis proyek untuk mengasah keterampilan berbicara siswa. Maka dari itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan menggunakan media siniar untuk dijadikan sebagai alternatif media ajar pada pembelajaran berbicara. Penelitian juga difokuskan untuk mengukur persepsi siswa terhadap pembelajaran keterampilan berbicara dalam pembentukan *personal branding* melalui media siniar.

*Personal branding* diperlukan untuk membentuk citra diri dihadapan publik. *Personal branding* berkaitan dengan bagaimana seseorang ingin diingat oleh orang lain. *Branding* perlu dibentuk secara positif karena dengan *branding* yang baik individu akan mendapatkan apresiasi yang baik pula dari masyarakat. *Branding* yang baik akan memudahkan individu mendapatkan penerimaan dan kepercayaan dari masyarakat di lingkungan sosialnya. Pembentukan *personal branding* dapat diupayakan melalui penguasaan keterampilan berbicara seseorang. Salah satu indikator bahwa seseorang memiliki *personal branding* yang baik dapat dilihat dari bagaimana seseorang tersebut dapat membawakan dirinya di antara orang lain. *Personal branding* seseorang juga dapat dinilai melalui cara berinteraksi dan berkomunikasi.

Keterampilan berbicara adalah salah satu aspek keterampilan berbahasa di samping keterampilan menyimak, membaca, dan menulis. Keempat keterampilan tersebut dipelajari dalam pelajaran bahasa Indonesia pada setiap jenjang pendidikan termasuk tingkat pendidikan menengah atas. Peranan keterampilan berbicara sangat penting untuk menunjang kapabilitas seseorang dalam berkomunikasi, berinteraksi, mengungkapkan ide, pesan, gagasan, dan pendapat. Semakin terampil seseorang berbicara akan semakin menunjukkan kualitas kecerdasan dan intelektualitas dirinya. Di dunia kerja seorang individu mungkin sudah dibekali dengan kecakapan-kecakapan (*hard skill*) yang menunjang perannya dalam pekerjaannya. Namun kemampuan komunikasi sebagai *soft skill* acap kali masih terabai, termasuk salah satunya dalam pengembangan keterampilan berbicara.

Keterampilan berbicara berpengaruh dalam pembentukan *personal branding* seorang individu. Cara berbicara seseorang akan menunjukkan kualitas diri, *value*, serta citra diri yang ingin digambarkan dan diterima oleh lawan bicara atau mitra tutur. Hal ini sejalan dengan penjelasan yang dipaparkan oleh Dian Anggraeni Umar, M.Si, IAPR, *Communication Strategist & Founder dari Holistic Reputation Advisory* ketika menjadi pemateri dalam kegiatan Webinar *Public Speaking* di lingkungan internal LLDIKTI Wilayah X secara daring, Kamis (10/12/2020). Dian menjelaskan bahwa untuk memulai berkomunikasi dengan baik itu bisa dilatih. Setiap orang punya potensi untuk menjadi pembicara yang baik. Hal ini bisa dimulai dengan berlatih berbicara dengan diri sendiri. Menurutnya, *personal branding* merupakan hal yang penting dalam membangun identitas diri menjadi lebih baik. Tonjolkan kekuatan dan bertindak sesuai dengan kebutuhan yang akan disampaikan dan kemas diri menjadi menarik, ujar Dian dalam kegiatan webinar tersebut.

Pembelajaran keterampilan berbicara perlu dilakukan guru dengan merancang pembelajaran yang baik agar berdampak secara maksimal. Hal ini sejalan dengan pendapat Iskandarwassid dan Suhendar (2009: 40) yang menyatakan bahwa keterampilan berbicara perlu dimiliki oleh setiap orang, khususnya siswa. Oleh karena itu, proses pembelajaran berbicara akan menjadi mudah jika peserta didik terlibat aktif. Guru perlu kiranya membuat pembelajaran berbicara menjadi pembelajaran yang menarik dan benar-benar berdampak pada peningkatan kemampuan berbicara siswa.

Berdasarkan permasalahan-permasalahan yang telah dipaparkan, peneliti sudah melakukan penelitian yang berkaitan dengan pemanfaatan media siniar dalam pembelajaran keterampilan dan pembentukan *personal branding* siswa. Penelitian ini merupakan penelitian lanjutan dari penelitian yang telah dirampungkan sebelumnya. Fokus penelitian ini yakni untuk mendeskripsikan persepsi siswa terhadap hasil pembelajaran keterampilan berbicara dalam pembentukan *personal branding* melalui media siniar. Penting kiranya untuk mengukur *outcome* dari hasil penelitian sebelumnya, salah satunya dengan menganalisis persepsi siswa terhadap hasil pembelajaran.

Slameto (2013:102) menjelaskan persepsi sebagai salah satu respon yang dimiliki manusia, persepsi menentukan dalam proses penerimaan informasi. Rakhmat (2011:51) berpendapat bahwa pengalaman yang dialami oleh setiap manusia yang melahirkan penafsiran pesan dapat pula digolongkan sebagai persepsi. Walgito (2010:102) berpendapat bahwa berbagai rangsangan yang diterima panca indera dapat dikategorikan sebagai persepsi. Menurut Irwanto (2014:72), berbagai gejala yang merupakan bentuk dari pengindraan dapat dikategorikan sebagai persepsi dikarenakan gejala dari berbagai peristiwa yang dialami membuahakan pemikiran baru sehingga melahirkan adanya persepsi, maka ada yang menyatakan persepsi sebagai "*the interpretation of experience*" (penafsiran pengalaman). Berdasarkan paparan beberapa pakar tersebut dapat disimpulkan bahwa persepsi merupakan tanggapan yang diberikan oleh seseorang sebagai bentuk respons terhadap suatu pengalaman yang telah dialami. Persepsi bersifat subjektif karena setiap individu memiliki tafsiran yang berbeda.

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan persepsi siswa terhadap pengalaman pembelajaran keterampilan berbicara. Fokus penelitian ditujukan untuk 1) mendeskripsikan proses penelitian persepsi siswa terhadap pembelajaran keterampilan berbicara dalam pembentukan *personal branding* melalui media siniar; 2) mendeskripsikan persepsi siswa terhadap pembelajaran keterampilan berbicara dalam pembentukan *personal branding* melalui media siniar; 3) mendeskripsikan kendala yang dihadapi siswa terhadap pembelajaran keterampilan berbicara dalam pembentukan *personal branding* melalui media siniar.

Peneliti mengguakan teori-teori yang relevan dengan judul penelitian, di antaranya teori keterampilan berbicara. Tarigan (2013: 16) mengemukakan pengertian berbicara sebagai suatu kemampuan untuk melisankan bunyi-bunyi artikulasi sebagai sarana untuk mengekspresikan, menyatakan, atau menyampaikan ide, gagasan, pikiran, dan perasaan. Nurgiyantoro (2009: 276) menjelaskan bahwa berbicara merupakan suatu keterampilan berbahasa yang dapat terus berkembang dan didahului oleh keterampilan menyimak. Sementara itu, Rogers (2008:25) mengatakan bahwa berbicara merupakan keahlian yang terkait dengan keahlian mental dan fisik untuk terampil, yang berbeda dengan keahlian yang dibutuhkan dalam berbicara biasa. Keahlian mental dan fisik yang terkait dengan konsentrasi, koordinasi dan bereaksi secara cepat, adalah penting untuk

kemampuan berbicara. Untuk dapat berbicara dengan baik, membutuhkan pelatihan yang sistematis serta latihan.

Tarigan (1997:37) menyebutkan tujuan berbicara secara umum yang dibedakan menjadi lima, yaitu sebagai berikut.

1. Menghibur, kegiatan berbicara bertujuan untuk menarik perhatian pendengar dan menimbulkan suasana gembira agar pendengar dapat terhibur dengan berbagai cara, misalnya humor, cerita-cerita jenaka dan lain sebagainya.
2. Menginformasikan, kegiatan berbicara bertujuan untuk memberikan informasi kepada pendengar. misalnya menjelaskan suatu menafsirkan atau menginterpretasikan suatu hal: memberikan, menanamkan pengetahuan; dan menjelaskan kaitan.
3. Menstimulasi, kegiatan berbicara ini lebih kompleks dari tujuan berbicara lainnya, karena dalam kegiatan ini pembicara harus bisa memengaruhi atau meyakinkan pendengar serta pembicara harus pintar merayu.
4. Meyakinkan, kegiatan berbicara ini bertujuan untuk meyakinkan pendengar akan sesuatu melalui pembicaraan yang meyakinkan, disertai dengan pendapat dan bukti. sehingga pendengar benar-benar yakin dengan apa yang disampaikan oleh pembicara.
5. Menggerakkan, kegiatan berbicara ini membutuhkan pembicara berwibawa dan panutan atau tokoh idola masyarakat. Karena melalui kepintarannya dalam berbicara dan ilmu pengetahuan yang dimilikinya, pembicara dapat menggerakkan pendengarnya.

Kegiatan berbicara yang dilakukan oleh seseorang selalu mempunyai tujuan, yaitu untuk berkomunikasi dan untuk mempengaruhi orang lain dengan maksud apa yang dibicarakan dapat diterima oleh pendengar. Untuk dapat menjadi pembicara yang baik, seorang pembicara harus berbicara dengan jelas dan tepat. Menurut Tarigan (2008: 24-25), berbicara dibedakan menjadi dua jenis, yaitu sebagai berikut.

1. Berbicara di muka umum pada masyarakat (*public speaking*) yang mencakup empat jenis, yaitu:
  - a. Berbicara dalam situasi-situasi yang bersifat memberitahukan atau melaporkan yang bersifat informatif (*informatif speaking*).
  - b. Berbicara dalam situasi-situasi yang bersifat kekeluargaan, persahabatan (*fellowship speaking*).
  - c. Berbicara dalam situasi-situasi yang bersifat membujuk, mengajak, mendesak, dan meyakinkan (*persuasive speaking*).
  - d. Berbicara dalam situasi-situasi yang bersifat merundingkan dengan tenang dan hati-hati (*deliberative speaking*).
2. Berbicara pada konferensi (*conference speaking*) yang meliputi: Diskusi kelompok (*group discussion*), dibedakan menjadi dua, yaitu:
  - a. Prosedur parlementer (*parliamentary procedure*).
  - b. Debat.

Nurgiyantoro (2009:58) mengemukakan bahwa tes berbicara merupakan sesuatu cara untuk melakukan penilaian yang berupa tugas-tugas yang harus diselesaikan peserta didik. Kriteria yang dijadikan pedoman adalah ketepatan struktur (ketepatan susunan sesuai topik), ketepatan kosakata (ketepatan kosakata yang disesuaikan dengan topik), kualitas pendapat yang dikemukakan (pendapat sesuai topik), dan kemampuan menanggapi argumen atau pendapat.

Selain itu, peneliti juga menggunakan teori yang berkaitan dengan *personal branding*. Menurut Erwin dan Becky dalam buku *Personal Brand-Inc* (dalam Putri, 2017: 24) *personal branding* didefinisikan sebagai suatu kesan yang berkaitan dengan nilai, keahlian, perilaku maupun prestasi yang dibangun oleh seseorang baik secara sengaja

ataupun tidak sengaja dengan tujuan untuk menampilkan citra dirinya. Sementara itu, Montoya dan Vandehey dalam bukunya *The Brand Called You* (2009: 24) mendefinisikan bahwa *personal brand* dapat muncul dari berbagai aspek nilai kepribadian maupun keunikan-keunikan lain yang dimiliki. Oleh karena itu, *personal brand* dapat dianggap sebagai salah satu wujud komitmen seseorang kepada khalayak umum.

Ada tiga dimensi utama pembentuk *personal branding* menurut McNally & Speak (2004:41), yaitu :

1. Kompetensi atau Kemampuan Individu (Peran kita bersama orang lain)  
Untuk membangun reputasi atau *personal branding*, harus memiliki suatu kemampuan khusus atau kompetensi dalam satu bidang tertentu yang dikuasai. Seseorang dapat membentuk sebuah *personal branding* melalui sebuah polesan dan metode komunikasi yang disusun dengan baik. *Personal Brand* adalah sebuah gambaran mengenai apa yang masyarakat pikirkan tentang seseorang. Hal tersebut mencerminkan nilai-nilai, kepribadian, seseorang berbeda dengan yang lainnya. Keahlian dan kualitas yang membuat Untuk membangun sebuah merek pribadi yang kuat anda harus memulai mengidentifikasi sifat dasar dari hubungan-hubungan utama yang anda rencanakan. Anda harus berwawasan luas, dalam dan realistis mengenai jenis-jenis hubungan yang akan mendukung jalan anda yang menuju keberhasilan, dan berfikir jernih dalam menilai kemampuan serta kesiapan anda sendiri untuk memberikan kompetensi yg dipersyaratkan.
2. Gaya (Bagaimana kita berhubungan dengan orang lain)  
Gaya merupakan kepribadian dari *personal branding* anda. Gaya merupakan bagian yang menjadikan diri anda unik di dalam benak orang lain. Gaya adalah cara anda berhubungan dengan orang lain. Seringkali kata-kata yang digunakan orang untuk menilainya kita mengandung suatu emosi yang kuat bersahabat, tak suka repot-repot, bersemangat, agresif, *professional* menyenangkan enerjik. introver. ekstrover, terkendak bersemangat bebas, terbuka, berat sebelah (pilih-pilih). Sesungguhnya, merupakan hal yang lazim bagi seseorang untuk menjelaskan merek merek yang berbeda dalam kehidupan mereka semata-mata dilihat dari segi gaya. Gaya tidak dapat memberikan pengaruh yang nyata atau sumbangan yang berarti di dalam mengembangkan sebuah merek pribadi yang kuat, kecuali apabila dimensi kompetensi dan dimensi standar telah diterapkan dengan mantap.
3. Standar (Bagaimana kita melakukannya)  
Standar *personal branding* sangat mempengaruhi cara orang lain memandang persepsi diri. Standar akan menetapkan dan memberikan makna terhadap kekuatan *personal branding*. Namun kuncinya adalah diri sendiri yang menetapkan standar, diri sendiri yang harus melakukan. Terkadang kita menetapkan standar yang terlalu tinggi dan terlanjur mengatakan pada orang lain bahwa kita mampu melakukan suatu hal dengan cepat dan dapat memperoleh hasil yang baik (agar kompetensi dan gaya *personal branding* kita kelihatan menarik di benak semua orang). Namun yang terjadi adalah sebaliknya, terkadang kita gagal untuk mencapai standar yang kita tetapkan sendiri jadi dengan menggabungkan ketiga faktor tersebut, yaitu kompetensi *style* dan standar, kita dapat mulai terus membangun dan mengembangkan reputasi dalam bidang khusus yang di pilih dan Proses membangun reputasi adalah proses seumur hidup. Kita berharap semakin bertambah usia kita, semakin kuat "brand" kita di masyarakat.

Menurut Montoya (2009:67-59) terdapat delapan konsep pembentukan *personal branding*. Adapun delapan konsep pembentukan *personal branding* sebagai pondasi dari *personal brand* yang kuat, yaitu:

1. Spesialisasi (*The Law of Specialization*), ciri khas dari sebuah *personal brand* yang hebat adalah ketepatan pada sebuah spesialisasi, terkonsentrasi hanya pada sebuah kekuatan, keahlian, atau pencapaian tertentu.
2. Kepemimpinan (*The Law of Leadership*), *personal brand* dilengkapi dengan sosok pemimpin yang dapat memutuskan sesuatu dalam suasana penuh ketidakpastian dan memberikan suatu arahan yang jelas.
3. Kepribadian (*The Law of Personality*), sebuah *personal brand* yang hebat didasari pada sosok kepribadian yang apa adanya dan hadir dengan ketidaksempurnaan. Konsep ini menghapuskan beberapa tekanan pada konsep kepemimpinan (*The Law of Leadership*). Seorang harus memiliki kepribadian yang baik, namun tidak harus sempurna.
4. Perbedaan (*The Law of Distinctiveness*), *personal brand* yang efektif harus ditampilkan dengan cara yang berbeda dari yang lainnya. Diferensiasi diperlukan supaya membedakan antara satu dengan lainnya. Selain itu, dengan perbedaan seorang akan lebih dikenal oleh khalayak.
5. Terlihat (*The Law of Visibility*), *personal brand* berarti harus dilihat secara konsisten dan terus menerus sampai *personal brand* seseorang dikenal. Maka *visibility* lebih penting dari *ability*. Supaya *visible* seseorang, seseorang perlu mempromosikan dirinya dan menggunakan setiap kesempatan untuk membuat dirinya terlihat.
6. Kesatuan (*The Law of Unity*), kehidupan pribadi yang berada di balik *personal brand* harus sejalan dengan etika moral dan sikap yang telah ditentukan dari brand tersebut. kehidupan pribadi selayaknya menjadi cerminan dan citra yang diinginkan dalam *personal brand*.
7. Keteguhan (*The Law of Persistence*), *personal brand* tidak bisa terjadi secara instan, ia membutuhkan waktu untuk tumbuh. Selama proses tersebut berjalan, penting untuk selalu memperhatikan tiap tahapan dan trend yang terjadi.
8. Nama Baik (*The Law of Goodwill*), sebuah *personal brand* akan memberikan hasil yang baik dan bertahan lebih lama, jika seseorang dibelakangnya dipersepsikan dengan citra yang positif. Seorang tersebut harus di asiasikan dengan sebuah nilai atau ide yang diakui secara umum positif dan bermanfaat.

Peneliti juga menggunakan teori ikhwal sinjar. Sinjar adalah siaran (berita, musik, dan sebagainya) yang dibuat dalam format digital (baik audio maupun video) yang diunduh melalui internet (KBBI daring, diakses 1 Desember 2021). Sinjar merupakan padanan kata *podcast* yang telah dibakukan ke dalam bahasa Indonesia. *Podcast* berasal dari gabungan kata-kata “*iPod*” dan “*Broadcasting*”, hal ini dikarenakan *Apple* yang meluncurkan *iPod* dan yang pertama kali memperkenalkan *podcast*. Namun, saat ini *podcast* sudah bisa didengarkan di berbagai platform, tidak hanya dari produk-produk *Apple* saja. *Podcast* merupakan episode program yang tersedia di internet dan biasanya merupakan rekaman asli audio. *Podcast* biasanya menawarkan tiap episode dalam format *file* yang sama sehingga pendengar selalu bisa menikmati program tersebut dengan cara yang sama. Hal ini berbeda dengan radio yang kebanyakan kontennya merupakan siaran langsung. Bagi pendengar, *podcast* adalah sebuah cara untuk menikmati konten menarik dari seluruh dunia secara gratis. Sedangkan bagi *podcaster* (orang yang membuat konten di *podcast*), *podcast* adalah cara yang sangat efektif untuk menjangkau banyak pendengar, (Luthfi, 2019: 2).

Menurut Mc Bride, (dalam Abraham & Williams, 2009: 154) “*Podcasts are a audio files, usually in mp3 format, that can be downloaded from the internet*”. Secara sederhana *Podcast* dapat diartikan sebagai materi, baik itu audio ataupun video yang tersedia di

internet yang dapat secara otomatis dipindahkan ke komputer atau media pemutar *portable* baik secara gratis maupun berlangganan (Fadilah Efi, dkk: 2017:39).

Geoghen dan Klass (dalam Qanitah, 2021:28) menyatakan ada beberapa hal yang membuat *Podcasting* berbeda, yaitu:

1. Otomatis, *podcast* dapat diunduh secara otomatis ke dalam komputer/perangkat pendengar. Pendengar tidak perlu lagi membuang waktu untuk mencari- mencari di internet untuk mendengarkan acara favorit ketika pengguna telah berlangganan.
2. Mudah dikontrol, *podcasting* membuat pendengar memegang kendali. Pendengar dapat dengan mudah mengontrol konten atau acara apa yang ingin ia dengar dengan berlangganan.
3. *Portable*, sebagian besar *Podcast* berupa file audio MP3. Karena ukuran *file* MP3 yang relative kecil, *Podcast* dapat diunduh dengan mudah dari internet ataupun dipindahkan ke CD.
4. Selalu tersedia, *podcast* pada dasarnya adalah *radio show on demand* atau siaran radio sesuai permintaan.

## Metode

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif. Metode kualitatif digunakan untuk mendeskripsikan hasil analisis data penelitian. Menurut Sugiyono (dalam Sasmita, 2021: 58), penelitian kualitatif merupakan suatu penelitian yang digunakan untuk meneliti pada objek yang alamiah. Dalam penelitian kualitatif peneliti memiliki peran sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara gabungan, analisis data bersifat induktif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi.

Sementara itu, Aminah dan Roikan (2019:55) menjelaskan bahwa penelitian kualitatif menghasilkan analisis yang lebih deskriptif daripada prediktif. Tujuannya adalah untuk memahami secara mendalam sudut pandang subjek penelitian atau membuat fakta yang diteliti lebih mudah dipahami. Penelitian kualitatif menempatkan setiap kasus secara sah atau otentik dan berpotensi layak dipelajari. Setiap kasus mewakili spesifikasi dan interpretasi pengalaman orang. Oleh karena itu, penelitian kualitatif mewakili kebenaran dan kenyataan bagi subjek dan peneliti. Berdasarkan paparan para ahli tersebut, maka dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif dengan jenis deskriptif.

Penelitian dilakukan di SMA Negeri 1 Majalaya, Jalan Perum Citra Kebun Mas, Bengle, Kecamatan Majalaya, Kabupaten Karawang. Penelitian dilaksanakan dari bulan Juli 2021 sampai dengan Desember 2021. Subjek dalam penelitian ini adalah siswa kelas XII IPA 1 SMA Negeri 1 Majalaya tahun angkatan 2021/2022. Jumlah total siswa yang menjadi subjek penelitian ini sebanyak 29 siswa. Siswa tersebut terdiri dari 13 siswa laki-laki dan 16 siswa perempuan. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

### 1. Studi Pustaka

Studi Pustaka dilakukan dengan cara membaca dan memahami teori-teori ahli yang relevan dengan judul penelitian. Pustaka yang dijadikan acuan bersumber dari buku-buku, artikel penelitian yang dipublikasikan di dalam jurnal, dan juga skripsi-skripsi yang memiliki keterkaitan dengan judul dan metode penelitian.

### 2. Angket

Data penelitian yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari hasil angket yang telah diisi oleh subjek penelitian. Angket disebar menggunakan *google forms*

dengan link berikut <https://tinyurl.com/penelitianHIPKA>, angket diisi oleh 29 responden. Hasil jawaban angket kemudian dianalisis dan dideskripsikan.

### 3. Dokumentasi

Dokumentasi digunakan untuk melengkapi data penelitian. Menurut Sugiyono (dalam Sasmita, 2021: 67) dokumentasi adalah sebuah teknik dalam pengumpulan data berbentuk dokumen berupa catatan yang sudah berlalu baik berupa sumber tertulis, gambar, atau karya-karya yang dapat memberikan informasi. Dokumentasi yang digunakan dalam penelitian ini berupa catatan, foto, rekaman video yang dihimpun peneliti ketika melakukan penelitian di lapangan.

## Hasil

### **Proses Pelaksanaan Penelitian Persepsi Siswa Terhadap Pembelajaran Keterampilan Berbicara dalam Pembentukan Personal branding Melalui Media Siniar**

Penelitian ini dilakukan di kelas XII IPA1 dengan jumlah seluruh siswa aktif sebanyak 29 siswa. Penentuan kelas dipilih secara random oleh peneliti. Adapun proses pelaksanaan penelitian dibagi ke dalam beberapa tahapan sebagai berikut.

#### 1. Tahap Persiapan

Sebelum pengambilan data penelitian, pada tahap persiapan peneliti menyiapkan materi yang berkaitan dengan kebutuhan penelitian di antaranya: 1) materi keterampilan berbicara, 2) materi siniar, dan 3) materi *personal branding*. Materi-materi tersebut nantinya akan disampaikan kepada siswa agar siswa memiliki pemahaman yang baik sebelum siswa melakukan kegiatan praktikum.

Peneliti menyiapkan video tayangan siniar yang bersumber dari *YouTube* untuk dijadikan sebagai referensi pembelajaran berbicara dengan menggunakan media siniar. Penayangan media tayangan siniar bertujuan agar siswa dapat mendapat gambaran terkait dengan penggunaan bahasa para *podcaster* untuk membentuk personal brand-nya masing-masing. Selain itu, mahasiswa juga dapat mengambil ilmu dan mencontoh hal-hal positif yang disampaikan dalam tayangan siniar.

#### 2. Tahap Pelaksanaan

Pelaksanaan penelitian dilakukan melalui serangkaian kegiatan sebagai berikut:

##### 1) Pertemuan Kesatu

Pertemuan kesatu dilaksanakan pada tanggal 09 Oktober 2021. Pada pertemuan ini, siswa dibekali materi-materi yang berkaitan dengan kebutuhan penelitian. Materi disampaikan oleh pemateri yang berkompeten sesuai dengan bidangnya.

##### 2) Pertemuan Kedua

Pertemuan kedua dilaksanakan pada tanggal 14 Oktober 2021. Pertemuan kedua dilaksanakan secara daring. Pada pertemuan ini, siswa diberi penguatan materi yang telah disampaikan pada pertemuan ke-1. Setelah itu, siswa menyimak tayangan siniar dari *podcaster* terkenal. Tayangan siniar yang disajikan diambil dari *Youtube* Netmediatama pada link <https://www.youtube.com/watch?v=ZWIR4zN09bQ> dengan judul #GENERASIMIKIR Podcast Eps. 1: Nikmati Hidup Tanpa Termakan Isu Negatif. Tayangan siniar tersebut dibawakan oleh Raditya Dika, Kunto Aji, Tara Basro dan Bernhard dengan topik yang berkaitan dengan isu yang sedang terjadi di masyarakat, yakni bagaimana *hoax* dan isu negatif mempengaruhi hidup mereka dan bagaimana cara mereka menghadapinya.

Tayangan siniar tersebut dipilih karena topik yang dibawakan relatif dekat dengan keresahan-keresahan yang berkembang di masyarakat. Selaian itu, para

*podcaster* yang membawa acara merupakan *podcaster* ternama dan cukup dikenal oleh generasi milenial. Kegiatan selanjutnya yang dilakukan adalah sesi diskusi.

Pada pertemuan kedua, para siswa diberi tugas untuk mencoba praktik menjadi pembicara dalam sinjar dengan menggunakan naskah yang telah disediakan oleh peneliti. Para siswa mencoba mempraktikkan naskah sinjar dengan membaca dan mengembangkannya dengan melakukan improvisasi. Hal ini dilakukan agar para siswa berani untuk tampil berbicara di depan umum dan menumbuhkan rasa percaya diri serta mengasah pembentukan personal brand secara bertahap.

### 3) Pertemuan Ketiga

Pertemuan ketiga dilaksanakan pada tanggal 21 Oktober 2021 masih dengan pertemuan virtual melalui media *zoom meeting*. Pertemuan ketiga merupakan pertemuan yang ditujukan untuk pemberian tugas. Siswa diberi tugas berupa tes. Tes yang diberikan adalah tes lisan melalui kegiatan praktikum berbicara melalui sinjar dengan tujuan untuk membentuk personal branding siswa. Fokus kegiatan pada pertemuan ketiganya pemberian tes, sementara untuk praktiknya dilakukan pada pertemuan selanjutnya karena praktikum dilakukan dengan tatap muka. Pertemuan ketiga hanya difokuskan untuk mempersiapkan siswa dalam membuat konsep penugasan.

Para siswa dibagi menjadi enam kelompok dengan jumlah anggota 4-5 siswa per kelompok. Pembuatan kelompok tersebut dilakukan untuk memudahkan proses pembelajaran baik dalam penentuan topik, konsep, materi yang nantinya akan dipertunjukkan sebagai tayangan sinjar. Pada pertemuan ini, setiap kelompok diarahkan untuk berekspressi membuat sinjar dengan topik yang disepakati oleh kelompok.

Setelah kelompok terbentuk, dilakukan *break out room*. Setiap kelompok memasuki ruang virtual sesuai dengan kelompok masing-masing. Setiap kelompok mendiskusikan konsep serta berbagi peran sesuai dengan kesepakatan kelompok.

### 4) Pertemuan Keempat

Pertemuan keempat dilaksanakan pada tanggal 27 Oktober 2021. Agenda kegiatan pertemuan keempat ini adalah pelaksanaan tes dalam bentuk praktikum secara lisan. Setiap kelompok melakukan praktik berbicara melalui sinjar secara bergantian dimulai dari kelompok pertama sampai dengan kelompok terakhir.

Hasil kegiatan praktikum didokumentasikan oleh peneliti dan tim. Pertemuan diakhiri dengan melakukan evaluasi terhadap seluruh rangkaian kegiatan penelitian baik secara daring maupun secara luring. Di akhir kegiatan, peneliti melakukan afirmasi berupa penguatan kembali tentang pentingnya keterampilan berbicara untuk dikuasai dan dimanfaatkan dalam membentuk *branding* diri. Pada pertemuan terakhir, para siswa mengisi angket yang digunakan sebagai data penelitian. Pertemuan ditutup dengan sesi diskusi bersama siswa.

## **Deksripsi Persepsi Siswa terhadap Pembelajaran Keterampilan Berbicara dalam Pembentukan Personal branding Melalui Media Siniar**

Hasil temuan berdasarkan jawaban-jawaban siswa terhadap beberapa pertanyaan yang diajukan dalam angket dapat diketahui sebagai berikut.

1. Ketertarikan siswa terhadap pembelajaran keterampilan berbicara dengan menggunakan media siniar dalam membentuk *personal branding*

Berdasarkan hasil pengisian angket yang telah dilakukan oleh siswa, 93,1% siswa menjawab bahwa pembelajaran keterampilan berbicara dengan menggunakan siniar untuk membentuk *personal branding* menarik. Sementara itu terdapat 6,9% siswa menyatakan bahwa pembelajaran keterampilan berbicara dengan menggunakan siniar untuk membentuk *personal branding* tidak menarik.

2. Pemahaman materi pembelajaran keterampilan berbicara dalam pembentukan *personal branding*

Berdasarkan hasil pengisian angket yang telah dilakukan oleh siswa, 86,2% siswa menjawab siswa mudah memahami materi pembelajaran keterampilan berbicara dengan menggunakan siniar untuk membentuk *personal branding*. Sementara itu terdapat 13,8% siswa yang menjawab pembelajaran keterampilan berbicara dengan menggunakan siniar untuk membentuk *personal branding* tidak mudah dipahami.

3. Pembelajaran dengan menggunakan siniar dapat mengasah keterampilan berbicara dan membentuk personal branding.

Berdasarkan hasil pengisian angket yang telah dilakukan siswa, 86,2% siswa menjawab bahwa pembelajaran keterampilan berbicara dengan menggunakan siniar dapat mengasah keterampilan berbicara dan membentuk personal branding. Sementara itu 13,8% siswa menjawab bahwa pembelajaran dengan menggunakan siniar tidak dapat mengasah keterampilan berbicara dan membentuk personal branding.

4. Penguasaan keterampilan berbicara dan korelasinya terhadap *personal branding* yang dibentuk.

Berdasarkan hasil pengisian angket yang telah dilakukan siswa, 86,2% siswa menjawab bahwa terdapat korelasi antara penguasaan keterampilan berbicara dan terhadap *personal branding* yang dibentuk. Sementara itu 13,8% siswa menjawab tidak ada korelasi antara penguasaan keterampilan berbicara dan korelasinya terhadap *personal branding* yang dibentuk.

5. Manfaat yang didapatkan setelah mengikuti proses pembelajaran keterampilan berbicara dalam pembentukan *personal branding*.

Berdasarkan hasil pengisian angket yang telah dilakukan siswa terdapat beberapa jawaban mengenai manfaat yang didapatkan siswa setelah mengikuti proses pembelajaran. Rata-rata siswa menjawab dengan respons yang positif salah satunya menyebutkan bahwa setelah mengikuti pembelajaran siswa merasa kepercayaan dirinya meningkat ketika ia berbicara di hadapan pendengar, siswa lain menyebutkan bahwa dengan belajar berbicara menggunakan siniar membuka pandangan baru bahwa media siniar bisa digunakan dalam melatih keterampilan berbicara seseorang untuk meningkatkan *personal branding*-nya. Jawaban lain dari siswa adalah manfaat ketika mengikuti pembelajaran keterampilan berbicara dapat meningkatkan kemampuan dalam menyampaikan ide-ide yang saya dimiliki lewat media siniar dan hal tersebut dapat menumbuhkan rasa percaya diri. Berdasarkan jawaban-jawaban terhadap pertanyaan angket, maka dapat disimpulkan rata-rata siswa menjawab bahwa dengan mengikuti proses pembelajaran keterampilan berbicara dalam pembentukan *personal branding* dapat meningkatkan kemampuan berbicara dan menambah rasa percaya diri.

6. Tanggapan siswa terhadap pembelajaran keterampilan berbicara dengan menggunakan media siniar dalam membentuk *personal branding*.

Berdasarkan hasil pengisian angket yang telah dilakukan siswa, beberapa di antaranya menjelaskan bahwa media siniar sangat membantu dalam membentuk *personal branding* setiap orang serta meningkatkan keterampilan berbicara, dengan media siniar, keterampilan berbicara setiap orang akan menjadi lebih tersusun karena media siniar identik dengan pembicara yang bisa menarik perhatian para pendengarnya. Pendapat lain menyebutkan setelah mengikuti pembelajaran ini, siswa merasa perlu lebih giat melatih kemampuan berbicara serta menyimak materi-materi yang dapat meningkatkan keterampilan berbicara. Dengan begitu, rasa percaya diri siswa dapat meningkat dan citra diri yang telah dibangun menjadi lebih terlihat baik.

7. Keaktifan siswa selama mengikuti kegiatan pembelajaran keterampilan berbicara dengan menggunakan media siniar dalam membentuk *personal branding*.

Berdasarkan hasil jawaban pengisian angket, 79,3% siswa menjawab berpartisipasi secara aktif selama mengikuti kegiatan pembelajaran keterampilan berbicara dengan menggunakan media siniar dalam membentuk *personal branding*. Sementara itu, 20,7 % tidak berpartisipasi secara aktif dalam mengikuti kegiatan pembelajaran keterampilan berbicara dengan menggunakan media siniar dalam membentuk *personal branding*.

### **Deskripsi Kendala yang Dihadapi Siswa Terhadap Pembelajaran Keterampilan Berbicara dalam Pembentukan Personal branding Melalui Media Siniar**

Hasil temuan berdasarkan jawaban-jawaban siswa terhadap beberapa pertanyaan yang diajukan dalam angket dapat diketahui sebagai berikut.

1. Kendala yang dialami siswa ketika mengikuti kegiatan pembelajaran keterampilan berbicara dalam pembentukan *personal branding*.

Berdasarkan hasil pengisian angket yang telah dilakukan siswa, terdapat beberapa kendala yang dialami siswa ketika mengikuti kegiatan pembelajaran keterampilan berbicara dalam pembentukan *personal branding*, salah satunya adalah kurang menguasai penggunaan media untuk pembuatan siniar, kendala eksternal yakni terkait penggunaan jaringan internet yang tidak stabil, sebagian siswa masih merasa malu ketika berbicara di depan banyak umum. Namun secara keseluruhan kendala yang paling banyak dikeluhkan adalah karena pembelajaran dilakukan secara daring dan hal tersebut dipengaruhi faktor eksternal seperti permasalahan koneksi dan jaringan.

2. Faktor yang menyulitkan siswa memahami materi pembelajaran keterampilan berbicara dalam pembentukan *personal branding*.

Berdasarkan hasil pengisian angket yang telah dilakukan siswa, terdapat beberapa faktor yang menyulitkan siswa dalam memahami materi pembelajaran keterampilan berbicara dalam pembentukan *personal branding*, di antaranya materi yang disampaikan terkadang dijeda dan dilewati sehingga membuat kendala dalam penerimaan informasi, kendala internet yang terputus saat mendengar penjelasan materi. Sebagian besar siswa lainnya menjawab tidak mengalami kendala yang berarti dalam memahami materi yang disampaikan.

3. Faktor yang menyulitkan siswa melakukan praktik membuat siniar.

Berdasarkan hasil pengisian angket yang telah dilakukan siswa, terdapat beberapa faktor yang menyulitkan siswa dalam melakukan praktik membuat siniar, salah satunya faktor media dan fasilitas yang membuat hambatan pembuatan siniar, faktor pengetahuan yang kurang mengenai aplikasi untuk mengedit dan mempublikasikan siniar tersebut, fasilitas yang kurang memadai, seperti *mic* dan

kadang suasana di sekitar sangat ramai, dan juga kesulitan siswa dalam berkreasi menyusun naskah siniar dengan pembahasan yang menarik.

4. Faktor yang menyulitkan siswa membentuk *personal branding* berdasarkan kemampuan berbicara.

Berdasarkan hasil pengisian angket yang telah dilakukan siswa, terdapat beberapa faktor yang menyulitkan siswa dalam membentuk *personal branding* berdasarkan kemampuan berbicara, di antaranya siswa merasa kurang kuat untuk menunjukkan potensi yang saya punya, siswa masih belum menemukan warna yang menunjukkan atau yang dapat menjadi ciri khas, terbatasnya kosakata yang dikuasai siswa sehingga sulit dalam menyampaikan branding yang diharapkan.

5. Tanggapan siswa terkait kemampuan berbicara yang memiliki pengaruh terhadap pembentukan *personal branding*.

Berdasarkan hasil pengisian angket yang telah dilakukan siswa, 93,1% siswa menjawab bahwa kemampuan berbicara yang dimiliki siswa berpengaruh terhadap pembentukan *personal branding*. Semetara itu, terdapat 6,9% siswa menyatakan kemampuan berbicara yang dimiliki siswa tidak berpengaruh terhadap pembentukan *personal branding*.

## Simpulan

Kecanggihan teknologi dapat dimanfaatkan oleh guru dalam mengemas pembelajaran menjadi lebih menarik. Siniar dapat digunakan sebagai alternatif media dalam pembelajaran keterampilan berbicara dan menjadi salah satu opsi untuk meningkatkan keberhasilan dan ketercapaian tujuan pembelajaran bahasa Indonesia. Selain memberikan penyegaran dalam proses belajar, penggunaan media siniar dapat meningkatkan kreativitas siswa dalam keterampilan berbicara serta dapat dimanfaatkan untuk membentuk *personal branding* siswa. Melalui praktik siniar, siswa dapat mengembangkan kemampuan berbicara, berinteraksi, mengungkapkan ide, pesan, gagasan, dan pendapat. Dengan kemampuan berbicara yang baik akan berdampak pada bagaimana siswa membuat *brand* atas dirinya. Cara berbicara siswa akan menunjukkan kualitas diri, *value*, serta citra diri yang ingin digambarkan dan diterima oleh lawan bicara atau mitra tutur. Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa mayoritas siswa memiliki persepsi positif setelah mengikuti kegiatan pembelajaran keterampilan berbicara dengan menggunakan media siniar dalam membentuk *personal branding*. Meskipun demikian, terdapat beberapa kendala yang dialami siswa selama mengikuti proses pembelajaran. Segala kekurangan tersebut akan menjadi bahan evaluasi peneliti demi perbaikan penelitian lainnya yang akan dilaksanakan pada masa mendatang.

## Ucapan Terima Kasih

Terima kasih kepada LPPM Universitas Singaperbangsa Karawang yang telah mendanai dan telah memberikan kesempatan kepada kami untuk melakukan Tridharma kegiatan penelitian melalui skema hibah penelitian dan pengabdian HIPKA tahun 2021. Ucapan terima kasih turut kami sampaikan kepada kepala sekolah SMA Negeri 1 Majalaya, dewan guru, dan staf lainnya atas diperkenankannya kami melaksanakan riset di sekolah. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada seluruh siswa SMA Negeri 1 Majalaya atas kesediannya untuk turut berpartisipasi aktif sebagai subjek penelitian sehingga penelitian ini dapat diselesaikan.

## Daftar Pustaka

- Abraham, L. B. & Williams, L. (Ed.). (2009). *Electronic Discourse in Language Learning and Language Teaching*. Philadelphia: John Benjamins Publishing Company.
- Barliana, Lutfah. (2015). Pengembangan Media Pembelajaran Audio Cerita Pendek yang Bermuatan Nilai-Nilai Pendidikan Karakter untuk Meningkatkan Keterampilan Menyimak Bagi Peserta Didik Pendidikan Menengah. *Seloka: Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia*. Vol. 4 No. 1, pp 1-7, Agustus 2015.
- Daniar, Muhammad Aldyka. Dkk. (2022). Pengembangan Media Pembelajaran Berbasis Aplikasi Game dalam Pembelajaran Bahasa Indonesia pada Siswa Kelas XI. *Diglosia: Jurnal Kajian Bahasa, Sastra, dan Pengajarannya*. Vol. 5 No.1, pp 71-82, 1 Februari 2022.
- Fadilah, Efi, dkk. (2017). Podcast sebagai Alternatif Distribusi Konten Audio. Vol.I, No.1. Universitas Padjadjaran.
- Hartono, Rudi, dkk. (2020). Penerapan Macromedia Flash dalam Meningkatkan Kreativitas, Hasil Belajar, dan Efektivitas Pembelajaran Siswa Kelas XII di SMK Negeri 1 Kaliorang. *Diglosia: Jurnal Kajian Bahasa, Sastra, dan Pengajarannya*. Vol. 3 No. 2, pp 221-228, 1 Juni 2020.
- Irwanto. 2014. *Psikologi Umum*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Iskandarwassid dan Suhendar, D. (2009). *Strategi pembelajaran bahasa Bandung*: PT. Remaja Rosdakarya.
- KBBI daring. (2016). [Diakses 1 Desember 2021]. Tersedia: <https://kbbi.kemdikbud.go.id/>
- LLDIKTI Wilayah X. (2020). *Personal Branding, Karakter, dan Komunikasi Efektif*. [Diakses 11 Desember 2021]. Tersedia: <http://lldikti10.ristekdikti.go.id/id/personal-branding-karakter-dan-komunikasi-efektif>
- Luthfi, Andria. (2019). *Peran New Media Podcast Duobudjang di Dalam Menyosialisasikan RUU Permusikan*. Skripsi. Jakarta: Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Prof. Dr, Moestopo (Beragama).
- McNally, David., & Karl D. Speak. (2002). *Be your Own Brand*. San Francisco: Berret-Koehler Publishers, Inc.
- Montoya, Peter., & Tim Vandehey (2009). *The Brand Called You*. New York: McGraw Hill.
- Nurgiyantoro, Burhan. (2009). *Penilaian dan pengajaran bahasa dan sastra*. Yogyakarta: BPFE.
- Putri, Dinda Larisa. (2017). *Strategi Online Personal branding dalam Industri Fashion (Studi Kasus pada Rissa Stelar dalam Blog "Lippielust.com*. Skripsi. Bandung: Fakultas Pendidikan Ilmu Sosial Universitas Pendidikan Indonesia.
- Slameto. 2013. *Belajar dan Faktor yang Mempengaruhinya*. Jakarta: Rieneka Cipta.
- Qanitah, Arifa. (2021). *Pengaruh Penggunaan Media Podcast Terhadap Tingkat Kepuasan Generasi Millenial di Banda Aceh Sebagai Sarana Memperoleh Informasi di Masa Covid-19*. Sumatera: Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sumatera Utara.
- Rakhmat, J. 2011. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Rogers, Natalie. (2008). *Berani Berbicara di Depan Publik (Cara Cepat Berpidato)*. Bandung: Nuansa.
- S. Aminah, Roikan. (2019). *Pengantar Metode Penelitian Kualitatif Ilmu Politik*. Jakarta: Prenada Media Group.

- Sasmita, Anisa Fitria Kusuma. (2021). Analisis Keterampilan Berbicara Siswa Kelas VI Sekolah Dasar Sebagai Alternatif Bahan Ajar. Skripsi. Purwakarta: Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Pendidikan Indonesia.
- Sintia, Adila. (2017). Meningkatkan Keterampilan Berbicara Melalui Metode Bercerita dengan Menggunakan Media Hasil Gambar. Skripsi. Serang: Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Pendidikan Indonesia.
- Tarigan, Djago dan H.G Tarigan (1997) Teknik Pengajaran Keterampilan Berbahasa. Bandung: Angkasa.
- Tarigan, H.G. (2013) Berbicara sebagai suatu keterampilan berbahasa. Bandung: Angkasa.