

The Power of Body Language: Meningkatkan Percaya Diri dan Keterampilan Komunikasi Mahasiswa

Melani Quintania^{1*}, Ellena Nurfazria Handayani², Irma Citarayani³, Devi Anggraeni⁴, Shenda Aprilia Christanti⁵

Fakultas Ekonomi, Universitas Darma Persada^{1,2,3,4,5}

Corresponding Author: melani_quintania@fe.unsada.ac.id

ARTIKEL INFO

Keywords: keterampilan komunikasi, bahasa tubuh, pelatihan, mahasiswa

Received : 21, October

Revised : 15, November

Accepted: 10, December

©2025 The Author(s): This is an open-access article distributed under the terms of the [Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



ABSTRAK

Tujuan kegiatan ini adalah untuk membekali mahasiswa dengan keterampilan berkomunikasi yang efektif sebagai bagian dari kompetensi dasar yang wajib dimiliki dalam berinteraksi baik di lingkungan kampus, kantor maupun masyarakat. Pelatihan ini dibagi menjadi tiga sesi yaitu (1) pemberian materi mengenai gambaran umum dan pentingnya komunikasi, (2) pemberian contoh-contoh teknik berkomunikasi melalui bahasa tubuh, dan (3) praktik dan simulasi secara langsung bentuk komunikasi nonverbal (bahasa tubuh) yang baik dan benar oleh para mahasiswa. Hasil pelaksanaan kegiatan ini dapat dikatakan cukup baik. Para mahasiswa/i yang menjadi peserta dalam kegiatan pelatihan ini cukup antusias dan dapat memahami bagaimana cara berkomunikasi yang baik dan benar khususnya melalui bahasa tubuh. Keberlanjutan kegiatan ini pun sangat diharapkan untuk dapat memberikan pengetahuan dan wawasan lebih mendalam tentang cara berkomunikasi yang efektif, baik dalam situasi informal maupun khususnya formal.

A. PENDAHULUAN

Di era digitalisasi yang semakin kompleks, ilmu komunikasi muncul sebagai disiplin kritis yang menjembatani berbagai aspek kehidupan manusia. Percepatan transformasi digital dan kompleksitas interaksi sosial kontemporer telah membuat keterampilan berkomunikasi berevolusi menjadi kompetensi fundamental yang menentukan kesuksesan individu dalam berbagai aspek kehidupan. Berkembangnya TIK (teknologi informasi dan komunikasi) yang diawali *platform web* pada awal abad 20, hingga mengubah pola masyarakat dan cara bertransaksinya (Saragih & Husain, 2012). Saat ini, fenomena global menunjukkan paradoks komunikasi yang mengkhawatirkan: meskipun teknologi komunikasi semakin canggih, kemampuan manusia dalam berkomunikasi secara efektif justru mengalami penurunan yang signifikan. Penelitian *Pew Research Center* (2023) menunjukkan bahwa adanya peningkatan gap komunikasi antarkelompok sosial sebesar 40 persen dalam dekade terakhir.

Dalam konteks profesional, kemampuan untuk berkomunikasi dengan efektif menjadi semakin penting dan dibutuhkan karena lingkungan kerja yang semakin beragam dan global. Berdasarkan penelitian terbaru dari National Association of Colleges and Employers (2023), 92 persen perusahaan global menempatkan keterampilan komunikasi sebagai atribut paling kritis yang dicari dalam rekrutmen karyawan. Temuan ini diperkuat oleh laporan World Economic Forum (2023) yang memprediksi bahwa kompetensi komunikasi akan menjadi salah satu dari lima keterampilan utama yang dibutuhkan di pasar kerja 2025.

Kemampuan komunikasi yang efektif menjadi salah satu faktor penentu kesuksesan organisasi. Berdasarkan laporan Project Management Institute (2018) (2018), komunikasi yang tidak efektif merupakan penyebab utama dari sebagian besar kegagalan proyek, yang mengakibatkan kerugian finansial yang signifikan. Namun, komunikasi yang baik tidak hanya bergantung pada aspek verbal (kata-kata), akan tetapi juga pada aspek nonverbal seperti bahasa tubuh (*body language*). Komunikasi nonverbal memainkan peran penting dalam interaksi

profesional. Menurut penelitian Mehrabian (1971), hanya 7 persen makna dari pesan disampaikan melalui kata-kata, sedangkan 55 persen disampaikan melalui bahasa tubuh dan 38 persen melalui nada suara.

Menurut Allan Pease (1988), komunikasi non-verbal dalam konteks ilmu manajemen khususnya bahasa tubuh memengaruhi berbagai aspek, kepemimpinan, negosiasi, motivasi tim, dan pengambilan keputusan. Dalam aspek kepemimpinan, postur tubuh yang tegap, kontak mata yang baik, dan gerakan tangan yang terkendali dapat meningkatkan kharisma dan kewibawaan seorang pemimpin (Rakhmaniar, 2023). Sementara, dalam negosiasi bisnis, kemampuan mengamati bahasa tubuh lawan—seperti ekspresi wajah atau perubahan postur—dapat membantu mengidentifikasi kesempatan untuk kompromi atau titik resistensi (Navarro & Karllins, 2008).

Namun, meskipun perannya sangat penting, kesadaran akan ilmu komunikasi nonverbal, khususnya bahasa tubuh, masih sering diabaikan. Mayoritas orang lebih mengandalkan komunikasi verbal tanpa memerhatikan sinyal nonverbal. Hal ini berpotensi menimbulkan kesalahpahaman. Misalnya, dalam wawancara kerja, calon karyawan mungkin bertutur kata dengan baik, akan tetapi jika bahasa tubuhnya menunjukkan kegugupan ataupun ketidaksopanan, hal tersebut bisa jadi penghalang atau dapat mengurangi peluang untuk diterima di instansi tersebut. Oleh karena itu, pengenalan dan pelatihan bahasa tubuh menjadi salah satu kebutuhan yang mendesak dan perlu dipahami dalam berbagai bidang, baik pendidikan, bisnis, kesehatan, maupun kehidupan sosial masyarakat.

Melalui pelatihan ini, kami berupaya untuk mengedukasi mahasiswa FE Universitas Darma Persada (UNSADA) tentang pentingnya mempelajari bahasa tubuh sebagai bagian integral dari ilmu komunikasi yang efektif. Selain itu, melalui pelatihan ini kami juga berharap para mahasiswa dapat lebih percaya diri dalam berkomunikasi dan berinteraksi baik secara formal maupun non formal.

B. METODE

Kegiatan pelatihan keterampilan berkomunikasi melalui bahasa tubuh ini dilaksanakan pada hari Selasa, 10 Juni 2025 pada pukul 11.00 s/d 13.00 wib. Adapun tujuan dari pelaksanaan kegiatan pelatihan ini adalah sebagai berikut:

1. Mahasiswa Fakultas Ekonomi UNSADA mendapatkan tambahan wawasan dan pengetahuan baru mengenai ilmu komunikasi khususnya komunikasi bahasa tubuh.
2. Mahasiswa Fakultas Ekonomi UNSADA dapat memahami dan mengerti pentingnya berkomunikasi yang baik dan benar dalam kehidupan sehari-hari.
3. Mahasiswa Fakultas Ekonomi UNSADA mampu mengaplikasikan cara berkomunikasi yang baik dan benar secara verbal (bahasa) maupun non-verbal (*gesture*) dalam meningkatkan kemampuan dan kepercayaan diri dalam aktivitas formal maupun nonformal.

Metode yang kami gunakan dalam pelatihan berkomunikasi nonverbal ini adalah dengan teknik ceramah dikombinasikan dengan pengaplikasian langsung yang diadakan di ruangan E.208 Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada. Adapun ceramah pada pelatihan ini dilakukan dengan memberikan materi pelatihan terkait ilmu komunikasi dengan rincian sebagai berikut:

1. Pada sesi pertama, mahasiswa dibekali dengan materi dasar tentang ilmu komunikasi dan pentingnya komunikasi.
2. Pada sesi kedua, mahasiswa diperkenalkan dengan materi terkait komunikasi nonverbal atau komunikasi bahasa tubuh. Pada sesi ini mahasiswa dibekali dengan pengetahuan akan pentingnya bahasa tubuh dalam kegiatan/aktivitas sehari-hari dan bagaimana pengaplikasiannya.
3. Pada sesi ketiga, mahasiswa diminta untuk mengaplikasikan langsung materi terkait bahasa tubuh yang telah disampaikan sebelumnya, seperti cara berdiri, berjalan maupun menyampaikan pendapat.

Teknik pelatihan langsung dilakukan dengan cara memberikan panduan kepada para peserta untuk mempraktekkan secara langsung bagaimana mengaplikasikan ilmu komunikasi secara nonverbal dalam kehidupan sehari-hari baik dalam situasi formal maupun nonformal.

Kegiatan pemberdayaan ini diharapkan dapat menambah wawasan dan dapat dipraktekkan langsung oleh para mahasiswa untuk meningkatkan kemampuan mahasiswa dalam berkomunikasi yang mana pada akhirnya dapat memperbaiki cara berkomunikasi dan pembawaan diri/kepercayaan diri mahasiswa khususnya dalam melakukan komunikasi secara formal atau *public speaking*.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Evaluasi kegiatan pengabdian ini dilakukan dengan metode survei, yaitu melalui penyebaran kuesioner. Pengisian kuesioner dilakukan oleh para peserta pelatihan setelah mereka selesai mengikuti kegiatan pelatihan tersebut.

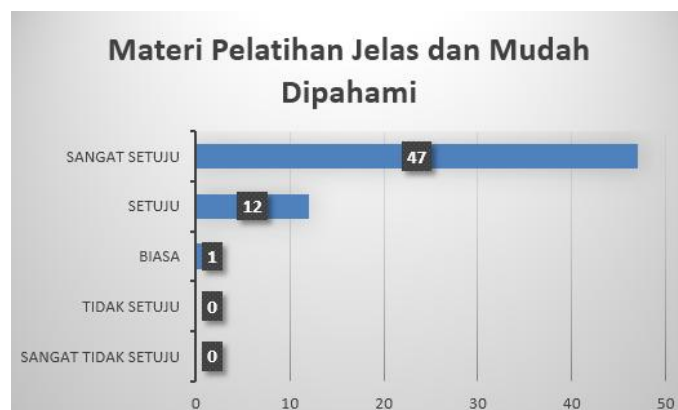


Gambar 1.

Pemaparan Materi Oleh Nara sumber

Adapun hasil dari penyebaran kuesioner kepada 60 orang peserta pelatihan komunikasi nonverbal adalah sebagai berikut:

Tabel 1
Hasil questioner pemaparan materi



Hasil oleh Kuesioner, 2025

Dari 60 peserta yang mengikuti kegiatan pelatihan ini berpendapat bahwa pelatihan komunikasi nonverbal yang disampaikan dapat diterima dengan jelas dan mudah dipahami. Materi menggunakan bahasa sehari-hari yang dapat dengan mudah diterima oleh para mahasiswa. Selain materi yang jelas dan mudah dipahami, para peserta juga menilai bahwa kegiatan pelatihan yang dilakukan disampaikan oleh fasilitator dengan menarik dan tidak membosankan. Sehingga para peserta antusias dalam mengikuti kegiatan ini dari awal sampai dengan akhir acara.

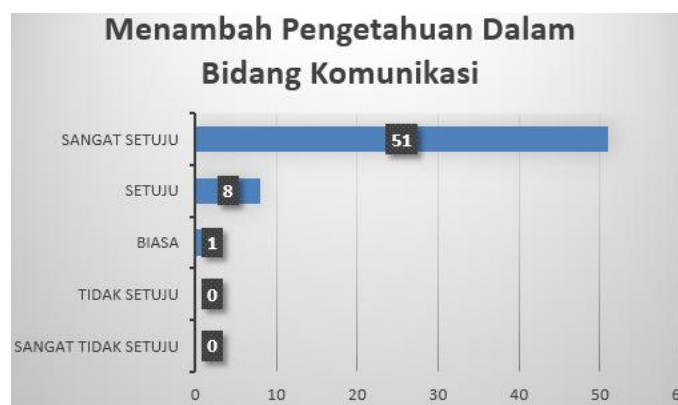
Tabel 2
Hasil Qousioner penilaian kepada narasumber



Hasil oleh Kuesioner, 2025

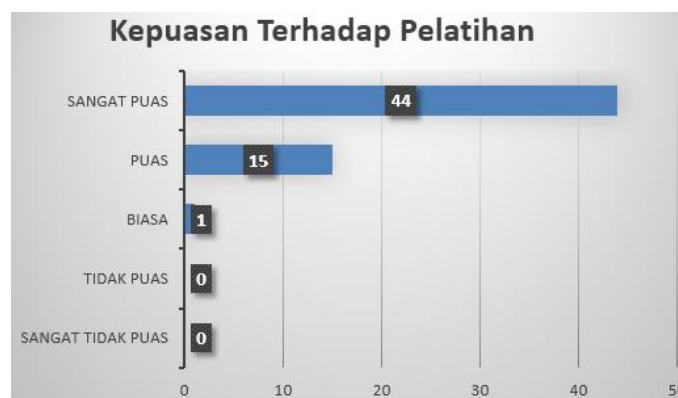
Dari pengisian kuesioner pasca pelatihan dapat diketahui bahwa mayoritas mahasiswa yang menjadi peserta dalam acara pelatihan tersebut mendapatkan pengetahuan baru khususnya dalam bidang komunikasi yang mana mahasiswa fakultas ekonomi tidak mempelainya. Sehingga hal ini dirasa membawa dampak positif bagi mahasiswa dalam menambah pengetahuan baru.

Tabel 3
Hasil Qousioner Esensi Pelatihan



Hasil oleh Kuesioner, 2025

Tabel 4
Hasil Qousioner Kepuasan pelaksanaan seluruh kegiatan



Hasil oleh Kuesioner, 2025

Hasil akhir kuesioner menunjukkan bahwa mahasiswa Fakultas Ekonomi Unsada yang menjadi peserta dalam kegiatan ini mengatakan bahwa mereka secara keseluruhan merasa puas dengan pelatihan yang telah dilakukan. Dari hasil isian kuesioner (lampiran), mahasiswa sangat memerlukan pelatihan lebih lanjut dan mendalam akan ilmu komunikasi khususnya komunikasi verbal atau *Public Speaking*. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kegiatan pelatihan ini perlu dilakukan lagi dalam rangka memberikan pengetahuan mendalam kepada para peserta tersebut.

D. KESIMPULAN

Hasil atas pelatihan komunikasi nonverbal pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Unsada adalah dapat memberikan tambahan wawasan bagi para mahasiswa dalam meningkatkan kemampuan berkomunikasi dalam menyampaikan pendapat atau pandangan serta meningkatkan kepercayaan diri dalam bersosialisasi dengan lingkungan sekitar sehari-hari. Dari hasil evaluasi yang dilakukan melalui penyebaran kuesioner diketahui bahwa peserta merasakan manfaat dari kegiatan pengabdian yang diselenggarakan karena materi yang diberikan sangat bermanfaat dan menarik serta peserta merasa mendapatkan pengetahuan baru dalam dunia komunikasi. Secara keseluruhan para mahasiswa yang menjadi peserta dalam kegiatan pelatihan ini merasa puas dengan penyelenggaraan pelatihan ini dan mereka menginginkan pelatihan lebih lanjut dan mendalam akan praktek berkomunikasi atau *public speaking*. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kegiatan pelatihan ini perlu dilakukan lagi dalam rangka memberikan pengetahuan mendalam kepada para peserta tersebut.



Gambar 6.

Pelaksana Pengabdian dan antusias Peserta Kegiatan PKM

E. SARAN

Berdasarkan tingginya minat para peserta dalam mengikuti kegiatan pelatihan ini dan adanya kebutuhan pelatihan komunikasi pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Unsada yang lebih mendalam, maka penulis menyarankan agar pelatihan ini dapat dilanjutkan dalam rangka memberikan pengetahuan yang komprehensif akan kemampuan berkomunikasi publik atau *public speaking* dalam kehidupan sehari-hari khususnya pada situasi bisnis/formal.

F. DAFTAR PUSTAKA

- DeVito, J. A. (1997). *Komunikasi Antarmanusia*. Jakarta: Professional Books.
- Kusumawati, T. (2016). Komunikasi Verbal dan Nonverbal. *Al-Irsyad: Jurnal Pendidikan dan Konseling*, 6(2), 83-98. <http://dx.doi.org/10.30829/al-irsyad.v6i2.6618>
- Mardikanto, T. (2014). *CSR (Corporate Social Responsibility) (Tanggungjawab Sosial Korporasi)*. Bandung: Alfabeta.
- Mehrabian, A. (1971). *Silent Messages*. Wadsworth. Belmont, California.
- Mulyana, D. (2014). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- NACE. (2023). *Job Outlook 2023*. (National Association of Colleges and Employers) Retrieved from NACEweb: <https://www.naceweb.org/uploadedfiles/files/2023/resources/job-outlook/2023-job-outlook.pdf>
- Najiati, S., Asmana, A., & Suryadiputra, I. N. (2005). *Pemberdayaan Masyarakat di Lahan Gambut. Bogor: Wetlands International*. Bogor: International Indonesia Programme.
- Navarro, J., & Karlins, M. (2008). *What every body is saying*. New York. New York, USA: HarperCollins Publishers.
- Pease, A. (1988). *Body Language*. London: Sheldon Press.
- Pew Research Center. (2023, December 6). *Black, Hispanic teens more likely than White teens to say they are online almost constantly*. Retrieved 2025, from Teens, Social Media and Technology: https://www.pewresearch.org/internet/2023/12/11/teens-social-media-and-technology-2023/pi_2023-12-11_teens-and-social-media_0-08-png/
- PMI. (2018). *Pulse of the Profession: Success in Disruptive Times*. Retrieved from Project Management Institute: <https://www.pmi.org/-/media/pii/documents/public/pdf/learning/thoughtleadership/pulse/pulse-of-the-profession-2018.pdf>
- Rakhmaniar, A. (2023). Dinamika Komunikasi Nonverbal Dalam Interaksi Sosial Di Lingkungan Kerja: Studi Kasus Pada Perusahaan Startup. *TUTURAN: Jurnal Ilmu Komunikasi, Sosial dan Humaniora*, 1(3), 285-297.
- Saragih, H., & Husain, T. (2012). Pengaruh Fitur-Fitur Blog terhadap Continuance Intention to Visit Blogs pada Toko Online Multiply. *Journal of Computer Information*, 1(1), 5-18
- WEC. (2023, April 30). *Future of Jobs Report 2023*. (World Economic Forum) Retrieved 2025, from <https://www.weforum.org/reports/the-future-of-jobs-report-2023/>
- Wijaya, S. (2023). Pentingnya pelatihan dan pengembangan dalam menciptakan kinerja karyawan di era digital. *Analisis*, 13(1), 106-118. <https://doi.org/10.37478/als.v13i1.2523>