

"Talk Like TED is a smart, practical book that will teach you how to give a kick-butt presentation."

— Daniel H. Pink, #1 *New York Times* bestselling author of *To Sell Is Human* and *Drive*

TALK

THE 9 PUBLIC-SPEAKING SECRETS

LIKE

OF THE WORLD'S TOP MINDS

TED

CARMINE GALLO

BESTSELLING AUTHOR OF *THE PRESENTATION SECRETS OF STEVE JOBS*

Talk Like **TED**

THE 9 PUBLIC-SPEAKING SECRETS
OF THE WORLD'S TOP MINDS

Carmine Gallo

ST. MARTIN'S PRESS  NEW YORK

Penulis dan penerbit telah memberikan e-book ini kepada Anda hanya untuk penggunaan pribadi. Anda tidak boleh membuat e-book ini tersedia untuk umum dengan cara apa pun. **Pelanggaran hak cipta bertentangan dengan hukum. Jika Anda yakin salinan e-book yang Anda baca ini melanggar hak cipta penulis, harap beri tahu penerbit di: us.macmillanusa.com/piracy.**

*Harap diperhatikan bahwa beberapa tautan yang dirujuk dalam karya ini sudah tidak aktif lagi.

Untuk Vanessa, dengan cinta dan terima kasih

ISI

Judul Halaman

Pemberitahuan Hak Cipta

Dedikasi

Pendahuluan: Gagasan Adalah Mata Uang Abad Kedua Puluh Satu .

BAGIAN I: Emosional

1. Bebaskan Guru di Dalam

2. Kuasai Seni Mendongeng

3. Lakukan Percakapan

BAGIAN II: Novel

4. Ajari Saya Sesuatu yang Baru

5. Berikan Momen Menakjubkan

6. Meringankan

BAGIAN III: Berkesan

7. Patuhi Aturan 18 Menit

8. Lukis Gambaran Mental dengan Pengalaman Multisensori

9. Tetap di Jalur Anda

Catatan Penulis

Terima kasih

Catatan

Indeks

Juga oleh Carmine Gallo

tentang Penulis

hak cipta —

PERKENALAN

Gagasan Adalah Mata Uang Abad Kedua Puluh Satu

“Saya adalah mesin pembelajaran dan ini adalah tempat untuk belajar.”

—TONY ROBBINS, TED 2006

IDEAS ADALAH MATA UANG abad kedua puluh satu. Beberapa orang sangat pandai mempresentasikan ide-ide mereka. Keahlian mereka meningkatkan status dan pengaruh mereka di masyarakat saat ini. Tidak ada yang lebih menginspirasi daripada ide berani yang disampaikan oleh seorang pembicara hebat. Ide, dikemas dan disampaikan secara efektif, dapat mengubah dunia. Jadi, bukankah luar biasa untuk mengidentifikasi teknik persis yang dibagikan oleh komunikator terhebat di dunia, melihat mereka menyampaikan presentasi yang mencengangkan, dan menerapkan rahasia mereka untuk memukau audiens Anda? Sekarang Anda bisa, berkat konferensi terkenal dunia yang memposting presentasi terbaiknya secara gratis di Internet—TED (Teknologi, Pendidikan, Desain), analisis ilmiah terhadap ratusan presentasi TED, wawancara langsung dengan pembicara paling populer TED, dan pribadi saya wawasan yang diperoleh dari pelatihan bertahun-tahun yang menginspirasi para pemimpin merek paling dikagumi di dunia.

Talk Like TED diperuntukkan bagi siapa saja yang ingin berbicara dengan lebih percaya diri dan berwibawa. Ini untuk siapa saja yang memberikan presentasi, menjual produk dan layanan, atau memimpin orang yang membutuhkan inspirasi. Jika Anda memiliki ide yang layak dibagikan, teknik dalam buku ini akan membantu Anda menyusun dan menyampaikan ide tersebut jauh lebih persuasif daripada yang pernah Anda bayangkan.

Pada bulan Maret 2012, pengacara hak sipil Bryan Stevenson menyampaikan ceramah kepada 1.000 orang yang menghadiri konferensi tahunan TED di Long Beach, California. Dia menerima standing ovation terlama dalam sejarah TED, dan presentasinya telah dilihat hampir dua juta kali secara online. Selama 18 menit Stevenson membuat penonton terpesona dengan menarik perhatian mereka

dan hati mereka. Kombinasi itu berhasil. Stevenson memberi tahu saya bahwa para hadirin hari itu menyumbangkan gabungan \$1 juta untuk organisasi nirlaba miliknya, Equal Justice Initiative. Itu lebih dari \$55.000 untuk setiap menit dia berbicara.

Stevenson tidak menyampaikan presentasi PowerPoint. Dia tidak menawarkan visual, tidak ada slide, tidak ada alat peraga. Kekuatan narasinya membawa hari itu. Beberapa pembicara TED populer lebih suka menggunakan PowerPoint untuk memperkuat dampak narasi mereka. Pada bulan Maret 2011, profesor David Christian meluncurkan gerakan untuk mengajar "Sejarah Besar" di sekolah-sekolah setelah menyampaikan ceramah TED 18 menit yang memukau didukung oleh slide yang menarik secara visual dan grafik yang menarik. "Sejarah besar" mengajarkan siswa bagaimana dunia berevolusi dan tempatnya di alam semesta. Presentasi Christian, yang mencakup 13 miliar tahun sejarah dalam 18 menit, telah dilihat lebih dari satu juta kali.

Christian dan Stevenson tampaknya memiliki gaya presentasi yang berbeda dan Anda akan mendengar dari keduanya dalam buku ini. Yang satu menceritakan kisah, yang lain menyampaikan segudang data dengan slide yang kaya gambar, namun keduanya menawan, menghibur, dan menginspirasi karena mereka berbagi sembilan rahasia. Mereka memahami ilmu dan seni persuasi.

Setelah menganalisis lebih dari 500 presentasi TED (lebih dari 150 jam) dan berbicara langsung dengan pembicara TED yang sukses, saya menemukan bahwa presentasi TED paling populer memiliki sembilan elemen yang sama. Saya juga telah mewawancarai beberapa ahli saraf, psikolog, dan ahli komunikasi terkemuka dunia untuk mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang mengapa prinsip-prinsip yang mendasari elemen-elemen ini bekerja dengan baik. Yang terbaik dari semuanya, setelah Anda mempelajari rahasia yang dibagikan oleh komunikator ini, Anda dapat mengadopsinya dan tampil menonjol dalam presentasi atau presentasi Anda berikutnya. Ini adalah teknik yang telah saya gunakan selama bertahun-tahun untuk melatih para CEO, pengusaha, dan pemimpin yang telah menemukan produk atau menjalankan perusahaan yang menyentuh hidup Anda setiap hari. Meskipun Anda mungkin tidak pernah berbicara di konferensi TED yang sebenarnya, jika Anda ingin sukses dalam bisnis, sebaiknya Anda dapat menyampaikan presentasi yang layak untuk TED. Ini mewakili gaya yang berani, segar, kontemporer, dan menarik yang akan membantu Anda memenangkan hati audiens Anda.

IDE-IDE YANG LAYAK DISEBARKAN

Richard Saul Wurman menciptakan konferensi TED pada tahun 1984 sebagai acara sekali pakai. Enam tahun kemudian diciptakan kembali sebagai konferensi empat hari di Monterey, California. Dengan \$475, peserta dapat menonton berbagai kuliah tentang topik yang mencakup teknologi, pendidikan, dan desain (TED). Penerbit majalah teknologi Chris Anderson membeli konferensi tersebut pada tahun 2001 dan memindahkannya ke Long Beach, California pada tahun 2009. Pada tahun 2014, konferensi TED mulai berjalan di Vancouver, Kanada, yang mencerminkan daya tarik internasionalnya yang semakin meningkat.

Sampai tahun 2005 TED merupakan acara tahunan: empat hari, 50 pembicara, presentasi 18 menit. Pada tahun itu, Anderson menambahkan sister conference bernama TEDGlobal untuk menjangkau khalayak internasional. Pada tahun 2009, organisasi tersebut mulai memberikan lisensi kepada pihak ketiga yang dapat menyelenggarakan acara TEDx tingkat komunitas mereka sendiri. Dalam tiga tahun lebih dari 16.000 pembicaraan telah disampaikan pada acara TEDx di seluruh dunia. Hari ini ada lima acara TEDx yang diselenggarakan setiap hari di lebih dari 130 negara.

Terlepas dari pertumbuhan luar biasa dalam bisnis konferensi, pembicara TED diperkenalkan ke khalayak global yang jauh lebih besar melalui peluncuran TED.com pada bulan Juni 2006. Situs ini memposting enam pembicaraan untuk menguji pasar. Enam bulan kemudian situs tersebut hanya memiliki sekitar 40 presentasi, namun telah menarik lebih dari tiga juta tampilan. Dunia dulu dan sekarang masih haus akan ide-ide hebat yang disajikan dengan cara yang menarik.

Pada 13 November 2012 TED.com presentasi telah mencapai **satu miliar** tampilan, dan sekarang dilihat dengan kecepatan 1,5 juta kali per hari.

Video diterjemahkan ke dalam 90 bahasa, dan 17 tampilan baru presentasi TED dimulai setiap detik setiap hari. Menurut Chris Anderson, "Dulu 800 orang berkumpul setahun sekali; sekarang sekitar satu juta orang setiap hari menonton TED Talks online. Ketika kami pertama kali melakukan beberapa pembicaraan sebagai eksperimen, kami mendapat tanggapan yang begitu berapi-api sehingga kami memutuskan untuk membalikkan organisasi dan menganggap diri kami bukan sebagai konferensi tetapi sebagai 'ide yang layak disebar,' membangun perusahaan besar. situs web di sekitarnya. Konferensi masih menjadi mesinnya, tetapi situs web adalah penguat yang membawa ide ke dunia."¹

Enam pembicaraan TED pertama yang diposting online dianggap klasik di kalangan penggemar yang menyebut diri mereka "TEDsters". Pembicara termasuk Al Gore, Sir Ken Robinson, dan Tony Robbins. Beberapa pembicara ini menggunakan slide presentasi tradisional; yang lain tidak. Namun, mereka semua menyampaikan khotbah yang emosional, baru, dan berkesan. Hari ini TED telah menjadi platform yang sangat berpengaruh, aktor dan musisi terkenal langsung menuju ke panggung TED ketika mereka memiliki ide untuk dibagikan. Beberapa hari setelah menerima Oscar untuk film terbaik, sutradara **Argo** Ben Affleck muncul di TED di Long Beach untuk membicarakan pekerjaannya di Kongo. Di awal minggu penyanyi U2 Bono menyampaikan presentasi tentang keberhasilan kampanye anti kemiskinan di seluruh dunia. Ketika selebriti ingin dianggap serius, mereka tampil di panggung TED. COO Facebook Sheryl Sandberg menulis buku terlarisnya **Lean In** setelah presentasi TED-nya tentang wanita di tempat kerja menjadi viral di [TED.com](https://www.ted.com). Presentasi TED mengubah cara orang melihat dunia dan menjadi batu loncatan untuk meluncurkan gerakan di bidang seni, desain, bisnis, pendidikan, kesehatan, sains, teknologi, dan isu-isu global.

Pembuat film dokumenter Daphne Zuniga menghadiri konferensi tahun 2006 tersebut. Dia menggambarkan sebagai "pertemuan di mana pengusaha, desainer, ilmuwan, dan seniman top dunia menyajikan ide-ide baru yang menakjubkan dalam apa yang hanya dapat digambarkan sebagai Cirque Du Soleil untuk pikiran."² Tidak ada acara seperti itu, kata Zuniga. "Ini adalah empat hari pembelajaran, semangat, dan inspirasi... merangsang secara intelektual, tetapi saya tidak pernah mengira ide yang saya dengar akan menggerakkan hati saya juga." Oprah Winfrey pernah mengatakannya dengan lebih ringkas: "TED adalah tempat orang-orang brilian pergi untuk mendengar orang-orang brilian lainnya berba

RAHASIA PRESENTASI STEVE JOBS

Saya berada dalam posisi unik untuk menganalisis presentasi TED. Saya menulis buku berjudul ***The Presentation Secrets of Steve Jobs***, yang kemudian menjadi bestseller internasional. CEO terkenal diketahui telah mengadopsi prinsip-prinsip yang diungkapkan dalam buku ini, dan ratusan ribu profesional di seluruh dunia menggunakan metode tersebut untuk mengubah presentasi mereka. Saya tersanjung dengan perhatian tersebut, tetapi saya ingin meyakinkan pembaca bahwa teknik yang saya jelajahi dalam ***Rahasia Presentasi*** tidak eksklusif untuk Steve Jobs. Salah satu pendiri Apple dan visioner teknologi kebetulan

sangat baik untuk menempatkan mereka semua bersama-sama. Tekniknya sangat "seperti TED".

Dalam buku itu saya menegaskan bahwa pidato pembukaan Steve Jobs yang terkenal di Stanford University pada tahun 2005 merupakan ilustrasi yang luar biasa dari kemampuannya untuk memikat audiens. Ironisnya, pidato pembukaan adalah salah satu video terpopuler di [TED.com](https://www.ted.com). Meskipun ini bukan pembicaraan TED resmi, ini berisi elemen yang sama dengan presentasi TED terbaik dan telah dilihat lebih dari 15 juta kali.

"Waktu Anda terbatas, jadi jangan sia-siakan dengan menjalani hidup orang lain.3 Jangan terjebak oleh dogma—yaitu hidup dengan hasil pemikiran orang lain," kata Jobs kepada para wisudawan. "Jangan biarkan kebisingan pendapat orang lain menenggelamkan suara hati Anda sendiri. Dan yang paling penting, miliki keberanian untuk mengikuti kata hati dan intuisi. Mereka entah bagaimana sudah tahu apa yang benar-benar Anda inginkan." Kata-kata Jobs berbicara langsung kepada tipe orang yang tergerak oleh presentasi TED. Mereka adalah pencari. Mereka bersemangat untuk belajar. Tidak puas dengan status quo, mereka mencari ide-ide inspiratif dan inovatif yang memajukan dunia. Dengan Steve Jobs, Anda mempelajari teknik dari satu master; di ***Talk Like TED*** Anda mendapatkan semuanya.

DALE CARNEGIE UNTUK ABAD KEDUA PULUH PERTAMA

Talk Like TED menggali ilmu komunikasi jauh lebih dalam daripada hampir semua buku yang ada di pasaran saat ini. Itu memperkenalkan Anda kepada pria dan wanita —ilmuwan, penulis, pendidik, pencinta lingkungan, dan pemimpin terkenal—yang mempersiapkan dan menyampaikan pembicaraan tentang hidup mereka. Setiap satu dari lebih dari 1.500 presentasi yang tersedia secara gratis di situs Web TED dapat mengajari Anda sesuatu tentang berbicara di depan umum.

Ketika saya pertama kali berpikir untuk menulis buku tentang rahasia berbicara di depan umum dari pembicaraan TED, saya menganggapnya sebagai ***Dale Carnegie untuk Abad Dua Puluh Satu***. Carnegie menulis buku public-speaking dan self-help pertama pada tahun 1915, ***The Art of Public Speaking***. Intuisi Carnegie sangat sempurna. Dia merekomendasikan agar pembicara membuat pembicaraan mereka singkat. Dia mengatakan cerita adalah cara ampuh untuk terhubung secara emosional dengan audiens Anda.

Dia menyarankan penggunaan perangkat retorik seperti metafora dan analogi. Tiga perempat abad sebelum PowerPoint ditemukan, Carnegie berbicara tentang penggunaan alat bantu visual. Dia memahami pentingnya antusiasme, latihan, dan penyampaian yang kuat untuk menggerakkan orang. Semua yang direkomendasikan Carnegie pada tahun 1915 tetap menjadi dasar komunikasi yang efektif hingga hari ini.

Meskipun Carnegie memiliki ide yang tepat, dia tidak memiliki alat yang tersedia saat ini. Ilmuwan yang menggunakan fMRI (functional magnetic resonance imaging) dapat memindai otak orang untuk melihat dengan tepat area mana yang sedang diaktifkan saat subjek melakukan tugas tertentu, seperti berbicara atau mendengarkan orang lain. Teknologi ini dan alat sains modern lainnya telah menyebabkan banyak studi di bidang komunikasi. Rahasia yang diungkap dalam buku ini didukung oleh sains terbaru dari para pemikir terbaik di planet ini, dan berhasil. Apakah nafsu menular? Anda akan tahu. Bisakah bercerita benar-benar "menyinkronkan" pikiran Anda dengan orang yang mendengarkan Anda? Anda akan menemukan jawabannya. Mengapa presentasi 18 menit mengalahkan presentasi 60 menit?

Mengapa video Bill Gates melepaskan nyamuk ke penonton menjadi viral? Anda juga akan mempelajari jawaban atas pertanyaan-pertanyaan itu.

Carnegie juga kekurangan alat paling ampuh yang dapat kita gunakan untuk mempelajari seni berbicara di depan umum: Internet, yang tidak akan dikomersialkan hingga 40 tahun setelah kematian Carnegie. Hari ini, berkat ketersediaan broadband, orang dapat menonton video di [TED.com](https://www.ted.com) dan lihat pemikir terbaik dunia menyampaikan presentasi kehidupan mereka. Setelah Anda mempelajari sembilan rahasia ini, membaca wawancara dengan pembicara TED populer, dan memahami sains di balik itu semua, Anda dapat membuka [TED.com](https://www.ted.com) untuk melihat presenter beraksi menggunakan keterampilan yang baru saja Anda baca.

KITA SEMUA DALAM PENJUALAN SEKARANG

Pembicara TED paling populer memberikan presentasi yang menonjol di lautan ide. Seperti catatan Daniel Pink dalam ***To Sell Is Human***, "Suka atau tidak, kita semua sedang dalam penjualan sekarang."⁴ Jika Anda diundang untuk memberikan ceramah TED, buku ini adalah kitab suci Anda. Jika Anda belum diundang untuk memberikan ceramah TED dan tidak berniat melakukannya, buku ini masih termasuk buku paling berharga yang pernah Anda miliki.

baca karena itu akan mengajarkan Anda cara menjual diri dan ide-ide Anda secara lebih persuasif daripada yang pernah Anda bayangkan. Ini akan mengajarkan Anda bagaimana menggabungkan elemen-elemen yang dibagikan oleh semua presentasi yang menginspirasi, dan akan menunjukkan kepada Anda bagaimana membayangkan kembali cara Anda melihat diri Anda sebagai seorang pemimpin dan komunikator. Ingat, jika Anda tidak dapat menginspirasi orang lain dengan ide-ide Anda, tidak masalah seberapa hebat ide tersebut. Gagasan hanya sebaik tindakan yang mengikuti komunikasi gagasan itu.

* * *

TALK LIKE TED DIBAGI menjadi tiga bagian, masing-masing mengungkapkan tiga komponen dari presentasi yang menginspirasi. Presentasi paling menarik

adalah:

- **EMOSIONAL**—Mereka menyentuh hati saya.
- **NOVEL**—Mereka mengajarkan saya sesuatu yang baru.
- **BERKESAN**—Mereka menyajikan konten dengan cara yang tidak akan pernah saya lupakan.

EMOSIONAL

Komunikator hebat mencapai kepala Anda dan menyentuh hati Anda. Kebanyakan orang yang menyampaikan presentasi melupakan bagian “hati”. Di bab 1, Anda akan mempelajari cara melepaskan master di dalam diri dengan mengidentifikasi apa yang benar-benar Anda sukai. Anda akan membaca tentang penelitian—tidak pernah dipublikasikan di pers populer—yang menjelaskan mengapa hasrat adalah kunci untuk menguasai keterampilan seperti berbicara di depan umum. Bab 2 mengajarkan Anda cara menguasai seni mendongeng dan mengapa cerita membantu pendengar Anda terikat secara emosional dengan topik Anda. Anda akan belajar tentang penelitian baru yang menunjukkan bagaimana cerita benar-benar “menyinkronkan” pikiran Anda dengan audiens Anda, memungkinkan Anda untuk membuat koneksi yang jauh lebih dalam dan lebih bermakna daripada yang pernah Anda alami. Dalam bab 3 Anda akan belajar bagaimana presenter TED menunjukkan bahasa tubuh dan penyampaian verbal yang tulus dan alami, seolah-olah mereka sedang bercakap-cakap alih-alih berbicara kepada banyak orang. Anda juga akan bertemu dengan pembicara yang menghabiskan 200 jam berlatih presentasi dan belajar bagaimana mereka berlatih. Anda akan mempelajari teknik untuk membuat kehadiran dan penyampaian Anda lebih nyaman dan berdampak.

NOVEL

Menurut ahli saraf yang saya wawancarai, kebaruan adalah satu-satunya cara paling efektif untuk menarik perhatian seseorang. Manajer tren YouTube Kevin Allocca mengatakan kepada audiens TED bahwa di dunia di mana dua hari video diunggah setiap menit, "Hanya yang benar-benar unik dan tidak terduga yang dapat menonjol." Otak tidak dapat mengabaikan kebaruan, dan setelah Anda mengadopsi teknik di bagian ini, pendengar Anda tidak akan dapat mengabaikan Anda. Dalam bab 4 kita menelusuri bagaimana para presenter TED terhebat melibatkan audiens mereka dengan informasi baru atau pendekatan unik untuk suatu bidang studi.

Bab 5 adalah tentang menyampaikan momen-momen yang mencengangkan, menyoroti para pembicara yang dengan hati-hati, secara sadar merancang dan menyampaikan momen-momen "wow" yang masih dibicarakan audiens mereka bertahun-tahun kemudian.

Bab 6 membahas elemen humor murni yang sensitif namun penting—kapan menggunakannya, bagaimana menggunakannya, dan bagaimana melucu tanpa melontarkan lelucon. Humor unik untuk setiap presenter dan harus dimasukkan ke dalam gaya presentasi

BERKESAN

Anda mungkin memiliki ide baru, tetapi jika audiens tidak dapat mengingat apa yang Anda katakan, ide tersebut tidak penting. Di bab 7 saya mengeksplorasi mengapa presentasi TED 18 menit adalah waktu yang ideal untuk menyampaikan maksud Anda. Dan ya, ada sains untuk mendukungnya. Bab 8 mencakup pentingnya menciptakan pengalaman multisensori yang hidup sehingga audiens Anda dapat mengingat konten dengan lebih berhasil. Di bab 9 saya menekankan pentingnya tetap berada di jalur Anda sendiri, kunci utama untuk menjadi pembicara yang tulus dan autentik yang menurut orang dapat mereka percayai.

Setiap bab menampilkan teknik khusus yang dibagikan oleh pembicara TED terpopuler bersama dengan contoh, wawasan, dan wawancara dengan orang yang menyampaikan presentasi. Saya juga menyertakan "TEDnotes" di setiap bab: kiat-kiat khusus yang akan membantu Anda menerapkan rahasia tersebut ke presentasi atau presentasi Anda selanjutnya. Dalam catatan ini Anda akan menemukan nama pembicara dan judul presentasinya sehingga Anda dapat mencarinya dengan mudah di [TED.com](https://www.ted.com). Di setiap bab kita juga akan mengeksplorasi ilmu di balik rahasia yang ditampilkan—mengapa ini berhasil dan bagaimana Anda dapat menerapkan teknik untuk mengambil

presentasi Anda ke tingkat yang lebih tinggi. Dalam 10 tahun terakhir kita telah belajar lebih banyak tentang pikiran manusia daripada yang pernah kita ketahui. Temuan ini memiliki implikasi mendalam untuk presentasi Anda berikutnya.

BELAJAR DARI PARA GURU

Dalam *Penguasaan* penulis Robert Greene berpendapat bahwa kita semua memiliki kemampuan untuk mendorong batas potensi manusia. Kekuatan, kecerdasan, dan kreativitas adalah kekuatan yang dapat kita keluarkan dengan pola pikir dan keterampilan yang tepat. Orang yang menguasai bidangnya (misalnya seni, musik, olahraga, berbicara di depan umum) memiliki cara berbeda dalam memandang dunia. Greene percaya kata *genius* harus didemistifikasi karena kita memiliki “akses ke informasi dan pengetahuan yang hanya bisa diimpikan oleh master masa lalu.”⁵

[TED.com](https://www.ted.com) adalah tambang emas bagi mereka yang ingin menguasai bidang komunikasi, persuasi, dan berbicara di depan umum. *Talk Like TED* akan memberi Anda alat dan menunjukkan cara menggunakannya untuk membantu Anda menemukan suara Anda dan bahkan mungkin keberuntungan Anda.

Komunikator yang lebih baik dari rata-rata umumnya lebih sukses daripada orang lain, tetapi komunikator yang hebat memulai gerakan. Mereka dikenang dan dihormati hanya dengan nama belakang mereka: Jefferson, Lincoln, Churchill, Kennedy, King, Reagan. Kegagalan untuk berkomunikasi secara efektif dalam bisnis adalah jalan cepat menuju kegagalan. Itu berarti startup tidak akan mendapatkan dana, produk tidak akan terjual, proyek tidak akan mendapatkan dukungan, dan karir tidak akan melambung.

Kemampuan menyampaikan presentasi yang layak TED dapat berarti perbedaan antara menikmati pengakuan dan bekerja keras dalam ketidakjelasan tanpa harapan. Kamu masih hidup. Itu berarti hidup Anda memiliki tujuan. Anda dimaksudkan untuk kebesaran. Jangan sabotase potensi Anda karena Anda tidak dapat mengkomunikasikan ide-ide Anda.

Di TED 2006, guru motivasi Tony Robbins berkata, “Pemimpin yang efektif memiliki kemampuan untuk menggerakkan diri mereka sendiri dan orang lain untuk bertindak karena mereka memahami kekuatan tak terlihat yang membentuk kita.”⁶ Komunikasi yang penuh gairah, kuat, dan menginspirasi adalah salah satu kekuatan yang menggerakkan dan membentuk kita. Pendekatan baru untuk memecahkan masalah lama, cerita yang menginspirasi, cara penyampaian informasi yang menarik, dan tepuk tangan meriah sudah dikenal

sebagai "momen TED". Ciptakan momen-momen itu. Pikat audiens Anda.
Menginspirasi mereka. Mengubah dunia. Begini caranya ...

BAGIAN I

Emosional

Bagian penting dari format TED adalah kita memiliki manusia yang terhubung dengan manusia secara langsung dan hampir rentan.

Anda berada di atas panggung telanjang, jadi untuk berbicara. Pembicaraan yang paling berhasil adalah pembicaraan di mana orang benar-benar dapat merasakan kemanusiaan itu. Emosi, mimpi, imajinasi.

—CHRIS ANDERSON, KURATOR, TED

Bebaskan Guru di Dalam

Gairah adalah hal yang akan membantu Anda menciptakan ekspresi tertinggi dari bakat Anda.

—LARY SMITH, TEDx, NOVEMBER 2011

AIMEE MULLINS MEMILIKI 12 PASANG KAKI. Seperti kebanyakan orang, dia dilahirkan dengan dua, tetapi tidak seperti kebanyakan orang, Mullins harus mengamputasi kedua kakinya di bawah lutut karena kondisi medis. Mullins hidup tanpa kaki bagian bawah sejak ulang tahun pertamanya.

Mullins dibesarkan dalam keluarga kelas menengah di kota kelas menengah Allentown, Pennsylvania, namun prestasinya jauh dari biasa.

Dokter Mullins menyarankan bahwa amputasi dini akan memberinya kesempatan terbaik untuk memiliki mobilitas yang wajar. Sebagai seorang anak, Mullins tidak memiliki masukan dalam keputusan itu, tetapi ketika dia tumbuh dewasa, dia menolak untuk melihat dirinya sebagai atau menerima label yang diberikan kebanyakan orang padanya— "cacat". Sebaliknya, dia memutuskan bahwa kaki palsu akan memberinya kekuatan super yang hanya bisa diimpikan orang lain.

Mullins mendefinisikan kembali apa artinya dinonaktifkan. Seperti yang dia katakan kepada komedian dan pembawa acara bincang-bincang Stephen Colbert, banyak aktris memiliki lebih banyak bahan prostetik di payudara mereka daripada di seluruh tubuhnya, "dan kami tidak menyebut setengah dari Hollywood cacat."

Mullins menggunakan kekuatan supernya—kaki prostetiknya—untuk mengikuti program Divisi Satu NCAA di Universitas Georgetown. Dia memecahkan tiga rekor dunia di trek dan lapangan di Paralimpiade 1996, menjadi model fesyen dan aktris, dan mendapat tempat di daftar tahunan majalah **People** dari 50 Orang Terindah.

Pada tahun 2009, 5'8" Mullins berdiri di panggung TED dengan tinggi 6'1" yang dia pilih untuk acara tersebut. Mullins memilih kaki yang berbeda agar sesuai dengan acara tersebut. Dia menggunakan anggota tubuh yang lebih fungsional untuk berjalan-jalan di Manhattan dan yang lebih modis untuk pesta mewah.

"TED benar-benar merupakan landasan peluncuran dekade berikutnya dari penjelajahan hidup saya,"¹ kata Mullins. Mullins percaya penampilannya di TED memulai percakapan yang sangat mengubah cara masyarakat memandang penyandang disabilitas. Inovator, desainer, dan seniman di luar komunitas medis prostetik tradisional terinspirasi untuk melihat betapa kreatif dan hidup mereka membuat kaki. "Ini bukan lagi pembicaraan tentang mengatasi kekurangan. Ini adalah percakapan tentang potensi. Tungkai prostetik tidak mewakili kebutuhan untuk menggantikan kehilangan lagi ... Jadi orang-orang yang dulunya dianggap cacat oleh masyarakat sekarang dapat menjadi arsitek identitas mereka sendiri dan memang terus mengubah identitas tersebut dengan merancang tubuh mereka dari tempat pemberdayaan ... itu adalah kemanusiaan kita, dan semua potensi dalam kita yang"

Tekad Mullins membuatnya menjadi atlet kelas dunia; semangatnya memenangkan hati penonton TED.

Rahasia #1: Bebaskan Master Di Dalam

Gali lebih dalam untuk mengidentifikasi hubungan unik dan bermakna Anda dengan topik presentasi Anda. Gairah mengarah pada penguasaan dan presentasi Anda bukan apa-apa tanpanya, tetapi perlu diingat bahwa apa yang membuat Anda bersemangat mungkin tidak terlihat jelas. Aimee Mullins tidak menyukai prostetik; dia bersemangat untuk melepaskan potensi manusia.

Mengapa berhasil: Sains menunjukkan bahwa gairah itu menular, secara harfiah. Anda tidak dapat menginspirasi orang lain kecuali Anda sendiri terinspirasi. Anda memiliki peluang lebih besar untuk membujuk dan menginspirasi pendengar Anda jika Anda mengekspresikan hubungan yang antusias, bersemangat, dan bermakna dengan topik Anda.

PADA OKTOBER 2012, CAMERON RUSSELL mengatakan kepada hadirin TEDx, “Penampilan bukanlah segalanya.”² Klise? Ya, jika itu telah disampaikan oleh orang lain. Russell, bagaimanapun, adalah model fesyen yang sukses. Dalam tiga puluh detik setelah naik panggung, Russell mengganti pakaiannya. Dia menutupi gaun hitamnya yang terbuka dan ketat dengan rok lilit, mengganti tumit delapan inci dengan sepatu polos, dan mengenakan sweter berkerah tinggi di atas kepalanya.

“Jadi mengapa saya melakukan itu?” dia bertanya kepada hadirin. “Gambar itu kuat, tetapi juga gambar itu dangkal. Saya benar-benar mengubah apa yang Anda pikirkan tentang saya dalam enam detik.

Russell menjelaskan bahwa dia adalah seorang model pakaian dalam yang telah berjalan di landasan pacu untuk Victoria's Secret dan telah muncul di sampul majalah mode. Sementara Russell mengakui bahwa pemodelan itu baik baginya — itu membayar untuk kuliah — dia juga sangat sadar bahwa dia “memenangkan lotere genetik”.

Russell menunjukkan kepada penonton serangkaian foto sebelum dan sesudah. Foto “sebelum” mengungkapkan seperti apa dia pada hari pemotretan sebelumnya dan foto “setelah” menampilkan iklan terakhir. Tentu saja kedua foto itu sama sekali tidak mirip. Dalam satu foto, Russell — saat itu berusia 16 tahun — berpose menggoda dengan seorang pria muda yang tangannya diletakkan di saku belakang celana jinsnya (Russell bahkan belum pernah punya pacar pada saat pemotretan). “Saya harap apa yang Anda lihat adalah foto-foto ini bukan foto saya. Mereka adalah konstruksi, dan mereka adalah konstruksi oleh sekelompok profesional, oleh penata rambut dan penata rias dan fotografer dan penata gaya dan semua asisten serta praproduksi dan pascaproduksi mereka.

Mereka membangun ini. Itu bukan saya.”

Russell adalah ahli dalam keahliannya—pemodelan. Tapi menjadi model bukanlah hal yang dia sukai. Dia bersemangat meningkatkan harga diri pada gadis-gadis muda, dan itulah sebabnya dia terhubung dengan audiensnya. Gairah itu menular. “Cara sebenarnya saya menjadi model adalah saya memenangkan lotre genetik, dan saya adalah penerima warisan, dan mungkin Anda bertanya-tanya apa itu warisan. Nah, selama beberapa abad terakhir kita telah mendefinisikan kecantikan tidak hanya sebagai kesehatan dan kemudaan dan simetri yang secara biologis kita kagumi, tapi

juga tinggi, sosok ramping, dan feminitas dan kulit putih. Dan ini adalah warisan yang dibangun untuk saya, dan ini adalah warisan yang telah saya hasilkan.”

Penampilan Russell membuatnya menjadi model; hasratnya membuatnya menjadi pembicara yang sukses.

Russell dan Mullins diberi platform karena mereka ahli di bidangnya, tetapi mereka terhubung dengan audiens karena mereka sangat menyukai topik mereka. Apa yang mengobarkan semangat seorang pembicara tidak selalu melibatkan pekerjaan mereka sehari-hari. Russell tidak berbicara tentang berpose untuk foto, dan Mullins tidak berbicara tentang berkompetisi di trek dan lapangan. Namun masing-masing berbicara tentang hidupnya.

Pembicara TED paling populer memiliki kesamaan dengan komunikator paling menarik di bidang apa pun—hasrat, obsesi yang harus mereka bagi dengan orang lain. Pembicara TED paling populer tidak memiliki "pekerjaan". Mereka memiliki hasrat, obsesi, panggilan, tetapi bukan pekerjaan. Orang-orang ini dipanggil untuk membagikan ide-ide mereka.

Orang tidak dapat menginspirasi orang lain kecuali dan sampai mereka sendiri terinspirasi. “Dalam budaya kita, kita cenderung menyamakan pemikiran dan kekuatan intelektual dengan kesuksesan dan pencapaian. Namun, dalam banyak hal, ini adalah kualitas emosional yang memisahkan mereka yang menguasai suatu bidang dari banyak orang yang hanya bekerja di suatu pekerjaan,”³ tulis Robert Greene dalam ***Mastery***. “Tingkat keinginan, kesabaran, ketekunan, dan kepercayaan diri kita pada akhirnya memainkan peran yang jauh lebih besar dalam kesuksesan daripada kekuatan penalaran belaka. Merasa termotivasi dan bersemangat, kita dapat mengatasi hampir semua hal. Merasa bosan dan gelisah, pikiran kita tertutup dan kita menjadi semakin pasif.” Pembicara yang termotivasi dan bersemangat selalu lebih menarik dan menarik daripada pembicara yang bosan dan pasif.

Saya sering diminta untuk bekerja dengan CEO dalam peluncuran atau inisiatif produk utama, membantu mereka menceritakan kisah merek mereka dengan lebih efektif dan persuasif. Saya berkeliling dunia untuk mengunjungi merek seperti Intel, Coca Cola, Chevron, Pfizer, dan banyak perusahaan lain di hampir setiap kategori produk. Dalam bahasa apa pun, di benua mana pun, di setiap negara, para pembicara yang dengan tulus mengungkapkan hasrat dan antusiasme mereka terhadap topik tersebut

adalah orang-orang yang menonjol sebagai pemimpin yang menginspirasi. Merekalah yang ingin diajak berbisnis oleh pelanggan.

Selama bertahun-tahun saya memulai dengan pertanyaan yang sama selama sesi pelatihan saya dengan seorang klien—apa yang Anda sukai? Pada tahap awal membangun sebuah cerita, saya tidak terlalu memedulikan produknya seperti saya peduli tentang mengapa pembicara bersemangat tentang produk atau layanan tersebut. Howard Schultz, pendiri Starbucks, pernah mengatakan kepada saya bahwa dia tidak terlalu menyukai kopi, tetapi dia sangat menyukai “membangun tempat ketiga antara kantor dan rumah, tempat di mana karyawan akan diperlakukan dengan hormat dan menawarkan layanan pelanggan yang luar biasa. ” Kopi adalah produknya, tetapi Starbucks adalah bisnis layanan pelanggan. Tony Hsieh, pendiri pengecer online Zappos, tidak menyukai sepatu. Dia mengatakan kepada saya bahwa dia bersemangat tentang "memberikan kebahagiaan." Pertanyaan yang dia tanyakan pada dirinya sendiri adalah: Bagaimana cara membuat karyawan saya bahagia? Bagaimana cara membuat pelanggan saya senang? Pertanyaan yang Anda ajukan akan menghasilkan serangkaian hasil yang sangat berbeda. Bertanya pada diri sendiri, "Apa produk saya?" tidak seefektif bertanya pada diri sendiri, "Bisnis apa yang sebenarnya saya geluti? Apa yang benar-benar saya sukai?"

Tony Hsieh sangat bersemangat dengan layanan pelanggan dan keterlibatan karyawan, dia adalah pembicara yang banyak dicari di berbagai acara dan konferensi di seluruh dunia (dia harus menolak jauh lebih banyak permintaan daripada yang dia terima). Karena banyak pembicara yang kering tulang karena mereka tidak memiliki keterikatan yang kuat dengan topik, menonton pembicara yang antusias sama menyegarkannya dengan meminum air dingin di padang pasir.

APA YANG MEMBUAT HATI ANDA BERNYANYI?

Baru-baru ini saya mulai mengubah pertanyaan pertama yang saya ajukan kepada klien eksekutif saya yang ingin menjadi komunikator yang lebih baik. Dalam presentasi publik utamanya yang terakhir, Steve Jobs berkata, "Persinggungan antara teknologi dan seni liberallah yang membuat hati kita bernyanyi." Jadi hari ini saya mengganti "Apa yang membuat Anda bersemangat" dengan "Apa yang membuat hati Anda bernyanyi?" Jawaban atas pertanyaan kedua bahkan lebih mendalam dan menggairahkan daripada yang pertama.

Misalnya, saya bekerja dengan klien di komunitas agribisnis California. Dia mengepalai asosiasi petani stroberi, tanaman penting bagi negara. Begini cara dia menjawab pertanyaan saya:

Pertanyaan 1: Apa yang Anda lakukan? "Saya CEO dari California Strawberry Commission."

Pertanyaan 2: Apa yang Anda sukai? "Saya bersemangat mempromosikan stroberi California."

Pertanyaan 3: Ada apa dengan industri ini yang membuat hati Anda bernyanyi? "Impian Amerika. Orang tua saya adalah imigran dan bekerja di ladang.

Akhirnya mereka bisa membeli satu hektar tanah dan tumbuh dari sana.

Dengan stroberi, Anda tidak membutuhkan banyak lahan dan tidak perlu memilikinya; Anda bisa menyewanya. Ini adalah batu loncatan menuju impian Amerika."

Saya yakin Anda akan setuju bahwa jawaban untuk pertanyaan ketiga jauh lebih menarik daripada dua pertanyaan pertama. Apa yang membuat hatimu bernyanyi? Identifikasi dan bagikan dengan orang lain.

Catatan TED

APA YANG MEMBUAT HATI ANDA BERNYANYI? Tanyakan pada diri sendiri, "Apa yang membuat hatiku bernyanyi?" Gairah Anda bukanlah minat sesaat atau bahkan hobi. Gairah adalah sesuatu yang sangat berarti dan inti dari identitas Anda. Setelah Anda mengidentifikasi apa hasrat Anda, dapatkah Anda mengatakan itu memengaruhi aktivitas sehari-hari Anda? Bisakah Anda memasukkannya ke dalam apa yang Anda lakukan secara profesional? Gairah sejati Anda harus menjadi subjek komunikasi Anda dan akan berfungsi untuk benar-benar menginspirasi audiens Anda.

PRIA TERBAHAGIA DI DUNIA

Matthieu Ricard adalah pria paling bahagia di dunia, dan dia tidak senang karenanya. Pada tahun 2004 Matthieu Ricard untuk sementara meninggalkan biara Shechen di Kathmandu untuk mengajar audiensi TED di Monterey, California tentang kebiasaan bahagia.

Menurut Ricard, kebahagiaan adalah "rasa ketenangan dan kepuasan yang mendalam." Ricard harus tahu. Dia tidak hanya senang dengan hidupnya. Dia

—

1

1

Pembicara yang sukses tidak sabar untuk membagikan ide mereka. Mereka memiliki karisma dan karisma secara langsung terkait dengan seberapa besar hasrat yang dimiliki pembicara terhadap kontennya. Pembicara karismatik memancarkan kegembiraan dan semangat; kegembiraan berbagi pengalaman dan semangat mereka tentang bagaimana ide, produk, atau layanan mereka akan bermanfaat bagi audiens mereka. “Saya percaya bahwa cara terbaik untuk berkomunikasi dengan siapa pun adalah dengan terlebih dahulu memeriksa kualitas motivasi Anda: 'Apakah motivasi saya egois atau altruistik? Apakah kebajikan saya ditujukan hanya untuk a

sedikit atau banyak? Untuk kebaikan jangka pendek atau jangka panjang mereka?' Begitu kita memiliki motivasi yang jelas, maka komunikasi akan mengalir dengan mudah," ujar Ricard.

Hebatnya, jika motivasi Anda adalah untuk berbagi hasrat Anda dengan audiens, kemungkinan besar Anda tidak akan terlalu gugup berbicara di depan umum atau menyampaikan presentasi yang sangat penting di depan atasan Anda. Saya bertanya kepada Ricard bagaimana dia tetap tenang dan santai di depan banyak orang. Ricard percaya bahwa siapa pun dapat membujuk dirinya sendiri untuk merasakan kegembiraan, kebahagiaan, dan kebahagiaan ketika mereka memilih untuk melakukannya. Itu semua tergantung pada motivasi Anda. Jika satu-satunya tujuan Anda adalah melakukan penjualan atau meningkatkan status Anda, Anda mungkin gagal terhubung dengan audiens Anda (dan Anda akan memberikan banyak tekanan pada diri Anda sendiri). Namun, jika tujuan Anda lebih altruistik—memberikan informasi kepada audiens untuk membantu mereka menjalani kehidupan yang lebih baik—Anda akan membuat hubungan yang lebih dalam dan merasa lebih nyaman dengan peran Anda. "Saya sangat senang untuk berbagi ide, tetapi sebagai individu saya tidak akan kehilangan atau memperoleh apa pun," kata Ricard. "Saya tidak peduli dengan citra saya, saya tidak memiliki kesepakatan bisnis untuk dipotong, dan saya tidak mencoba untuk mengesankan siapa pun. Saya sangat gembira bisa mengatakan beberapa kata tentang fakta bahwa kita sangat meremehkan kekuatan mengubah pikiran.

MENGAPA ANDA AKAN GAGAL MEMILIKI KARIR YANG HEBAT

Jika Anda tidak bahagia dan bersemangat dengan pekerjaan yang Anda lakukan, Anda mungkin gagal memiliki karier yang hebat, dan jika Anda tidak bersenang-senang dalam karier yang hebat, akan lebih sulit bagi Anda untuk membangkitkan antusiasme melalui presentasi Anda. . Itu sebabnya karier, kebahagiaan, dan kemampuan untuk menginspirasi orang saling berhubungan.

Topik kesuksesan karier menyita perhatian profesor ekonomi University of Waterloo, Larry Smith. Smith frustrasi dengan mahasiswa saat ini.

Dia kesal karena sebagian besar mahasiswa akan mengejar karier tertentu untuk alasan yang salah—uang, status, dll. Menurut Smith, para mahasiswa tersebut akan gagal memiliki karier yang bagus. Satu-satunya cara untuk memiliki karier yang hebat, kata Smith, adalah melakukan apa yang Anda sukai. Smith menyalurkan rasa frustrasinya ke dalam ceramah TEDx yang menginspirasi, penuh semangat, dan lucu, "Mengapa Anda Akan Gagal Memiliki Karir yang Hebat."

Saya berbicara dengan Smith tentang popularitas presentasi TED-nya, yang pada saat diskusi kami telah dilihat lebih dari dua juta kali. Reaksinya mengejutkannya. Smith setuju untuk melakukan pembicaraan atas permintaan murid-muridnya. Karena kelasnya biasanya berdurasi tiga jam, dia menganggapnya sebagai tantangan pribadi untuk menyaring idenya menjadi 18 menit. Itu sangat populer karena penonton melihat seorang pembicara dengan semangat yang tak terkendali dan rasa urgensi yang membuat ceramahnya memukau. Presentasi Smith pada dasarnya adalah 30 tahun frustrasi terpendam yang mencapai titik didih. "Bakat yang disia-siakan adalah pemborosan yang tidak dapat saya tahan,"⁷ Smith memberi tahu saya. "Mahasiswa saya ingin menciptakan teknologi. Saya ingin mereka menciptakan teknologi yang benar-benar 'kick-ass'. Saya ingin mereka bersemangat dengan apa yang mereka lakukan."

Premis Smith sederhana. Ada banyak pekerjaan yang buruk, katanya. Pekerjaan "stres tinggi, penghisap darah, penghancur jiwa". Lalu ada pekerjaan bagus, tapi sangat sedikit di antaranya. Smith mengatakan kebanyakan orang akan gagal mendapatkan pekerjaan yang bagus atau menikmati karir yang bagus karena mereka takut untuk mengikuti passion mereka. "Tidak peduli berapa banyak orang yang mengatakan kepada Anda bahwa jika Anda menginginkan karier yang hebat, kejar hasrat Anda, kejar impian Anda... Anda akan memutuskan untuk tidak melakukannya." Alasan, katanya, menahan orang. Nasihatnya? "Temukan dan gunakan hasrat Anda dan Anda akan memiliki karier yang hebat. Jangan lakukan itu dan Anda tidak akan melakukannya."

Smith adalah salah satu presenter TED paling inspiratif yang pernah saya temui meskipun saya harus mengakui bahwa saya mungkin sedikit bias. Saya telah mengkhotbahkan Injil yang sama sejak hari saya mengubah rencana saya untuk pergi ke sekolah hukum dan malah mengejar karir di bidang jurnalisme. Pada awalnya saya tidak mendapatkan penghasilan sebanyak yang saya dapat dalam profesi hukum, dan saya pasti memiliki keraguan tentang jalur karier yang saya pilih. Mengikuti hasrat Anda membutuhkan keberanian, terutama jika Anda tidak melihat hasilnya secepat yang Anda inginkan. Hidup saya sangat berbeda hari ini daripada di tahun-tahun awal itu, dan saya senang berbagi ide dengan audiens di seluruh dunia. Yang terbaik dari semuanya, saya tidak merasa seolah-olah saya "bekerja". Menulis kata-kata ini, menonton presentasi ini, mempelajari sains di baliknya, mewawancarai pembicara terkenal, dan berbagi pemikiran dengan Anda adalah pengalaman yang menyenangkan bagi saya. Yang terpenting, saya telah belajar bahwa mereka yang senang dengan pekerjaannya sering kali menjadi pembicara publik yang terbaik.

“Anda harus mengikuti hasrat Anda. Anda harus mencari tahu apa yang Anda sukai—siapa Anda sebenarnya. Dan memiliki keberanian untuk melakukannya. Saya percaya bahwa satu-satunya keberanian yang dibutuhkan siapa pun adalah keberanian untuk mengikuti impian Anda sendiri.”

—Oprah Winfrey

Dalam kuliah TEDx-nya, Smith mengutip pidato pembukaan Steve Jobs yang terkenal di Universitas Stanford pada tahun 2005 ketika Jobs mendorong para siswa untuk menempuh jalan yang benar-benar mereka sukai. “Pekerjaan Anda akan mengisi sebagian besar hidup Anda, dan satu-satunya cara untuk benar-benar puas adalah melakukan apa yang Anda yakini sebagai pekerjaan hebat. Dan satu-satunya cara untuk melakukan pekerjaan hebat adalah dengan mencintai apa yang Anda lakukan. Jika Anda belum menemukannya, teruslah mencari. Jangan puas. Seperti semua masalah hati, Anda akan tahu saat menemukannya. Dan, seperti hubungan hebat lainnya, itu menjadi lebih baik dan lebih baik seiring berjalannya waktu. Jadi teruslah mencari sampai Anda menemukannya. Jangan puas.”

Smith setuju dengan Jobs, tetapi percaya nasihat itu sering diabaikan. “Tidak peduli berapa kali Anda mengunduh alamat pembukaan Steven J. Stanford, Anda masih melihatnya dan memutuskan untuk tidak melakukannya,” kata Smith kepada hadirin TED. “Kamu takut untuk mengejar hasratmu. Anda takut terlihat konyol. Anda takut untuk mencoba. Kamu takut kamu akan gagal.”

Setelah menghabiskan seperempat abad dalam jurnalisme, menulis, berbicara, dan komunikasi, saya dapat memberi tahu Anda tanpa ragu bahwa presentasi yang paling menginspirasi disampaikan oleh orang-orang seperti Larry Smith, Aimee Mullins, dan sebagian besar pembicara lain yang akan Anda temui di dunia. bab-bab yang mengikuti. Mereka berbagi pengalaman yang mendalam dan komitmen penuh semangat untuk membagikan ide-ide mereka untuk membantu orang lain sukses.

Catatan TED

TERIMA KEBAHAGIAAN SEBAGAI PILIHAN. Apa satu tantangan yang Anda hadapi baru-baru ini? Setelah mengidentifikasi tantangan Anda, buatlah daftar tiga alasan mengapa tantangan ini merupakan peluang. Anda lihat, kebahagiaan adalah sebuah pilihan, sikap yang menular, dan keadaan pikiran Anda akan secara positif memengaruhi cara pendengar memandang Anda. Matthieu Ricard memberi tahu saya, “Keadaan alami pikiran kita, jika tidak disalahtafsirkan di bawah kekuatan pikiran negatif, adalah kesempurnaan. Sangat penting untuk menginspirasi harapan dan kepercayaan diri, karena itulah yang paling kurang dan paling kita butuhkan di zaman kita.”

ILMU BARU GAIRAH DAN PERSUASI

Gairah dan berbicara di depan umum berhubungan erat. Filsuf Prancis Denis Diderot pernah berkata, "Hanya nafsu, nafsu yang besar, yang dapat mengangkat jiwa ke hal-hal besar." Para pemimpin sukses sepanjang sejarah berspekulasi bahwa hasrat—hasrat besar—dapat mengangkat jiwa. Hari ini sains membuktikan mereka benar. Ilmuwan saraf telah menemukan—dan mampu mengukur—mengapa orang-orang yang bersemangat seperti pembicara TED dan pemimpin hebat menginspirasi, menyemangati, dan memengaruhi orang lain.

Sebelum kita dapat membuat dan memberikan presentasi yang lebih bersemangat, kita perlu memahami apa itu passion dan mengapa itu berhasil. Selama sepuluh tahun profesor manajemen Pace University, Melissa Cardon, telah menjadikan gairah sebagai hasratnya. Dalam studi terobosannya "The Nature and Experience of Entrepreneurial Passion," Cardon, bersama dengan empat rekan penelitian dari universitas bergengsi, menemukan bahwa semangat memainkan peran penting dalam kesuksesan seorang pengusaha. Untuk satu hal, hasrat memobilisasi energi seseorang dan meningkatkan komitmennya pada suatu tujuan. Tapi gairah melakukan lebih dari itu. Menurut Cardon, "Gairah kewirausahaan mengkatalisasi pengalaman emosional yang meluap-luap, lengkap dengan keterlibatan respons otak dan tubuh."⁸

Cardon memulai penelitiannya dengan mengembangkan definisi **semangat kewirausahaan**. Definisi umum tentang **hasrat** sama sekali tidak cocok untuk studi dan pengukuran akademis. Gairah biasanya didefinisikan sebagai "perasaan asmara yang kuat" atau "hasrat seksual"; bukan jenis minat yang ingin dikejar Cardon sebagai studi akademis. Namun "gairah" dilemparkan terus-menerus sebagai komponen penting dari kesuksesan dan, menurut saya, adalah elemen penting dari semua presentasi yang menginspirasi.

Apa sebenarnya yang dimaksud dengan memiliki hasrat terhadap sesuatu dan, yang lebih penting, bagaimana orang memanfaatkan hasrat mereka untuk meningkatkan peluang sukses dalam hidup, bisnis, dan berbicara di depan umum? Tantangan Cardon adalah mengidentifikasi apa arti gairah, apa fungsinya, dan bagaimana mengukurnya.

Secara akademis, jika Anda tidak dapat mengukur sesuatu, Anda tidak dapat mengukur apa yang sebenarnya dilakukannya. Untuk membangun semangat sebagai bidang studi yang kuat, Cardon harus mengembangkan definisi yang dapat disetujui oleh sebagian besar sarjana. Hari ini, Cardon

definisi gairah kewirausahaan (EP) secara umum diterima dalam literatur akademik: "Perasaan positif dan intens yang Anda alami untuk sesuatu yang sangat berarti bagi Anda sebagai individu."

Cardon mengatakan bahwa passion adalah sesuatu yang merupakan inti dari identitas diri seseorang. Itu mendefinisikan seseorang. Mereka tidak bisa memisahkan pengejaran mereka dari siapa mereka sebenarnya. **Itu inti dari keberadaan mereka.** "Gairah muncul bukan karena beberapa wirausahawan secara inheren cenderung pada perasaan seperti itu, melainkan karena mereka terlibat dalam sesuatu yang berhubungan dengan identitas diri yang bermakna dan menonjol bagi mereka."

Analisis Cardon membantu menjelaskan mengapa pembicara TED paling populer terhubung dengan audiens mereka: mereka berbicara tentang topik yang menonjol bagi identitas diri mereka. Ambil konsultan lingkungan perkotaan Majora Carter, misalnya. Kakak tertua Carter bertugas di Vietnam tetapi ditembak mati di dekat rumah mereka di South Bronx. Kemiskinan, keputusan, dan perbedaan ras membuat Carter menjadi dirinya—pendukung pembaharuan kota yang bersemangat.

Pengalamannya mendefinisikan dirinya, dan itu mendefinisikan pekerjaannya. Menurut [TED.com](https://www.ted.com), "Kepercayaan diri Carter, energi, dan penyampaian yang sangat emosional membuat pembicaraannya menjadi kekuatan alami." Bagi Majora Carter, membangkitkan harapan mereka yang telah kehilangan harapan adalah inti dari dirinya.

Kewirausahaan adalah inti dari identitas Sir Richard Branson. Pada tahun 2007 Branson mengatakan kepada hadirin TED, "Semua perusahaan adalah tentang menemukan orang yang tepat, menginspirasi orang tersebut, dan mengeluarkan yang terbaik dari orang-orang. Saya suka belajar dan saya sangat ingin tahu dan saya suka mengambil status quo dan mencoba membalikkannya."⁹ Membangun perusahaan seperti Virgin Atlantic yang menantang status quo adalah inti dari dirinya. Saya menghabiskan satu hari bersama Richard Branson pada 22 April 2013. Saya diundang untuk menemaninya dalam penerbangan perdana rute baru Virgin America dari Los Angeles ke Las Vegas. Di darat dan di udara, Branson tersenyum saat berbicara dengan antusias tentang layanan pelanggan dan bagaimana hal itu membuat perbedaan dalam kesuksesan mereka.

Branson dan Carter terlibat dalam aktivitas yang sangat terkait dengan identitas peran mereka dengan cara yang sangat berarti. Dan itu itu

gairah yang memainkan peran penting dalam kesuksesan karir mereka dan kesuksesan mereka sebagai komunikator, menurut Cardon.

“Orang-orang yang benar-benar bersemangat dengan topik mereka akan menjadi pembicara yang lebih baik. Mereka menginspirasi audiens mereka dengan cara yang gagal dilakukan oleh orang-orang yang tidak bersemangat dan berenergi rendah,” kata Cardon kepada saya. “Ketika Anda bersemangat tentang sesuatu, Anda tidak dapat menahan diri untuk memikirkannya, bertindak berdasarkan itu, dan membicarakannya dengan orang lain.” Cardon mengatakan bahwa investor, pelanggan, dan pemangku kepentingan lainnya adalah “konsumen cerdas”: mereka tahu kapan seseorang menampilkan hasrat yang tulus dan kapan dia berpura-pura. Sangat sulit—hampir tidak mungkin—untuk menggemparkan audiens tanpa merasakan hubungan yang intens dan bermakna dengan konten presentasi Anda.

GAIRAH—MENGAPA ITU BEKERJA

Langkah selanjutnya bagi Cardon adalah mengidentifikasi mengapa gairah itu penting. Dia menemukan bahwa hasrat mengarah pada perilaku dan hasil yang penting. Cardon, bersama lusinan ilmuwan lain di lapangan, telah menemukan bahwa pemimpin bisnis yang bersemangat lebih kreatif, menetapkan tujuan yang lebih tinggi, menunjukkan kegigihan yang lebih besar, dan mencatat kinerja perusahaan yang lebih baik. Cardon dan rekan-rekannya juga menemukan korelasi langsung antara “hasrat yang dirasakan” seorang presenter dan kemungkinan bahwa investor akan mendanai idenya.

Profesor Melissa Cardon, Cheryl Mitteness (Universitas Northeastern), dan Richard Sudek (Universitas Chapman) melakukan eksperimen yang luar biasa dan menerbitkan hasilnya dalam *Journal of **Business Venturing** edisi September 2012*. Para peneliti berangkat untuk memahami peran yang dimainkan gairah dalam pengambilan keputusan investor.

Pitch bisnis adalah salah satu presentasi paling penting dalam bisnis.

Tanpa pendanaan, sebagian besar usaha tidak akan pernah berhasil. Perusahaan seperti Google dan Apple tidak akan pernah mengubah hidup kita jika bukan karena pemimpin karismatik dan bersemangat yang menarik perhatian investor.

Apakah gairah satu-satunya kriteria yang menjadi dasar investor Apple dan Google dalam keputusan pendanaan mereka? Tentu saja tidak. Apakah gairah yang dirasakan dari

pendiri (Steve Jobs, Steve Wozniak, Sergey Brin, dan Larry Page) berperan dalam keputusan pendanaan akhir investor? Itu pasti terjadi.

Setting untuk studi Cardon adalah salah satu organisasi investor malaikat terbesar di Amerika, Tech Coast Angels, yang berbasis di Orange County, California.¹⁰ Sejak 1997, kelompok investor individu telah menginvestasikan lebih dari \$100 juta di hampir 170 perusahaan. Sampel melibatkan investor yang tidak berinvestasi sebagai kelompok—mereka membuat keputusan secara mandiri.

Dari Agustus 2006 hingga Juli 2010, 64 angel investor menyaring 241 perusahaan. Pemutaran melibatkan presentasi PowerPoint selama 15 menit dan sesi tanya jawab selama 15 menit (nanti Anda akan mengetahui mengapa 15 hingga 20 menit adalah waktu yang ideal untuk melakukan promosi bisnis).

Empat puluh satu (17 persen) dari perusahaan akhirnya didanai. Startup terbagi dalam 16 kategori termasuk perangkat lunak, produk konsumen, perangkat medis, dan layanan bisnis. Dengan menggunakan skala lima poin, angel investor diminta untuk menilai semangat dan antusiasme presenter dengan mengevaluasi dua item: “CEO sangat tertarik dengan perusahaan” dan “CEO sangat antusias.” Para peneliti mengendalikan faktor-faktor lain seperti peluang pasar, risiko relatif, dan potensi pendapatan, sehingga mengisolasi gairah sebagai salah satu faktor dalam keputusan pendanaan. Mengisolasi hasrat memungkinkan para peneliti untuk mengukur peran yang dimainkannya dan mereka menemukan bahwa hasrat memang memainkan peran yang sangat penting dalam kesuksesan akhir dari sebuah promosi bisnis.

Investor mendasarkan penilaian mereka terhadap potensi wirausahawan pada 13 kriteria dan diminta untuk mengurutkan masing-masing kriteria berdasarkan kepentingan keputusan akhir mereka. Kekuatan peluang dan kekuatan pengusaha menjadi kriteria yang paling diunggulkan, peringkat nomor satu dan dua. “Perceived passion” berada di urutan ketiga, jauh di atas kriteria seperti pendidikan, gaya, pengalaman memulai, atau usia wirausahawan.

Para peneliti menyimpulkan, “Temuan kami memberikan bukti bahwa hasrat yang dirasakan memang membuat perbedaan ketika malaikat mengevaluasi potensi pendanaan

usaha baru ... gairah yang dirasakan melibatkan antusiasme dan kegembiraan, dan berbeda dari seberapa siap atau komitmen seorang pengusaha terhadap usaha mereka ... gairah yang dirasakan tampaknya penting bagi investor ekuitas.”

Riset Cardon sangat penting untuk membantu kita memahami mengapa beberapa presentasi TED menjadi sensasi di Internet dan, yang lebih penting, bagaimana mengeluarkan potensi berbicara di depan umum kita sendiri.

“Carmine, kamu tahu pepatah lama yang kami katakan kepada mahasiswa bahwa mereka tidak pernah mendengarkan—melakukan apa yang kamu sukai? Ya, itu benar,” kata Cardon. “Jika Anda memulai sebuah perusahaan di bidang yang menurut Anda akan membuat Anda kaya, tetapi Anda tidak menikmati produk, industri, atau apa pun itu—itu adalah kesalahan.”

Cardon percaya bahwa mempercayai bahwa Anda dapat memengaruhi dan menginspirasi orang lain dengan berbicara tentang topik yang tidak Anda sukai juga merupakan kesalahan—itu bukan inti dari identitas Anda.

KURSI DEPAN UNTUK STROKENYA SENDIRI

Beberapa pembicara TED memiliki hubungan emosional yang mendalam dengan topik mereka sebagai ahli anatomi saraf Jill Bolte Taylor (Dr. Jill), juru bicara nasional untuk Pusat Sumber Daya Jaringan Otak Harvard, yang sebagian menjelaskan mengapa presentasinya adalah salah satu pembicaraan TED paling populer dari semua waktu.

Suatu pagi Dr. Jill terbangun karena rasa sakit di belakang mata kirinya, jenis sentakan tajam yang mungkin Anda rasakan dengan sakit kepala es krim. Kalau saja itu tidak berbahaya seperti gigitan es krim. Sakit kepalanya semakin parah. Dr. Jill kehilangan keseimbangan dan segera menyadari lengan kanannya lumpuh total. Pembuluh darah pecah di kepalanya. Dia mengalami stroke—pembuluh di sisi kiri otaknya benar-benar meledak.

Dr. Jill menganggap stroke itu sebagai keberuntungan. Soalnya, Dr. Jill adalah seorang neuroanatomist, yang berspesialisasi dalam penyelidikan postmortem otak manusia yang berkaitan dengan penyakit mental yang parah. “Saya menyadari, ‘Ya ampun! Saya mengalami stroke! Saya mengalami stroke!’ Hal berikutnya yang otak saya katakan kepada saya adalah, ‘Wow! Ini sangat keren! Berapa banyak ilmuwan otak yang memiliki kesempatan

untuk mempelajari otak mereka sendiri dari dalam ke luar?"¹¹—dia mengatakan kepada hadirin TED di Maret 2008.

Stroke Dr. Jill mengubah fisik dan spiritualnya. Strokenya parah, membuatnya tidak bisa berbicara atau bergerak. Butuh bertahun-tahun rehabilitasi sebelum dia bisa pulih sebagian. Dia tidak memberikan presentasi TED sampai delapan tahun setelah stroke.

Kebangkitan spiritual Dr. Jill sangat mendalam. Dia terhubung dengan dunia—dan dengan orang lain—dengan cara yang belum pernah dia alami di dunia "otak kiri", di mana dia melihat dirinya terpisah dari alam semesta yang lebih luas. Tanpa obrolan otak kirinya dan ketidakmampuannya untuk merasakan di mana tubuhnya dimulai dan berakhir, "rohnya membubung bebas". Dia merasa menjadi bagian dari alam semesta yang luas.

Singkatnya, dia telah mencapai Nirvana. "Saya ingat berpikir, tidak mungkin saya bisa memasukkan kembali kehebatan diri saya ke dalam tubuh kecil mungil ini."

Stroke Dr. Jill mengubah hidupnya, seperti halnya presentasi TED-nya. "My Stroke of Insight", sebuah presentasi berdasarkan bukunya dengan judul yang sama yang diterbitkan pada tahun 2008, telah dilihat lebih dari 10 juta kali. Sebagai hasil langsung dari presentasi tersebut, Dr. Jill terpilih sebagai salah satu dari 100 Orang Paling Berpengaruh versi majalah **TIME** tahun 2008. Pada bulan Januari 2013, Dr. Jill menjelaskan dampak transformatif dari presentasi untuk sebuah blog di Huffington Post.

"Dalam beberapa minggu setelah menyampaikan ceramah itu pada tahun 2008, hidup saya berubah dan dampaknya masih bergema keras di dunia saya. Buku saya, **My Stroke of Insight**, telah diterjemahkan ke dalam 30 bahasa. **TIME** dan **Oprah's Soul Series** datang memanggil. Saya telah bepergian ke Eropa, Asia, Amerika Selatan, Kanada; Saya telah melintasi negara bagian. Dan pada Februari 2012, saya melakukan perjalanan ke Antartika bersama Wakil Presiden Al Gore, 20 ilmuwan, dan 125 pemimpin dunia yang sangat peduli dengan iklim."¹²

Dr Jill memiliki karir yang hebat, seperti yang akan dikatakan Larry Smith, karena dia menemukan dan mengejar panggilan hidupnya, jauh sebelum peristiwa traumatis yang akan membuatnya menjadi pembicara yang menginspirasi. Dr Jill menjadi ilmuwan otak karena kakaknya telah didiagnosis menderita skizofrenia. "Sebagai saudara perempuan dan kemudian, sebagai ilmuwan, saya ingin mengerti, mengapa saya bisa mengambil milik saya

mimpi, saya dapat menghubungkannya dengan realitas saya, dan saya dapat mewujudkan impian saya? Ada apa dengan otak saudara laki-laki saya dan skizofrenianya sehingga dia tidak dapat menghubungkan mimpinya dengan realitas yang sama dan dimiliki bersama, sehingga mimpi itu malah menjadi khayalan?

Saya berbicara dengan Dr. Jill tentang gaya presentasinya—bagaimana dia membangun cerita, mempraktikkannya, dan menyampaikannya. Nasihat Dr. Jill untuk pendidik dan komunikator: ceritakan sebuah kisah dan ungkapkan minat Anda. “Ketika saya di Harvard, saya adalah orang yang memenangkan penghargaan,” kata Dr. Jill kepada saya. “Saya tidak memenangkan penghargaan karena sains saya lebih baik dari orang lain. Saya memenangkan penghargaan karena saya dapat menceritakan sebuah kisah yang menarik dan mempesona dan itu milik saya, hingga ke detailnya.

Hubungan mendalam Dr. Jill dengan topiknya tidak dapat dipisahkan dari kemampuannya yang memukau untuk berkomunikasi dengan penuh semangat dan, pada akhirnya, mengubah cara pendengarnya melihat dunia. Jika menurut Anda topik Anda menarik, menarik, dan luar biasa, kemungkinan besar audiens Anda juga akan menyukainya.

OTAK ANDA TIDAK PERNAH BERHENTI BERTUMBUH

Berkat studi tentang neuroplastisitas, para ilmuwan menemukan bahwa otak benar-benar tumbuh dan berubah sepanjang hidup Anda. Pengulangan tugas yang intens menciptakan jalur saraf baru yang lebih kuat. Saat seseorang menjadi ahli dalam bidang tertentu—musik, olahraga, berbicara di depan umum—area otak yang terkait dengan keterampilan tersebut benar-benar berkembang.

“Kita semua menjadi lebih baik dalam apa yang kita lakukan jika kita melakukannya berulang kali,”¹³ menurut Dr. Pascale Michelon, asisten profesor di Universitas Washington di St. Louis.

Michelon bercerita tentang penelitian yang telah dilakukan pada semua orang mulai dari supir taksi hingga musisi. Dibandingkan dengan pengemudi bus, pengemudi taksi London memiliki hipokampus yang lebih besar di bagian posterior otak. Hippocampus memiliki peran khusus dalam mengembangkan keterampilan yang digunakan untuk menavigasi rute, di mana hippocampus pengemudi bus kurang terstimulasi karena mereka melewati rute yang sama hari demi hari. Para ilmuwan juga menemukan bahwa materi abu-abu yang terlibat dalam memainkan musik (area motorik, parietal superior anterior, dan area temporal inferior) paling tinggi pada musisi profesional yang

berlatih satu jam sehari, menengah pada musisi amatir, dan paling rendah pada nonmusisi. Mempelajari keterampilan baru dan mengulangi keterampilan itu berulang kali membangun jalur berita di otak.

Michelon yakin studi ini juga berlaku untuk orang yang berbicara berulang kali tentang topik yang mereka sukai. “Area otak yang terlibat dalam bahasa — area yang membantu Anda berbicara dan menjelaskan ide dengan lebih jelas — area otak ini menjadi lebih aktif dan lebih efisien semakin banyak digunakan. Semakin banyak Anda berbicara di depan umum, semakin banyak struktur otak yang sebenarnya berubah. Jika Anda banyak berbicara di depan umum, area bahasa di otak menjadi lebih berkembang.”

Komunikator yang menarik, seperti para pembawa acara TED yang paling banyak menarik perhatian secara online, adalah ahli dalam topik tertentu karena jumlah pengabdian, waktu, dan upaya yang tak terelakkan yang diinvestasikan dalam pengejaran mereka, yang terutama didorong oleh hasrat yang kuat.

RAHASIA KEPRIBADIAN MENULAR

Psikolog Howard Friedman mempelajari kualitas yang paling sulit dipahami: karisma, sebuah konsep yang terkait erat dengan hasrat. Dalam ***The Longevity Project***, Friedman mengungkapkan hasil yang mencengangkan dari studi inovatif tentang subjek tersebut.

Pertama, Friedman menyusun kuesioner yang dimaksudkan untuk mengkategorikan individu dengan karisma rendah dan orang dengan karisma tinggi. Survei mencakup pertanyaan seperti, “Ketika saya mendengar musik yang bagus, tubuh saya secara otomatis mulai mengikuti irama,”¹⁴ atau, “Di pesta, saya menjadi pusat perhatian,” dan, “Saya bersemangat dengan pekerjaan yang saya lakukan. .” Responden memiliki rentang pilihan dari “tidak terlalu benar” hingga “sangat benar”. Skor rata-rata adalah 71 poin (pencetak gol terbanyak mencatat sekitar 117 poin). Studi ini memisahkan kepribadian magnetis dari bunga dinding. Friedman menyebutnya Tes Komunikasi Afektif (ACT), dimaksudkan untuk mengukur seberapa baik orang dapat mengirimkan perasaannya kepada orang lain.

Friedman, bagaimanapun, mengambil satu langkah lebih jauh.

Friedman memilih lusinan orang yang mendapat nilai sangat tinggi dalam tes tersebut dan orang lain yang mendapat nilai sangat rendah. Dia kemudian memberi mereka kuesioner dan menanyakan bagaimana perasaan mereka saat ini. Pencetak skor tinggi dan skor rendah kemudian ditempatkan di sebuah ruangan bersama. Mereka duduk di kamar selama dua menit dan tidak bisa berbicara satu sama lain. Setelah waktu habis, mereka diminta untuk mengisi kuesioner lain untuk mengukur suasana hati mereka. Tanpa mengucapkan sepatah kata pun, individu yang sangat karismatik mampu mempengaruhi suasana hati orang yang karismatiknya rendah. Jika orang yang sangat karismatik bahagia, orang yang karismatiknya rendah akan melaporkan lebih bahagia juga. Namun, itu tidak bekerja sebaliknya. Orang karismatik lebih banyak tersenyum dan memiliki lebih banyak energi dalam bahasa tubuh nonverbal mereka. Mereka memancarkan kegembiraan dan semangat.

Studi Friedman menunjukkan bahwa gairah memang menular ke orang lain. Orang-orang yang tidak berkomunikasi secara emosional (sedikit kontak mata, duduk kaku, tidak ada gerakan tangan) hampir tidak mampu mempengaruhi dan membujuk orang lain seperti karismatik tinggi.

GAIRAH MENULAR, SECARA LITERAL

Ralph Waldo Emerson pernah berkata, "Tidak ada hal hebat yang pernah dicapai tanpa antusiasme." Profesor Joyce Bono di University of Minnesota dan Remus Ilies di Michigan State University telah membuktikan bahwa Emerson benar.

Profesor sekolah bisnis melakukan empat penelitian terpisah dengan ratusan peserta untuk mengukur karisma, emosi positif, dan "penularan suasana hati".

Para peneliti menemukan bahwa "individu yang memiliki karisma tinggi cenderung mengekspresikan lebih banyak emosi positif dalam komunikasi tertulis dan lisan mereka."¹⁵ Emosi positif meliputi semangat, antusiasme, kegembiraan, dan optimisme. Bono dan Ilies juga menemukan bahwa emosi positif itu menular, mengangkat suasana hati peserta di antara penonton. Peserta yang mendengarkan dan menonton pemimpin yang positif secara langsung dan di video mengalami suasana hati yang lebih positif daripada mereka yang menonton pemimpin yang dinilai rendah untuk emosi positif. Selanjutnya, pemimpin yang positif dianggap lebih efektif dan oleh karena itu lebih cenderung membujuk pengikut mereka untuk melakukan apa yang mereka ingin pengikut mereka lakukan.

“Hasil penelitian kami dengan jelas menunjukkan bahwa ekspresi emosional pemimpin memainkan peran penting dalam pembentukan persepsi pengikut tentang keefektifan pemimpin, ketertarikan pada pemimpin, dan suasana hati pengikut. Hasil kami juga menunjukkan bahwa kepemimpinan karismatik terkait dengan kesuksesan organisasi karena pemimpin karismatik memungkinkan pengikutnya mengalami emosi positif. Lebih penting lagi, hasil kami menunjukkan bahwa perilaku pemimpin dapat membuat perbedaan dalam kebahagiaan dan kesejahteraan pengikut dengan memengaruhi kehidupan emosional mereka.”

Dikatakan bahwa sukses tidak mengarah pada kebahagiaan; kebahagiaan menciptakan kesuksesan. Pembicara TED paling populer mencerminkan kebenaran pepatah itu.

Bagaimana Anda berpikir—keyakinan yang Anda miliki pada keahlian Anda, hasrat yang Anda miliki untuk topik Anda—secara langsung memengaruhi keberadaan komunikasi Anda.

Pikiran mengubah kimia otak Anda, membentuk apa yang Anda katakan dan bagaimana Anda mengatakannya.

“Ketika Anda terinspirasi oleh suatu tujuan besar, suatu proyek luar biasa, semua pikiran Anda memutuskan ikatannya. Pikiran Anda melampaui batasan, kesadaran Anda berkembang ke segala arah, dan Anda menemukan diri Anda berada di dunia baru, hebat, dan indah. Kekuatan, fakultas, dan bakat yang tidak aktif menjadi hidup, dan Anda menemukan diri Anda menjadi orang yang jauh lebih hebat daripada yang pernah Anda impikan.

—Patanjali, seorang guru India yang sering disebut Bapak Yoga.

Ketika Anda bersemangat tentang topik Anda—begitu obsesif—energi dan antusiasme yang Anda tunjukkan akan menular ke pendengar Anda. Jangan takut untuk mengekspresikan diri—diri sejati Anda. Jika Anda terinspirasi seperti Dr. Jill, bagikan. Jika Anda frustrasi seperti Larry Smith, katakan saja. Jika Anda bahagia seperti Matthieu Ricard, ungkapkan.

Catatan TED

UNDANG ORANG-ORANG YANG BERGAIRAH KE DALAM HIDUP ANDA. Pendiri Starbucks Howard Schultz pernah mengatakan kepada saya, “Ketika Anda dikelilingi oleh orang-orang yang memiliki hasrat kolektif yang sama untuk tujuan yang sama, segala sesuatu mungkin terjadi.” Mengidentifikasi hasrat Anda adalah satu langkah, tetapi Anda harus membagikannya, mengungkapkannya, dan membicarakan apa yang memotivasi Anda dengan kolega, klien, dan orang lain dalam hidup Anda. Yang terpenting, hubungkan diri Anda dengan orang lain yang memiliki minat yang sama. Pemimpin menggunakan gairah sebagai kriteria perekrutan. Ric

orang dengan sikap Perawan: mereka banyak tersenyum, positif dan antusias. Akibatnya, mereka menjadi komunikator yang lebih baik. Tidaklah cukup untuk menjadi bergairah sendiri. Anda juga harus mengelilingi diri Anda dengan orang-orang yang bersemangat dengan organisasi Anda dan bidang tempat mereka bekerja. Kesuksesan utama Anda sebagai pemimpin dan komunikator akan bergantung padanya.

500 TEDSTER TIDAK BISA SALAH

Richard St. John berada di pesawat dalam perjalanannya ke konferensi TED ketika seorang remaja yang duduk di sebelahnya, ingin tahu tentang pekerjaannya, bertanya, "Apa yang sebenarnya mengarah pada kesuksesan?" St. John tidak memiliki jawaban yang bagus, tetapi dia memiliki ide yang bagus—dia akan meminta para pemimpin yang berhasil menghadiri dan berbicara di konferensi TED. Dia mewawancarai 500 TEDsters selama dekade berikutnya dan mengungkapkan sifat-sifat yang membuat mereka sangat sukses. St. John mengungkapkan temuannya dalam presentasi tiga menit di TED Monterey, 2005.

Dalam sebuah presentasi yang dilihat lebih dari empat juta kali, St. John menyampaikan "8 Rahasia Kesuksesan". "Rahasia" nomor satu? Anda mendapatkannya — gairah.

"Para TEDster melakukannya untuk cinta; mereka tidak melakukannya demi uang,"16 kata St. John.

Dalam bukunya dengan judul yang sama, St. John menulis tentang Mullins, yang dengannya saya membuka bab ini, "Gairah telah memungkinkan Aimee Mullins membuat rekor lari, meskipun dia kehilangan dua anggota tubuh yang penting untuk berlari—kaki... namanya terkenal sejak 'Aimee 'berasal dari kata Prancis' cinta 'dan itu adalah alasan besar untuk kesuksesannya di trek dan dalam kehidupan. Tidak heran dia berkata, 'Jika itu adalah hasrat Anda maka pasti Anda akan berhasil.'"

INGIN MEMBANTU SESEORANG? DIAM DAN DENGARKAN

Dr. Ernesto Sirolli, pendiri Institut Sirolli dan pakar pembangunan ekonomi terkenal di dunia, belajar dari pengalaman pahit bahwa **kita** adalah kata yang lebih kuat daripada **I**. Sirolli, yang memulai pembangunan berkelanjutan dengan melakukan kerja bantuan di Afrika pada awal tahun 1970-an, mengatakan kepada audiens TEDx pada tahun 2012 bahwa apa yang diketahui banyak "ahli" tentang pembangunan berkelanjutan ternyata salah.

Pada usia 21 tahun, dia bekerja untuk sebuah LSM Italia dan "setiap proyek yang kami dirikan di Afrika gagal."17 Proyek pertama Sirolli adalah mengajar penduduk desa

di Zambia selatan untuk menanam tomat. “Segala sesuatu di Afrika tumbuh dengan indah. Kami memiliki tomat yang luar biasa ini ... kami memberi tahu orang-orang Zambia, 'Lihat betapa mudahnya pertanian.' Ketika tomatnya bagus dan matang dan merah, dalam semalam, sekitar 200 kuda nil keluar dari sungai dan mereka memakan semuanya. [Tertawa] Dan kami berkata kepada orang-orang Zambia, 'Ya Tuhan, kuda nil!' Dan orang Zambia berkata, 'Ya, itu sebabnya kami tidak memiliki pertanian di sini.' [Tawa]

'Mengapa Anda tidak memberi tahu kami?' 'Kamu tidak pernah bertanya.'”

Jika Anda ingin membantu seseorang, tutup mulut dan dengarkan. Itulah yang dipelajari Sirolli dari pengalaman awalnya dalam pertanian berkelanjutan. “Anda tidak pernah tiba di komunitas dengan ide apa pun,” katanya. Sebaliknya, dia merekomendasikan, tangkap semangat, energi, dan imajinasi orang-orang yang tinggal di komunitas

Seperti yang telah kita diskusikan, semangat adalah fondasi kesuksesan dalam bisnis, karier, dan berbicara di depan umum. Ternyata, semangat juga merupakan unsur penting kesuksesan dalam karya Sirolli. “Anda bisa memberi seseorang ide. Jika orang itu tidak mau melakukannya, apa yang akan Anda lakukan? Gairah yang dimiliki seseorang untuk pertumbuhannya sendiri adalah hal yang paling penting. Gairah yang dimiliki pria itu untuk pertumbuhan pribadinya adalah hal yang paling penting. Dan kemudian kami membantu mereka untuk pergi dan menemukan ilmunya, karena tidak seorang pun di dunia ini yang dapat berhasil sendirian. Orang yang memiliki ide mungkin tidak memiliki pengetahuan, tetapi pengetahuan itu tersedia.” Anda membaca ini karena Anda memiliki hasrat untuk pertumbuhan pribadi. Anda mungkin telah menguasai (atau hampir menguasai) topik yang Anda bicarakan. Jangan takut untuk berbagi kegembiraan Anda. Ini akan menular ke audiens Anda.

“Menurut pengalaman kami, eksekutif terbaik adalah mereka yang paling bersemangat dengan apa yang mereka lakukan.”

—Ron Baron, investor miliarder

Rahasia #1: Bebaskan Master Di Dalam

Saya bisa mengajari Anda cara bercerita. Saya bisa mengajari Anda cara mendesain slide PowerPoint yang cantik. Saya bahkan dapat mengajari Anda cara menggunakan suara dan tubuh Anda dengan lebih efektif. Cerita, slide, dan bahasa tubuh yang efektif adalah komponen penting dari presentasi persuasif, namun tidak berarti banyak jika pembicara tidak bersemangat dengan topiknya. Langkah pertama untuk menginspirasi orang lain adalah memastikan bahwa Anda sendiri terinspirasi. Cara termudah untuk mengidentifikasi apa yang benar-benar Anda sukai adalah dengan bertanya pada diri sendiri pertanyaan yang saya ajukan sebelumnya di bab ini: "Apa yang membuat hati saya bernyanyi?" Setelah Anda menemukan apa yang membuat hati Anda bernyanyi, cerita yang Anda ceritakan, slide yang Anda gunakan, dan cara Anda menyampaikan konten akan menjadi hidup. Anda akan terhubung dengan orang-orang lebih dalam dari yang pernah Anda bayangkan. Anda akan memiliki kepercayaan diri untuk membagikan apa yang telah Anda pelajari sebagai master sejati. Saat itulah Anda akan siap untuk berbicara tentang hidup Anda.

Kuasai Seni Mendongeng

“Cerita hanyalah data dengan jiwa.”

—BRENÉ BROWN, TEDx HOUSTON 2010

NENEK BRYAN STEVENSON ADALAH akhir dari setiap pertengkaran di rumah tangga keluarganya. Dia juga awal dari banyak pertengkaran! Yang terpenting, dia mengajarkan Stevenson tentang kekuatan identitas.

Stevenson adalah seorang pengacara hak sipil dan direktur eksekutif Equal Justice Initiative, sebuah kelompok nirlaba yang menyediakan perwakilan hukum bagi para terdakwa miskin yang telah ditolak perlakuan adilnya dalam sistem peradilan pidana. Stevenson memenangkan kasus Mahkamah Agung penting yang melarang negara bagian untuk menjatuhkan hukuman seumur hidup tanpa pembebasan bersyarat pada remaja yang dihukum karena kejahatan. Para hakim memutuskan lima banding empat bahwa hukuman seperti itu tidak konstitusional, melanggar larangan Amandemen Kedelapan tentang hukuman yang kejam dan tidak biasa.

Pada September 2011, Institut Roosevelt menganugerahi Stevenson Medali Kebebasan untuk karyanya di bidang keadilan sosial. Perwakilan dari konferensi TED hadir di antara hadirin dan meminta Stevenson untuk memberikan presentasi pada acara Maret 2012 di Long Beach. Stevenson mengatakan kepada saya bahwa dia tidak tahu banyak tentang TED pada saat itu dan cenderung menolak undangan tersebut karena dia memiliki dua kasus Mahkamah Agung untuk diperdebatkan pada akhir Maret. Stafnya "menjadi balistik" dan memberi tahu Stevenson bahwa dia harus berbicara di TED. Stevenson senang dia melakukannya. Penonton TED sangat terinspirasi oleh presentasi Stevenson sehingga mereka menyumbangkan gabungan \$1 juta untuk organisasi nirlabanya.

Selama 18 menit, Stevenson membuat penonton terpesona saat dia bercerita tentang beberapa orang yang telah mempengaruhi hidupnya:

nenek, Rosa Parks, dan seorang petugas kebersihan. Stevenson memulai dengan cerita tentang orang tua neneknya, yang lahir dalam perbudakan, dan pengalaman tentang bagaimana perbudakan membentuk cara dia memandang dunia. Dia memiliki 10 anak, dan sulit bagi Stevenson untuk meluangkan waktu bersamanya. Suatu hari, ketika Stevenson berusia delapan atau sembilan tahun, neneknya berjalan melintasi ruangan, memegang tangannya, dan berkata, "Ayo, Bryan. Anda dan saya akan berbicara."¹ Stevenson berkata dia tidak akan pernah melupakan diskusi yang terjadi —

Berikutnya.

Dia mendudukan saya dan dia menatap saya dan dia berkata, "Saya ingin Anda tahu bahwa saya telah memperhatikan Anda." Dan dia berkata, "Saya pikir Anda istimewa."

Dia berkata, "Saya pikir Anda dapat melakukan apa pun yang Anda ingin lakukan." Saya tidak akan pernah melupakannya. Dan kemudian dia berkata, "Aku hanya ingin kamu berjanji padaku tiga hal, Bryan." Saya berkata, "Oke, Bu." Dia berkata, "Hal pertama yang saya ingin Anda berjanji kepada saya adalah bahwa Anda akan selalu mencintai ibumu." Dia berkata, "Itu bayi perempuanku, dan kamu harus berjanji padaku sekarang kamu akan selalu menjaganya." Ya, saya mengagumi ibu saya, jadi saya berkata, "Ya, Mama. Saya akan melakukannya." Kemudian dia berkata, "Hal kedua yang saya ingin Anda janjikan kepada saya adalah bahwa Anda akan selalu melakukan hal yang benar meskipun hal yang benar adalah hal yang sulit." Dan saya memikirkannya dan saya berkata, "Ya, Mama. Saya akan melakukannya." Lalu akhirnya dia berkata, "Hal ketiga yang saya ingin Anda berjanji kepada saya adalah bahwa Anda tidak akan pernah minum alkohol."

Ya, saya berumur sembilan tahun, jadi saya berkata, "Ya, Mama. Saya akan melakukannya."
[Tawa]

Beberapa tahun kemudian, Stevenson berada di hutan dekat rumahnya bersama dua saudara kandungnya yang bersikeras agar dia menyedap bir. Stevenson mendorong kembali dan mengatakan dia tidak merasa benar tentang hal itu. "Dan kemudian saudara laki-laki saya mulai menatap saya. Dia berkata, 'Ada apa denganmu? Minum bir.' Kemudian dia menatapku dengan tajam dan dia berkata, 'Oh, kuharap kamu tidak terpaku pada percakapan Mama denganmu.' Dan ketika saya bertanya apa yang dia bicarakan, dia berkata, 'Oh, Mama memberi tahu semua cucu bahwa mereka spesial.'"



2.1: Bryan Stevenson, berbicara di TED 2012. Atas perkenan James Duncan Davidson/ TED (<http://duncandavidson.com>).

(Tawa.)

Saya sangat terpukul.

(Lebih banyak tertawa.)

Stevenson merendahkan suaranya dan berkata, “Saya akan memberi tahu Anda sesuatu yang mungkin tidak seharusnya saya katakan. Saya tahu ini mungkin disiarkan secara luas. Tapi saya berusia 52 tahun, dan saya akan mengakui kepada Anda bahwa saya tidak pernah minum alkohol. Saya tidak mengatakan itu karena saya pikir itu bajik; Saya mengatakan demikian karena ada kekuatan dalam identitas. Saat kita menciptakan jenis identitas yang tepat, kita dapat mengatakan hal-hal kepada dunia di sekitar kita yang menurut mereka tidak masuk akal. Kita dapat membuat mereka melakukan hal-hal yang menurut mereka tidak dapat mereka lakukan.”

Penonton, yang sebagian besar menertawakan cerita Stevenson tentang neneknya, tiba-tiba terdiam saat mereka mencerna kata-katanya. Dia mencapai pikiran mereka, tapi dia bisa melakukan itu hanya setelah dia menyentuh hati mereka.

Rahasia 2: Kuasai Seni Mendongeng

Bercerita untuk menjangkau hati dan pikiran orang

Mengapa ini berhasil: Bryan Stevenson, pembicara yang mendapatkan standing ovation terlama dalam sejarah TED, menghabiskan 65 persen presentasinya untuk bercerita. Pemindaian otak mengungkapkan bahwa cerita merangsang dan melibatkan otak manusia, membantu pembicara terhubung dengan audiens dan membuat audiens lebih mungkin setuju dengan sudut pandang pembicara.

HANCURKAN DINDING DENGAN CERITA

Stevenson berbicara selama lima menit sebelum memperkenalkan statistik pertamanya tentang berapa banyak orang yang dipenjara di penjara AS dan persentase mereka yang miskin dan/atau Afrika-Amerika. Data mendukung tesisnya, tetapi sebuah cerita mengambil sepertiga pertama dari presentasinya. Itu juga bukan sembarang cerita. Stevenson sengaja memilih untuk menceritakan sebuah kisah yang memudahkan audiensnya untuk terhubung dengannya secara pribadi dan emosional.

“Anda harus membuat orang memercayai Anda,”² Stevenson memberi tahu saya. “Jika Anda memulai dengan sesuatu yang terlalu esoteris dan terputus dari kehidupan manusia biasa, akan lebih sulit bagi orang untuk terlibat. Saya sering berbicara tentang anggota keluarga karena kebanyakan dari kita memiliki anggota keluarga yang memiliki hubungan dengan kita. Saya berbicara tentang anak-anak dan orang-orang yang rentan atau berjuang. Semua narasi itu dirancang untuk membantu memahami masalahnya.

Stevenson berbicara kepada banyak orang yang telah memutuskan untuk tidak setuju dengannya jauh sebelum dia mengatakan sepatah kata pun. Narasi—bercerita—dapat membantu meruntuhkan tembok antara dia dan orang-orang yang perlu dia bujuk. Stevenson mengatakan dia bercerita untuk melibatkan hakim, juri, dan pembuat keputusan lainnya yang cenderung tidak setuju dengan perspektifnya. Stevenson telah menemukan bahwa narasi adalah cara paling ampuh untuk mematahkan perlawanan.

Pembicaraan TED Stevenson adalah contoh penceritaan yang brilian karena dia menghubungkan setiap cerita dengan tema sentral "identitas". Kisah terakhirnya

melibatkan petugas kebersihan yang dia temui sebentar dalam perjalanan ke janji pengadilan. Begitu berada di dalam pengadilan, percakapan antara Stevenson dan hakim menjadi sangat panas. Stevenson melanjutkan ceritanya.

Dari sudut mataku, aku bisa melihat petugas kebersihan ini mondar-mandir. Dia terus mondar-mandir. Dan akhirnya, laki-laki tua berkulit hitam dengan wajah yang sangat khawatir ini masuk ke ruang sidang dan duduk di belakangku, hampir di meja pengacara. Sekitar 10 menit kemudian hakim mengatakan kami akan istirahat. Dan saat istirahat ada wakil sheriff yang tersinggung karena petugas kebersihan datang ke pengadilan.

Dan deputi ini melompat dan dia berlari ke pria kulit hitam yang lebih tua ini. Dia berkata, "Jimmy, apa yang kamu lakukan di ruang sidang ini?" Dan pria kulit hitam yang lebih tua ini berdiri dan dia menatap deputi itu dan dia menatap saya dan dia berkata, "Saya datang ke ruang sidang ini untuk memberi tahu pemuda ini, perhatikan hadiahnya, tunggu."

Stevenson mengakhiri presentasinya dengan mengatakan kepada hadirin TED bahwa mereka tidak dapat sepenuhnya menjadi manusia yang berevolusi sampai mereka peduli dengan hak asasi manusia dan martabat dasar. "Visi kami tentang teknologi dan desain serta hiburan dan kreativitas harus digabungkan dengan visi kemanusiaan, kasih sayang, dan keadilan. Dan lebih dari segalanya, bagi Anda yang berbagi itu, saya hanya datang untuk memberi tahu Anda untuk tetap memperhatikan hadiahnya, tunggu sebentar. Penonton Stevenson bangkit berdiri karena ceritanya telah terhubung dengan mereka. Dia telah menyentuh jiwa mereka.

Ben Affleck: Catatan Sutradara

Aktor/sutradara Ben Affleck menganggap presentasi Stevenson di antara pembicaraan TED favoritnya. Affleck telah melihat banyak presentasi, kuliah, dan pembicaraan tentang keadilan sosial, namun percakapan Stevenson—dan itu lebih merupakan percakapan daripada presentasi formal—yang meninggalkan kesan yang tak terhapuskan pada Affleck. "Pengacara hak asasi manusia Bryan Stevenson berbagi beberapa kebenaran pahit tentang sistem peradilan Amerika... masalah ini, yang terbungkus dalam sejarah Amerika yang belum terungkap, keterbukaan, wawasan dan persuasif."³

—Ben Affleck

Ketika saya berbicara dengan Stevenson, saya berkata, "Subjek Anda sensitif, kontroversial, dan kompleks," dan saya bertanya kepadanya, "Seberapa besar kesuksesan Anda berkat komunikasi cerita Anda yang efektif?"

"Hampir semuanya. Banyak sekali praduga yang akan mengutuk klien yang saya sayangi, sehingga tugas saya adalah mengatasi narasi yang berkembang. Hampir semua yang kami coba lakukan menghasilkan komunikasi yang efektif. Anda membutuhkan data, fakta, dan analisis untuk menantang orang, tetapi Anda juga membutuhkan narasi untuk membuat orang cukup nyaman untuk peduli dengan komunitas yang Anda dukung. Audiens Anda harus bersedia untuk pergi bersama Anda dalam sebuah perjalanan."

Dalam wawancara saya dengan Stevenson, dia memvalidasi konsep inti dalam pelatihan komunikasi saya—bercerita adalah alat persuasi yang paling utama. Merek, serta individu, yang menceritakan kisah—kisah emosional dan tulus—terhubung dengan pelanggan dan audiens mereka dengan cara yang jauh lebih dalam dan lebih bermakna daripada pesaing mereka. Pengamatan Stevenson seharusnya memberi Anda kepercayaan diri juga. Banyak profesional bisnis terintimidasi untuk menceritakan kisah pribadi dalam presentasi PowerPoint, terutama jika kontennya berisi data, bagan, dan grafik. Tetapi jika Stevenson, seorang pembicara yang berhasil memperdebatkan kasus-kasus di depan hakim Mahkamah Agung, dapat menemukan kekuatan dalam cerita, maka kita semua harus mengambil petunjuk dari

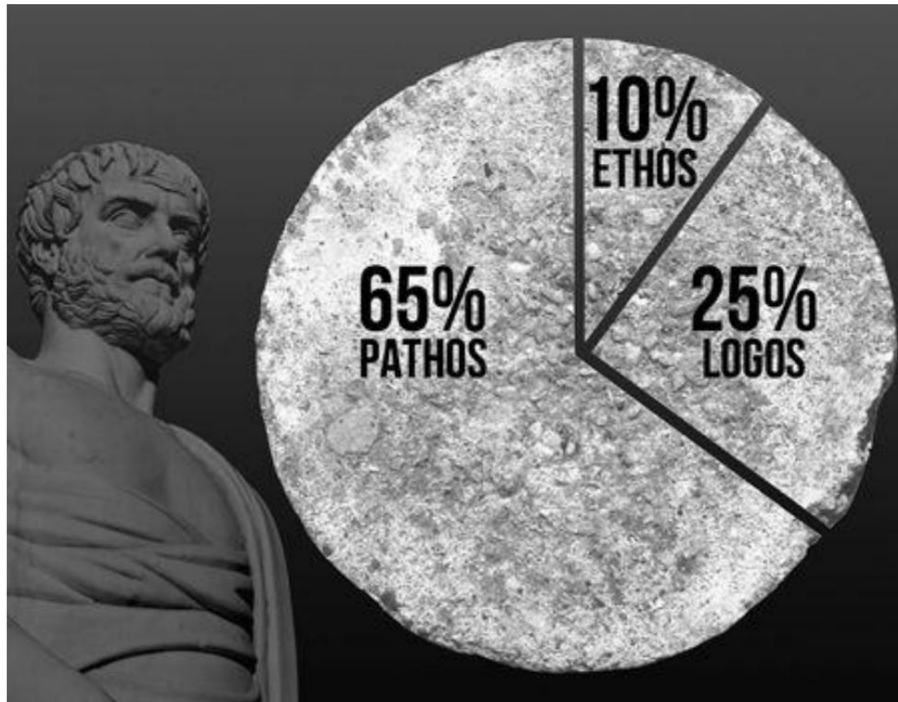
KEKUATAN DALAM PATHOS

Stevenson memiliki kesedihan. Filsuf Yunani Aristoteles adalah salah satu bapak pendiri teori komunikasi. Dia percaya bahwa persuasi terjadi ketika tiga komponen diwakili: etos, logo, dan pathos.

Etos adalah kredibilitas. Kita cenderung setuju dengan orang yang kita hormati atas prestasi, gelar, pengalaman, dll. Logo adalah sarana persuasi melalui logika, data, dan statistik. Pathos adalah tindakan menarik emosi.

Presentasi Bryan Stevenson berisi 4.057 kata. Saya menganalisis kata-kata itu dan memasukkannya ke dalam masing-masing dari tiga kategori. Jika Stevenson berbicara tentang pekerjaannya di penjara, saya menempatkan kalimat atau paragraf itu di

kategori Etos. Ketika Stevenson menyampaikan statistik, saya menambahkan kalimat tersebut ke dalam kategori Logos. Jika Stevenson bercerita, saya menempatkan kontennya di bawah Pathos. Hasilnya ditunjukkan dalam diagram lingkaran pada [gambar 2.2](#).



2.2: Bagan Pai: Persentase Etos, Logos, dan Pathos, direpresentasikan dalam presentasi TED 2012 karya Bryan Stevenson. Dibuat oleh Empowered Presentations @empoweredpres.

Seperti yang Anda lihat, Ethos hanya menghasilkan 10 persen dari konten Stevenson, dan Logos hanya 25 persen. Pathos mengisi 65 persen penuh dari pembicaraan Stevenson. Hebatnya, ceramah Stevenson telah dipilih sebagai salah satu yang paling “persuasif” di [TED.com](#). Untuk “membujuk” didefinisikan sebagai mempengaruhi seseorang untuk bertindak dengan menarik alasan. Emosi tidak muncul dalam definisi, namun tanpa dampak emosional dari cerita, pembicaraan Stevenson akan gagal memberikan pengaruh yang dimilikinya.

Anda tidak bisa membujuk hanya melalui logika saja. Siapa bilang begitu? Beberapa pikiran paling logis di dunia.

Catatan TED

BAGAIMANA ANDA MENGGUNAKAN KOMPONEN PERSUASI Aristoteles? Ambil salah satu presentasi terbaru Anda dan kategorikan konten ke dalam salah satu dari tiga kategori yang kami

yang baru saja dibahas: Ethos (kredibilitas), Logos (bukti dan data), dan Pathos (daya tarik emosional). Bagaimana kesedihan Anda dibandingkan dengan yang lain? Jika daya tarik emosional Anda minimal, Anda mungkin ingin memikirkan kembali konten Anda sebelum memberikan presentasi ini lagi, seperti menambahkan lebih banyak cerita, anekdot, dan wawasan pribadi.

OTAK ANDA PADA CERITA

Dale Carnegie percaya pada kekuatan cerita untuk menginspirasi penonton.

“Kebenaran-kebenaran besar dunia sering kali dikemas dalam kisah-kisah yang menarik,” tulis Carnegie. Carnegie pernah berkata, “Gagasan yang saya perjuangkan bukanlah milik saya. Saya meminjamnya dari Socrates. Saya menggeseknya dari Chesterfield. Saya mencurinya dari Yesus. Dan saya memasukkannya ke dalam sebuah buku. Jika Anda tidak menyukai aturan mereka, siapa yang akan Anda gunakan?”

Banyak ide dalam buku ini bukan milik saya. Mereka bukan milik TED. Mereka bukan milik pembicara yang menakjubkan yang memberikan presentasi. Tekniknya berhasil karena didasarkan pada cara kerja pikiran manusia; bagaimana ia memproses dan mengingat informasi dan bagaimana informasi itu dicap di otak kita. Carnegie mendasarkan nasihatnya pada intuisi. Hari ini kami memiliki pemindaian otak untuk membuktikan bahwa dia benar. Para ilmuwan yang menggunakan gambar MRI fungsional (fMRI) telah mempelajari aktivitas otak dengan melacak perubahan aliran darah. Dalam 10 tahun terakhir kita telah belajar lebih banyak tentang otak manusia daripada gabungan tahun-tahun manusia berada di Bumi, dan banyak dari penelitian tersebut memiliki implikasi langsung bagi mereka yang ingin unggul dalam bidang berbicara di depan umum dan komunikasi.

CERITA TANAM IDE DAN EMOSI MENJADI A OTAK PENDENGAR

Di ruang konferensi yang gelap di kampus Universitas Princeton, seseorang sedang menonton film Charlie Chaplin untuk memberi kita wawasan yang lebih dalam tentang bagaimana otak memproses informasi. Uri Hasson, asisten profesor psikologi di Princeton, adalah psikolog yang melakukan eksperimen untuk Princeton Neuroscience Institute.

Eksperimen Hasson mencakup aktivitas seperti menonton film atau mendengarkan cerita saat subjeknya terhubung ke mesin fMRI

mempelajari gelombang otak mereka. Hasson ingin mempelajari bagaimana otak memproses informasi yang kompleks. Hasson dan rekan-rekannya telah menemukan bahwa kisah-kisah pribadi sebenarnya menyebabkan otak pendongeng dan pendengar selaras. ***Sinkronisasi*** adalah istilah saya; Hasson menyebutnya "penggabungan otak-ke-otak".

Hasson dan rekan-rekannya merekam aktivitas otak seorang pembicara yang menceritakan kisah-kisah yang tidak dilatih. Selanjutnya, mereka mengukur aktivitas otak orang yang mendengarkan cerita dan meminta pendengar mengisi kuesioner terperinci untuk mengukur pemahaman. Hasilnya termasuk yang pertama dari jenisnya di bidang ilmu saraf. Para peneliti menemukan bahwa otak pembicara dan otak pendengar "menunjukkan pola respons bersama, digabungkan secara temporer."⁴ Sederhananya, "Respons otak pendengar mencerminkan respons otak pembicara." Sebenarnya ada perpaduan pikiran antara pembicara dan pendengar.

Hasson memilih seorang mahasiswa pascasarjana untuk menjadi pembicara. Lauren Silbert menceritakan kisah pribadi tentang pergi ke pesta promnya. Peneliti memindai otaknya dan otak 11 siswa yang mendengarkan. Bagian yang sama dari otak setiap orang menunjukkan "aktivasi", yang berarti hubungan yang mendalam antara orang yang berbicara dan orang yang mendengarkan. Itu juga menunjukkan bahwa semua orang di ruangan itu — semua pendengar — mengalami respons yang sama! "Penggabungan" tidak terjadi ketika pendengar diberi cerita dalam bahasa Rusia, bahasa yang tidak mereka ketahui.

"Saat wanita itu berbicara bahasa Inggris, para relawan memahami ceritanya, dan otak mereka sinkron. Ketika dia memiliki aktivitas di insulanya, wilayah di otak yang bertanggung jawab atas emosi, para pendengar juga melakukannya. Ketika korteks frontalnya menyala, begitu pula korteks mereka. Hanya dengan bercerita, wanita dapat menanamkan ide, pemikiran, dan emosi ke dalam otak pendengarnya,"⁵ melaporkan Hasson.

Para peneliti telah menemukan bahwa otak kita lebih aktif saat mendengar cerita. Slide PowerPoint bertele-tele dengan poin-poin mengaktifkan pusat pemrosesan bahasa di otak, tempat kita mengubah kata menjadi makna. Cerita melakukan lebih banyak lagi, menggunakan seluruh otak dan mengaktifkan area bahasa, sensorik, visual, dan motorik.

Temuan Hassan sangat penting bagi siapa saja yang perlu menyampaikan presentasi dengan maksud mempengaruhi perilaku. Jika cerita memicu "penggabungan" otak-ke-otak, maka bagian dari solusi untuk memenangkan orang pada argumen Anda adalah dengan menceritakan lebih banyak cerita.

CERITA HANYA DATA DENGAN JIWA

Pada bulan Juni 2010, Brené Brown menyampaikan ceramah "The Power of Vulnerability" di TEDx Houston. Sebagai profesor riset di University of Houston, Brown mempelajari kerentanan, keberanian, keaslian, dan rasa malu. Ini adalah area subjek yang cukup besar untuk diperas menjadi 18 menit, namun Brown melakukannya dengan sangat baik sehingga presentasinya telah dilihat lebih dari tujuh juta kali. Brown memulai presentasinya dengan anekdot singkat.

Beberapa tahun yang lalu, seorang perencana acara menelepon saya karena saya akan mengadakan acara berbicara. Dan dia menelepon, dan dia berkata, "Saya benar-benar berjuang dengan cara menulis tentang Anda di selebaran kecil." Dan saya berpikir, "Nah, apa perjuangannya?" Dan dia berkata, "Yah, saya melihat Anda berbicara, dan saya akan memanggil Anda seorang peneliti, saya pikir, tetapi saya khawatir jika saya memanggil Anda seorang peneliti, tidak ada yang akan datang karena mereka akan mengira Anda membosankan dan tidak relevan." Dan saya seperti, "Oke." Dan dia berkata, "Tetapi hal yang saya sukai dari ceramah Anda adalah Anda seorang pendongeng. Jadi saya pikir apa yang akan saya lakukan hanyalah memanggil Anda seorang pendongeng."6

Brown mengatakan bagian dirinya yang "tidak aman" ragu-ragu untuk mengadopsi gelar tersebut karena dia adalah seorang peneliti akademis yang serius. Namun, dia akhirnya menerima gagasan itu. "Saya pikir, Anda tahu, saya seorang pendongeng. Saya seorang peneliti kualitatif. Saya mengumpulkan cerita; itu yang saya lakukan. Mungkin cerita hanyalah data dengan jiwa. Dan mungkin saya hanya seorang pendongeng." Seperti yang disarankan Brown, kita semua adalah pendongeng. Anda bercerita setiap hari. Dalam presentasi bisnis, Anda menceritakan kisah di balik kampanye, perusahaan, atau produk Anda. Dalam wawancara kerja, Anda menceritakan kisah di balik merek pribadi Anda. Dalam promosi pemasaran, Anda menceritakan kisah tentang ide Anda. Ya, kita semua adalah pendongeng dan kita bercerita dalam bisnis setiap hari.

Saya tidak akan pernah melupakan saat saya menerima teguran keras dari profesor saya di Medill School of Journalism di Northwestern. Saya telah kembali dari tugas dengan tangan kosong. "Tidak ada cerita," kataku kepada instrukturku. Dia menjadi sangat marah sehingga saya pikir dia akan meledakkan pembuluh darah di dahinya. "Selalu ada cerita!" dia berteriak. Saya selalu ingat pertemuan itu ketika saya mendengar seseorang berkata, "Saya tidak punya cerita." Tentu saja.

Selalu ada cerita. Yang harus Anda lakukan hanyalah melihat, dan jika Anda terlihat cukup keras dan cerdas, Anda pasti akan menemukan yang bagus.

"Kita semua suka cerita. Kita lahir untuk mereka. Cerita menegaskan siapa kita. Kita semua menginginkan penegasan bahwa hidup kita memiliki makna. Dan tidak ada penegasan yang lebih besar daripada saat kita terhubung melalui cerita. Itu dapat melintasi batasan waktu, masa lalu, sekarang dan masa depan, dan memungkinkan kita untuk mengalami kesamaan antara diri kita sendiri dan nyata dan imajiner."⁷

—Andrew Stanton, penulis "Toy Story," TED Februari 2012

TIGA JENIS CERITA YANG SEDERHANA DAN EFEKTIF

Komunikator yang menginspirasi dan presenter TED terbaik mengikuti salah satu dari tiga jenis cerita. Yang pertama adalah cerita pribadi yang berhubungan langsung dengan tema pembicaraan atau presentasi; kedua adalah cerita tentang orang lain yang telah mempelajari pelajaran yang dapat dihubungkan dengan penonton; ketiga adalah cerita yang melibatkan keberhasilan atau kegagalan produk atau merek.

Cerita Pribadi

Cerita adalah inti dari siapa kita. Presentasi TED paling populer dimulai dengan kisah pribadi. Ingat kisah-kisah menyentuh yang diceritakan Bryan Stevenson tentang neneknya dan petugas kebersihan yang memberinya nasihat yang memberi semangat: "perhatikan hadiahnya." Kemampuan untuk menceritakan kisah pribadi adalah ciri penting dari kepemimpinan yang autentik—orang-orang yang mengilhami upaya yang tidak biasa. Jadi, ceritakan kisah pribadi. Apa kenangan terindahmu tentang orang tersayang? Anda mungkin punya cerita untuk diceritakan tentang orang itu. Anak perempuan saya senang mendengar cerita tentang kakek mereka ("nonno" mereka) yang ditawan dalam Perang Dunia II, bagaimana dia mencoba melarikan diri, dan bagaimana dia dan ibunya

akhirnya bermigrasi ke Amerika dengan \$20 di saku mereka. Kisah-kisah seperti ini sangat penting bagi identitas kita sebagai sebuah keluarga. Saya yakin itu sama untuk Anda.

Jika Anda akan menceritakan kisah "pribadi", jadikan itu pribadi. Ajak penonton dalam sebuah perjalanan. Buatlah begitu deskriptif dan kaya dengan pencitraan sehingga mereka membayangkan diri mereka bersama Anda pada saat acara berlangsung.

Unit Pembakaran Menginspirasi Karir dan Terobosan Presentasi

Profesor psikologi dan ekonom perilaku di Duke University dan penulis laris Dan Ariely mengembangkan studi cerdas untuk menunjukkan mengapa orang membuat keputusan yang tidak rasional. Ketertarikannya pada subjek dimulai di unit luka bakar dengan kisah pribadinya. "Saya terbakar sangat parah.

Dan jika Anda menghabiskan banyak waktu di rumah sakit, Anda akan melihat banyak jenis ketidakrasionalan. Dan salah satu yang sangat mengganggu saya di bagian luka bakar adalah proses di mana para perawat melepas perban saya,"⁸ Ariely mengatakan kepada — hadirin TED pada tahun 2009.

Dalam detail grafis, dia menjelaskan bagaimana perban dapat dilepas dengan cepat atau lambat. Jika Anda seperti kebanyakan orang—dan perawat Ariely—Anda mungkin menganggap lebih baik melepas perban secepatnya untuk menghilangkan rasa sakit.

Perawat membutuhkan waktu satu jam untuk merobek perban. Ariely, dengan rasa sakit yang luar biasa, memohon kepada perawat untuk mengambil waktu dua jam, bukan satu jam, membuat rasa sakitnya tidak terlalu parah. Para perawat mengatakan bahwa mereka tahu yang terbaik dan Ariely harus menahan rasa sakitnya.

Ariely meninggalkan rumah sakit tiga tahun kemudian (70 persen tubuhnya telah terbakar) dan masuk Universitas Tel Aviv. Di sana ia memeriksa pertanyaan tentang bagaimana melepas perban dari pasien luka bakar. "Apa yang saya pelajari adalah bahwa para perawat itu salah. Di sini ada orang-orang hebat dengan niat baik dan banyak pengalaman, namun demikian mereka selalu melakukan kesalahan yang dapat diprediksi. Ternyata karena kami tidak menyandikan durasi dengan cara kami menyandikan intensitas, rasa sakit saya akan berkurang jika durasinya lebih lama dan intensitasnya lebih rendah.

Ariely juga menggunakan teknik bercerita yang sangat efektif—tidak terduga. Dalam ***Made to Stick***, Dan dan Chip Heath mengungkap beberapa elemen dari ide yang "lengket", yang diingat orang. Menurut Heaths, "Cara paling dasar untuk menarik perhatian seseorang adalah dengan: Memecah pola."⁹ Rasa ingin tahu dan misteri adalah cara ampuh untuk menarik perhatian kita. Sebagai bukti, keluarga Heath mengutip karya George Loewenstein di Universitas Carnegie Mellon. "Keingintahuan, katanya, terjadi ketika kita merasakan adanya celah dalam pengetahuan kita... celah menyebabkan rasa sakit.

Ketika kita ingin mengetahui sesuatu tetapi tidak, itu seperti memiliki rasa gatal yang perlu kita garuk. Untuk menghilangkan rasa sakit, kita perlu mengisi kesenjangan pengetahuan.

Kami duduk dengan sabar menonton film-film buruk, meskipun mungkin menyakitkan untuk ditonton, karena terlalu menyakitkan untuk tidak mengetahui bagaimana akhirnya."¹⁰

Kisah pribadi Ariely menjadi lebih efektif karena hasilnya tidak terduga. Ceritakan kisah pribadi, tetapi pilihlah dengan hati-hati. Pengalaman pribadi yang menyebabkan hasil yang tidak terduga sering kali menjadi cerita yang sangat menarik.

Tebing Fiskal Pribadi Ibu

Kisah-kisah pribadi menarik perhatian di hampir setiap format komunikasi—presentasi, media sosial, dan wawancara televisi. Saya memulai karir jurnalistik saya pada tahun 1989, tahun terakhir Ronald Reagan menjabat.

Reagan disebut Komunikator Hebat karena dia bisa membungkus pesannya dalam sebuah cerita. Ketika saya meninggalkan jurnalisme sehari-hari untuk memulai praktik komunikasi saya sendiri, saya ingat kualitas yang memberi Reagan karismanya—kemampuannya untuk bercerita.

Hari ini saya memberikan nasihat yang sama kepada CEO dan politisi: jika Anda ingin dikutip, ceritakan sebuah kisah, dan semakin pribadi semakin baik. Ia bekerja hampir setiap waktu. Misalnya, pada bulan Desember 2012, media AS terobsesi dengan "jurang fiskal", kombinasi pemotongan pengeluaran otomatis dan kenaikan pajak yang akan berlaku jika anggota parlemen gagal mencapai kesepakatan anggaran. Seorang anggota baru Kongres menelepon saya sekitar satu jam sebelum jadwal wawancara televisi. Dia ingin menyampaikan beberapa pesan kepada saya. Yang saya dengar hanyalah "poin pembicaraan", jadi saya dengan sopan menyarankan dia untuk bercerita.

Kami memutuskan bahwa dia harus bercerita tentang ibunya, seorang perawat, dan bagaimana caranya

jurang fiskal akan berdampak padanya. Anggota kongres menceritakan kisah itu, reporter menyiarkan kisah itu, dan politisi menggunakannya untuk setiap wawancara berikutnya. Kadang-kadang anggota kongres berhasil menyampaikan pokok pembicaraannya; lain kali dia tidak. Ibunya, bagaimanapun, selalu membuat luka.

Orang suka cerita. Profesional bisnis jarang menceritakan kisah pribadi, yang merupakan salah satu alasan mengapa mereka membuat dampak yang begitu besar ketika mereka melakukannya. Hari ini ketika saya melatih CEO untuk wawancara pers atau presentasi besar, saya selalu mendorong mereka untuk memasukkan kisah pribadi. Wartawan dan blogger yang meliput acara tersebut hampir setiap saat memuat berita tersebut. Tidak ada teknik yang dijamin 100 persen, tetapi menceritakan kisah pribadi sudah mendekati.

Cerita tentang Orang Lain

Sir Ken Robinson, seorang PhD dan pemimpin pemikiran di bidang kreativitas dan inovasi dalam pendidikan dan bisnis, mengatakan sekolah membunuh kreativitas. Jutaan orang jelas setuju dengannya atau menganggap argumennya sangat provokatif sehingga mereka merasa terdorong untuk melihat dan membagikan pembicaraan TED 2006-nya. Ini adalah pembicaraan TED paling populer sepanjang masa (14 juta penayangan pada saat penulisan ini). Saya terpesona dengan presentasi Robinson karena dia tidak menggunakan PowerPoint, tidak ada visual, tidak ada alat peraga, namun dia tetap terhubung dengan audiens. Dia melakukannya melalui penggunaan analisis, data, humor, dan penceritaan yang terampil.

Sekolah Yang Menumbuhkan (Bukan Melemahkan) Kreativitas

Kisah Robinson yang paling menarik dan mencekam tidak melibatkan dirinya sendiri. Karakter utamanya adalah seseorang yang telah diwawancarai Robinson. Namanya Gillian Lynne, dan hanya sedikit penonton yang pernah mendengarnya. Namun, mereka telah mendengar tentang pekerjaannya. Lynne adalah koreografer di balik ***Cats*** dan ***Phantom of the Opera***. Robinson bertanya kepada Lynne bagaimana dia menjadi seorang penari. Dia berkata bahwa ketika dia pergi ke sekolah pada tahun 1930-an, administrator sekolahnya percaya bahwa dia mengalami gangguan belajar karena dia tidak dapat berkonsentrasi dan selalu gelisah. “Saya pikir sekarang mereka akan mengatakan dia menderita ADHD. bukan? Tapi ini tahun 1930-an, dan ADHD belum ditemukan pada saat itu. Itu bukan kondisi yang tersedia. Orang-orang tidak menyadari bahwa mereka bisa memilikinya,”¹¹ Robinson berkata datar saat hadirin tertawa.

Robinson melanjutkan ceritanya dengan kunjungan Lynne ke seorang spesialis yang dibawa ibunya untuk dia temui. Setelah mendengarkan Lynne dan ibunya selama sekitar 20 menit, dokter memberi tahu Lynne bahwa dia ingin berbicara dengan ibunya secara pribadi. "Tapi saat mereka keluar ruangan, dia menyalakan radio yang ada di mejanya. Dan ketika mereka keluar dari kamar, dia berkata kepada ibunya, 'Berdiri saja dan awasi dia.' Dan begitu mereka meninggalkan ruangan, dia berkata, dia sudah berdiri, bergerak mengikuti musik. Dan mereka menonton selama beberapa menit, dan dia menoleh ke ibunya dan berkata, 'Ny. Lynne, Gillian tidak sakit; dia seorang penari. Bawa dia ke sekolah dansa.'" Lynne memang pergi ke sekolah dansa. Dia berkarir di Royal Ballet, bertemu Sir Andrew Lloyd Webber, dan bertanggung jawab untuk membuat koreografi beberapa musikal terbesar dalam sejarah teater.

Robinson menggunakan cerita tersebut sebagai persiapan untuk mengakhiri presentasinya dan untuk memperkuat temanya: "Apa yang TED rayakan adalah karunia imajinasi manusia. Kita harus berhati-hati sekarang karena kita menggunakan karunia ini dengan bijak dan kita menghindari beberapa skenario yang telah kita bicarakan. Dan satu-satunya cara kita melakukannya adalah dengan melihat kapasitas kreatif kita untuk kekayaan mereka dan melihat anak-anak kita untuk harapan mereka. Dan tugas kita adalah mendidik mereka seutuhnya, sehingga mereka bisa menghadapi masa depan ini."

Seruan Robinson untuk "mendidik seluruh keberadaan mereka" akan sulit dipahami sepenuhnya oleh penonton jika dia tidak menceritakan kisah Gillian Lynne.

Abstraksi sulit bagi kebanyakan orang untuk diproses. Cerita mengubah konsep abstrak menjadi ide yang nyata, emosional, dan mudah diingat.

Seorang Pengkhotbah yang layak TED Menceritakan Kisah dari Mimbar

Pendeta Gereja Lakewood Joel Osteen tidak pernah memberikan ceramah TED, tetapi dia memberikan pertunjukan yang layak TED setiap minggu kepada 40.000 orang yang menghadiri khotbahnya secara langsung dan tujuh juta lainnya yang menontonnya di televisi.

Dalam gaya TED, Osteen selalu memulai khotbah dengan sebuah tema. Dia memulai satu khotbah, "Saya ingin berbicara dengan Anda hari ini tentang bagaimana 'Ya Ada di Masa Depan Anda.'¹² .Dia mengikuti dengan anekdot singkat tentang temannya. Itu

teman telah bekerja keras selama bertahun-tahun. Suatu hari seorang penyelia pensiun dan beberapa orang siap untuk pekerjaan itu. Teman Osteen memiliki senioritas dan setia pada perusahaan, namun dia ditolak untuk promosi demi orang yang lebih muda dan kurang berpengalaman. Temannya merasa tertipu tetapi “dia tidak marah atau berhenti melakukan yang terbaik”. Dua tahun kemudian, seorang wakil presiden senior pensiun dan teman Osteen mendapatkan promosi yang pantas diterimanya. “Posisinya sekarang jauh lebih tinggi dari posisi supervisor lama itu,”

kata Osteen. “Kamu mungkin berada di ‘tidak’ sekarang tetapi bantuan akan datang. Penyembuhan akan datang. Promosi akan datang. Katakan pada diri Anda sendiri, ‘Saya tidak akan terjebak dalam jawaban tidak. Saya tahu ya akan datang.’”

Setelah membuat kesedihan dengan penonton, Osteen beralih ke logo dan membagikan statistik berikut dengan penonton. Dia mengatakan bahwa 90 persen dari semua bisnis pertama gagal. Sembilan puluh persen dari semua bisnis kedua berhasil, namun 80 persen pemilik bisnis tidak pernah mencoba untuk kedua kalinya. “Mereka gagal menyadari bahwa mereka hanya sedikit ‘tidak’ untuk melihat bisnis mereka berhasil.”

Osteen mengikuti statistik dengan lebih banyak cerita. Karakter termasuk tokoh Alkitab, orang yang menghadiri kebaktian Lakewood, tokoh sejarah (Albert Einstein gagal 2.000 kali), dan ibunya sendiri, yang duduk di barisan depan. Osteen menceritakan satu cerita tentang seorang teman dengan bisnis kecil yang cukup sukses. Temannya ingin berkembang dan pergi ke bank tempat dia berbisnis selama bertahun-tahun. Dia punya rencana bisnis dan hasil yang terbukti. Bank menolaknya. Bank kedua menolaknya. “Sepuluh bank, lalu dua puluh bank ... Anda akan mengira dia akan menerima pesannya,” kata Osteen. “Tiga puluh bank menolaknya. Lalu satu lagi. Tiga puluh satu bank mengatakan tidak. Kemudian bank nomor tiga puluh dua datang dan berkata, ‘Kami menyukai ide Anda. Kami akan mengambil risiko pada Anda.’ Ketika Tuhan menaruh mimpi di hati Anda, Anda tahu Anda akan berhasil. Setiap ‘tidak’ berarti Anda selangkah lebih dekat ke ‘ya.’”

Cerita pribadi adalah cerita tentang diri Anda, tetapi bisa juga cerita tentang orang lain yang dapat membuat penonton berempati. Osteen berbagi kualitas dengan pembicara TED populer: mereka ahli dalam menciptakan empati.

Empati adalah kemampuan untuk mengenali dan merasakan emosi yang dialami

orang lain. Kami menempatkan diri kami pada posisi orang lain. Kita telah melihat bagaimana cerita dapat membantu kita "mengalami" emosi orang lain. Beberapa ahli saraf terkenal percaya bahwa kita terprogram untuk empati, bahwa itu adalah perekat sosial yang menyatukan masyarakat. Dalam presentasi Anda dapat menciptakan empati dengan berbicara tentang diri Anda **atau** orang lain.

"Kisah dalam yang jujur tentang kehidupan hampir semua pria—jika diceritakan dengan rendah hati dan tanpa menyinggung egoisme—paling menghibur. Itu adalah bahan pidato yang hampir pasti."

—Dale Carnegie

Cerita tentang Kesuksesan Merek

Ketika saya memberikan presentasi utama, saya menceritakan kisah pribadi, kisah tentang individu lain yang saya kenal secara pribadi, telah mewawancarai, atau telah membaca, dan kisah merek yang telah berhasil memanfaatkan strategi bisnis yang saya diskusikan.

Saya selalu mencari cerita untuk kolom dan presentasi saya. Saya menemukan mereka di mana-mana. Saya berjalan ke pesawat Virgin America, berbicara dengan pilot, dan terkejut mengetahui bahwa mereka memantau umpan Twitter merek.

Itu mengarah pada cerita tentang merek yang menggunakan media sosial untuk berkomunikasi dengan pelanggan mereka. Ketika saya menginap di hotel Ritz-Carlton, saya bertanya kepada seorang pelayan mengapa dia memberi saya hidangan pembuka gratis. Dia berkata, "Saya diberdayakan untuk memberikan pengalaman pelanggan yang luar biasa." Itu menghasilkan beberapa cerita tentang keterlibatan karyawan dan layanan pelanggan. Saya masuk ke Apple Store dan menemukan bahwa karyawan dilatih untuk memandu pelanggan melalui lima langkah yang mengarah pada penjualan atau mempromosikan loyalitas merek. Pengalaman itu tidak hanya menghasilkan sebuah cerita, saya menulis seluruh buku tentangnya. Cerita merek ada di mana-mana.

Blogger populer dan pembicara TED Seth Godin juga menceritakan kisah merek dan melakukannya dengan cemerlang. Pada bulan Februari 2003 Godin mengajari para penonton TED bagaimana menyebarkan ide-ide mereka. Video tersebut menjadi hit dan telah menarik lebih dari 1,5 juta penayangan. Penyanyi utama U2 Bono mengatakan itu adalah presentasi TED favoritnya. "Menjelaskan sebuah revolusi di media yang paling tidak revolusioner

istilahnya, pembicaraan ini meremehkan,"¹³ kata Bone. "Godin itu pintar, lucu bung."

Pria Cerdas dan Lucu dengan Cerita untuk Diceritakan

Godin menceritakan tiga kisah yang mendukung temanya: pemasar yang cerdas mempromosikan produk mereka secara berbeda; biasa itu membosankan. Godin secara persuasif berargumen bahwa hal yang paling berisiko untuk dilakukan adalah "aman", atau rata-rata, dan dia menggunakan cerita pendek dan sederhana untuk melakukannya.

Dalam sebuah cerita tentang Wonder Bread, Godin memberi tahu penonton:

Pria bernama Otto Rohwedder ini menemukan roti potong, dan dia berfokus, seperti kebanyakan penemu, pada bagian paten dan bagian pembuatan. Dan hal tentang penemuan roti potong adalah ini—bahwa selama 15 tahun pertama setelah roti potong tersedia, tidak ada yang membelinya; tidak ada yang tahu tentang itu; itu adalah kegagalan total dan total. Dan alasannya adalah sampai Wonder muncul dan menemukan cara menyebarkan ide roti iris, tidak ada yang menginginkannya. Bahwa kesuksesan roti potong, seperti kesuksesan hampir semua hal yang telah kita bicarakan di konferensi ini, tidak selalu tentang seperti apa patennya, atau seperti apa pabriknya—ini tentang bagaimana Anda menyebarkan ide Anda, atau tidak.

Di cerita lain, Godin menunjukkan foto bangunan terkenal rancangan Frank Gehry. "Frank Gehry tidak hanya mengubah museum; dia mengubah ekonomi seluruh kota dengan merancang satu bangunan yang dilihat orang-orang dari seluruh dunia. Sekarang, pada pertemuan yang tak terhitung jumlahnya di, Anda tahu, Dewan Kota Portland, atau siapa yang tahu di mana, kata mereka, kami membutuhkan seorang arsitek — bisakah kami mendapatkan Frank Gehry? Karena dia melakukan sesuatu yang berada di pinggir." "

Terakhir, inilah cara Godin menceritakan kisah di balik susu kedelai Sutera: "Sutra. Letakkan produk yang tidak perlu di bagian berpendingin di sebelah susu di bagian berpendingin. Penjualan tiga kali lipat. Mengapa? Susu, susu, susu, susu, susu—bukan susu. Bagi orang-orang yang ada di sana dan melihat bagian itu, itu luar biasa. Mereka tidak melipatgandakan penjualan mereka dengan iklan; mereka melipatgandakannya dengan melakukan sesuatu yang luar biasa."¹⁴

Semua kisah Godin menampilkan merek-merek yang luar biasa. Lain kali Anda melihat Silk atau Wonder Bread di toko kelontong, Anda akan berpikir secara berbeda tentang merek dan tentang pesan yang Anda gunakan untuk tampil menonjol di pasar ide.

Perusahaan yang lebih besar menemukan bahwa cerita menempatkan wajah manusia pada konglomerat yang tidak berwajah. Tostitos, Taco Bell, Domino's Pizza, Kashi, McDonald's, dan Starbucks beralih ke iklan yang menonjolkan petani yang menanam bahan-bahan di balik produk mereka. Orang-orang lebih terlibat dengan produk ketika mereka tahu dari mana asal produk tersebut dan jika mereka mengenal orang-orang yang sebenarnya di balik produk tersebut. Rantai toko sabun Lush menempatkan gambar kecil dari seorang karyawan nyata pada setiap produk—wajahnya adalah wajah orang-orang yang benar-benar membuat produk tersebut. Lush percaya bahwa setiap produk memiliki cerita. Ada alasan mengapa banyak merek sukses menghabiskan jutaan dolar untuk iklan yang menyertakan wajah asli, orang sungguhan, dan kis

Kenyamanan Orang Kaya dan Penyelamat Orang Miskin

Setiap produk memiliki cerita, seperti halnya setiap pengusaha pemula yang membangun produk tersebut. Ludwick Marishane, 21 tahun, dari Cape Town, Afrika Selatan, dinobatkan sebagai mahasiswa wirausaha terbaik tahun 2011 karena dia tidak mau mandi. Marishane menemukan DryBath, lotion pengganti mandi non-air pertama di dunia.

Jika Marishane membuat elevator pitch untuk penemuannya, hasilnya akan seperti ini: “DryBath adalah gel kulit pengganti mandi pertama dan satu-satunya di dunia. Anda mengoleskannya ke kulit Anda dan Anda tidak perlu mandi. Apa yang hilang? Mengapa dan apa. Mengapa dia menciptakannya dan apa manfaatnya? Cerita mengisi kekosongan.

Di TED Johannesburg pada Mei 2012, Marishane bercerita untuk menjelaskan mengapa dan apa. “Saya dibesarkan di Limpopo, di sebuah kota kecil bernama Motetema. Pasokan air dan listrik tidak dapat diprediksi seperti cuaca dan tumbuh dalam situasi sulit ini, pada usia 17 tahun, saya sedang bersantai dengan beberapa teman saya di musim dingin dan kami berjemur. Matahari Limpopo menjadi sangat panas di musim dingin. Saat kami berjemur, sahabat saya di sebelah saya berkata, 'Ya ampun, mengapa tidak ada orang yang menemukan sesuatu yang bisa Anda lakukan?

memakai kulit Anda dan kemudian Anda tidak perlu mandi?' Saat saya duduk, saya berpikir, 'Bung, saya akan membelinya!'"¹⁵

Marishane pulang, melakukan penelitian, dan menemukan statistik yang “mengejutkan”. Dia mengetahui bahwa lebih dari 2,5 miliar orang di dunia tidak memiliki akses sanitasi yang layak, 5 juta di antaranya berada di Afrika Selatan. Penyakit mengerikan tumbuh subur di lingkungan ini. Misalnya, trachoma membutakan 8 juta orang setiap tahun. “Bagian yang mengejutkan tentang itu adalah yang harus Anda lakukan untuk mencegah infeksi trachoma adalah mencuci muka,” kata Marishane. Hanya dengan ponsel dan akses internet yang sangat terbatas, Marishane melakukan penelitian dan menulis rencana bisnis setebal 40 halaman. Empat tahun kemudian dia menerima paten dan DryBath lahir. Proposisi nilainya: “DryBath adalah kenyamanan orang kaya dan penyelamat orang miskin.”

Setiap merek, setiap produk, memiliki cerita. Temukan dan ceritakan.

Apa itu cerita? Jonah Sachs menawarkan definisi ini dalam *Memenangkan Perang Cerita*: “Cerita adalah jenis komunikasi manusia tertentu yang dirancang untuk meyakinkan audiens tentang pandangan dunia pendongeng. Pendongeng melakukan ini dengan menempatkan karakter, nyata atau fiksi, ke atas panggung dan menunjukkan apa yang terjadi pada karakter tersebut selama periode waktu tertentu. Setiap karakter mengejar beberapa jenis tujuan sesuai dengan nilai-nilainya, menghadapi kesulitan di sepanjang jalan, dan berhasil atau gagal menurut pandangan pendongeng tentang bagaimana dunia bekerja.”¹⁶ Sachs percaya bahwa di medan perang ide, pemasar memiliki senjata rahasia—cerita yang diceritakan dengan baik. Sachs mengatakan bahwa khalayak kontemporer begitu dibombardir oleh pesan-pesan sehingga mereka lebih menolak dan lebih skeptis dibandingkan waktu mana pun dalam sejarah. Namun, “Audiens yang sama ini, ketika terinspirasi, bersedia dan mampu menyebarkan pesan favorit mereka, menciptakan efek viral yang masif bagi mereka yang memenangkan cinta mereka.”

Gladwell, Kebahagiaan, dan Saus Spageti

Pada konferensi Monterey TED bulan Februari 2004, penulis *The Tipping Point*, Malcolm Gladwell, menceritakan kisah sederhana tentang Howard Moskowitz, seorang pria yang menjadi terkenal karena menemukan kembali saus spageti. Judul presentasinya adalah “Pilihan, Kebahagiaan, dan Saus Spageti”.

Ceritanya berjalan seperti ini. Campbell's Soup mendekati Moskowitz untuk membantu perusahaan membuat saus spageti yang akan bersaing dengan Ragu, the

saus dominan tahun 1970-an dan 1980-an (Prego buatan Campbell). Sepertinya Prego sedang berjuang meskipun produknya berkualitas lebih tinggi. Moskowitz bekerja dengan perusahaan tersebut untuk membuat 45 jenis saus spageti. Dia membawa mereka di jalan untuk menguji selera konsumen rata-rata masing-masing.

Jika Anda duduk, dan Anda menganalisis semua data tentang saus spageti ini, Anda menyadari bahwa semua orang Amerika termasuk dalam salah satu dari tiga kelompok. Ada orang yang suka saus spageti polos; ada orang yang suka saus spageti mereka pedas; dan ada orang yang suka ekstra chunky. Dan dari ketiga fakta itu, yang ketiga adalah yang paling signifikan, karena pada saat itu, di awal tahun 1980-an, jika Anda pergi ke supermarket, Anda tidak akan menemukan saus spageti yang ekstra kental. Dan Prego menoleh ke Howard, dan mereka berkata, "Anda memberi tahu saya bahwa sepertiga orang Amerika sangat menginginkan saus spageti yang ekstra kental, namun tidak ada yang melayani kebutuhan mereka?" Dan dia berkata ya! Dan Prego kemudian kembali, dan sepenuhnya memformulasi ulang saus spageti mereka, dan keluar dengan sederet ekstra-chunky yang segera dan sepenuhnya mengambil alih bisnis saus spageti di negara ini. Dan selama 10 tahun berikutnya, mereka menghasilkan 600 juta dolar dari lini saus ekstra kental mereka.¹⁷ —

Seluruh industri makanan memperhatikan analisis Moskowitz. Itu sebabnya kami memiliki "empat belas jenis mustard dan tujuh puluh satu jenis minyak zaitun," menurut Gladwell. Ragu bahkan menyewa Moskowitz dan hari ini kami memiliki 36 jenis saus spageti Ragu. Gladwell menceritakan kisah Moskowitz dalam 10 menit. Dia menghabiskan tujuh menit tersisa untuk menawarkan pelajaran yang diajarkan cerita itu kepada kita. Misalnya, orang tidak tahu apa yang mereka inginkan dan, jika tahu, mereka akan kesulitan mengartikulasikan apa yang sebenarnya mereka inginkan.

Asumsi nomor satu dalam industri makanan dulu adalah bahwa cara untuk mengetahui apa yang orang ingin makan—apa yang akan membuat orang bahagia—adalah dengan bertanya kepada mereka. Dan selama bertahun-tahun, Ragu dan Prego akan memiliki kelompok fokus, dan mereka akan duduk semua orang, dan mereka akan berkata, "Apa yang Anda inginkan dalam saus spageti?" Dan selama bertahun-tahun—20, 30 tahun—melalui semua kelompok fokus itu

sesi, tidak ada yang pernah mengatakan mereka ingin yang ekstra tebal. Meskipun setidaknya sepertiga dari mereka, jauh di lubuk hati mereka, benar-benar melakukannya.

Gladwell mengakhiri presentasinya dengan apa yang disebutnya sebagai pelajaran terindah dari semuanya: “Dalam merangkul keragaman umat manusia, kita akan menemukan jalan yang lebih pasti menuju kebahagiaan sejati.”

Gladwell berhasil karena dia menggabungkan kisah "pahlawan" (yang akan Anda pelajari lebih lanjut nanti di bab ini) tentang individu tertentu dengan kisah merek yang sukses. Penonton Anda menginginkan seseorang atau sesuatu untuk disemangati. Mereka ingin terinspirasi. Beri mereka pahlawan. Pikat imajinasi mereka dengan cerita tentang diri Anda, orang lain, atau merek yang sukses.

Catatan TED

CERITA APA YANG BISA ANDA SERTAKAN? Pikirkan tentang sebuah cerita (baik pribadi, tentang orang lain, atau terkait dengan merek) yang dapat Anda sertakan dalam komunikasi Anda atau dalam presentasi Anda berikutnya. Jika Anda sudah melakukan ini, maka Anda selangkah lebih dekat untuk menjadi komunikator yang layak TED. Dalam presentasi bisnis, bercerita adalah hal yang setara dengan mengajak orang melakukan kunjungan lapangan, membantu mereka mengalami konten pada tingkat yang jauh lebih mendalam.

LEAD DENGAN CERITA DAN SUKSES DALAM BISNIS

Kisah yang diceritakan dengan baik memberi para pemimpin keunggulan yang kuat di pasar yang semakin kompetitif saat ini. Narasi yang kuat dapat meyakinkan pelanggan, karyawan, investor, dan pemangku kepentingan bahwa perusahaan, produk, atau ide Anda dapat membantu mereka mencapai kesuksesan yang mereka inginkan.

Kita semua adalah pendongeng alami, tetapi entah bagaimana kita kehilangan bagian dari diri kita ini saat memasuki dunia korporat. Ini terutama benar ketika kami memberikan presentasi PowerPoint. Kami jatuh ke mode presentasi dan lupa bahwa cara paling efektif untuk menyampaikan informasi adalah melalui hubungan emosional cerita. Cerita membuat konsep dan ide menjadi nyata dan nyata. “Sudah terlalu lama dunia bisnis mengabaikan atau meremehkan kekuatan narasi lisan, lebih memilih slide, fakta, angka, dan data PowerPoint tanpa jiwa,”¹⁸ kata Peter Guber, presiden Mandalay Entertainment. Guber, yang memproduksi film seperti *Batman* dan *The Color Purple*, menulis seluruh buku

tentang kekuatan penceritaan berjudul ***Tell to Win***. Dia menambahkan, "Tetapi karena tingkat kebisingan kehidupan modern telah menjadi hiruk-pikuk, kemampuan untuk menceritakan kisah yang memiliki tujuan yang benar-benar dapat didengar semakin diminati."

Produser ***Batman Menutup Matanya untuk Sihir***

Saya telah berbicara dengan Guber tentang kekuatan cerita dalam presentasi. Saat Guber melihat kembali karir hiburannya yang sukses, dia menyadari bahwa sebagian besar kesuksesannya dikaitkan dengan kemampuannya untuk membujuk pelanggan, karyawan, pemegang saham, media, dan mitra melalui penceritaan. Guber mengatakan dia kehilangan kesepakatan bisnis besar karena dia melemparkan rentetan data, statistik, dan prakiraan kepada calon investor sambil mengabaikan untuk terlibat dengan mereka secara emosional. "Untuk berhasil, Anda harus membujuk orang lain untuk mendukung visi, impian, atau tujuan Anda. Apakah Anda ingin memotivasi eksekutif Anda, mengatur pemegang saham Anda, membentuk media Anda, melibatkan pelanggan Anda, memenangkan investor Anda, atau mendapatkan pekerjaan, Anda harus memberikan panggilan yang jelas yang akan menarik perhatian pendengar Anda, emosionalkan tujuan Anda sebagai tujuan mereka, dan gerakkan mereka untuk bertindak sesuai keinginan Anda. Anda harus menjangkau hati mereka dan juga pikiran mereka—dan inilah yang dilakukan mendongeng."¹⁹ —

Pada awal 1990-an, sebuah insiden di kantor Guber menyadarkannya bahwa sebuah cerita—yang diceritakan dengan meyakinkan—dapat membujuk eksekutif bisnis yang paling keras sekalipun seperti dirinya. Saat itu, Guber menjabat sebagai CEO Sony Pictures. Magic Johnson dan mitra bisnisnya, Ken Lombard, mengunjungi Guber di kantornya, dan hal pertama yang dikatakan Lombard adalah, "Tutup mata Anda. Kami akan menceritakan sebuah kisah tentang sebuah negara asing."²⁰ Guber menganggapnya sedikit "tidak lazim," tetapi dia menutup matanya dan mengikutinya. Lombard melanjutkan, "Ini adalah tanah dengan basis pelanggan yang kuat, lokasi yang bagus, dan investor yang berkualitas. Anda tahu bagaimana membangun teater di Eropa, Asia, dan Amerika Selatan. Anda tahu cara berinvestasi di negara asing yang memiliki bahasa berbeda, budaya berbeda, masalah berbeda. Apa yang Anda lakukan, Peter, adalah menemukan mitra di negara yang berbicara bahasa tersebut, mengetahui budayanya, dan menangani masalah lokal. Benar?" Guber mengangguk setuju saat matanya tetap tertutup. "Nah, bagaimana jika saya memberi tahu Anda bahwa ada tanah yang dijanjikan yang sudah berbicara bahasa Inggris, sangat membutuhkan film, memiliki banyak

tersedia real estate, dan tidak ada persaingan? Tanah yang dijanjikan ini berjarak sekitar enam mil dari sini.”

Lombard dan Johnson menyarankan Guber untuk membangun bioskop di komunitas perkotaan yang kurang terlayani. Lombard dan Johnson menjadikan diri mereka sebagai pahlawan dalam narasi, karakter yang akan membantu Guber menavigasi perairan untuk mencapai tanah yang dijanjikan. Dalam empat minggu pertama pembukaan, Teater Magic Johnson pertama adalah salah satu dari lima teater dengan pendapatan kotor tertinggi di jaringan Sony.

Guber mengingatkan saya bahwa mendongeng harus menjadi bagian dari setiap diskusi yang dimaksudkan untuk membujuk pendengar agar mendukung ide Anda—entah itu presentasi formal atau percakapan santai. Guber mengatakan bahwa ketika dia melihat kembali 40 dekade dalam bisnisnya, kemampuannya untuk membujuk pelanggan, karyawan, pemegang saham, dan mitra melalui penceritaan telah menjadi satu-satunya keunggulan kompetitif terbesarnya.

Kekuatan Kata-kata

Hindari kata kunci dan klise yang terlalu sering digunakan. Pemasar suka menggunakan kata-kata seperti *memimpin*, *solusi*, dan *ekosistem*. Kata-kata ini kosong, tidak berarti, dan digunakan begitu sering sehingga kehilangan pukulan apa pun yang mungkin pernah mereka miliki.

Metafora yang terlalu sering digunakan juga bisa membosankan. Menurut sebuah penelitian yang ditampilkan di *The New York Times*, “Cara otak menangani metafora juga telah dipelajari secara ekstensif; beberapa ilmuwan berpendapat bahwa kiasan seperti ‘hari yang berat’ begitu akrab mereka diperlakukan hanya sebagai kata-kata dan tidak lebih.”²¹ Pemindaian otak mengungkapkan bahwa ketika orang mendengar deskripsi terperinci, “metafora yang menggugah atau pertukaran emosi antar karakter,” area otak yang berbeda distimulasi. Hanya dengan mendengar “aroma lavender” mengaktifkan bagian otak yang terlibat dalam penciuman. “Ketika subjek di laboratorium mereka membaca metafora yang melibatkan tekstur, korteks sensorik, yang bertanggung jawab untuk merasakan tekstur melalui sentuhan, menjadi aktif. Metafora seperti ‘Penyanyi memiliki suara beludru’ dan ‘Dia memiliki tangan yang kasar’ membangkitkan korteks sensorik.” Saat Anda bercerita, tentu saja gunakan metafora, analogi, dan bahasa yang hidup, tetapi hilangkan klise, kata kunci, dan jargon. Penonton Anda akan mengabaikan frasa yang telah mereka dengar jutaan kali.

Ketika Toshiba Medical Systems memperkenalkan CT scan baru yang revolusioner, saya bertemu dengan sekelompok eksekutif untuk membantu mereka membentuk kisah peluncuran globalnya. Tampilan tiga dimensi dari jantung dan otak yang ditampilkan oleh mesin memang mengesankan, tetapi bagaimana kita dapat memberikan presentasi yang sama mengesankannya tanpa membenamkan penonton dalam data yang mematikan pikiran? Kami bercerita.

Pada konferensi pers kami memperkenalkan David dan Susan, dua orang yang benar-benar tidak ada tetapi yang melakukannya untuk tujuan peluncuran. Presentasi tersebut mendemonstrasikan bagaimana peralatan medis baru ini dapat secara dramatis mempersingkat waktu bagi dokter untuk membuat diagnosis yang akurat, sehingga menyelamatkan nyawa kedua karakter tersebut. Kami memberi nama, wajah, dan wajah "David" dan "Susan", dan menawarkan informasi mendetail tentang kehidupan mereka. Kami ingin penonton melihat diri mereka sendiri atau orang yang mereka cintai di wajah yang ditampilkan di layar. Dokter yang menghadiri konferensi kemudian memberi tahu pembicara bahwa bagian presentasi "David dan Susan" adalah urutan favorit mereka. Itu menyampaikan informasi dan membuat hubungan emosional pada saat yang bersamaan. Itulah yang bisa dilakukan oleh cerita yang kuat.

Anda tidak harus meluncurkan produk revolusioner seperti iPhone atau peralatan medis senilai \$2 juta untuk menceritakan kisah yang bagus. Selama wawancara kerja, ceritakan kisah pribadi tentang kesuksesan Anda mengelola tim atau melaksanakan proyek yang sulit. Dalam promosi bisnis baru, bagikan cerita tentang bagaimana produk Anda membantu klien meningkatkan penjualan meskipun terjadi penurunan ekonomi. Selama peluncuran produk, ceritakan kisah pribadi di balik lahirnya produk. Anda mungkin terkejut melihat betapa banyak orang yang mengingat cerita yang Anda ceritakan.

BERI SAYA SATU KARAKTER YANG DAPAT DI-ROOT

Penulis Amerika abad ke-20 Kurt Vonnegut dianggap sebagai pendongeng yang ulung. Sebuah klip video muncul di Internet yang memperlihatkan Vonnegut menjelaskan bentuk cerita populer. Kisah-kisah sukses—yang terhubung secara emosional dengan kebanyakan orang—memiliki bentuk yang sederhana. Sebagai ilustrasi, dia menggambar dua garis pada grafik (lihat [gambar 2.3](#)). Pada sumbu y dia _____

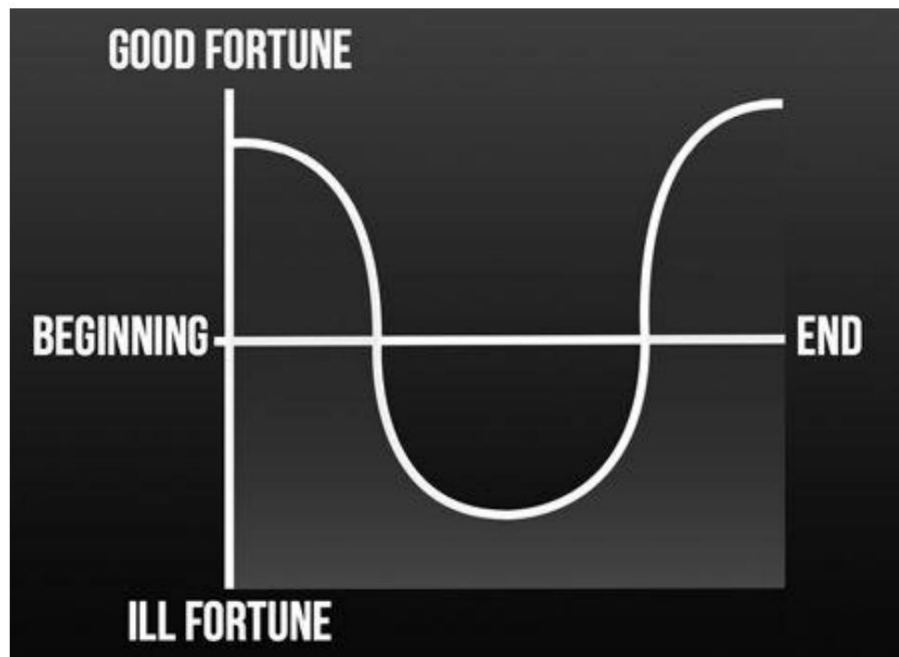
tulis I untuk "Ill Fortune" dan huruf G untuk "Good Fortune." Pada sumbu x dia menulis huruf B untuk "Awal" dan huruf E untuk "Akhir".

Kisah dengan Pengembalian 2.700 Persen

Significantobjects.com adalah situs Web yang didedikasikan untuk kekuatan cerita. Objek Signifikan adalah pengalaman sosial dan antropologis yang dirancang oleh Rob Walker dan Joshua Glenn. Kedua peneliti tersebut memulai dengan sebuah hipotesis: seorang penulis dapat menciptakan cerita tentang suatu objek, menginvestasikan objek tersebut dengan signifikansi subjektif yang meningkatkan nilai objektifnya. Para peneliti mengumpulkan objek dari toko barang bekas dan penjualan garasi. Benda-benda itu harganya tidak lebih dari satu atau dua dolar. Tahap kedua percobaan melihat seorang penulis membuat cerita fiksi pendek tentang objek tersebut. Pada langkah ketiga, objek

Para peneliti membeli benda senilai \$128,74. "Sampah" toko barang bekas dijual dengan total \$3.612,51. Orang-orang itu telah menemukan bahwa narasi dapat menginvestasikan objek biasa dengan makna yang luar biasa. Sebuah cerita telah menaikkan harga rata-rata produk sebesar 2.700 persen. Misalnya, pisang palsu berharga 25 sen dan dijual di eBay seharga \$76 setelah sebuah cerita ditambahkan. Makan malam kalkun miniatur kecil diperoleh secara gratis (pemilik hanya menginginkannya dari rak) dan dijual seharga \$ 30 setelah Jenny Offil menulis cerita kreatif tentangnya. Menurut situs Significant Objects, "Cerita adalah penggerak nilai emosional yang sangat kuat sehingga pengaruhnya terhadap nilai subjektif objek apa pun dapat diukur secara objektif."²²

Dia menyebut bentuk cerita pertama "Man in a Hole". "Seseorang mendapat masalah; keluar lagi. Orang-orang menyukai cerita itu. Mereka tidak pernah bosan!"²³ Bentuk cerita kedua berjudul "Boy Gets Girl." Cerita dimulai dengan orang biasa pada hari biasa dan sesuatu yang baik terjadi pada orang itu. Tentu saja, orang tersebut nyaris kehilangan keberuntungan dan mendapatkannya kembali untuk mengakhiri cerita dengan bahagia. "Orang-orang menyukainya," kata Vonnegut. Dia kemudian mengatakan bentuk cerita terakhir adalah yang paling populer di peradaban Barat. "Setiap kali diceritakan kembali, seseorang menghasilkan satu juta dolar lagi. Anda boleh melakukannya," kata Vonnegut sambil tersenyum.



2.3: Pembuatan ulang bagan cerita Kurt Vonnegut. Dibuat oleh Empowered Presentations @empoweredpres.

Jika Anda ingin mencengkeram audiens Anda, ceritanya harus dimulai dari bagian bawah akses G–I, dengan kemalangan yang mengerikan. “Mari kita mulai dengan seorang gadis kecil. Ibunya telah meninggal. Ayahnya telah menikah lagi dengan seorang wanita jelek pemaarah dengan dua putri nakal. Anda pernah mendengarnya?” Penonton tertawa terbahak-bahak saat melihat bahwa Vonnegut menguraikan alur cerita Cinderella. “Ada pesta di istana malam itu dan dia tidak bisa pergi.” Setelah ibu peri membantunya bersiap-siap untuk pesta dan dia bertemu dengan seorang pangeran, sang protagonis tersandung lagi, sedikit di bawah garis G–I tetapi tidak sampai ke bawah lagi. Seiring ceritanya berlanjut, sepatunya pas, dia menikahi sang pangeran, dan “mencapai kebahagiaan luar biasa”.

Nasihat penulisan Vonnegut: “berikan pembaca setidaknya satu karakter yang dapat dia dukung.”

Saya memikirkan meja bercerita Vonnegut ketika saya bekerja dengan seorang eksekutif untuk Chase, sebuah bank besar AS, untuk membantunya menyiapkan konten untuk presentasi utama yang diminta untuk dia berikan untuk United Way. Dia secara pribadi mendapat manfaat dari program United Way, tetapi kisah yang ingin dia ceritakan adalah tentang komitmen perusahaannya terhadap organisasi,

berapa banyak karyawan telah berkontribusi, dll. Slide awalnya juga sarat dengan bagan dan gambar. Informasi yang bagus, tapi tidak terlalu emosional.

“Mari kita lupakan slide sejenak. Ceritakan tentang hubungan pribadi Anda dengan United Way,” kata saya. Apa yang dia katakan selanjutnya membuatku terkejut.

“Saya berumur dua tahun ketika ayah saya meninggalkan seluruh keluarga. Saya berusia empat tahun ketika ibu saya menikah lagi dan saat itulah saya mempelajari definisi pelecehan. Ingatan pertama saya yang jelas adalah ibu saya terbaring di tumpukan kaca dan ayah tiri saya berdiri di dekatnya sambil mengancam akan menggorok lehernya jika dia tidak melakukan persis apa yang dia katakan. Saya ingat berpikir, di mana ayah saya dan mengapa dia membiarkan orang ini melakukan ini kepada kami?”

Eksekutif itu melanjutkan dengan menceritakan bagaimana dia tumbuh menjadi pemuda yang sangat pemarah. Pada usia 25 tahun dia mendaftar di agensi United Way dan memuji program tersebut karena mengajarnya cara mengendalikan sikapnya dan menempatkannya di jalan yang benar. Itu juga mengajarnya bagaimana menjadi ayah yang hebat. “Saya bangga dengan pria yang saya miliki. Saya bangga dengan apa yang mereka ajarkan kepada saya,” katanya.

Setelah merinding mereda, saya mendorong eksekutif untuk membuang PowerPoint yang ada dan membukanya dengan cerita dan foto. Itulah tepatnya yang dia lakukan, menunjukkan foto hitam-putih ayah kandungnya yang menggendong dia dan saudara laki-lakinya, foto ibunya, diikuti dengan foto dirinya dan keluarganya saat ini, “pria yang telah menjadi dirinya”. Eksekutif ini menerima tepuk tangan meriah dari para pendengarnya, membuat banyak orang menangis, dan, setelah dia mengulangi presentasi untuk audiensi internal karyawan, menghasilkan kontribusi karyawan terbesar dari setiap divisi di banknya.

Presentasi United Way yang baru saja saya jelaskan adalah contoh ekstrem—saya tidak meminta Anda mengungkapkan semua kerangka di lemari keluarga Anda. Saya mendesak Anda, bagaimanapun, untuk merangkul kisah pribadi yang memiliki makna bagi Anda dan topik Anda, memilikinya, dan membagikannya.

Catatan TED

MEMPERKENALKAN HEROES DAN VILLAINS. Baik itu film atau novel, setiap kisah hebat memiliki pahlawan dan penjahat. Presentasi bisnis yang kuat memiliki karakter yang sama. Seorang juru bicara mengungkapkan tantangan (penjahat) yang dihadapi bisnis atau industri. Protagonis (pahlawan merek) bangkit untuk menghadapi tantangan. Akhirnya, warga kota (pelanggan) dibebaskan dari penjahat, perjuangan berakhir, dan semua orang hidup bahagia selamanya. Dalam beberapa kasus penjahat bisa menjadi orang atau pesaing yang sebenarnya, tetapi berhati-hatilah dalam kasus ini. Yang terpenting, pastikan pahlawan—produk Anda, merek Anda, atau ide Anda—datang untuk menyelamatkan hari.

Ketika TED mengundang orang untuk berbicara pada konferensi tahunannya, TED mengirimkan sebuah loh batu dengan 10 Perintah TED tertulis di atasnya. Perintah keempat berbunyi, Engkau Harus Menceritakan Sebuah Kisah. Novelis Isabele Allende tidak perlu diberi tahu. Dia mencari nafkah dengan menulis cerita tentang hasrat.

Dalam pembicaraan TED 2007 Allende, dia mengungkapkan resep untuk karakter hebat.

“Orang baik dengan akal sehat tidak membuat karakter yang menarik. Mereka hanya bisa menjadi mantan pasangan yang baik,”²⁴ Allende berkata di tengah tawa.

“Gairah tinggal di sini,” lanjutnya. “Hatilah yang menggerakkan kita dan menentukan nasib kita.

Itulah yang saya butuhkan untuk karakter saya di buku saya: hati yang penuh gairah. Saya membutuhkan maverick, pembangkang, petualang, orang luar, dan pemberontak, yang mengajukan pertanyaan, membengkokkan aturan, dan mengambil risiko. Orang-orang menyukai kalian semua di ruangan ini.”

Rahasia #2: Kuasai Seni Mendongeng

Pembicara hebat memang maverick, petualang, dan pemberontak pelanggar aturan yang mengambil risiko. Mereka bercerita untuk mengekspresikan hasrat mereka terhadap subjek dan untuk terhubung dengan audiens mereka. Ide adalah mata uang abad kedua puluh satu dan cerita memfasilitasi pertukaran mata uang itu. Cerita menggambarkan, menerangi, dan menginspirasi.

Lakukan Percakapan

Jangan memalsukannya sampai Anda berhasil. Berpura-pura sampai Anda menjadi itu.

—AMY CUDDY, PROFESOR, SEKOLAH BISNIS HARVARD

MEMBUTUHKAN PRAKTEK UNTUK TAMPAK ALAMI—tanyakan saja pada Amanda Palmer, yang mencuri perhatian di TED 2013. Presentasi Palmer, "The Art of Asking," menerima lebih dari satu juta penayangan dalam beberapa hari setelah diposting di TED.com . Seminggu setelah presentasinya, [Palmer menulis](#) posting panjang di blognya, berterima kasih kepada banyak orang yang telah membantunya membuat, berlatih, dan menyampaikan pembicaraan tentang hidupnya. Benar-benar dibutuhkan sebuah desa untuk membuat TED Talk. Postingan tersebut juga menegaskan bahwa memberikan presentasi yang benar-benar menggerakkan orang membutuhkan kerja keras.

Rahasia #3: Lakukan Percakapan

Berlatih tanpa henti dan internalisasikan konten Anda sehingga Anda dapat menyampaikan presentasi senyaman bercakap-cakap dengan teman dekat.

Mengapa berhasil: Persuasi sejati terjadi hanya setelah Anda membangun hubungan emosional dengan pendengar Anda dan mendapatkan kepercayaan mereka. Jika suara, gerak tubuh, dan bahasa tubuh Anda tidak sesuai dengan kata-kata Anda, pendengar Anda akan tidak mempercayai pesan Anda. Ini sama saja dengan memiliki sebuah Ferrari (sebuah kisah yang luar biasa) tanpa mengetahui cara mengemudi (pengiriman).

SENI BERTANYA... DAN BERLATIH

Amanda Palmer menyampaikan presentasi yang paling banyak dibicarakan di TED 2013.

Palmer adalah orang pertama yang mengakui bahwa musik punk rock/indie/kabaretnya bukan untuknya

semua orang, tetapi terlepas dari apakah Anda menyukai musiknya atau tidak, kita semua dapat belajar sesuatu dari pendekatannya dalam berbicara di depan umum.

Palmer adalah seniman pertunjukan dan musisi. Anda akan mengira dia akan merasa nyaman memberikan presentasi singkat. Fakta bahwa dia **adalah** seorang pemain menjelaskan mengapa dia menghabiskan banyak waktu selama empat bulan untuk melakukannya dengan benar. “Saya bekerja keras dalam pembicaraan, menulis dan menulis dan menulis ulang dan mengatur waktu dan mengatur ulang waktu dan mengutak-atik dan mencoba menyesuaikan kumpulan informasi yang sempurna ke dalam 12 menit singkat,”¹ Palmer menjelaskan di blognya.

Dalam postingan blog Palmer setebal 30 halaman tentang pembuatan presentasi TED-nya, dia berterima kasih kepada 105 orang atas masukan mereka dan memuji mereka atas kesuksesannya. Mentor pertama Palmer adalah musisi "Sains" Thomas Dolby, yang membantu TED dengan program musik mereka. "Jadilah benar-benar otentik," sarannya.

Keaslian tidak terjadi secara alami. Itu benar: **keaslian tidak terjadi secara alami**. Bagaimana itu bisa terjadi? Lagi pula, jika Anda otentik, bukankah masuk akal hanya berbicara dari hati Anda, tanpa latihan sama sekali? Belum tentu. Presentasi autentik membutuhkan waktu berjam-jam—menggali lebih dalam ke dalam jiwa Anda daripada yang pernah Anda lakukan, memilih kata yang tepat yang paling mewakili perasaan Anda **tentang** topik Anda, menyampaikan kata-kata itu untuk dampak maksimal, dan memastikan bahwa komunikasi nonverbal Anda—isyarat Anda, ekspresi wajah, dan bahasa tubuh—konsisten dengan pesan Anda.

Jika Anda tidak berlatih melakukan percakapan, Anda akan memikirkan sejuta hal lain alih-alih berfokus pada cerita Anda dan membuat hubungan emosional dengan pendengar Anda. Anda akan berpikir, “Apakah saya membuat animasi di slide ini? Apa yang berikutnya? Mengapa clicker tidak berfungsi? Kisah apa yang saya rencanakan untuk diceritakan sekarang? Ekspresi dan bahasa tubuh Anda akan mencerminkan ketidakpastian Anda. Apakah Anda pernah belajar menari? Seseorang diajarkan untuk menghitung langkah pada awalnya. Mereka bahkan berbicara sendiri. Hanya setelah berjam-jam latihan mereka terlihat mudah. Aturan yang sama berlaku untuk presentasi. Butuh kerja keras selama berbulan-bulan bagi Palmer untuk membuatnya terlihat mudah.

Setelah bertemu dengan Dolby, Palmer melanjutkan perjalanannya menuju keunggulan presentasi. Berikut adalah tiga langkah yang diambil Palmer untuk membuat dan menyampaikan presentasi hidupnya.

1. Membantu Perencanaan

Palmer telah memelihara blog populer selama bertahun-tahun. Dia benar-benar "crowdsourced" topiknya dengan meminta saran dari pembaca. Mintalah bantuan dari orang-orang yang paling mengenal Anda—baik itu di blog, Twitter, atau di antara keluarga, teman, atau kolega. Terlalu sering Anda terlalu dekat dengan konten. Anda mungkin tenggelam dalam detail saat audiens mungkin perlu melihat gambaran besarnya terlebih dahulu. Anda mungkin berasumsi bahwa audiens tahu persis apa yang Anda bicarakan padahal sebenarnya mereka bisa menggunakan penjelasan yang lebih sederhana. Penelitian seperti ini sangat penting untuk membuat koneksi ke audiens Anda.

2. Umpan Balik Awal

Palmer membacakan ceramahnya dengan lantang, dan orang pertama yang mendengarnya merasa bosan. Dia kehilangan mereka. Sutradara teater dan mentor lamanya dari sekolah menengah memberinya "umpan balik brutal" pada draf awal. Palmer menghubungi pembicara TED dan blogger Seth Godin, yang berkata, "Tetap rentan."

Meminta dan menerima umpan balik awal hanyalah permulaan. Lusinan teman, pakar, blogger, dan pembicara membaca konten presentasinya atau bertukar pikiran tentang bagaimana Palmer harus menghidupkan topiknya. Palmer bahkan mendekati seorang gadis yang duduk sendirian di sebuah bar dan bertanya, "Bisakah saya menceritakan sebuah kisah?"

Presentasi bisnis terbesar yang pernah saya lihat membutuhkan ratusan jam kerja menyusun narasi dan alur cerita di balik produk atau perusahaan. Satu peluncuran produk 20 menit di Apple menghabiskan total waktu 250 jam, termasuk pekerjaan desainer presentasi, spesialis teknis, dan profesional pemasaran, serta eksekutif yang menyampaikan presentasi akhir.

Catatan TED

LATIHAN DI DEPAN ORANG, REKAM, DAN TONTON KEMBALI. Minta teman dan kolega untuk menonton presentasi Anda dan memberikan umpan balik yang terbuka dan jujur. Gunakan alat perekam juga. Siapkan smartphone dengan tripod atau beli kamera video khusus. Bagaimanapun Anda memilih untuk melakukannya, rekam diri Anda sendiri. Tidak harus kualitas siaran profesional. Kecuali Anda memutuskan untuk menunjukkannya kepada orang lain, tidak ada yang akan melihatnya kecuali Anda. Anda mungkin terkejut dengan apa yang Anda tangkap—pengisi vokal seperti “ums” dan “ahs”; gerakan tangan yang mengganggu seperti menggaruk hidung atau mengibaskan rambut ke belakang; kurangnya kontak mata, dll. Perhatikan baik-baik kecepatan bicara Anda dan minta pendapat orang lain. Apakah terlalu cepat? Terlalu lambat? Kamera video adalah satu-satunya alat terbaik untuk meningkatkan kemampuan berbicara di depan umum.

3. Berlatih, Berlatih, dan Berlatih

Di blognya, Palmer memposting foto sekitar dua lusin orang saat makan malam bergaya seadanya di ruang tamu seseorang, menyaksikannya melakukan pembicaraan TED. Di antara orang-orang yang dia undang: teman, musisi, insinyur, guru yoga, kapitalis ventura, fotografer, profesor psikologi.

Ini brilian. Kreativitas tumbuh subur dalam pandangan yang beragam.

Palmer mengambil setiap kesempatan untuk berlatih di depan orang. Beberapa hari setelah seadanya, dia menyampaikan presentasi yang sama kepada sekelompok siswa di sekolah seni rupa di Boston. Guru telah mengundang Palmer untuk berbicara di depan kelas tentang topik yang tidak terkait dengan TED. Dia bertanya kepada instruktur apakah dia bisa menyampaikan ceramah TED-nya, dan guru itu dengan senang hati menerimanya. Palmer meminta para siswa untuk mematikan kamera mereka dan memberikan "pembicaraan yang masih belum selesai". Palmer menyempurnakan presentasi berdasarkan masukan siswa dan terus menampilkannya untuk kelompok kecil mana pun yang dapat dia buat bersama.

Tiga hari sebelum ceramah, Palmer membuat sketsa garis besar presentasi pada selembar kertas yang sangat panjang dan menggulungnya di lantai.

Ini adalah alat memori yang hebat, memungkinkan Palmer untuk "melihat" aliran seluruh presentasi. Dalam perjalanan pesawat ke California, Palmer terus berlatih keras, memperingatkan orang yang duduk di sebelahnya bahwa dia tidak menderita skizofrenia, hanya berlatih.

Tetap saja, Palmer belum selesai.

Begitu dia tiba di Long Beach, dia meminta seorang teman untuk mendengarkan presentasinya melalui Skype. Dia juga melakukan presentasi dua kali untuk tim TED,

sekali di Skype dan sekali di atas panggung untuk gladi resik.

Pembicaraan Palmer berjudul "Seni Bertanya". Itu bisa diberi judul "The Art of Connecting" karena itulah yang dilakukan Palmer. Presentasi yang unggul seperti Palmer tidak akan terjadi tanpa latihan berjam-jam dan masukan yang sangat banyak. "Jika saya melakukan ini sendirian, mungkin ini bukan pembicaraan yang bagus. Semua orang ini menjadikannya pembicaraan yang brilian," kata Palmer.

Saat saya bekerja dengan juru bicara yang ingin meningkatkan bahasa tubuh dan penyampaian, saya mengkhotbahkan pentingnya apa yang saya sebut tiga P (Passion, Practice, Presence) sehingga mereka dapat belajar menyampaikan presentasi mereka dengan cara percakapan yang tulus. Langkah pertama mengharuskan juru bicara untuk mengidentifikasi apa yang dia sukai dan bagaimana hal itu berhubungan dengan pesannya. Langkah selanjutnya adalah berlatih, berlatih, berlatih. Hanya sampai dua kebutuhan pertama ini terpenuhi, kehadiran sejati akan muncul ke permukaan. Palmer sangat menyukai topik ini karena itu adalah inti dari identitasnya, dia berlatih selama berjam-jam, dan sebagai hasilnya, dia menguasai panggung.

Steve Jobs dan Aturan 10.000 Jam

Ini adalah teori yang terkenal bahwa dibutuhkan 10.000 jam latihan untuk menguasai keterampilan tertentu —bermain piano, menembak keranjang, memukul bola tenis, dll. Saya sangat yakin itu juga berlaku untuk keterampilan berbicara di depan umum. Banyak orang memberi tahu saya bahwa mereka tidak akan pernah semulus Steve Jobs atau pembicara bisnis hebat lainnya karena mereka "tidak pandai dalam hal itu". Yah, begitu pula Steve Jobs pada satu titik. Dia mengerjakannya.

Video wawancara televisi pertama Steve Jobs, pada pertengahan 1970-an, muncul di YouTube. Itu menunjukkan dia di kursi sebelum wawancara dimulai. Dia tampak gugup sebelum wawancara dan menanyakan arah ke kamar mandi karena dia pikir dia sakit. "Aku tidak bercanda," katanya dengan tegas. Dalam presentasi awalnya, termasuk peluncuran Macintosh tahun 1984, Jobs cukup kaku, berpegangan pada mimbar dan membaca dari catatan yang sudah disiapkan. Dia menjadi lebih baik setiap tahun. Faktanya, setiap dekade terlihat peningkatan yang signifikan dalam gaya dan penyampaian. Jobs membangun reputasi untuk berlatih tanpa henti untuk presentasi—berjam-jam selama berminggu-minggu. Akhirnya Jobs dianggap sebagai salah satu pemimpin bisnis paling karismatik di panggung dunia. Apa yang tidak disadari oleh banyak orang adalah bahwa Jobs membuatnya terlihat mudah karena dia mengerjakannya!

Tidak ada yang lahir dengan clicker PowerPoint di tangannya. Orang pada umumnya tidak dilahirkan dengan kemampuan bawaan untuk menyaring intisari sebuah cerita secara singkat

jumlah waktu, visualisasikan, hidupakan, dan bicarakan dengan nyaman tanpa banyak latihan. Namun saya tidak dapat memberi tahu Anda berapa kali saya mendengar, "Carmine, berbicara di depan umum tidak datang secara alami kepada saya seperti yang terjadi pada orang lain." Saya punya berita untuk Anda—itu juga tidak datang secara alami kepada orang lain. Luangkan waktu. Ide-ide Anda sepadan dengan usaha.

Jika tujuan Anda adalah menyampaikan presentasi yang mengesankan yang akan membuat audiens Anda terkagum-kagum, maka Anda harus berlatih. Selama sesi latihan Anda, Anda harus memperhatikan bagaimana Anda terdengar (penyampaian verbal) dan bagaimana penampilan Anda (bahasa tubuh). Mari kita periksa kedua komponen paket pemenang.

CARA MENGATAKANNYA AGAR ORANG MENDENGARKAN

Empat elemen penyampaian verbal adalah: kecepatan, volume, nada, dan jeda.

TINGKAT: Kecepatan bicara Anda

VOLUME: Kenyaringan atau kelembutan

PITCH: Infleksi tinggi atau rendah

JEDA: Jeda singkat untuk memasukkan kata kunci

Saat Anda membaca teks tercetak, wajar jika menggunakan stabilo untuk menekankan kata atau frasa penting. Persamaan verbal dari stabilo adalah menaikkan atau menurunkan volume suara Anda, mengubah kecepatan penyampaian kata, dan/atau menyisihkan kata atau frasa kunci dengan jeda sebelum atau setelah menyuarakannya. Masing-masing dari keempat elemen ini penting dan saya akan memberi Anda contoh masing-masing di bab ini, tetapi jika Anda tidak memiliki kecepatan bicara yang benar, tidak ada lagi yang penting.

Langkah Ideal Berbicara di Depan Umum

Studi menunjukkan bahwa 150 hingga 160 kata per menit adalah kecepatan bicara yang ideal untuk buku audio. Tampaknya itu adalah tingkat di mana sebagian besar pendengar dapat dengan nyaman mendengar, menyerap, dan mengingat informasi.² Setelah membaca teks saya sendiri untuk buku audio, saya dapat memberi tahu Anda bahwa kecepatan dikte yang ideal sedikit lebih lambat daripada kecepatan bicara di percakapan biasa.

Ketika saya diminta untuk membaca versi audio dari buku saya ***The Presentation Secrets of Steve Jobs***, saya duduk di sebuah studio produksi suara di Berkeley selama empat hari, dengan hati-hati membaca setiap kalimat dari buku tersebut di sela-sela sering menyeruput teh hangat dan madu. Penerbit telah menugaskan saya seorang pelatih pengisi suara profesional untuk membantu dikte. Menurut pelatih vokal, masalah terbesar saya adalah saya berbicara terlalu cepat.

"Tapi aku berbicara dengan cara yang selalu kubicarakan dalam percakapan santai," kataku.

"Ini bukan 'percakapan biasa'," kata pelatih vokal itu. "Buku audio harus dibaca dengan kecepatan yang sedikit lebih lambat karena orang-orang mendengarkannya, seringkali di dalam mobil mereka. Mereka tidak memiliki masukan sensorik tambahan untuk melihat bibir Anda bergerak dan ekspresi wajah Anda."

Orang-orang yang menghasilkan uang sebagai pengisi suara dan yang membaca buku secara profesional mengatakan bahwa buku audio harus dibaca dengan kecepatan bicara yang sedikit lebih lambat daripada percakapan tatap muka. Jadi masuk akal jika sebuah buku audio dibaca dengan kecepatan 150 kata per menit, maka kecepatan bicara yang ideal untuk presentasi tatap muka akan sedikit lebih cepat ***karena*** input sensorik tambahan dari gerakan tangan, kontak mata, dan ekspresi wajah. .

Saya menguji teori ini dengan memeriksa tempo vokal Bryan Stevenson, pengacara hak sipil yang Anda temui sebelumnya di buku ini. Seperti yang Anda ingat, Stevenson adalah seorang pembicara yang berhasil memperdebatkan kasus di depan Mahkamah Agung AS. Setelah meninjau ratusan presentasi TED serta ribuan presentasi lainnya dalam karir saya sebagai jurnalis dan pelatih komunikasi, saya yakin bahwa Stevenson memiliki kecepatan paling nyaman dibandingkan pembicara publik mana pun yang pernah saya lihat. Dia tidak membacakan untuk Anda; dia sedang berbicara denganmu.

Ketika saya bertanya kepada Stevenson tentang gaya bicaranya, dia mengatakan kepada saya bahwa dia suka terdengar seperti sedang berbicara dengan seorang teman saat makan malam di restoran. Jika teori saya benar—bahwa presenter hebat berbicara sedikit lebih cepat daripada narasi buku audio ideal 150 kata per menit—maka Stevenson harus merefleksikannya. Benar saja, dalam ceramah TED-nya yang sekarang terkenal, Stevenson berbicara dengan kecepatan ***sedikit lebih cepat*** dari 190 kata per menit.

Saya ingin menguji teori lebih lanjut. Jika Stevenson mencerminkan zona Goldilocks dalam presentasi publik—tidak terlalu cepat dan tidak terlalu lambat—seorang pembicara motivasi berenergi super tinggi harus berbicara jauh lebih cepat daripada Stevenson. Saya beralih ke guru motivasi Tony Robbins, yang memberikan ceramah TED pada tahun 2006. Dalam ceramah itu Robbins berbicara 240 kata per menit. Itu cepat. Sebagai perbandingan, juru lelang berbicara dengan 250 kata per menit. Kecepatan itu bekerja sangat efektif untuk Robbins, yang melompat ke atas panggung, melambaikan tangannya dengan liar, melompat-lompat, dan hadir untuk menyemangati penontonnya. Penonton mengharapkan energi yang sangat tinggi dari penyampaian Robbins dalam bahasa tubuh nonverbal dan kecepatan verbal.

Jika teorinya berlaku, seseorang di ujung Robbins pada spektrum mondar-mandir vokal harus berbicara jauh lebih lambat daripada buku audio sekalipun. Untuk menguji teori tersebut, saya menganalisis kecepatan bicara Henry Kissinger, sekretaris negara dalam pemerintahan Richard Nixon. Kissinger brilian, tetapi hampir tidak dianggap sebagai pembicara publik yang karismatik. Dia bahkan mengejek reputasinya sendiri ketika dia berkata, "Kekuatan adalah afrodisiak utama."

Kissinger berbicara dengan sangat, sangat lambat dan monoton yang, jika Anda tidak terpaku pada setiap kata-katanya, mungkin akan menidurkan Anda. Dalam wawancara publiknya—penampilannya yang paling santai dan komunikatif—Kissinger berbicara dengan kecepatan hanya 90 kata per menit!

Jika laju bicara ideal untuk nada atau percakapan tatap muka adalah 190 kata per menit, maka masuk akal untuk mengasumsikan bahwa beberapa pembicara TED paling populer berkomunikasi 3.400 kata dalam 18 menit, atau sangat dekat dengan angka itu. Ingat presenter TED populer, Sir Ken Robinson. Dia menyampaikan ceramahnya dalam 3.200 kata. Jill Bolte Taylor menyampaikan sekitar 2.700 kata, tidak terlalu jauh (salah satu alasan mengapa kata-katanya berada di bawah 3.000 adalah karena dia membuat jeda panjang untuk dampak dramatis yang mengisi waktu). Terakhir, bagaimana dengan Bryan Stevenson, pria yang saya yakini memiliki penyampaian percakapan paling alami yang pernah saya lihat di panggung TED? Pembicaraan populer Stevenson, "Kita Perlu Bicara tentang Ketidakadilan," berisi 4.000 kata. Namun, setelah diperiksa lebih dekat, saya menemukan bahwa dia sedikit melanggar peraturan dan berbicara selama 21 menit. Jumlah total kata dalam 18 menit pertamanya: 3.373.

Saya tidak menyarankan agar Anda mulai menghitung jumlah kata dalam presentasi Anda. Jika Anda ingin mencobanya sekali, tidak apa-apa. Lebih penting bagi Anda untuk memperhatikan bagaimana Anda berbicara dalam percakapan sehari-hari dan bagaimana percakapan itu berubah selama presentasi Anda. Kebanyakan orang memperlambat kecepatan bicara mereka ketika mereka memberikan pidato atau presentasi, membuat penyampaian verbal mereka terdengar tidak wajar. Jangan menyampaikan presentasi. Lakukan percakapan sebagai gantinya.

Catatan TED

BERBICARA DENGAN NADA PERCAKAPAN. Tonton ceramah TED Bryan Stevenson. Dengarkan bagaimana dia menceritakan tiga kisahnya. Dia terdengar seperti sedang menembak angin bersamamu. Itu alami, percakapan, dan sangat otentik. Ketika Anda melatih presentasi Anda, Anda akan cenderung memperlambat laju pidato Anda saat Anda memajukan slide atau mencoba mengingat poin yang ingin Anda sampaikan. Setelah Anda menginternalisasi konten, sesuaikan kecepatan penyampaian verbal Anda dengan gaya percakapan alami Anda.

Lisa Kristine Meninjau Kata-Kata Kunci

Selama dua tahun Lisa Kristine telah mengunjungi pelosok dunia untuk memotret salah satu kejahatan paling kejam terhadap kemanusiaan—perbudakan.

Kristine adalah seorang fotografer dan dia membiarkan fotonya menceritakan kisahnya. Selama pembicaraan TEDx-nya, Kristine mengarahkan fokus audiens ke slide-nya, tetapi dia menghiasi foto-foto di slide itu dengan intensitas vokalnya (kita akan meninjau kembali keahliannya ini di bab 8).

Di bagian berikut dari presentasi TEDx-nya, dia memperlambat kecepatan penyampaian, melafalkan setiap kata dengan jelas, dan menekan kata kunci (beraksen dengan garis bawah):

“Perbudakan hari ini adalah tentang perdagangan, jadi barang yang diproduksi oleh orang yang diperbudak memiliki nilai, tetapi orang yang memproduksinya dapat dibuang. Perbudakan ada di mana-mana, hampir, di dunia, [pause] namun itu ilegal di mana-mana di dunia.”³

Kristine sangat tertarik dengan topiknya. Dia berbicara tentang saat dia belajar tentang perbudakan, selama konferensi ketika dia bertemu dengan seseorang yang bekerja untuk memberantas perbudakan di seluruh dunia. Dia tidak menggunakan banyak

tetapi menutup matanya ketika dia berkata, “Setelah kami selesai berbicara, saya merasa sangat mengerikan dan jujur malu pada kurangnya pengetahuan saya tentang kekejaman ini dalam hidup saya sendiri, dan saya pikir, jika saya tidak tahu, berapa banyak lainnya orang tidak tahu? Itu mulai membakar lubang di perutku.

Dr. Jill memerankan sebuah cerita

Bagaimana Anda mengatakan sesuatu meninggalkan kesan yang mendalam pada pendengar seperti apa yang Anda katakan, namun banyak dari kita mengabaikan keterampilan yang sangat penting ini.

Di TEDx Youth Indianapolis, Dr. Jill membawa penyangganya—otak manusia—ke atas panggung (kita akan mendengar lebih banyak tentang penyangga yang tidak biasa ini di bab 5) untuk berbicara dengan audiens remaja dan dewasa muda tentang mengapa mereka merasa lepas kendali selama pubertas dan masa remaja mereka. Begitu mereka memahami "sirkuit saraf" mereka, mereka akan lebih siap untuk menangani perubahan suasana hati yang tak terhindarkan dan perasaan serta emosi yang tidak dapat dijelaskan. Presentasi Dr. Jill adalah salah satu ceramah sains terbaik yang pernah saya lihat. Jika semua pendidik membuat sains semenarik Dr. Jill, saya yakin lebih banyak anak akan bersemangat untuk mengejar karir di bidang sains dan matematika!

Dr. Jill membuka presentasinya dengan berbicara dengan kecepatan Goldilocks 165 kata per menit—tidak terlalu cepat dan tidak terlalu lambat. Dia adalah pembicara yang ulung dan perseptif. Dia tahu bahwa penyampaian verbalnya harus sesuai dengan isi narasinya. Berbicara dengan kecepatan yang sama untuk seluruh presentasi pasti akan membuat pendengarnya bosan, tidak peduli seberapa menarik isinya. Tujuannya adalah untuk menginformasikan **dan** menghibur.

Dr. Jill mencapai inti dalam presentasinya ketika dia membahas perubahan pada otak manusia selama masa pubertas, masa ketika para remaja "benar-benar kehilangan setengah akal mereka". Seperti apa rasanya kehilangan akal? Akan terlihat seperti apa? Saat gerakan Dr. Jill semakin tidak menentu dan melebar, suaranya semakin keras dan kecepatan pengirimannya meningkat secara substansial. Dia berbicara dengan kecepatan 220 kata per menit ketika dia berkata:

Pertama, percepatan pertumbuhan fisik yang besar. Ketika kita mengalami percepatan pertumbuhan fisik yang besar, seluruh tubuh kita berubah. Amigdala kita ada di a

sedikit waspada—sedikit waspada. Ini sangat menarik, tetapi sedikit waspada. Apa yang sedang terjadi? Apa yang sedang terjadi? Dan di atas semua itu sistem hormonal kita akan mulai mengalir melalui tubuh kita dan dengan itu akan muncul segala macam perubahan suasana hati dan segala macam perilaku yang menarik dan di atas itu akan ada apa yang kita sebut pemangkasan. kembali, memangkas kembali lima puluh persen koneksi sinaptik di dalam otak kita. Kami benar-benar kehilangan separuh pikiran kami!4 _

Pembicara hebat memerankan sebuah cerita. Mereka harus mewujudkan kata-kata mereka. Sementara dr. Jill melatih presentasinya, dia memilih kata-kata yang paling baik untuk mengomunikasikan pesan utamanya dan juga mempraktikkan cara paling efektif untuk menyampaikan kata-kata tersebut. Remaja tidak "gila," menurut Dr Jill. Sebaliknya, ada alasan biologis yang sebenarnya untuk perilaku spontan dan agresif mereka. Nasihat Dr. Jill untuk remaja dan orang tua: Bertahanlah sampai Anda berusia 25 tahun, saat otak dewasa Anda terbentuk. Ini adalah pesan penting dan dia berharap jutaan remaja dan siswa akan melihat presentasinya sekarang online di YouTube ("Transformasi Neuroanatomical Otak Remaja"). Dr Jill tahu bahwa dia tidak dapat menjangkau orang-orang yang perlu mendengar pesan jika dia menyampaikannya dengan buruk.

Presentasi Dr. Jill tampak natural, otentik, animasi, dan komunikatif. Pengiriman percakapan membutuhkan latihan. Dia melatih presentasinya tidak hanya sekali, dua kali, atau bahkan 20 kali. Dia melatihnya 200 kali! Inilah cara Dr. Jill membuat presentasi populernya.

Presentasi Dr. Jill di Indianapolis disusun di Cancun. Dia dalam keadaan kreatif saat dia berjalan di pantai dengan notepad. Dia menuliskan semua yang terlintas dalam pikirannya, kata-kata dan ide yang mengalir bebas, dan membaca apa yang dia tulis dengan lantang untuk merasakan bagaimana kata dan suara itu bekerja bersama. Dia tidak mengedit. Dia hanya menuliskan semua yang menurutnya perlu diketahui oleh audiensnya (remaja dan orang tua) tentang subjek tersebut.

Ketika Dr. Jill tiba kembali di kamar hotel, dia mengetik catatan yang dia tulis dengan tangan. Kembali ke rumah setelah liburannya, dia memiliki 25 halaman dengan spasi tunggal. Langkah selanjutnya melibatkan pemadatan materi menjadi lima

poin utama (pesan kunci). Langkah terakhir Dr. Jill adalah memikirkan bagaimana cara menyampaikan pesan-pesan kunci agar visual, menarik, dan menghibur. Kita akan berbicara tentang tampilan informasi secara visual di bab 8, tetapi perhatikan bahwa Dr. Jill menimbang komponen hiburan dari presentasinya sama seperti yang dia lakukan pada yang lain.

Masalah dengan sebagian besar diskusi teknis atau ilmiah adalah bahwa presenter gagal membuat kontennya visual, menarik, dan menghibur.

Orang-orang yang melakukan ketiganya menonjol, diperhatikan, dan menginspirasi perubahan positif dalam perilaku. Sekarang pikirkan komponen terakhir—hiburan.

Penghibur menggunakan suara, ekspresi wajah, gerak tubuh, dan tubuh mereka untuk membuat kita merasakan emosi. Presentasi yang hebat tidak berbeda.

MEMBANTU MITOS BAHASA TUBUH

Penyampaian vokal dan komunikasi nonverbal sama-sama penting—dan keduanya sangat berarti. Tapi seberapa besar, tepatnya, apakah itu penting? Salah satu mitos urban yang telah diterima sebagai Injil oleh “ahli” bahasa tubuh adalah bahwa 7 persen pesan seseorang disampaikan melalui kata-kata dan 93 persen disampaikan secara nonverbal (38 persen nada vokal; 55 persen bahasa tubuh). Mungkin Anda pernah mendengar statistik ini sebelumnya. Jika sudah, abaikan. Itu salah.

Beberapa tahun yang lalu saya berbicara dengan profesor UCLA di balik statistik, Albert Mehrabian. Mehrabian, sekarang sudah pensiun, melakukan studi yang sangat terbatas pada tahun 1960-an di bidang komunikasi interpersonal. Dia hanya menemukan bahwa ketika orang mengekspresikan pesan konten emosional, pesan itu dapat disalahartikan jika nada dan bahasa tubuh pembicara tidak sesuai atau konsisten dengan pesannya. Ini memang masuk akal, tetapi Mehrabian mengatakan bahwa data tersebut telah sepenuhnya diambil di luar konteks. Bahkan dia “meringis” setiap kali dia mendengar statistik yang sangat menyesatkan.

Yang mengatakan, saya cukup yakin bahwa penyampaian vokal dan bahasa tubuh memang membuat sebagian besar dampak pesan. Saya tidak menggunakan penelitian Mehrabian untuk mendukung pernyataan saya karena, seperti yang dia katakan, itu tidak berlaku. Sebaliknya, saya akan mengutip penelitian yang lebih menyeluruh dan terbukti dari bidang analisis perilaku—itu

data yang sama digunakan interogator profesional untuk menentukan apakah seseorang berbohong atau mengatakan yang sebenarnya.

Menceritakan Kebenaran tentang Kebohongan

Morgan Wright adalah veteran penegakan hukum selama 18 tahun. Dia telah melatih agen CIA, FBI, dan NSA dalam analisis perilaku, wawancara, dan teknik interogasi.

“Bahasa tubuh membuat dunia berbeda. Ini membantu mengidentifikasi perbedaan antara penipuan dan kejujuran,”⁵ Wright memberi tahu saya. Menurut Wright, NSA (National Security Agency) melakukan penelitian dengan menggunakan 300 kasus kriminal yang hasilnya diketahui. Dalam satu percobaan, pewawancara diminta untuk mengidentifikasi apakah tersangka mengatakan yang sebenarnya hanya dengan mendengarkan rekaman audio interogasi. Pada kelompok kedua, pewawancara melihat video tersangka yang diinterogasi tetapi tidak dapat mendengar audionya. Kelompok ketiga melihat dan mendengar wawancara tersebut. Kelompok keempat memiliki akses ke file video, audio, dan kasus.

Kelompok yang hanya memiliki akses ke bagian audio wawancara memiliki tingkat keberhasilan 55 persen. Itu berarti perilaku verbal (apa yang dikatakan tersangka dan nada penyampaian informasi) hanya 55 persen akurat dalam menentukan apakah tersangka berbohong atau mengatakan yang sebenarnya. Kelompok yang tidak dapat mendengar audio dan hanya memiliki bahasa tubuh tersangka di video memiliki hasil yang lebih baik—mereka 65 persen akurat.

Mereka yang memiliki keuntungan mendengar dan melihat tersangka memiliki tingkat keberhasilan 85 persen, sedangkan mereka yang memiliki latar belakang (berkas kasus) bersama dengan video dan audio dengan benar menilai perilaku jujur versus menipu dalam 93 persen kasus, yang lebih tinggi. akurat daripada tes poligraf.

“Ketika saya melihat seseorang memberikan presentasi, saya menilai mereka dengan cara yang sama seperti yang saya lakukan selama interogasi,” kata Wright. “Saat Anda menyampaikan informasi yang tidak Anda percayai atau bohongi, Anda menunjukkan perilaku yang sama seperti tersangka dalam kasus kriminal atau spionase yang berbohong kepada petugas atau agen.”

Nasihat Wright: percayalah pada apa yang Anda katakan (bab 1). “Jika kamu tidak percaya dengan apa yang kamu katakan, gerakanmu akan canggung dan tidak alami. Tidak ada pelatihan—kecuali jika Anda adalah agen spionase atau psikopat terlatih—yang akan memungkinkan Anda memecahkan ketidaksesuaian antara kata-kata dan tindakan Anda. Jika Anda tidak percaya pada pesannya, Anda tidak dapat memaksa tubuh Anda untuk bertindak seolah-olah Anda percaya pada pesan tersebut.”

Menurut Wright, orang yang jujur dan percaya diri memiliki kehadiran yang menguasai. Mereka memiliki tampilan otoritas, dan "penampilan" dimulai dengan apa yang dikenakan orang dan bagaimana mereka membawa diri. FBI melakukan penelitian terhadap tahanan yang menembak atau menyerang petugas polisi. Sebelum memutuskan untuk "bertunangan", para narapidana mengevaluasi betapa mudahnya menjatuhkan petugas dari cara mereka berpakaian (ceroboh atau tajam) dan bagaimana petugas membawa diri (bungkuk atau lurus). “Sebagai seorang perwira, Anda dapat mengundang masalah jika Anda membungkuk, menghindari kontak mata, menggunakan bahasa yang tidak jelas dan tidak tepat, dan biasanya pakaian Anda tidak rapi.”

Tentu saja, ada perbedaan besar antara menyampaikan presentasi dan mendekati tersangka. Yang terakhir, nada vokal dan bahasa tubuh yang buruk bisa membuat Anda terbunuh. Tapi itu memperkuat poin bahwa orang membuat penilaian tentang Anda sepanjang waktu—sebagian besar didasarkan pada cara Anda berjalan, berbicara, dan berpenampilan.

Pemimpin Hebat Memiliki Rasa Percaya Diri

Dalam presentasi kelompok, orang dengan "kehadiran komando" terbaik biasanya adalah pemimpinnya. Dia paling memahami materi, menunjukkannya, dan memiliki kepercayaan diri untuk memimpin. Mereka biasanya berpakaian sedikit lebih baik daripada orang lain. Sepatu mereka disemir dan pakaian mereka disetrika. Mereka membuat kontak mata yang lebih kuat dan memiliki jabat tangan yang kuat. Mereka berbicara dengan singkat dan tepat. Mereka tidak bingung. Mereka tetap tenang. Mereka menggunakan gerakan "terbuka", telapak tangan ke atas atau terbuka dan tangan terpisah. Suara mereka memproyeksikan karena mereka berbicara dari diafragma mereka. Mereka berjalan, berbicara, dan terlihat seperti pemimpin yang menginspirasi.

Beberapa tahun yang lalu saya berkesempatan untuk bertemu dengan Komandan Matt Eversmann, yang mengajar kepemimpinan di Universitas Johns Hopkins. Dia memimpin

pasukan ke pertempuran di Mogadishu, Somalia pada tahun 1993. Pertempuran itu diubah menjadi buku dan film dengan judul yang sama, ***Black Hawk Down***. Satu hal yang langsung mengejutkan saya adalah bahwa Eversmann memiliki banyak kehadiran.

“Apa peran bahasa tubuh dalam perkembangan seorang pemimpin?” Saya bertanya kepadanya.

“Pemimpin besar memiliki sikap percaya diri,” jawabnya. “Bawahan perlu memandang seseorang yang masih berdiri kokoh, seperti pohon ek, terlepas dari kejadian di sekitar mereka. Anda perlu menyampaikan perasaan bahwa Anda akan selalu memegang kendali terlepas dari keadaan, bahkan jika Anda tidak memiliki solusi segera ... seseorang yang tidak kehilangan fokus, tidak meringkuk, tidak goyah. Suasana percaya diri harus keluar.”

Apakah Anda memiliki sikap percaya diri di medan perang perusahaan? Komunikator hebat melakukannya. Seorang pemimpin yang gagal menanamkan kepercayaan di antara bawahannya—dalam ratusan tindakan sehari-hari—akan kehilangan kesetiaan “pasukannya” ketika hal itu benar-benar diperhitungkan.

Anda mungkin tidak pernah melihat panggung TED, tetapi Anda selalu menjual diri Anda sendiri. Jika Anda seorang pengusaha yang menawarkan investor atau vendor perangkat lunak yang menawarkan diri Anda sendiri di stan pameran dagang, Anda sedang memberikan presentasi. Jika Anda seorang kandidat pekerjaan yang menawarkan diri Anda kepada perekrut atau CEO yang menawarkan produk baru kepada pelanggan, Anda memberikan presentasi. Pembicaraan TED dapat menjadi presentasi seumur hidup bagi banyak orang, tetapi presentasi bisnis harian Anda seringkali sama pentingnya untuk karier atau perusahaan Anda. Presenter TED yang sukses memiliki bahasa tubuh yang kuat dan begitu juga Anda.

BICARA, BERJALAN, DAN TERLIHAT SEPERTI PEMIMPIN

Colin Powell adalah pemimpin yang sangat bijaksana. Proses pemikirannya ketat dan terstruktur, seperti latar belakangnya sebagai seorang jenderal angkatan darat dan menteri luar negeri AS dari tahun 2001 hingga 2005. Ketika Powell tampil di televisi duduk di seberang meja dari seorang pewawancara, dia biasanya mulai dengan tangan terlipat di depannya. di meja. Dia tidak tinggal seperti itu lama. Dalam hitungan detik, dia menggunakan gerakan yang melengkapi pesannya. Peneliti

telah menemukan bahwa pemikir yang ketat tidak dapat dengan mudah berhenti menggunakan gerakan, bahkan ketika mereka mencoba untuk tetap melipat tangan. Menggunakan gestur sebenarnya membebaskan kapasitas mental mereka, dan pemikir kompleks menggunakan gestur yang kompleks.

Powell sering menggunakan isyarat dalam wawancara dan presentasi televisi.

Pada bulan Oktober 2012, Powell menyampaikan presentasi TED yang menyentuh hati tentang topik anak-anak dan mengapa mereka membutuhkan struktur untuk awal yang baik dalam hidup.

Powell memulai presentasinya saat dia melakukan wawancara televisi, dengan kedua tangan terkatup. Sekali lagi, itu tidak berlangsung lama. Dalam 10 detik tangannya terlepas dan tidak saling bersentuhan selama 17 menit.

[Tabel 3.1](#) menunjukkan kepada Anda contoh variasi gestur alami dan berkesinambungan yang dia gunakan hanya dalam porsi singkat presentasinya.

KATA-KATA COLIN POWELL DENGAN SESUAI GESTUR

KATA-KATA

GESTUR

Setiap anak harus memiliki awal yang baik dalam hidup.⁶ —

Kedua tangan terbentang sebahu, telapak tangan terbuka ke arah penonton

Saya mendapat hak istimewa untuk memiliki awal yang baik seperti itu.

Membuat momen melingkar dengan tangan kanan, telapak tangan mengarah ke dada

Saya bukan murid yang hebat. Saya adalah seorang anak sekolah umum di New York City, dan saya tidak melakukannya dengan baik sama sekali. Saya memiliki seluruh transkrip Dewan Pendidikan Kota New York saya dari taman kanak-kanak hingga perguruan tinggi.

Lengan memanjang lebih jauh melewati panjang tubuh, telapak tangan saling berhadapan, menggunakan tangan untuk menyorot kata *TK* dan *perguruan tinggi*

Saya menginginkannya ketika saya sedang menulis buku pertama saya. Saya ingin melihat apakah ingatan saya benar, dan, ya Tuhan, benar. (Tawa). Lurus C kemana-mana.

Lengan kiri rileks di samping. Tangan kanan diangkat setinggi dada dan melanjutkan gerakan

Dan saya akhirnya lulus sekolah menengah, masuk ke City College of New York dengan rata-rata 78,3, yang seharusnya tidak saya terima, dan kemudian saya mulai di bidang teknik, dan itu hanya bertahan enam bulan. (Tawa)

Tangan kiri naik lagi dan mencerminkan gerakan tangan kanan, namun kedua tangan masih terentang

Dan kemudian saya masuk ke geologi, "batu untuk atlet." Ini mudah. Dan kemudian saya menemukan ROTC. Saya menemukan sesuatu yang saya lakukan dengan baik dan sesuatu yang saya sukai.

Lengan kiri rileks di samping dan tangan kanan melanjutkan gerakan, tiga jari pertama bersama-sama menunjuk ke arah tubuhnya

Dan saya menemukan sekelompok anak muda seperti saya yang merasakan hal yang sama.

Tangan kanan terulur dan mengepal

Jadi seluruh hidup saya didedikasikan untuk ROTC dan militer. Dan saya berkata kepada anak-anak muda di mana pun, saat Anda tumbuh dewasa dan saat struktur ini dikembangkan di dalam diri Anda, selalu cari apa yang Anda lakukan dengan baik dan apa yang Anda sukai, dan ketika Anda menemukan dua hal itu bersama-sama, bung, kamu mengerti. Itulah yang terjadi. Dan itulah yang saya temukan. Saya memberi tahu orang-orang muda di mana pun, bukan dari mana Anda memulai hidup, melainkan apa yang Anda lakukan dengan hidup yang menentukan di mana Anda akan berakhir dalam hidup.

Mencondongkan tubuh ke depan, meninggikan suara dan menjadi lebih intens, mengangkat kedua kepala tangan

Dan Anda diberkati untuk tinggal di negara yang, di mana pun Anda memulai, Anda memiliki peluang selama Anda percaya pada diri sendiri.

Menunjuk ke arah dirinya sendiri

Anda percaya pada masyarakat dan negara.

Rentangkan tangan kanan, setinggi dada, telapak tangan menghadap ke luar

Dan Anda percaya bahwa Anda dapat meningkatkan diri dan mendidik diri sendiri seiring berjalannya waktu.

Tangan kanan membuat gerakan melambai melingkar sementara tangan kiri tetap mengepal setinggi dada

Dan itulah kunci kesuksesan.

Tangan kiri memegang dada tinggi-tinggi; lengan kanan terulur, telapak tangan terbuka

Tabel 3.1. Kata-kata Colin Powell dengan gerakan yang sesuai selama presentasi TED 2012-nya.

Powell memiliki kehadiran komando. Dia berjalan, berbicara, dan terlihat seperti seorang pemimpin. Dia juga melatih orang—tentara dan pemuda—untuk melakukan hal yang sama. Ketika Powell berbicara kepada sekelompok siswa dan mengajukan pertanyaan kepada mereka, dia akan meminta siswa tersebut untuk berjalan ke depan kelas, berdiri dengan perhatian seperti seorang prajurit—lengan lurus ke samping, pandangan ke atas, pandangan lurus ke depan, dan berbicara dengan keras. Anak-anak bersenang-senang dengannya, tetapi sesuatu di dalam diri mereka berubah. Mereka merasa berbeda, lebih percaya diri, siap menghadapi tantangan. Cara Anda membawa diri benar-benar mengubah perasaan Anda saat menyampaikan presentasi.

“Saya telah menjadi pembicara profesional hampir sepanjang masa dewasa saya. Sejak hari pertama saya di unit pertama saya sebagai perwira militer, saya harus berbicara dan mengajar pasukan. Seiring waktu saya belajar bagaimana menjangkau mereka, bagaimana membuat subjek menarik, dan bagaimana meyakinkan mereka bahwa mereka tertarik untuk mempelajari apa yang saya ajarkan. Karena mereka mudah bosan, sekumpulan teknik menarik perhatian sangatlah penting. Pada tahun 1966, saya ditugaskan menjadi instruktur di Sekolah Infanteri di Fort Benning... Anda diajari kontak mata, bagaimana tidak batuk, gagap, memasukkan tangan ke dalam saku, mengupil, atau menggaruk gatal. Anda

diajarkan untuk melangkah melintasi panggung, menggunakan pointer, slide, dan gerakan tangan, dan bagaimana meninggikan dan merendahkan suara agar siswa tetap terjaga.”⁷

—Colin Powell, dari bukunya *It Worked for Me*

GESTURES MEMBUAT ARGUMEN YANG KUAT BISA LEBIH KUAT

Ingat Ernesto Sirolli, ahli pembangunan ekonomi yang bersemangat yang Anda pelajari di bab 1, yang memberi tahu audiensi TEDx tentang pengalaman belajar yang dia dapatkan di Zambia dengan mengajar penduduk asli setempat cara menanam tomat. [Tabel 3.2](#) meringkas bagian dari [presentasinya](#) yang telah kita bahas di bab 1 dalam kaitannya dengan hasrat, tetapi sekarang tabel itu menunjukkan gerak tubuh yang dia gunakan untuk melengkapi kata-katanya. Dia adalah orang Italia yang, seperti saya, tidak memiliki masalah menggunakan tangannya untuk menyampaikan maksudnya, dan dia melakukannya dengan cara yang berdampak dan tulus dalam presentasinya.



3.1: Ernesto Sirolli, berbicara di TEDxEQChCh 2012. Atas perkenan Neil Macbeth untuk TEDxEQChCh.

Kasus kuat Sirolli diperkuat dengan gerakan yang dia gunakan untuk memperkuat setiap kalimat. Gestur Sirolli begitu bersemangat, tidak mungkin untuk menggambarkannya secara memadai dalam teks. Kunjungi [TED.com](https://www.ted.com) dan cari "Ernesto Sirolli" untuk melihatnya sendiri. Setiap gerakan membantu melukis gambar yang dia buat secara lisan. Dia bahkan tidak menggunakan slide. Dia tidak perlu melakukannya. Gerakan dan animasinya menghiasi kata-katanya untuknya. Kehadirannya berwibawa dan dinamis.

KATA-KATA ERNESTO SIROLLI DENGAN SESUAI GESTUR

KATA-KATA

GESTUR

Kami memiliki tomat yang luar biasa ini. Di Italia, tomat akan tumbuh sebesar ini. Di Zambia, sebesar ini.⁸

—

Dimulai dengan kedua tangan bersamaan membentuk lingkaran kecil dan melebarkan lingkaran dengan kedua tangan terpisah

Kami tidak bisa mempercayainya. Kami memberi tahu orang Zambia, "Lihat betapa mudahnya pertanian." Ketika tomatnya bagus dan matang dan merah, dalam semalam, sekitar 200 kuda nil keluar dari sungai dan mereka memakan semuanya. (Tawa)

Kedua tangan dijulurkan menjauh dari tubuh, dibawa ke depan saat Sirolli menggambarkan kuda nil berjalan ke lapangan. Tanpa mengucapkan sepatah kata pun, dia terus menggunakan ekspresi wajah (mulut dan mata terbuka lebar) untuk mengekspresikan keterkejutan dan keterkejutan.

Dan kami berkata kepada orang Zambia, "Ya Tuhan, kuda nil!"

Membawa kedua tangan ke kepalanya

Dan orang Zambia berkata, "Ya, itulah mengapa kami tidak memiliki pertanian di sini."

Menganggukkan kepalanya

Tabel 3.2. Kata-kata Ernesto Sirolli dengan gerakan yang sesuai selama presentasi TEDxEQChCh 2012.

Para profesional bisnis paling karismatik di dunia memiliki bahasa tubuh yang hebat—kehadiran yang berwibawa yang mencerminkan kepercayaan diri, kompetensi, dan karisma. ***Kehadiran komando*** adalah istilah militer yang digunakan untuk menggambarkan seseorang yang menampilkan dirinya sebagai orang yang memiliki otoritas, seseorang yang harus dihormati dan diikuti. Berapa banyak oran

berkorban untuk mengikutimu? Apakah mereka akan meninggalkan pekerjaan bergaji tinggi, tunjangan bagus, dan pensiun? Jika demikian, Anda memiliki kehadiran perintah.

Jika Anda ingin membuat kesan positif dalam pertemuan, promosi penjualan, atau wawancara kerja berikutnya, perhatikan apa yang tubuh Anda katakan. Berjalan, berbicara, dan terlihat seperti pemimpin yang ingin diikuti orang.

INTI TENTANG GESTURE

Apakah gerakan diperlukan? Jawaban singkatnya adalah—ya. Penelitian telah menunjukkan bahwa pemikir yang kompleks menggunakan gerak tubuh yang kompleks dan bahwa gerak tubuh benar-benar memberikan kepercayaan diri kepada pembicara.

Dr David McNeil mengatakan itu semua ada di tangan. Peneliti University of Chicago adalah salah satu otoritas terkemuka di bidang gerakan tangan.

McNeil memiliki bukti empiris yang membuktikan bahwa gerak tubuh, pemikiran, dan bahasa saling berhubungan. Saya berbicara dengan McNeil dan saya dapat dengan yakin mengatakan bahwa pembicara TED paling populer memperkuat kesimpulannya: pembicara yang disiplin, teliti, cerdas, dan percaya diri menggunakan gerakan tangan sebagai jendela untuk proses berpikir mereka.

Segera setelah saya berbicara dengan McNeil, saya memiliki kesempatan untuk melihat langsung CEO Cisco John Chambers. Dia adalah presenter yang menakjubkan dan karismatik yang bekerja di ruangan seperti seorang pengkhotbah, berjalan di luar panggung dan menuju penonton. Dia menggunakan suaranya dengan ahli—mempercepat atau memperlambat tempo, menaikkan dan menurunkan suaranya, menekan kata dan frasa kunci, dll.

Chambers dianggap sebagai salah satu eksekutif paling cerdas dan visioner dalam teknologi tinggi dan dikatakan memiliki ingatan yang luar biasa. Seperti yang diamati McNeil, pemikir yang kompleks memiliki gerakan yang kompleks, dan Chambers, sebagai pemikir yang kompleks, menggunakan gerakan tangan yang besar dan luas untuk menekankan hampir setiap kalimat.

Berdasarkan percakapan saya dengan McNeil dan pengalaman saya bekerja dengan para pemimpin global dalam keterampilan komunikasi mereka, berikut adalah empat tip yang dapat Anda gunakan hari ini untuk meningkatkan cara Anda menggunakan tangan:

- **Gunakan isyarat.** Jangan takut untuk menggunakan tangan Anda sejak awal. Perbaikan paling sederhana untuk presentasi yang kaku adalah mengeluarkan tangan Anda dari saku dan menggunakannya. Jangan biarkan tangan Anda terikat saat Anda mempresentasikan. Mereka ingin bebas.
- **Gunakan gerakan dengan hemat.** Sekarang saya telah memberi tahu Anda untuk menggunakan gerakan, berhati-hatilah untuk tidak berlebihan. Gerakan Anda harus alami. Jika Anda mencoba meniru orang lain, Anda akan terlihat seperti karikatur *Saturday Night Live* dari politisi yang buruk. Hindari gerakan kalengan. Jangan memikirkan gerakan apa yang akan digunakan. Kisah Anda akan membimbing mereka.
- **Gunakan gerakan pada saat-saat penting.** Simpan gestur Anda yang paling luas untuk momen-momen penting dalam presentasi. Perkuat pesan-pesan utama Anda dengan gerakan yang disengaja ... selama itu sesuai dengan kepribadian dan gaya Anda.
- **Pertahankan gerakan Anda dalam lingkup kekuatan.** Bayangkan power sphere Anda sebagai lingkaran yang membentang dari atas mata Anda, keluar ke ujung tangan Anda yang terulur, turun ke pusar, dan kembali lagi ke mata Anda. Cobalah untuk menjaga gerakan Anda (dan tatapan mata) di zona ini. Tangan yang menggantung di bawah pusar kekurangan energi dan "kepercayaan diri". Menggunakan gestur rumit di atas pinggang akan memberikan rasa percaya diri kepada audiens tentang Anda sebagai seorang pemimpin, membantu Anda mengomunikasikan pemikiran Anda dengan lebih mudah, dan meningkatkan kehadiran Anda secara keseluruhan.

Mantan gubernur Michigan Jennifer Granholm membuat gerakan yang luas dan berani, dan mempertahankan gerakan itu dalam lingkup kekuasaannya. Granholm memelopori kebijakan energi bersih di negara bagiannya dan memulai TED 2013 dengan ceramah tentang bagaimana negara bagian dapat dan harus menggunakan sumber energi alternatif. [Tabel 3.3](#) menunjukkan contoh gerak tubuh yang melengkapi kata-katanya.

Tidak sekali pun tangan Granholmnya—salah satunya—meninggalkan bola kekuatan. Tidak ada salahnya juga dia menahan punggungnya, menjaga kepalanya tetap tinggi, melakukan kontak mata yang kuat, dan mengenakan warna solid yang menonjol dari latar belakang gelap (celana panjang hitam, blus putih, jaket hijau). Postur dan gestur Granholm menambah wibawanya.

KATA-KATA JENNIFER GRANHOLM DENGAN SESUAI GESTUR

KATA-KATA

GESTUR

Saya diperkenalkan sebagai mantan Gubernur Michigan, tetapi sebenarnya saya adalah seorang ilmuwan. Baiklah, seorang ilmuwan politik. Itu tidak masuk hitungan, tapi laboratorium saya adalah laboratorium demokrasi

yaitu Michigan, dan, seperti ilmuwan hebat mana pun, saya bereksperimen dengan kebijakan tentang apa yang akan dicapai oleh 9 kebaikan terbesar untuk jumlah terbesar.

Mencondongkan tubuh ke depan, kedua tangan terpisah, telapak tangan terbuka

Tapi ada tiga masalah, tiga teka-teki yang tidak bisa saya pecahkan.

Tangan kanan dan siku pada sudut 90 derajat memegang clicker; tangan kiri diangkat dengan tiga jari

Dan saya ingin berbagi dengan Anda masalah-masalah itu, tetapi yang paling penting, saya pikir saya telah menemukan proposal untuk sebuah solusi.

Mencondongkan tubuh ke depan, mengangkat jari telunjuk tangan kiri, melakukan kontak mata dengan setiap bagian ruangan

Tabel 3.3. Kata-kata Jennifer Granholm dengan gerakan yang sesuai selama presentasi TED 2013-nya.

Bahasa tubuh Granholm adalah contoh gaya yang dianggap persuasif oleh para ilmuwan sosial. Ini disebut "nonverbal bersemangat." Faktanya, ketidaksesuaian atau ketidaksesuaian antara komunikasi nonverbal dan kata-kata Anda dapat secara signifikan mengurangi keefektifan nada bicara Anda.



3.2: Jennifer Granholm berbicara di TED 2013. Atas perkenan James Duncan Davidson/ TED (<http://duncandavidson.com>).

Dalam sebuah penelitian inovatif yang diterbitkan dalam ***Journal of Experimental Social Psychology***, Bob Fennis dan Marielle Stel melakukan penelitian di supermarket perkotaan. Mereka melatih aktor untuk mendekati pembeli dan mencoba membujuk mereka untuk membeli sekotak permen Natal. Mereka menemukan bahwa ketika strategi penjualan adalah membuat produk lebih menarik (mengurangi biaya, menutupi manfaatnya, dll.), gaya "nonverbal bersemangat" terbukti paling efektif. Gaya nonverbal bersemangat mencakup tiga elemen: gerakan yang sangat bersemangat, luas, dan terbuka; gerakan tangan secara terbuka diproyeksikan ke luar; dan posisi tubuh condong ke depan.

Analisis menunjukkan bahwa persentase pembeli yang jauh lebih besar (71 persen) setuju untuk membeli sekotak permen ketika dihadapkan pada perwakilan penjualan yang menunjukkan gaya "nonverbal yang bersemangat" daripada yang memiliki gaya yang lebih pendiam yang ditandai dengan posisi condong ke belakang. , gerakan tubuh yang lebih lambat dan lebih kecil, dan ucapan yang lebih lambat. Para peneliti menyimpulkan, "Jika strategi Anda ditujukan terutama untuk meningkatkan daya tarik yang dirasakan dari permintaan atau penawaran Anda, gaya nonverbal yang bersemangat akan lebih efektif."¹⁰

Jennifer Granholm sangat cocok dengan teori itu. Segala sesuatu tentang postur, gerak tubuh, dan bahasa tubuhnya dapat diklasifikasikan sebagai nonverbal yang bersemangat. Tujuannya adalah menjual idenya—rencananya—ke negara bagian lain. Proposalnya adalah untuk meluncurkan "perlombaan pekerjaan energi bersih ke puncak". Dia menjual sesuatu yang lebih penting daripada cokelat, tentu saja, tetapi seperti yang ditemukan Fennis dan Stel dalam penelitian mereka, bahasa tubuhnya paling cocok untuk tujuan yang diinginkannya—untuk membuat lamarannya lebih menarik dan akhirnya dapat ditindaklanjuti.

Duduk. Ini akan membantu Anda merasa lebih percaya diri. Sebuah studi tahun 2009 yang diterbitkan dalam *The European Journal of Social Psychology* menemukan bahwa postur membuat perbedaan dalam cara orang menilai diri mereka sendiri. Relawan yang mengisi lamaran kerja pura-pura disuruh duduk tegak atau bungkuk. Mereka yang duduk tegak saat mengisi formulir menilai diri mereka jauh lebih baik daripada mereka yang bungkuk. Saat Anda melatih presentasi Anda, berdiri tegak. Ini akan memberi Anda kepercayaan diri untuk hal yang nyata!

TIGA PERBAIKAN MUDAH UNTUK BAHASA TUBUH UMUM MASALAH

Beberapa pemimpin yang bekerja dengan saya awalnya berpikir tentang bagaimana mereka berbicara, berjalan, dan berpenampilan sampai mereka melihat diri mereka sendiri di video. Begitu mereka melakukannya, sebagian besar menyadari bahwa mereka membutuhkan lebih banyak pekerjaan untuk terlihat alami dan komunikatif. Untungnya masalahnya mudah diidentifikasi dan diperbaiki.

Berikut adalah tiga masalah umum yang saya lihat di antara para pemimpin yang memberikan presentasi. Memperbaiki masalah ini akan membantu Anda mengembangkan kehadiran komando, apakah Anda sedang mewawancarai pekerjaan, menyampaikan ide Anda, menyampaikan presentasi penjualan, menempati kantor sudut, atau menjalankan bisnis kecil.

Fidgeting, Tapping, dan Jingling

Ini adalah kebiasaan menjengkelkan yang banyak dari kita tunjukkan selama presentasi dan percakapan kita. Gelisah membuat Anda terlihat tidak yakin, gugup, dan tidak siap. Tingkah laku seperti mengetukkan jari Anda di atas meja atau memainkan pena Anda tidak ada gunanya. Baru-baru ini saya melihat seorang penulis yang telah menulis buku tentang kepemimpinan mendiskusikan proyeknya. Dia menggemerincingkan koin-koin itu

sakunya selama seluruh pembicaraannya. Itu membuatku gila, dan semua orang juga. Dia tidak menjual banyak buku hari itu, dan tentu saja dia tidak mencetak poin untuk kepemimpinan.

Perbaikan cepat: Bergerak dengan tujuan. Gunakan kamera video murah atau ponsel cerdas Anda untuk merekam diri Anda saat menyampaikan lima menit pertama presentasi Anda, lalu putar kembali. Awasi diri Anda dan tuliskan semua tingkah laku yang tidak berguna, seperti menggosok hidung, mengetukkan jari, dan gemerincing koin. Cukup melihat diri Anda beraksi membuat Anda lebih sadar tentang bagaimana Anda tampil, membuat Anda lebih siap untuk menghilangkan gerakan dan isyarat yang tidak berguna.

Saya pernah bekerja dengan seorang eksekutif teknologi terkemuka yang harus memberi tahu investor besar tentang penundaan produk. Investornya adalah CEO Oracle Larry Ellison, yang memiliki reputasi sebagai salah satu bos terberat di dunia bisnis. Eksekutif teknologi dan timnya mengendalikan masalah dan telah belajar pelajaran berharga dari penundaan tersebut. Namun, bahasa tubuhnya berkata lain. Dia gelisah terus-menerus saat dia menyajikan—mengetuk-ngetukkan jari kakinya, menyentuh wajahnya, dan mengetukkan jarinya di atas meja di sebelahnya. Tingkah lakunya menunjukkan kurangnya kompetensi dan kontrol. Begitu dia melihat dirinya di video, dia menangkap sendiri sebagian besar kebiasaan menjengkelkan ini dan menghilangkannya. Dia memberikan presentasi yang percaya diri, Ellison senang, dan proyeknya benar-benar sukses.

Berdiri Tegak di Tempat

Presenter hebat memiliki gerakan tubuh yang beranimasi; mereka tidak tinggal di satu tempat atau terlihat tidak bergerak. Berdiri diam membuat Anda tampak kaku, membosankan, dan terlepas.

Perbaikan cepat: Berjalan, bergerak, dan kerjakan ruangan. Sebagian besar profesional bisnis yang datang kepada saya untuk pelatihan presentasi berpikir bahwa mereka perlu berdiri seperti patung... atau di belakang mimbar. Tapi gerakan tidak hanya bisa diterima, tapi juga diterima. Percakapan lancar, tidak kaku. Beberapa pembicara bisnis terhebat berjalan di antara hadirin alih-alih berdiri di depan mereka.

Inilah trik sederhananya: Saat Anda merekam presentasi Anda, keluarlah dari bingkai sesekali. Saya memberi tahu klien bahwa jika mereka tidak meninggalkan bingkai kamera beberapa kali selama presentasi lima menit, mereka terlalu kaku.

Tangan di Kantong

Kebanyakan orang menyimpan tangan mereka di saku ketika mereka berdiri di depan kelompok. Itu membuat mereka tampak tidak tertarik atau bosan, tidak berkomitmen, dan terkadang gugup.

Perbaiki cepat: Yang ini terlalu mudah—keluarkan tangan Anda dari saku!

Saya telah melihat pemimpin bisnis hebat yang tidak pernah memasukkan kedua tangan ke dalam saku selama presentasi. Satu tangan dapat diterima selama tangan yang bebas memberi isyarat. Ingatlah untuk menjaga gerakan itu di dalam lingkup kekuatan.

Berpura-pura Sampai Anda Membuatnya

Amy Cuddy adalah psikolog sosial di Harvard Business School. Penelitiannya tentang bahasa tubuh telah membawanya ke majalah **TIME**, CNN, dan di panggung TED. Cuddy percaya bahasa tubuh membentuk siapa kita. Dia mengatakan bahwa cara kita menggunakan tubuh kita—isyarat nonverbal kita—dapat mengubah persepsi orang tentang kita. Cuddy melangkah lebih jauh, bagaimanapun, dengan menyatakan bahwa hanya mengubah posisi tubuh Anda memengaruhi perasaan Anda tentang diri sendiri dan, secara default, bagaimana orang lain melihat Anda. Bahkan jika Anda tidak merasa percaya diri, bersikaplah seperti itu dan peluang sukses Anda meningkat pesat.

Kita semua tahu bahwa pikiran kita mengubah tubuh kita. Orang yang minder akan menutup diri, mendekatkan tangan dan lengannya, menciut di tempat duduknya, menundukan pandangannya. Cuddy percaya yang sebaliknya juga benar—"tubuh kita mengubah pikiran kita dan pikiran kita dapat mengubah perilaku kita, dan perilaku kita dapat mengubah hasil kita."¹¹ —

Cuddy menyarankan bahwa "pose kekuatan" meningkatkan testosteron dan menurunkan kadar kortisol di otak, yang akan membuat Anda merasa lebih percaya diri dan berwibawa. Dia mengatakan itu adalah "tweak kecil" yang dapat menyebabkan perubahan besar.



3.3: Amy Cuddy, berbicara di TEDGlobal 2012. Atas perkenan James Duncan Davidson/ TED (<http://duncandavidson.com>).

Pose kekuatan bekerja seperti ini — rentangkan tangan Anda sejauh mungkin dan tahan pose itu selama dua menit. Anda dapat melakukannya di lift, di meja, atau di belakang panggung, sebaiknya di mana tidak ada yang melihat Anda!

Ketika Cuddy memberikan tes kepada siswa, dia menemukan bahwa "orang yang berdaya rendah" mengalami peningkatan hormon sebesar 15 persen yang mengatur otak agar lebih tegas, percaya diri, dan nyaman. "Jadi, sepertinya nonverbal kita mengatur bagaimana kita berpikir dan merasakan tentang diri kita sendiri ... tubuh kita mengubah pikiran kita."

Wajar jika orang merasa gugup dan tidak apa-apa. Kita adalah makhluk sosial, dan sejak awal, penting bagi kita untuk menyesuaikan diri secara sosial. Ketika nenek moyang kita tinggal di gua, dikeluarkan dari gua bukanlah hasil yang diinginkan. "Saraf" kita adalah hasil dari kebutuhan biologis kita untuk diterima. Tetapi bagi banyak orang, energi gugup menjadi mencekik. Siapa yang tidak merasakan tenggorokannya tersumbat, telapak tangan berkeringat, dan jantung berdebar kencang? Kita semua pernah ke sana. Saya tidak dapat memberi tahu Anda berapa banyak pemimpin yang bekerja dengan saya yang menjadi sangat gugup sebelum presentasi publik—dan ini adalah orang-orang di puncak profesi mereka, seringkali bernilai ratusan juta dolar. Rahasiannya bukan untuk menghilangkan saraf tetapi untuk mengelolanya

Amy Cuddy menawarkan solusi untuk pembicara yang gelisah—berpura-pura sampai Anda berhasil. Cuddy diidentifikasi sebagai anak berbakat dan kecerdasannya memberinya identitas di tahun-tahun awal pembentukannya. Saat berusia 19 tahun Cuddy terlempar dari mobil dan mengalami cedera kepala. Dia dikeluarkan dari perguruan tinggi dan diberi tahu bahwa dia tidak akan kembali. “Saya benar-benar bergumul dengan ini, dan saya harus mengatakan, setelah identitas Anda diambil dari Anda, identitas inti Anda, dan bagi saya itu menjadi pintar, setelah itu diambil dari Anda, tidak ada yang membuat Anda merasa lebih tidak berdaya dari itu. Jadi saya merasa benar-benar tidak berdaya.”

Cuddy bekerja keras, masuk kembali ke perguruan tinggi, dan lulus empat tahun lebih lambat dari mayoritas teman sebayanya. Dia melanjutkan pendidikannya di Princeton berkat seorang penasihat yang sangat percaya pada kemampuan Cuddy. Cuddy sendiri tidak percaya. Dia merasa seperti penipu. Malam sebelum pidato tahun pertamanya, Cuddy menelepon penasihatnya dan mengatakan bahwa dia berhenti dari program pascasarjana. “Kamu tidak berhenti, karena aku bertaruh padamu,” jawab penasihatnya. “Kamu akan tinggal, dan inilah yang akan kamu lakukan. Anda akan memalsukannya. Anda akan melakukan setiap pembicaraan yang pernah diminta untuk Anda lakukan. Anda hanya akan melakukannya dan melakukannya dan melakukannya, bahkan jika Anda ketakutan dan hanya lumpuh dan mengalami pengalaman di luar tubuh, sampai Anda memiliki momen di mana Anda berkata, 'Ya ampun, saya' saya melakukannya. Seperti, saya telah menjadi ini. Saya benar-benar melakukan ini.” Dan itulah yang Cuddy lakukan: dia memalsukannya sampai dia mempercayainya. “Jadi saya ingin mengatakan kepada Anda, jangan berpura-pura sampai Anda berhasil. Berpura-pura sampai Anda menjadi itu.

Bagaimana Tony Robbins Mencapai Kondisi Presentasi Puncak

Pembicara motivasi Tony Robbins memiliki energi yang cukup untuk membuat 4.000 orang terlibat selama 50 jam selama empat hari. Ditampilkan dalam acara spesial Oprah Winfrey, Robbins mendemonstrasikan ritual prespeaking-nya, yang melibatkan mantera, afirmasi, dan gerakan—banyak sekali gerakan. Ini masuk akal karena salah satu ajaran inti Robbins adalah bahwa gerakan yang diberi energi dapat mengubah keadaan pikiran Anda. Robbins menempatkan dirinya di zona tersebut selama sekitar 10 menit sebelum naik panggung. Dia melompat-lompat, berputar, mengepalkan tinjunya, berdiri dengan tangan terentang, dan bahkan mema

Ini tidak cukup untuk melatih kata-kata. Sebelum Anda "aktif", beberapa persiapan fisik akan meningkatkan tingkat energi Anda dan berdampak besar pada cara audiens memandang Anda. Tentu saja tidak perlu terlalu ekstrem seperti yang dilakukan Robbins—dan Anda akan melihatnya

agak bodoh melompat di atas trampolin sebelum promosi penjualan Anda berikutnya — tetapi penting untuk mengadopsi semacam ritual pra-presentasi fisik karena gerakan dan energi terhubung sangat erat.

KEKUATAN ANDA SEBAGAI PEMBICARA BERASAL DARI DI DALAM

Pemain ski lintas alam profesional Janine Shepherd mengalami kecelakaan yang mengakhiri kariernya. Sebuah truk menabraknya saat dia sedang dalam perjalanan pelatihan. Shepherd mematahkan leher dan punggungnya di enam tempat. Dia mematahkan lima tulang rusuk dan menderita cedera kepala yang parah. Di TED 2012 dia memberi tahu penonton bahwa tubuh yang rusak bukanlah orang yang rusak.

Karena lukanya yang parah, Shepherd menggunakan tubuh dan alat peraga panggungnya secara kreatif untuk berbicara dengan penonton. Dia menempatkan lima kursi di atas panggung, setiap kursi memberinya kesempatan untuk duduk, bertindak sebagai metafora untuk setiap bab dalam hidupnya setelah kecelakaan itu:

Kursi pertama (bagian satu: kecelakaan)

Kursi kedua (bagian dua: sepuluh hari di rumah sakit)

Kursi ketiga (bagian tiga: pindah dari perawatan intensif ke bangsal tulang belakang akut)

Kursi keempat (bagian empat: “setelah enam bulan waktunya pulang”¹²). Ketika dia “mengingat teman saya” yang masih berada di unit tulang belakang akut, dia berbalik dan berbicara ke kursi di sebelahnya.

Kursi kelima (bagian lima: Gembala belajar terbang. Dia duduk di kursi sambil berkata, “Mereka mengangkat saya ke kokpit dan mendudukkan saya.”)

Shepherd berdiri saat dia menyampaikan sisa beberapa menit, berbicara tentang karir barunya sebagai instruktur terbang aerobatic. “Kekuatan saya yang sebenarnya tidak pernah datang dari tubuh saya... siapa saya tidak berubah. Lampu pilot di dalam diriku masih hidup.”

Rahasia #3: Lakukan Percakapan

Gembala ada benarnya. Sementara dia menggunakan tubuhnya secara efektif untuk menceritakan kisahnya, “kekuatannya” berasal dari dalam. Pengiriman dan gerakan Anda, dikuasai

melalui berjam-jam latihan, akan ***meningkatkan*** keseluruhan pesan Anda, tetapi tanpa semangat dan latihan, kehadiran Anda akan sangat berkurang. Kekuatan Anda sebagai pembicara berasal dari dalam.

BAGIAN II

Novel

Pengakuan baru adalah alat bertahan hidup terprogram yang dimiliki semua manusia. Otak kita dilatih untuk mencari sesuatu yang cemerlang dan baru, sesuatu yang menonjol, sesuatu yang terlihat lezat.

—DR. AK PRADEEP, PENULIS, *OTAK PEMBELIAN*

Ajari Aku Sesuatu yang Baru

Semua yang akan saya tunjukkan kepada Anda tidak ada di buku teks saya ketika saya pergi ke sekolah.

—*PENJELAJAH TITANIC* ROBERT BALLARD, TED 2008

PENJELAJAH LAUT DALAM ROBERT BALLARD MENGAMBIL audiens TED dalam perjalanan 17 menit untuk menjelajahi 72 persen planet yang ada di bawah lautan karena, seperti yang dia katakan, “Sungguh naif untuk berpikir bahwa Kelinci Paskah meletakkan semua sumber daya di benua.”¹ . Ballard menyukai penjelajahan yang terburu-buru, terutama mengejar misteri yang melampaui batas manusia. Dia juga menyukai tantangan dan mengatakan kepada saya bahwa dia menikmati TED karena dia melawan yang terbaik dalam bercerita.

Ballard adalah salah satu penjelajah paling berani di zaman kita. Pada tahun 1985, sekitar 1.000 mil sebelah timur Boston, Ballard, seorang perwira intelijen angkatan laut saat itu, menemukan bangkai kapal RMS *Titanic* dua setengah mil di bawah permukaan Atlantik.

Penemuan Titanic adalah ekspedisi Ballard yang paling terkenal, tetapi dia telah melakukan lebih dari 120 *penjelajahan* bawah laut untuk mempelajari sesuatu yang baru tentang zat yang menyusun sebagian besar dunia kita.

Ballard memberi tahu saya bahwa misinya dalam presentasi apa pun—TED atau di kelas—adalah memberi informasi, mendidik, dan menginspirasi. “Saat Anda memasuki ruang kelas, Anda memiliki dua pekerjaan: satu untuk mengajar dan yang lainnya untuk merekrut semua orang di kelas itu untuk bergabung dalam pengejaran kebenaran,”² kata Ballard.

Dalam presentasinya, dia menantang hadirin dengan pertanyaan ini: Mengapa kita mengabaikan lautan? Ballard mengatakan bahwa anggaran NASA selama satu tahun akan mendanai National Oceanic and Atmospheric Administration's

(NOAA) selama 1.600 tahun—hanya salah satu dari banyak wawasan, fakta, dan pengamatan menarik yang diungkapkan Ballard. Diantara yang lain:

- Segala sesuatu yang akan kita bicarakan mewakili sepersepuluh dari satu persen pandangan sekilas, karena hanya itu yang kami lihat.
- Lima puluh persen dari Amerika Serikat terletak di bawah laut.
- Pegunungan terbesar di Bumi terletak di bawah lautan.
- Sebagian besar planet kita berada dalam kegelapan abadi.
- Kami menemukan kelimpahan kehidupan di dunia yang seharusnya tidak ada.
- Itu (laut dalam) berisi lebih banyak sejarah daripada gabungan semua museum di darat.

Menjelang akhir presentasinya, Ballard menunjukkan foto seorang gadis muda, ternganga, dengan ekspresi kagum. “Ini yang kami inginkan,” kata Ballard. “Ini adalah seorang wanita muda, tidak menonton pertandingan sepak bola, tidak menonton pertandingan bola basket. Menyaksikan penjelajahan langsung dari jarak ribuan mil, dan dia baru menyadari apa yang dilihatnya. Dan ketika Anda terkejut, Anda bisa memberi tahu. Anda dapat memasukkan begitu banyak informasi ke dalam pikiran itu, itu dalam mode penerimaan penuh. Ballard menerima tepuk tangan meriah.

Presentasi TED 2008-nya membangkitkan minat, menginformasikan, dan menginspirasi karena membuat orang memandang dunia secara berbeda—bukan dari atas, tetapi dari bawah.

Rahasia #4: Ajari Aku Sesuatu yang Baru

Ungkapkan informasi yang benar-benar baru bagi audiens Anda, dikemas secara berbeda, atau tawarkan cara baru dan segar untuk memecahkan masalah lama.

Mengapa berhasil: Otak manusia menyukai hal-hal baru. Elemen yang tidak dikenal, tidak biasa, atau tidak terduga dalam sebuah presentasi membuat audiens penasaran, membuat mereka tersentak dari prasangka mereka, dan dengan cepat memberi mereka cara baru dalam memandang dunia.

RASA "TIDAK PUAS" JAMES CAMERON INGIN TAHU

Jika bukan karena penemuan Titanic oleh Ballard, salah satu film tersukses sepanjang masa mungkin tidak akan pernah dibuat. “Keingintahuan adalah hal terpenting yang Anda miliki,”³ Cameron mengatakan kepada hadirin TED pada Februari 2010. “Imajinasi adalah kekuatan yang benar-benar dapat memanifestasikan kenyataan.”

Cameron mengungkapkan hal-hal yang tidak diharapkan penontonnya dari sutradara blockbuster seperti **Terminator**, **Titanic**, dan **Avatar**. Dia berbicara sedikit tentang pembuatan film dan banyak tentang kreativitas, eksplorasi, inovasi, dan kepemimpinan.

Menjelajahi lautan memicu imajinasi Cameron sejak usia 15 tahun, ketika ia mendapatkan sertifikasi sebagai penyelam. Dia menjelaskan bahwa ketika dia membuat **Raksasa**, dia mengajukannya ke studio sebagai “Romeo dan Juliet di atas kapal”. Cameron, bagaimanapun, memiliki motif tersembunyi:

Yang ingin saya lakukan adalah saya ingin menyelam ke bangkai **kapal Titanic yang sebenarnya**.

Dan itulah mengapa saya membuat film. Dan itulah kebenarannya. Sekarang, studio tidak tahu itu. Tapi saya meyakinkan mereka. Saya berkata, “Kita akan menyelam ke bangkai kapal. Kami akan memfilmkannya secara nyata. Kami akan menggunakannya dalam pembukaan film. Ini akan sangat penting. Ini akan menjadi pengait pemasaran yang hebat. Dan saya membujuk mereka untuk mendanai sebuah ekspedisi.

Kedengarannya gila. Tapi ini kembali ke tema tentang imajinasi Anda menciptakan kenyataan. Karena kami benar-benar menciptakan kenyataan di mana enam bulan kemudian, saya menemukan diri saya berada di kapal selam Rusia dua setengah mil di Atlantik utara, melihat **Titanic** yang sebenarnya melalui pelabuhan pandang. Bukan film, bukan HD—nyata.⁴

Saya penggemar film-film Cameron, khususnya **Titanic**. Ya, saya masih meneteskan air mata saat Rose melempar Hope Diamond ke laut dan lagu tema mulai diputar. Saya pengisap untuk film-film itu. Meskipun saya tahu banyak tentang alur filmnya, Cameron mengajarkan saya sesuatu yang baru yang dibungkus dengan anekdot menarik yang membawa pelajaran mendalam bagi siapa pun yang ingin menjelajahi seluruh potensinya. Dengan melakukan itu, dia menginspirasi audiensnya dan memberi mereka alasan untuk mendengarkan sisa presentasinya. Sutradara “memancing” penontonnya, seperti yang dia lakukan di studio film.

Manusia adalah penjelajah alam. Seperti Cameron, kebanyakan dari kita memiliki keinginan yang tak terpuaskan untuk mencari, belajar, menemukan. Ternyata, begitulah cara kita terhubung.

Menurut beberapa survei, orang lebih takut berbicara di depan umum daripada mati. Saya bertanya kepada Robert Ballard apa yang membuatnya lebih cemas, menyelam 2,5 mil di bawah laut dalam kapal selam kecil yang sesak atau memberikan presentasi selama 18 menit. Dia mengatakan hampir mati beberapa kali di laut dalam jauh lebih buruk! Ingatlah hal itu saat lain kali Anda merasa gugup di depan audiens. Seperti yang pernah dikatakan Jerry Seinfeld, Anda lebih suka menjadi orang yang memberikan pidato daripada di peti mati.

BELAJAR ADALAH BUZZ

Musisi Peter Gabriel menghadiri konferensi TED pada tahun 2006 dan mengatakan kepada seorang pembuat film, "Paparan terhadap ide-ide baru dan ide-ide menarik adalah daya tarik utama bagi saya." Dia tidak bercanda. Belajar itu membuat ketagihan karena menyenangkan. Itu juga diperlukan untuk evolusi manusia.

Saat Anda memperkenalkan cara baru atau baru untuk memecahkan masalah lama, Anda memasuki jutaan tahun adaptasi. Jika manusia primitif tidak penasaran, kita sudah lama punah. Menurut John Medina, seorang ahli biologi molekuler perkembangan di Fakultas Kedokteran Universitas Washington, 99,99 persen dari semua spesies yang pernah hidup telah punah hari ini. Otak manusia beradaptasi dengan lingkungannya yang keras, memungkinkannya untuk bertahan hidup. "Ada dua cara untuk mengalahkan kejutan lingkungan: Anda bisa menjadi lebih kuat atau Anda bisa menjadi lebih pintar. Kami memilih yang terakhir," kata Medina.

—

Medina berkata bahwa kita adalah penjelajah alam yang memiliki kebutuhan yang tak terpadamkan untuk mengetahui dan belajar. "Bayi dilahirkan dengan keinginan yang mendalam untuk memahami dunia di sekitar mereka dan rasa ingin tahu yang tak henti-hentinya yang memaksa mereka untuk menjelajahnya secara agresif. Kebutuhan akan penjelajahan ini terjal in begitu kuat ke dalam pengalaman mereka sehingga beberapa ilmuwan menggambarkannya sebagai dorongan, seperti kelaparan dan kehausan, dan seks adalah dorongan . ke masa dewasa.

Pembicara seperti Ballard dan Cameron memuaskan dahaga kita dengan segelas ilmu dari kedalaman laut. Penonton Anda sangat membutuhkan pengetahuan, meskipun mereka hanya memiliki sedikit minat pada topik tersebut. Selama Anda menghubungkan topik Anda dengan audiens dengan mengajari mereka sesuatu yang baru yang dapat mereka gunakan dalam kehidupan sehari-hari, Anda juga akan memikat mereka.

Dalam pekerjaan komunikasi saya dengan Intel, produsen mikroprosesor komputer terbesar di dunia, saya menantang mereka untuk menghubungkan teknologi mereka dengan kehidupan kita sehari-hari. Misalnya, Intel memperkenalkan teknologi yang disebut "Turbo Boost" yang, menurut definisi, "memungkinkan prosesor berjalan di atas frekuensi operasi dasarnya melalui kontrol dinamis kecepatan jam CPU". Mengerti?

Definisi sebelumnya mungkin tidak ada artinya bagi Anda dan, kemungkinan besar, tidak akan menginspirasi Anda untuk kehabisan membeli laptop atau komputer baru dengan chip Intel di dalamnya. Bagaimana jika saya berkata, "Teknologi Turbo Boost eksklusif Intel mencatat apa yang Anda lakukan di komputer Anda (bermain game, menonton video) dan menyesuaikan kinerja untuk memberi Anda dorongan saat Anda membutuhkannya dan menskalakannya kembali saat Anda tidak menggunakannya. 't, yang memperpanjang masa pakai baterai notebook Anda." Deskripsi kedua mengajarkan Anda sesuatu yang baru dengan mendemonstrasikan bagaimana produk tersebut meningkatkan kehidupan Anda, dan itulah mengapa berhasil. Setiap kali juru bicara Intel menggunakan deskripsi terakhir—menghubungkan teknologi dengan kehidupan kita sehari-hari—ia dikutip oleh pers. Jarang, jika pernah, seorang reporter atau blogger menggunakan definisi teknis.

"TOMBOL SIMPAN" ALAMI OTAK ANDA

Martha Burns adalah asisten profesor di Northwestern yang percaya ilmu saraf membantu pendidik menjadi guru yang lebih baik. Wawasannya juga menjelaskan mengapa kita senang belajar. Mempelajari sesuatu yang baru mengaktifkan area penghargaan yang sama di otak seperti halnya narkoba dan perjudian. "Sebagian besar dari jawaban mengapa beberapa siswa Anda berpegang pada informasi yang Anda ajarkan dan yang lain tidak ada hubungannya dengan sedikit bahan kimia di otak yang harus ada untuk seorang anak (atau orang dewasa) untuk menyimpan informasi. Bahan kimia itu disebut 'dopamin.'"7

Dopamin adalah bahan kimia yang kuat. Hubungan baru dapat memicu dosisnya (dan mereda setelah beberapa saat, itulah sebabnya para konselor merekomendasikan

menemukan cara untuk menjaga bumbu tetap hidup setelah beberapa tahun menikah). Maju ke level berikutnya dari video game dapat memicu dopamin, seperti halnya mendengar dentang koin di mesin slot, atau bahkan kokain.

Narkoba dan perjudian adalah pemicu buatan dan menyebabkan konsekuensi serius. Apakah tidak ada cara yang tidak terlalu berbahaya untuk mencapai mental setinggi itu? Pasti ada. Menurut Burns, dopamin juga dilepaskan saat orang mempelajari sesuatu yang baru dan menarik—cara yang jauh lebih sehat untuk merasa baik! “Bagi banyak siswa Anda dan banyak dari kita sebagai orang dewasa, mempelajari hal-hal baru adalah sebuah petualangan dan sangat bermanfaat, dan tingkat dopamin meningkat di otak untuk membantu kita mengingat informasi baru itu,” tulis 8 Burns . “Saya suka menyebut dopamin sebagai 'tombol simpan' di otak. Saat dopamin hadir selama suatu peristiwa atau pengalaman, kita mengingatnya; ketika tidak ada, sepertinya tidak ada yang menempel.

Pertanyaan logis berikutnya adalah, “Bagaimana cara meningkatkan dopamin?” Menurut Burns, jawabannya sangat sederhana dan lugas: jadikan informasi itu baru dan menarik. Misalnya, Burns mengatakan guru terbaik selalu memikirkan cara baru untuk menyampaikan informasi. “Itulah mengapa Anda menyukainya ketika sekolah Anda memiliki adopsi buku teks **baru** — kebaruan memungkinkan Anda untuk mengajarkan informasi dengan cara baru — yang membangkitkan antusiasme Anda dan para siswa... Tingkatkan kebaruan **di** ruang kelas dan Anda meningkatkan kadar dopamin siswa Anda ... Dopamin dapat membuat ketagihan—tujuan kami sebagai guru adalah membuat siswa kami kecanduan belajar.”⁹ —

Dopamin membuat ketagihan. Sekarang saya tahu mengapa saya sangat bersemangat ketika saya mendengar kata-kata inspirasi atau dorongan yang menggerakkan. Selama beberapa tahun saya menemani saudara laki-laki saya dan beberapa teman untuk kuliah sehari penuh di kota Bakersfield, California. Konferensi Bisnis Bakersfield diadakan setahun sekali. Tiketnya mahal, perjalanannya panjang, tetapi pembicaranya menghasilkan setiap dolar dan setiap menitnya sangat berharga.

Konferensi Bakersfield diadakan dengan gaya TED dengan waktu masing-masing pembicara tidak lebih dari 20 menit. Pembicara berasal dari bidang politik, bisnis, dan seni. Beberapa terkenal (misalnya, Ronald Reagan, Mikhail Gorbachev, Rudy Giuliani, Steve Wynn, Wayne Gretzky) dan

yang lain kurang akrab. Tapi mereka semua dipilih karena kemampuan mereka untuk mengajarkan penonton sesuatu yang baru dan baru—cara segar dalam melihat masalah lama. Saat saya menempuh perjalanan pulang selama lima jam di akhir setiap konferensi, saya merasa seperti saya dapat menghadapi dunia. Saya kecanduan belajar sesuatu yang baru. Belajar adalah salah satu kecanduan yang tidak ingin saya akui. Bahkan, saya merayakannya.

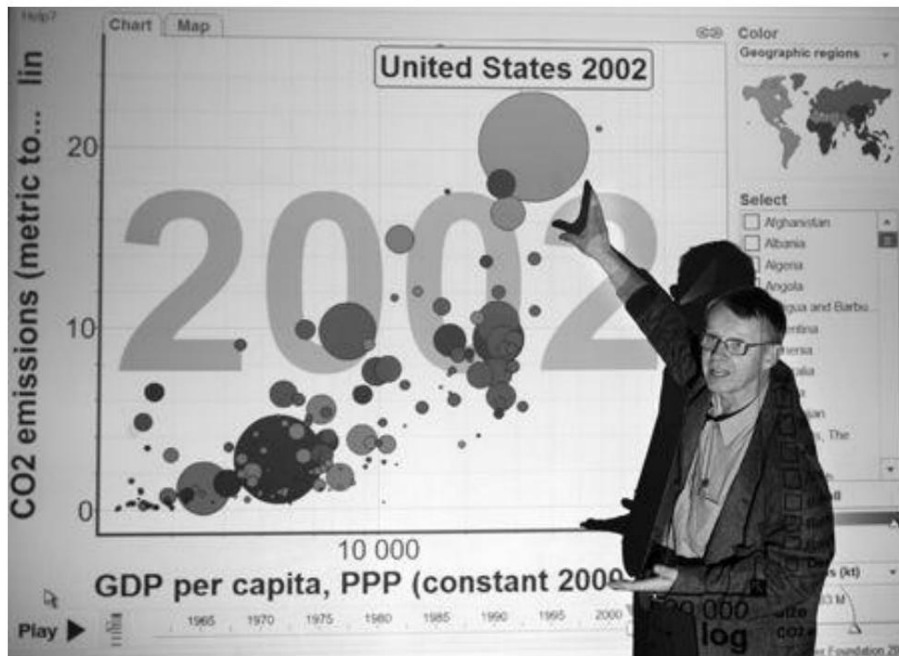
SEORANG STATISTIK MEMBENTUK ULANG PANDANGAN DUNIA ANDA

Hans Rosling adalah bintang rock di antara TEDsters. Presentasinya di TED 2006 mencuri perhatian dan membuatnya menjadi sensasi “viral” online. Video 18 menit Rosling telah ditonton lebih dari lima juta kali. Musisi Peter Gabriel menyebutnya sebagai salah satu favoritnya—pembicaraan TED yang paling “mengejutkan”. Aktor Ben Affleck setuju, mengatakan, “Hans adalah ahli statistik paling kreatif dan menghibur di dunia!” Mantan CEO AOL/Time Warner Steve Case juga menyukainya, memeringkatnya dalam tiga pembicaraan paling “tak terlupakan”. Ketika TED meminta Bill Gates untuk menyusun ceramah favoritnya, dia berkata terlalu banyak untuk dipilih. Namun, favoritnya yang jelas adalah milik Rosling. Rosling berhasil karena, seperti judul presentasinya, dia menyampaikan statistik yang “membentuk kembali pandangan dunia Anda”. Dia menyampaikan informasi dengan cara yang belum pernah dilihat orang sebelumnya.

Rosling adalah profesor kesehatan di Stockholm, Swedia, tempat dia melacak tren kesehatan dan kemiskinan global. Di tangan sebagian besar peneliti, data seperti itu akan membosankan. Rosling menggunakan perangkat lunak yang dia kembangkan bersama untuk menghidupkan statistik—Gapminder. Menurut situs Gapminder sendiri, perangkat lunak tersebut “membuka keindahan statistik dengan mengubah angka-angka membosankan menjadi animasi menyenangkan yang memahami dunia.”

Tiga menit setelah presentasi Rosling, dia menampilkan slide visual dengan apa yang tampak seperti bagan yang menunjukkan kumpulan gelembung acak — beberapa kecil, yang lain jauh lebih besar daripada yang lain. Rosling menjelaskan bahwa ketika dia meminta murid-muridnya untuk mendefinisikan “dunia barat” dan “dunia ketiga”, mereka menjawab, “Dunia barat memiliki masa hidup yang lebih panjang dan keluarga kecil. Dunia ketiga adalah kehidupan yang lebih pendek dan keluarga yang lebih besar.”¹⁰ Rosling secara teatrikal menyanggah mitos tersebut.

Pada sumbu X grafik, Rosling menempatkan tingkat kesuburan (jumlah anak per wanita dengan data di setiap negara sejak tahun 1962). Pada sumbu Y ia menampilkan harapan hidup saat lahir (30 tahun di bawah sumbu, 70 di atas). Pada tahun 1962, ada sekelompok gelembung besar yang sangat jelas di dekat kiri atas, negara industri yang lebih besar dengan keluarga yang lebih kecil dan harapan hidup yang lebih tinggi. Kanan bawah juga memiliki cukup banyak gelembung besar, mewakili negara-negara berkembang dengan keluarga yang lebih besar dan umur yang lebih pendek.



4.1: Hans Rosling, salah satu pendiri dan ketua yayasan Gapminder, menyajikan data Trendalyzer. Atas kebaikan Stefan Nilsson.

Apa yang terjadi selanjutnya adalah mencengangkan, novel, dan menyenangkan untuk ditonton. Rosling menggerakkan animasi untuk menunjukkan perubahan dinamis pada dunia dari tahun 1962 hingga 2003, tahun terakhir saat data tersedia. Saat gelembung bergeser dan memantul dengan cepat di sekitar layar, Rosling menceritakan perubahan tersebut seperti seorang penyiar olahraga yang memanggil pertandingan hoki:

Ini dia. Dapatkah Anda melihat di sana? Itu Cina di sana, melawan kesehatan yang lebih baik di sana, membaik di sana. Semua negara hijau Amerika Latin bergerak menuju keluarga yang lebih kecil. Yang kuning di sini adalah negara-negara Arab, dan mereka memiliki keluarga yang lebih besar, tetapi mereka—tidak, lagi

hidup, tetapi bukan keluarga yang lebih besar. Orang Afrika adalah orang hijau di sini. Mereka masih tetap di sini. Ini India. Indonesia bergerak cukup cepat. (Tawa) Dan di tahun 80-an di sini, Anda masih melihat Bangladesh di antara negara-negara Afrika di sana. Tapi sekarang, Bangladesh—keajaiban yang terjadi di tahun 80-an: para imam mulai mempromosikan keluarga berencana. Mereka naik ke sudut itu. Dan di tahun 90-an, kita mengalami epidemi HIV yang mengerikan yang menurunkan harapan hidup negara-negara Afrika dan semuanya naik ke sudut, di mana kita memiliki umur panjang dan keluarga kecil, dan kita memiliki dunia yang benar-benar baru. 11

Rosling telah mengungkapkan dunia yang benar-benar baru dan cara yang benar-benar baru dalam memandang tren populasi global. Penontonnya tertawa, bersorak, dan, akhirnya, penasaran.

Pada tahun 2012 majalah **TIME** menyebut Rosling sebagai salah satu orang paling berpengaruh di dunia, sebagian besar berkat ledakan popularitas kuliah TED-nya, yang telah menyebar secara online untuk dilihat jutaan orang. Menurut **TIME**, Rosling adalah “seorang pria yang berada di garda depan aktivitas yang sangat penting: memajukan pemahaman publik tentang sains.”¹²

Sebagian besar ilmuwan memberikan statistik dengan presentasi yang membosankan. Rosling adalah salah satu ilmuwan pertama yang memberikan statistik kompleks yang sebenarnya ingin saya awasi terus menerus untuk waktu yang lama, apalagi 18 menit. Ide terbaik akan gagal menginspirasi audiens jika tidak dikemas secara efektif. Jangan pernah membiarkan siapa pun menyebut berbicara di depan umum sebagai “soft skill”. Seandainya Rosling gagal mengemas kontennya dengan cara baru, hard datanya tidak akan berguna.

Terkadang data yang Anda sajikan mungkin tidak mengejutkan atau sama sekali asing bagi audiens, tetapi itu tidak berarti Anda tidak dapat menyampaikannya dengan cara yang baru. Saya sedang mempersiapkan para eksekutif di SanDisk untuk hari investor tahunan mereka (SanDisk adalah pembuat memori flash terkemuka di dunia, penyimpanan yang diperlukan untuk kamera digital, pemutar MP3, iPad atau tablet, dan semakin banyak di komputer notebook Anda). Investor adalah salah satu penonton terberat. Mereka ingin mendengar angka (sebaiknya yang positif), teknis

informasi, dan strategi pertumbuhan. Mereka juga menonton banyak sekali presentasi yang sebagian besar kering, membingungkan, dan membosankan.

Dalam presentasi khusus ini, seorang wakil presiden senior ingin memulai dengan beberapa data yang tidak sepenuhnya baru bagi para analis (peningkatan penjualan kartu penyimpanan berkapasitas tinggi). Dalam hal ini dia tidak harus mengirimkan data yang sama sekali baru sebanyak dia harus menyajikannya dengan cara yang menyegarkan. Analis mengharapkan grafik kering, jadi eksekutif ini memutuskan untuk berbicara secara pribadi dan menyuntikkan emosi ke dalam pembicaraannya. Dia menjelaskan bahwa dia adalah penggemar fotografi digital dan memiliki koleksi 80.000 foto digital di rumah, hampir semuanya diambil dengan kartu SanDisk. Dia menunjukkan foto gadis-gadis usia sekolah menengahnya yang sedang berolahraga dan menjelaskan bagaimana dia tidak akan mempercayai kenangan itu selain kartu SanDisk. Ia juga senang mengambil foto lanskap panorama dan memamerkan beberapa foto yang diambilnya. Dia mengatakan kepada para analis bahwa foto panorama membutuhkan kapasitas penyimpanan 10 kali lebih banyak daripada foto tradisional, "kesempatan 10 kali lebih banyak untuk SanDisk." Sesuai sifatnya, presentasi keuangan harus menyertakan bagan, grafik, dan tabel, tetapi itu tidak berarti Anda tidak boleh menyajikan informasi dengan cara yang membuat audiens Anda keluar dari praduga mereka tentang bagaimana materi akan disajikan.

Eksekutif yang baru saja saya tampilkan menggunakan kisah-kisah yang sangat pribadi untuk menghidupkan data dan menghubungkan kisah-kisah itu kembali ke tema presentasinya. Masing-masing dari delapan orang yang berbicara pada hari itu menyusun presentasi mereka dengan cara yang sama—mengungkapkan sesuatu yang sama sekali baru yang tidak diketahui investor atau informasi familiar yang dikemas ulang dengan cara yang tidak familiar. Ketika diminta untuk menilai kualitas presentasi pada skala lima poin dari "buruk" hingga "sangat baik", hampir 100 persen responden mengatakan bahwa presentasi tersebut "sangat baik" atau "luar biasa", menjadikan acara tersebut sebagai perusahaan terbaik. pembaruan yang telah dilihat investor sepanjang tahun.

SEBUAH INTROVERT KELUAR DARI SHELLNYA

Susan Cain yang introvert keluar dari cangkangnya untuk mengajari jutaan pemirsa TED sesuatu yang baru tentang kekuatan kesendirian. TED merayakan pemikir top dunia yang memberikan presentasi tentang kehidupan mereka, namun pembicara TED

Susan Cain berpendapat bahwa “tidak ada korelasi antara menjadi pembicara terbaik dan memiliki ide terbaik.”¹³ Dengan satu pernyataan tersebut, Cain memaksa banyak hadirin hari itu untuk mempertanyakan persepsi mereka bahwa orang yang ramah, sosial, dan cerewet memiliki sudut pandang terhadap ide. . “Beberapa pemimpin transformatif kita dalam sejarah adalah introvert,” kata Cain.

Dalam masyarakat yang mendorong brainstorming, dinamika kelompok, “crowd sourcing,” dan sistem kolaboratif lainnya, Cain membuat argumen persuasif bahwa kesendirian adalah unsur penting bagi kreativitas untuk berkembang. “Semakin banyak kebebasan yang kita berikan kepada introvert untuk menjadi diri mereka sendiri, semakin besar kemungkinan mereka menemukan solusi unik mereka sendiri untuk masalah ini.”

Buku Cain, ***Quiet***, menjadi bestseller dan TED talk-nya telah dilihat lebih dari empat juta kali. “Introvert, dunia membutuhkanmu dan membutuhkan barang-barang yang kamu bawa. Jadi saya berharap yang terbaik dari semua kemungkinan perjalanan dan keberanian untuk berbicara dengan lembut.

Kain adalah pembicara publik yang sukses karena dia memaksa kita untuk memandang dunia secara berbeda. Dalam karir jurnalisme saya dan kemudian, sebagai pelatih komunikasi eksekutif, saya lupa berapa kali saya mendengar, “Topik saya membosankan,” atau, “Apa yang saya lakukan tidak begitu menarik,” atau, “Mereka tidak membayar memperhatikan presentasi saya karena mereka pernah mendengarnya sebelumnya.” Mungkin audiens Anda telah mendengar beberapa informasi sebelumnya, tetapi mereka tidak tahu apa yang Anda ketahui dan mereka mungkin telah melihat versi data atau informasi yang tidak diklik. Anda akan menarik perhatian mereka jika Anda bisa mengajarkan mereka hanya satu hal yang tidak mereka ketahui sebelumnya.

Steve Case memelopori Internet modern ketika dia ikut mendirikan AOL. Dia orang yang sangat cerdas. Dia juga sangat kaya, peringkat 258 dalam daftar orang terkaya di Amerika versi Forbes. Ketika ditanya tentang pembicaraan TED favoritnya, Case mengatakan presentasi Cain “tak terlupakan” dan masuk dalam daftar 10 teratas pribadinya. Sebagai ketua dan CEO perusahaan investasi Revolution, Case terbuka untuk wawasan baru yang akan membantunya membuat keputusan investasi yang lebih baik. “Revolusi berinvestasi pada orang dan ide yang mengubah dunia. Dibutuhkan bakat dan semangat, bukan hanya modal, untuk membangun perusahaan yang hebat.”¹⁴ Dan Cain memberi Case cara baru dalam memandang dunia.

Anda mungkin menyampaikan presentasi kepada pemodal ventura kaya atau seseorang yang Anda anggap lebih pintar dari Anda dalam bidang tertentu.

Jangan salah—semakin pintar mereka, semakin kaya mereka, semakin besar kemungkinan mereka terbujuk jika Anda memberi mereka lensa baru untuk melihat dunia.

Saya ingat berbicara dengan salah satu investor awal Google di perusahaan investasi terkenal Sequoia Capital. Dia memberi tahu saya bahwa ketika orang-orang Google, Sergey Brin dan Larry Page, masuk ke kantor, mereka menawarkan promosi satu kalimat yang mengubah perspektif investor ini. "Google menyediakan akses ke informasi dunia dalam satu klik." Kalimat sebelumnya bisa jadi merupakan 10 kata paling menguntungkan dalam sejarah perusahaan. Google bukanlah mesin pencari pertama di dunia, tetapi merupakan sistem yang lebih baik karena memberi peringkat situs berdasarkan relevansi dan bukan hanya berdasarkan istilah pencarian. Investor telah melihat sejumlah pengusaha menawarkan teknologi pencarian mereka dan setidaknya satu sedang menjajaki strategi serupa, tetapi "orang-orang Google" mempromosikan perusahaan mereka dengan lebih efektif dan memenangkan pendanaan awal yang membantu meluncurkan merek.

JELAJAHI LUAR BIDANG ANDA

Anda akan menjadi orang yang lebih menarik jika Anda tertarik untuk belajar dan berbagi ide dari bidang yang jauh berbeda dengan bidang Anda. Inovator hebat menghubungkan ide dari berbagai bidang. Ketika saya menulis ***The Apple Experience*** tentang Apple Retail Store, saya mengetahui bahwa para eksekutif Apple mengunjungi Ritz-Carlton untuk mempelajari lebih lanjut tentang layanan pelanggan. Pada gilirannya, banyak merek lain di luar teknologi telah mempelajari Apple untuk meningkatkan pengalaman pelanggan mereka sendiri. Inovator hebat menerapkan ide dari bidang selain bidang mereka sendiri.

Saya kenal seorang eksekutif dengan perusahaan hubungan masyarakat besar yang memenangkan akun besar dengan agen pembangunan kembali yang ditugaskan dengan proyek mengamankan dolar federal untuk membantu pemulihan New Orleans setelah Badai Katrina. Saya bekerja di divisi yang berbeda untuk perusahaan PR yang sama.

Sebagai mantan wakil presiden pelatihan media untuk perusahaan ini, saya mengikuti banyak pertemuan bisnis baru di mana kelompok tersebut membahas cara mempromosikan prospek.

Biasanya pertemuan ini diadakan di lingkungan yang paling tidak kreatif yang bisa dibayangkan—ruang konferensi abu-abu yang menjemukan, digelapkan sehingga semua orang bisa melihat slide PowerPoint yang kering. Namun, eksekutif yang satu ini tahu lebih baik daripada mengurung tim lapangannya di ruang konferensi selama dua hari dan berharap ide-ide kreatif muncul. Sebaliknya, dia dan timnya melakukan tur ke Lingkungan Kesembilan Bawah, daerah yang paling terpukul di New Orleans setelah badai.

Tim eksekutif sangat tersentuh oleh kemiskinan dan penderitaan yang mereka lihat, mereka memutuskan bahwa yang terbaik adalah membuang PowerPoint dan berbicara dari hati mereka. Setiap anggota tim berbicara tanpa slide dan tanpa catatan. Sebaliknya, mereka berbicara tentang apa yang telah mereka lihat dan mengapa mereka ingin berperan dalam upaya pembangunan kembali. Seolah-olah mereka memasuki lapangan dengan lumpur masih di kaki mereka. Tim ini mendapatkan akun tersebut dan, kemudian, salah satu pembuat keputusan mengatakan bahwa mereka telah memenangkan akun tersebut pada saat mereka meninggalkan ruangan.

Hanya dengan melihat dunia Anda sendiri melalui lensa baru, Anda akan dapat memberikan audiens Anda cara baru dalam memandang dunia mereka.

Catatan TED

BOMBARD OTAK DENGAN PENGALAMAN BARU. Membangun konsep baru ke dalam presentasi Anda memang membutuhkan kreativitas dan cara baru dalam memandang dunia. Salah satu teknik untuk memulai kreativitas Anda adalah merangkul pengalaman baru. Otak mengambil jalan pintas. Misinya, setelah semua, adalah untuk menghemat energi. Ahli saraf telah menemukan bahwa hanya dengan membombardir otak dengan pengalaman baru kita memaksa pikiran kita untuk melihat dunia melalui lensa baru. Itu berarti Anda harus keluar dari kantor sesekali. Alami acara, orang, dan tempat baru. Yang terpenting, gabungkan pengalaman baru tersebut ke dalam presentasi Anda.

PRESENTASI YANG BERHASIL MENGUNGKAPKAN IDE YANG ANDA MILIKI TIDAK PERNAH DIPERTIMBANGKAN

Ketika **Fast Company** menanyakan pewawancara terkenal Charlie Rose pendapatnya tentang apa yang membuat percakapan menjadi hebat, dia berkata, “Mereka membawa Anda dalam perjalanan, dalam perjalanan. Mereka menangkap Anda, dan Anda mendengar rasa ritme, dan itu berjalan dan berkembang. Pada akhirnya, itu bahkan mungkin membawa Anda ke ide yang tidak pernah Anda pertimbangkan, ke tempat yang memungkinkan Anda menemukan kembali diri Anda atau ~~bisnis~~ Anda.”¹⁵ Percakapan atau presentasi yang hebat **membawa Anda ke ide yang tidak pernah Anda pertimbangkan.**

Iklim media sosial saat ini adalah hiruk-pikuk ide, kebanyakan yang klise, basi, basi, dan digunakan secara berlebihan. Berapa kali Anda mendengar seorang atlet atau CEO berkata, "Tidak ada **saya** dalam tim." Berapa kali Anda mendengar seorang konsultan menyarankan, "Pemimpin hebat mendengarkan." Berapa kali Anda mendengar konselor pernikahan merekomendasikan komunikasi yang lebih baik sebagai rahasia pernikahan yang langgeng dan bahagia? Semua pengamatan ini ada benarnya, tetapi ketika Anda mendengar peringatan dikemas dan disampaikan dengan cara yang sama berkali-kali, mereka kehilangan kekuatannya. Mereka kehilangan kemampuan untuk membuat Anda berpikir secara berbeda. Mereka kehilangan kemampuan untuk menginspirasi. Saat konselor pernikahan John Gray menulis ***Men Are from Mars, Women Are from Venus***, itu membuat Anda berpikir. Itu menarik. Itu berisi beberapa informasi lama dan beberapa baru, dikemas sedemikian rupa sehingga membuat kontennya segar dan baru. Itu juga menyelamatkan banyak pernikahan, tetapi itu tidak akan memiliki peluang jika tidak luar biasa.

APAKAH ANDA LUAR BIASA?

Seth Godin adalah seorang blogger dan pemasar populer yang berkarir dengan menyampaikan ide-ide cerdas secara berbeda. Dia memberi tahu hadirin TED pada Februari 2003 bahwa dalam masyarakat dengan terlalu banyak pilihan dan terlalu sedikit waktu, kecenderungan alami kita adalah mengabaikan sebagian besar dari itu.

Perumpamaan saya di sini adalah Anda sedang mengemudi di jalan dan Anda melihat seekor sapi, dan Anda terus mengemudi karena Anda pernah melihat sapi sebelumnya. Sapi tidak terlihat. Sapi itu membosankan. Siapa yang akan berhenti dan menepi dan berkata —oh, lihat, seekor sapi. Bukan siapa-siapa. Tetapi jika sapi itu berwarna ungu, Anda akan melihatnya sebentar. Maksud saya, jika semua sapi berwarna ungu, Anda juga akan bosan dengan itu. Hal yang akan memutuskan apa yang dibicarakan, apa yang dilakukan, apa yang diubah, apa yang dibeli, apa yang dibangun, adalah: apakah ini luar biasa? Dan "luar biasa" adalah kata yang sangat keren karena menurut kami itu hanya berarti rapi, tetapi juga berarti — layak untuk dikomentari.¹⁶

Seth Godin kemudian menerbitkan buku berjudul ***Purple Cow*** di tahun yang sama dengan TED talk-nya. Maksud Godin—salah satu yang dia kuasai sendiri—adalah menyampaikan informasi lelah yang sama dengan cara membosankan yang sama seperti orang lain akan gagal membuat Anda diperhatikan. Anda akan memiliki sapi coklat, bukan a

yang ungu. Berikan sedikit putaran berbeda pada konten Anda, berikan "pengait" seperti yang kami sebut dalam jurnalisme, dan pendengar Anda akan jauh lebih mudah menerima pesan Anda.

Otak hanyalah "sepotong daging yang malas", menurut ahli saraf Gregory Berns. Untuk memaksa otak melihat sesuatu secara berbeda, Anda harus menemukan cara baru dan baru untuk membantu otak **memahami** informasi secara berbeda. "Otak harus dilengkapi dengan sesuatu yang belum pernah diproses sebelumnya untuk memaksanya keluar dari persepsi yang dapat diprediksi."¹⁷

Rasa haus akan pengetahuan, keinginan untuk memaksa otak keluar dari "persepsi yang dapat diprediksi", itulah sebabnya Edi Rama memikat penonton TEDx dengan solusinya untuk memberantas korupsi dan mengurangi kejahatan di negara asalnya, Albania. Selama sekitar satu dekade, Rama menjadi walikota Tirana, ibu kota negara kecil itu.

Tirana pernah dianggap sebagai salah satu kota paling korup di dunia. Itu adalah kota lumpur, sampah, bangunan terlantar, dan abu-abu... banyak sekali abu-abu. Itu adalah tempat yang menyedihkan dan melemahkan semangat. Pada tahun 2000, Rama menerapkan serangkaian reformasi yang meliputi penghancuran bangunan tua dan, yang paling mencolok, mengecat bagian luar bangunan Tirana dengan warna-warna cerah. Dia memperlakukan bagian luar bangunan kota sebagai kanvasnya dan, karena dia pernah menjadi pelukis sebelum menjadi politikus, dia tahu sedikit tentang seni.

"Dalam beberapa minggu setelah terpilih menjadi Balai Kota pada tahun 2000, Rama mulai mempekerjakan pelukis untuk melapisi fasad Tirana yang abu-abu dan menemukannya dengan warna yang mempesona, mengingatkan pada Marseilles atau Mexico City. Saat ini bagian dari Tirana, sebuah kota berpenduduk sekitar 650.000 orang, menyerupai lukisan Mondrian, warna biru, kuning, dan merah jambu merupakan jeda yang menghancurkan dari isolasi suram Albania selama 45 tahun di bawah kediktatoran komunis."¹⁸

Saat abu-abu berganti warna, kejahatan turun dan taman bermunculan. Orang-orang merasa lebih aman dan lebih bangga dengan kota mereka. Rama berjalan menyusuri jalan yang baru diwarnai suatu hari dan bertemu dengan seorang penjaga toko yang sedang merobohkan daun jendela tua dari jendelanya dan memasang fasad kaca.

"Mengapa kamu membuang daun jendelanya?" Saya bertanya kepadanya.

“Yah, karena jalanan sekarang lebih aman,” jawabnya.

“Lebih aman? Mengapa? Mereka telah menempatkan lebih banyak polisi di sini?”

“Ayo, bung! Polisi apa? Anda bisa melihatnya sendiri. Ada warna, lampu jalan, trotoar baru tanpa lubang, pepohonan. Jadi itu indah; itu aman.”

Kecintaan Rama pada seni, bersama dengan keingintahuannya yang alami, memungkinkannya untuk memecahkan masalah yang menurut kebanyakan orang tidak akan pernah bisa diselesaikan. Rama melakukan tepat seperti yang disarankan Gregory Berns—dia mempersepsikan informasi itu secara berbeda.

Penonton dari jenis apa pun, berbicara dalam bahasa apa pun, senang mendengar tentang cara-cara baru dan baru untuk memecahkan masalah. Lagipula, kita siap untuk itu!

Beberapa pembicara mengambil sikap mengalah. Mereka tidak berpikir bahwa mereka memiliki sesuatu yang baru untuk diajarkan kepada orang-orang. Tentu saja. Kita semua melakukannya. Kita semua memiliki cerita unik untuk diceritakan. Anda mungkin tidak memiliki pengalaman yang sama dengan para pembicara di bab ini, tetapi Anda memiliki cerita yang sama menarik dan berharganya dalam perjalanan penemuan Anda. Perhatikan kisah hidup Anda. Jika mereka mengajari Anda sesuatu yang baru dan berharga, ada kemungkinan besar orang lain ingin mendengarnya.

Seks Menjual, Bahkan di TED

TEDsters memiliki hasrat yang besar akan pengetahuan dalam berbagai kategori. Seks tidak terkecuali. Beberapa pembicara telah mengajukan jawaban yang menarik—atau setidaknya menjanjikan jawaban—untuk topik yang intim.

Pada Februari 2009, jurnalis sains Mary Roach mengungkapkan "10 Hal yang Tidak Anda Ketahui tentang Orgasme" dan ditonton lebih dari tiga juta kali.

Helen Fisher menarik 2,5 juta penayangan dengan presentasinya “Mengapa Kami Mencintai, Mengapa Kami Menipu.” Di TEDMED pada April 2012, Diane Kelly mengungkapkan apa yang tidak diketahui orang tentang organ intim pria. Jenny McCarthy berbicara tentang apa yang tidak kita ketahui tentang pernikahan, dan Amy Lockwood mendidik audiens TED tentang apa yang tidak kita ketahui tentang membagikan kondom untuk mengurangi HIV di Afrika. Tampaknya ketika berbicara tentang seks, orang lebih ingin tahu tentang apa yang tidak mereka ketahui daripada tentang apa

TED MEMBERIKAN OBAT ANDA LATIHAN YANG KONSTAN

James Flynn, profesor studi politik di Universitas Otago di Selandia Baru, percaya bahwa populasi dunia semakin pintar, dan tidak hanya sedikit lebih pintar, tetapi jauh lebih pintar. Teorinya diterima secara luas di kalangan akademisi, sehingga dinamai "Efek Flynn". Flynn sendiri menggambarkan seperti ini: "Jika Anda membandingkan orang-orang saat ini yang berusia delapan belas tahun dengan orang-orang yang berusia delapan belas tahun sepuluh, dua puluh, tiga puluh, empat puluh, lima puluh tahun yang lalu, anak-anak berusia delapan belas tahun saat ini akan mendapatkan skor yang jauh lebih tinggi. Tes IQ."19

Flynn menemukan bahwa skor IQ meningkat untuk setiap generasi, tidak hanya di beberapa tempat tetapi di semua negara di mana data IQ tersedia. Pembahasan tentang Efek Flynn tidak selalu terfokus pada temuan, tetapi pada **alasan** di baliknya. Jawaban yang paling logis dan diterima tampaknya adalah akses pendidikan yang lebih besar. Orang-orang di sebagian besar negara menghabiskan lebih banyak waktu untuk belajar, di lingkungan pendidikan formal dan online, melalui situs seperti [TED.com](https://www.ted.com). Menurut sebuah artikel di *The New York Times*, "Flynn berpendapat bahwa IQ meningkat karena dalam masyarakat industri kita memberi otak kita latihan mental terus-menerus yang membangun apa yang kita sebut urat otak kita."20

Kesuksesan TED mungkin sebagian bergantung pada pertumbuhan IQ kita dan fakta bahwa orang-orang mendambakan latihan mental. [TED.com](https://www.ted.com) video telah dilihat lebih dari satu miliar kali. Jumlah penayangan yang luar biasa jika Anda mempertimbangkan fakta bahwa video berdurasi 18 menit itu pada dasarnya adalah presentasi. Pikirkan tentang sebagian besar presentasi bisnis yang Anda lihat—apakah itu menginspirasi? Menarik? Membuat penasaran? Itu tidak mungkin. Para pembicara belum belajar **Talk Like TED**. Mereka belum belajar bahwa otak menyukai hal-hal baru atau cara menyampaikannya.

"Apa yang TED rayakan adalah karunia imajinasi manusia."

—Sir Ken Robinson, TED 2006

HEADLINE RAMAH-TWITTER

Pada Juli 2009, penulis laris **Drive**, Dan Pink, memecahkan teka-teki motivasi dalam presentasi TED yang telah ditonton lebih dari lima juta kali. Ketika saya meminta Pink untuk mendeskripsikan ceramahnya, dia melakukannya dalam satu kalimat: "Serangkaian motivator yang kita andalkan tidak bekerja sebaik yang kita pikirkan." Kalimat sebelumnya terdiri dari 74 karakter, dengan mudah menyesuaikan dengan batasan posting Twitter, yang memiliki jumlah karakter maksimum 140.

Jika Anda tidak dapat menjelaskan ide besar Anda dalam 140 karakter atau kurang, teruskan kerjakan pesan Anda. Disiplin memberikan kejelasan pada presentasi Anda dan membantu audiens Anda mengingat satu ide besar yang Anda coba ajarkan kepada mereka.

Sebelum menjadi penulis dan pembicara publik, Pink menghabiskan karirnya sebagai penulis pidato, memikirkan kata-kata dan menyusun kata-kata untuk para pemimpin politik.

"Sebelum presentasi, saya bertanya pada diri sendiri, 'Apa satu hal yang saya ingin orang ambil?' Setelah seseorang mendengarkan presentasi Anda, ujian sesungguhnya adalah ketika mereka pergi dan seseorang bertanya, 'Apa yang dibicarakan orang itu?' Saya ingin menjadi cukup baik sehingga mereka memiliki jawaban yang jelas untuk pertanyaan itu."²¹ Jawabannya, kata Pink, bukanlah akumulasi dari hal-hal kecil, tetapi satu gagasan besar. "Eksekutif dan pakar cenderung tersesat di rumput liar dan tidak selalu dapat melihat sesuatu dengan pikiran pemula dan dari sudut pandang penonton."

Tidak mudah tersesat di rerumputan dalam 140 karakter.

Langkah pertama untuk memberikan presentasi yang layak TED adalah bertanya pada diri sendiri, **Apa satu hal yang saya ingin audiens saya ketahui?** Pastikan itu mudah masuk ke dalam posting Twitter, yang saya sebut sebagai "Judul ramah Twitter".

Hebatnya, setelah meninjau topik dari setiap lebih dari 1.500 presentasi TED yang tersedia untuk umum di [TED.com](https://www.ted.com), Saya tidak dapat menemukan satu pun—tidak satu pun—yang lebih dari 140 karakter. Dan salah satu judul terpanjang, "Tiga prediksi tentang masa depan Iran, dan matematika untuk mendukungnya" (67 karakter), mengandung elemen retorik yang membuatnya mudah diingat—aturan tiga (lihat bab 7).

Berikut adalah beberapa contoh topik dari presentasi yang paling banyak dilihat di [TED.com](https://www.ted.com). Perhatikan bagaimana masing-masing berjanji untuk mengajarkan Anda sesuatu yang baru.

- “Sekolah Membunuh Kreativitas” (Sir Ken Robinson)
- “Bagaimana Pemimpin Hebat Menginspirasi Tindakan” (Simon Sinek)
- “Jenius Kreatif Anda yang Sulit Dipahami” (Elizabeth Gilbert)
- “Ilmu Kebahagiaan yang Mengejutkan” (Dan Gilbert)
- “Kekuatan Introvert” (Susan Cain)
- “8 Rahasia Sukses” (Richard St. John)
- “Cara Hidup Sebelum Anda Mati” (Steve Jobs)

Judul utama Twitter berfungsi karena dua alasan: (1) ini adalah disiplin yang hebat, memaksa Anda untuk mengidentifikasi dan mengklarifikasi satu pesan utama yang Anda ingin audiens Anda ingat dan (2) memudahkan audiens Anda untuk memproses konten.

Penelitian kognitif telah menunjukkan bahwa otak kita perlu melihat gambaran besar sebelum detail. John Medina pernah menjelaskannya kepada saya seperti ini: “Carmine, ketika manusia primitif berpapasan dengan seekor harimau, dia tidak bertanya, 'Berapa banyak gigi yang dimiliki harimau itu?' Dia bertanya, 'Apakah dia akan memakan saya?'"²² Audiens Anda perlu melihat gambaran besarnya sebelum mempelajari detailnya. Jika Anda tidak dapat menjelaskan produk atau ide Anda dalam 140 karakter, teruslah bekerja sampai Anda bisa.

“Ide-ide luar biasa datang dari setiap bidang pengetahuan,”²³ menurut kurator TED Chris Anderson.

“Seringkali masuk akal untuk keluar dari parit-parit yang dalam yang kita habiskan untuk menggali kehidupan kerja kita, untuk melangkah keluar dan melihat gambaran besar dan bagaimana parit-parit itu saling berhubungan. Ini sangat menginspirasi.”

Anda mungkin memiliki salah satu dari ide-ide luar biasa ini, tetapi sangat penting bagi Anda untuk menunjukkan gambaran besarnya kepada audiens Anda, “bagaimana parit-parit itu saling berhubungan.”

Catatan TED

BUAT UTAMA YANG RAMAH DENGAN TWITTER. Saat Anda membuat presentasi berikutnya, tanyakan pada diri sendiri, “Apa satu hal yang saya ingin audiens saya ketahui tentang perusahaan, produk, layanan, atau ide saya?” Ingatlah untuk membuat judul Anda spesifik dan jelas.

Seringkali klien saya membuat apa yang benar-benar merupakan tagline daripada judul, tetapi masih tidak memberi tahu saya satu hal yang perlu saya ketahui. Dari judul yang dibuat dengan baik, saya harus dapat mengidentifikasi apa produk, layanan, atau penyebab serta apa yang membuatnya berbeda atau unik. Pastikan judul Anda sesuai dengan batas 140 karakter dari postingan Twitter. Ini bukan hanya latihan yang bagus; itu penting untuk pemasaran. Twitter adalah platform yang sangat kuat bagi pemasar sehingga sangat penting untuk membuat deskripsi 'yang dapat di-tweet' yang dapat dengan mudah diingat dan dibagikan di jejaring sosial.

KAMI KECANDUAN EKSPLORASI

Ben Saunders "menyeret barang berat di sekitar tempat dingin," menurut profil Twitter-nya.

Dia adalah orang termuda yang bermain ski solo ke Kutub Utara.

Saunders adalah seorang petualang, seorang penjelajah Arktik. Selama 10 minggu dia menyeret 400 pon makanan, perbekalan, dan komputer untuk blogging. Bukan hal yang aneh jika suhu turun hingga 50 derajat di bawah nol. Kadang-kadang, Saunders adalah satu-satunya manusia dalam jarak lima juta mil persegi.

Mengapa dia melakukannya? Ada sedikit keuntungan. Tidak ada peta yang harus digambar, tidak ada sumber emas atau batu bara, tidak ada makanan yang bisa ditemukan. Eksplorasi memberi makan kecanduannya. "Saya pikir ekspedisi kutub mungkin tidak terlalu jauh dari kebiasaan retak,"²⁴ Saunders mengatakan kepada hadirin TED di London. "Dalam pengalaman saya, ada sesuatu yang membuat ketagihan tentang mencicipi kehidupan di ujung yang mungkin secara manusiawi."

Perlu diingat bahwa audiens Anda terdiri dari orang-orang yang secara alami tertarik untuk menjelajah. Menurut Saunders, orang tidak hanya ingin melihat dan bertanya-tanya. Mereka ingin "mengalami, terlibat, berusaha ... di situlah daging kehidupan yang sebenarnya dapat ditemukan."

Saunders menyarankan bahwa inspirasi dan pertumbuhan berasal dari "menjauh dari apa yang nyaman... Dalam hidup, kita semua memiliki prahara untuk dikendarai dan tiang untuk dilalui, dan saya pikir berbicara secara metaforis, setidaknya, kita semua bisa mendapat manfaat dari keluar rumah lebih sering, jika saja kita bisa mengumpulkan keberanian.

[TED.com](https://www.ted.com) video memungkinkan Anda secara metaforis untuk "keluar dari rumah" dan melakukan perjalanan penjelajahan ini dengan pemikir top dunia. Buka pintunya. Lihatlah ke luar. Anda akan menemukan dunia yang luar biasa

presentasi yang akan membantu Anda meningkatkan keterampilan berbicara di depan umum dan memberi Anda alat untuk menjadi orang yang lebih sukses dalam peran apa pun dalam hidup Anda.

Rahasia #4: Ajari Aku Sesuatu yang Baru

Mengungkapkan informasi yang benar-benar baru bagi audiens Anda, dikemas secara berbeda, atau menawarkan cara baru dan segar untuk memecahkan masalah lama.

Pembicara dan desainer TEDx Oliver Uberti pernah berkata, “Setiap pahlawan super memiliki kisah asal. Begitu juga Anda. Jangan mengikuti milik orang lain. Ciptakan mahakarya Anda sendiri.” Saya menemukan bahwa kebanyakan komunikator jauh lebih kreatif daripada yang mereka hargai. Ketika mereka didorong untuk melepaskan kreativitas mereka dan mengambil pendekatan inovatif untuk mempresentasikan ide-ide mereka, mereka menghadapi tantangan tersebut.

Berikan Momen Menakjubkan

Anda tidak boleh hanya berlari keluar seperti biasa.

—PERINTAH TED

NBC NEWS ANCHOR BRIAN WILLIAMS meliput perang, politik, dan ekonomi. Dia tidak meliput presentasi. Kenapa harus dia? Ada jutaan PowerPoint yang dikirimkan setiap hari, jadi presentasi, bahkan yang diberikan oleh CEO dan pemimpin terkenal lainnya, tidak memenuhi syarat sebagai "berita terkini". Williams membuat pengecualian untuk miliarder Bill Gates, yang berbicara di TED pada Februari 2009.

Gates ingin memecahkan masalah besar terkait kemiskinan global dan kematian anak. Dia tidak bisa melakukannya sendirian. Dia perlu melibatkan penonton. Ingat, otak tidak memperhatikan hal-hal yang membosankan. Gates mengetahui hal ini, jadi dia membuat hook unik untuk menarik perhatian audiensnya. Itu mengejutkan Williams juga. Menurut Brian Williams malam itu:

Bill Gates, miliuner pendiri Microsoft, ingin menyampaikan maksudnya ketika dia muncul di konferensi beberapa pemimpin terbesar industri teknologi. Saat di atas panggung, dia membuka toples kaca dan berkata, "Malaria disebarkan oleh nyamuk. Saya membawa beberapa di sini. Aku akan membiarkan mereka berkeliaran. Tidak ada alasan hanya orang miskin yang harus terinfeksi."

Kami diberi tahu bahwa penonton hanya duduk terpaku, seperti yang akan terjadi pada kami semua.

Beberapa saat kemudian dia melepaskan mereka, memberi tahu penonton bahwa nyamuk yang dia bawa bebas malaria, tetapi dia melakukannya untuk membuktikan poin dan poin diambil. Gates dan istrinya Melinda telah mendedikasikan hidup dan kekayaan mereka untuk banyak tujuan amal yang berbeda... terma

pemberantasan malaria di negara-negara miskin di Afrika dan Asia dimana terdapat hingga 500 juta kasus baru setiap tahunnya.¹

Saya tahu ini mungkin mengejutkan, tetapi laporan berita televisi sering salah. Mereka melakukannya di karya Williams. Gates tidak mengatakan bahwa tidak ada alasan mengapa hanya orang miskin yang terinfeksi. Dia berkata, “Malaria, tentu saja, ditularkan oleh nyamuk. Saya membawa beberapa di sini, supaya Anda bisa mengalami ini. Kami akan membiarkan mereka berkeliaran di sekitar auditorium sedikit. Tidak ada alasan hanya orang miskin yang memiliki pengalaman.”² Juga, penonton tidak duduk dalam “keheningan tertegun.” Mereka tertawa terbahak-bahak, bersorak, dan bertepuk tangan. Gates secara efektif menunjukkan:

Rahasia #5: Berikan Momen Menakjubkan

Momen mencengangkan dalam sebuah presentasi adalah ketika presenter menyampaikan momen yang mengejutkan, mengesankan, atau mengejutkan yang begitu mengharukan dan berkesan, menarik perhatian pendengar dan diingat lama setelah presentasi selesai.



5.1: Bill Gates melepaskan nyamuk selama presentasi TED 2009-nya. Atas perkenan James Duncan Davidson/TED (<http://duncandavidson.com>).

Mengapa ini berhasil: Saat-saat mencengangkan menciptakan apa yang oleh ahli saraf disebut sebagai peristiwa yang bermuatan emosional, keadaan emosi yang meningkat yang membuat audiens Anda lebih mungkin mengingat pesan Anda dan menindaklanjutinya.

* * *

GATES TIDAK FLIPPANT SAMA SEKALI. Beberapa kalimat sebelumnya, Gates berbicara tentang berapa banyak nyawa anak yang terselamatkan karena obat dan vaksin yang lebih baik. "Masing-masing nyawa itu sangat berarti," katanya. Dia menyampaikan presentasi empati, mengatakan bahwa jutaan orang meninggal karena malaria setiap tahun. Gates menggunakan humor dan momen mengejutkan untuk menyampaikan maksud utamanya.

Seorang blogger teknologi populer menulis tajuk utama, "GATES UNLEASHES SWARM OF NYAMUK ON CROWD." Yah, itu bukan "kawanan" nyamuk (guci kecil hanya berisi beberapa).

Terlepas dari itu, presentasi tersebut menjadi viral. Pencarian Google menghasilkan 500.000 tautan ke acara tersebut. Video asli di [TED.com](https://www.ted.com) situs telah menarik 2,5 juta tampilan, dan itu tidak termasuk situs Web lain yang tertaut ke sana.

Pengusaha dan CEO Path Dave Morin adalah orang pertama yang mengumumkannya di Twitter: "Bill Gates baru saja melepaskan nyamuk ke penonton di TED dan berkata: 'Tidak hanya orang miskin yang harus mengalami ini.'" Pendiri eBay Pierre Omidyar tweeted: "Itu dia, Aku tidak duduk di depan lagi." Momen yang tak terlupakan dibagikan, menyebarkan pesan lebih jauh daripada audiens langsungnya, seringkali di seluruh dunia.

Gates berbicara selama 18 menit. Nyamuk menghabiskan kurang dari 5 persen dari total waktu bicaranya, namun saat ini momen nyamuk adalah bagian dari presentasi yang paling diingat orang. Sebagian besar momen pendingin air berlangsung selama yang diperlukan untuk minum air sebelum kembali ke kantor Anda. Momen pendingin air Gates masih diperhatikan, didiskusikan, dan dibagikan lima tahun kemudian.

Dalam jurnalisme, kami menyebut kutu nyamuk sebagai "pengait". Ini adalah momen yang luar biasa, penghenti pertunjukan, perangkat retorik yang menarik perhatian dan membujuk Anda

Anda untuk membaca atau berbagi cerita (“Anda harus melihat Bill Gates melepaskan nyamuk,” Anda dapat memberi tahu seorang teman saat Anda mengirim tautan melalui email).

Saya tidak menyarankan Anda membawa sebotol nyamuk ke presentasi Anda berikutnya, tetapi saya menyarankan agar Anda memikirkan konten Anda dan mengidentifikasi poin paling penting yang perlu Anda buat. Kemudian temukan cara baru dan berkesan untuk mengkomunikasikan pesan-pesan itu. Terkadang Anda perlu mengejutkan audiens untuk membuat mereka peduli.

Apa hal pertama yang harus Anda lakukan saat membuat presentasi PowerPoint? Jika Anda seperti kebanyakan orang, Anda akan berkata, “Buka PowerPoint.”

Jawaban yang salah. Anda harus merencanakan ceritanya terlebih dahulu. Sama seperti sutradara film membuat papan cerita adegan sebelum mulai merekam, Anda harus membuat cerita sebelum membuka alat. Anda akan memiliki banyak waktu untuk mendesain slide yang cantik setelah ceritanya selesai, tetapi jika ceritanya membosankan, Anda kehilangan audiens sebelum Anda mengucapkan sepatah kata pun.

Saya suka memanfaatkan beberapa indra saat merencanakan cerita—melihat, menyentuh, merasakan. Berdirilah dan pergilah ke papan tulis, ambil pulpen atau buku catatan berwarna kuning, gunakan aplikasi menggambar di tablet, atau bahkan berpikir sambil berjalan—apa saja yang melibatkan beberapa area di otak Anda. Yang terpenting, terlepas dari perangkat lunak yang Anda gunakan (PowerPoint, Keynote, Prezi, dll.), jangan membuka perangkat lunak sebagai langkah pertama Anda. Presentasi Anda akan menjadi tidak menarik dan tidak terinspirasi jika Anda melakukannya.

PowerPoint mendapat rap yang buruk, tapi itu bukan alat yang buruk. Itu bisa—dan sedang—sering digunakan untuk membuat presentasi yang menakjubkan. Namun jika Anda tidak memiliki cerita sejak awal, slide cantik Anda tidak akan menjadi masalah. Setiap cerita, film, atau presentasi yang berkesan memiliki satu adegan atau satu peristiwa yang diingat semua orang karena sangat berdampak. Ini adalah perangkat psikologis yang sangat terkenal, para peneliti memiliki istilah untuk itu.

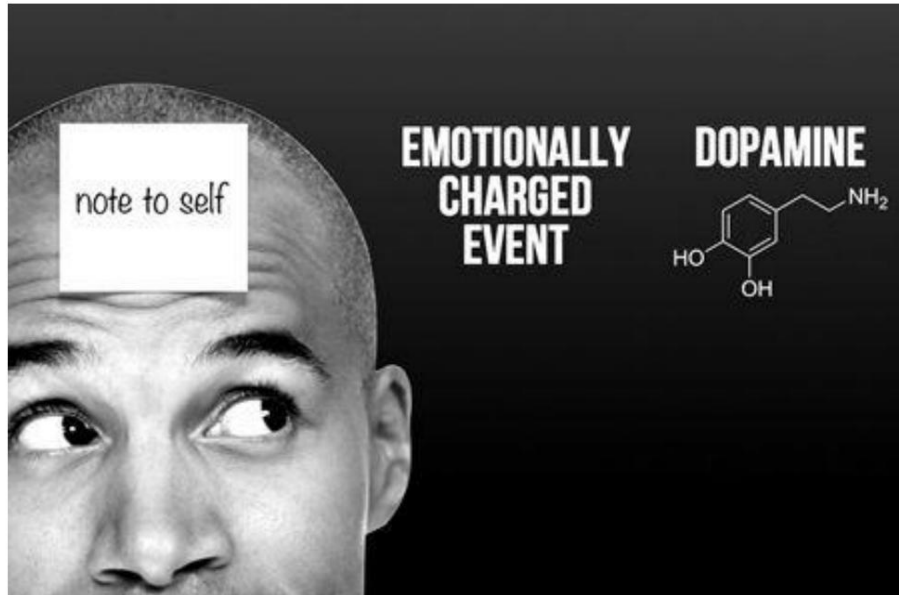
LEPASKAN ACARA BERISI EMOSIONAL

Ketika Gates melepaskan “kawanannya” nyamuknya, dia memikat pendengarnya justru karena itu mengejutkan, tidak terduga, dan berbeda. Itu apa

peneliti otak menyebut "peristiwa yang bermuatan emosional". Seperti halnya setiap teknik dalam buku ini, teknik ini berhasil karena otak Anda terhubung dengannya.

"Peristiwa yang bermuatan emosi (biasanya disebut ECS, kependekan dari stimulus kompeten emosional) adalah jenis stimulus eksternal dengan proses terbaik yang pernah diukur,"³ kata ilmuwan molekuler John Medina. "Peristiwa yang bermuatan emosional bertahan lebih lama dalam ingatan kita dan diingat dengan lebih akurat daripada ingatan netral."

Medina mengatakan itu semua berkaitan dengan amigdala, yang terletak di korteks prefrontal. "Amigdala penuh dengan neurotransmitter dopamin, dan menggunakan dopamin seperti asisten kantor menggunakan catatan Post-it. Saat otak mendeteksi peristiwa yang bermuatan emosi, amigdala melepaskan dopamin ke dalam sistem. Karena dopamin sangat membantu pemrosesan memori dan informasi, bisa dibayangkan catatan Post-it berbunyi 'Ingat Ini!' Membuat otak menaruh catatan Post-it kimiawi pada sepotong informasi tertentu berarti informasi itu akan diproses dengan lebih kuat."⁴



5.2: Ilustrasi pengaruh dopamin pada otak. Dibuat oleh Empowered Presentations @empoweredpres.

Anda lebih cenderung mengingat peristiwa yang membangkitkan emosi Anda daripada peristiwa yang menimbulkan respons netral. Beberapa ilmuwan menyebut peristiwa seperti itu sebagai "kenangan lampu kilat". Ternyata, ada alasan mengapa Anda ingat di mana Anda berada pada 11 September 2001, tetapi Anda lupa di mana Anda meletakkan kunci Anda pagi ini. Dan memahami perbedaannya dapat membantu Anda membuat presentasi yang lebih mengesankan dan "mengejutkan".

MENINGAT 9/11 DAN LUPA KUNCI ANDA

Saat Anda mengalami peristiwa yang bermuatan emosional (terkejut, terkejut, takut, sedih, gembira, heran), hal itu memengaruhi seberapa jelas Anda mengingat peristiwa tersebut. Anda mungkin dapat mengingat tidak hanya **di mana** Anda berada pada 11 September 2001, ketika teroris membajak pesawat dan menerbangkannya ke World Trade Center, tetapi Anda juga mengingat dengan jelas **apa** yang Anda lakukan, dan dengan **siapa** Anda, ekspresi wajah mereka, apa yang mungkin mereka katakan, dan hal-hal kecil lainnya di lingkungan Anda yang tidak akan Anda perhatikan. Orang-orang mengingat peristiwa yang hidup; mereka melupakan hal-hal duniawi.

Profesor psikologi University of Toronto Rebecca Todd menemukan bahwa seberapa jelas seseorang mengalami suatu peristiwa memengaruhi seberapa mudah dia dapat mengingat peristiwa atau informasi itu nanti. Todd menerbitkan penelitiannya di ***Journal of Neuroscience***. "Kami telah menemukan bahwa kami melihat hal-hal yang membangkitkan emosi dengan lebih jelas daripada hal-hal yang lebih biasa," kata Todd. "Apakah itu positif—misalnya, ciuman pertama, kelahiran anak, memenangkan penghargaan—atau negatif, seperti peristiwa traumatis, putus cinta, atau momen masa kecil yang menyakitkan dan memalukan yang kita semua bawa bersama kita, efeknya adalah sama. Terlebih lagi, kami menemukan bahwa seberapa jelas kita melihat sesuatu pada awalnya memprediksi seberapa jelas kita akan mengingatnya nanti. Kami menyebutnya 'kejelasan yang ditingkatkan secara emosional' dan itu seperti kilatan bola lampu yang menerangi suatu peristiwa saat ditangkap untuk memori.

Todd dan rekan-rekannya menemukan bahwa bagian otak yang bertanggung jawab untuk menandai kenangan, amigdala, paling aktif saat mengalami peristiwa yang "jelas". Para peneliti menunjukkan kepada para peserta foto-foto yang "membangkitkan emosi dan negatif" seperti adegan hiu membawa mereka

gigi, "membangkitkan secara emosional dan positif" seperti erotika ringan, dan "adegan netral" seperti orang berdiri di eskalator. Para peneliti kemudian melakukan dua studi berbeda untuk mengukur seberapa banyak detail yang diingat para peserta. Satu studi dilakukan 45 menit setelah mereka melihat foto dan studi lanjutan dilakukan satu minggu kemudian. "Kedua studi menemukan bahwa gambar yang dinilai lebih tinggi dalam kejernihan yang ditingkatkan secara emosional diingat dengan lebih jelas," kata Todd.

"Mengapa penonton mengingat Bill Gates melepaskan nyamuk?" Saya bertanya kepada Todd dalam sebuah wawancara untuk buku ini.

"Itu berkesan justru karena membangkitkan emosi, baik itu menyenangkan atau tidak menyenangkan,"⁶ katanya. —

"Di otak saat Anda terangsang secara emosional, Anda menghasilkan tingkat norepinefrin yang lebih tinggi serta hormon stres. Kami telah mengetahui selama beberapa waktu bahwa gairah emosional meningkatkan daya ingat. Studi kami adalah yang pertama menunjukkan efek lain dari gairah emosional adalah bahwa Anda benar-benar merasakan peristiwa lebih jelas pada saat itu terjadi, dan itu juga meningkatkan kemungkinan Anda akan mengingatnya. Nyamuk-nyamuk Bill Gates pasti menimbulkan keterkejutan dan ketakutan di antara hadirin karena mereka tidak tahu bahwa nyamuk tidak membawa malaria. Kejutan dan ketakutan adalah emosi yang membangkitkan gairah tinggi."

Todd menemukan bahwa kita sebenarnya menyandikan peristiwa penting dengan cara yang jauh lebih kaya daripada peristiwa biasa. "Seolah-olah peristiwa itu dibakar dengan lebih jelas ke dalam kesadaran perseptual kita," katanya kepada saya. "Sebagian alasannya adalah bahwa amigdala, wilayah otak yang merupakan kunci untuk menandai kepentingan emosional suatu hal, berbicara dengan korteks visual—bagian otak yang memungkinkan penglihatan—dan meningkatkan aktivitasnya sehingga kita benar-benar memahami peristiwa itu dengan lebih aktif."

"Intinya—apa yang diajarkan penelitian Anda kepada orang-orang yang menyampaikan presentasi atau mengomunikasikan informasi yang perlu diingat dan diingat kembali?" tanyaku pada Todd.

“Jika Anda terhubung dengan respons emosional audiens, maka mereka akan memahami informasi dengan lebih jelas, tidak terlalu terganggu, dan cenderung akan mengingatnya. Gunakan contoh yang sangat konkret dan bermakna untuk mengilustrasikan poin abstrak. Gunakan gambar dengan terampil, apakah itu indah, mengejutkan, atau menjijikkan.”

Otak tidak dimaksudkan untuk memproses konsep-konsep abstrak. Sebelumnya saya bercerita tentang pengalaman saya mempersiapkan para eksekutif di Toshiba America Medical Systems untuk menghadirkan mesin CT scan otak baru. Mereka memberi tahu saya bahwa mesin itu adalah "CT volume tinggi dinamis pertama yang menggunakan 320 baris detektor beresolusi sangat tinggi untuk mencitrakan seluruh organ dalam satu rotasi gantry." Saya mengatakan kepada mereka bahwa itu terlalu abstrak. "Bisakah kamu membuatnya konkret? Mengapa saya harus peduli?" Mereka berkata, "Jika Anda masuk rumah sakit karena menderita stroke atau serangan jantung, dokter akan dapat membuat diagnosis yang jauh lebih akurat dalam waktu yang jauh lebih singkat dan itu dapat menyelamatkan hidup Anda. Mari kita begini: produk kami dapat berarti perbedaan antara pulang ke rumah dan menjalani kehidupan yang utuh atau tidak pernah mengenali keluarga Anda lagi."

Pesan yang paling jelas membutuhkan penjelasan yang spesifik dan nyata. Anda tidak dapat "memukau" audiens Anda jika mereka tidak memahami Anda.

PRESENTASI TERBAIK

Ingat neuroanatomist Dr. Jill, yang pembicaraan TED-nya telah ditonton lebih dari 10 juta kali. Itu juga yang paling menjijikkan. Jika perut Anda lemah, Anda mungkin ingin menghindari menonton presentasi Dr. Jill. Jika Anda cukup berani, Anda akan melihat otak manusia asli dengan sumsum tulang belakang 17 inci terpasang.

Dua menit setelah presentasi Dr. Jill, dia berkata, "Jika Anda pernah melihat otak manusia, jelaslah bahwa kedua belahan itu benar-benar terpisah satu sama lain. Dan saya telah membawakan Anda otak manusia yang nyata. Jadi ini benar-benar otak manusia."⁷ Dengan itu, dia menoleh ke asisten yang membawa nampan berisi otak. Dr. Jill mengenakan sarung tangan, mengambil otak, dan membiarkan batang otak dan sumsum tulang belakang jatuh di atas nampan. Ekspresi vokal jijik terdengar dari penonton. "Ini adalah bagian depan otak, bagian belakang otak dengan sumsum tulang belakang yang menggantung, dan begitulah jadinya

diposisikan di dalam kepala saya,” kata Dr. Jill sambil memegang organ itu untuk dilihat semua orang.

Dr Jill menjelaskan bagaimana posisi sisi otak, bagaimana mereka berkomunikasi, dan peran apa yang mereka mainkan. Banyak orang di antara penonton menggeliat, bergerak tidak nyaman, dan mencubit bibir dengan jijik. Tetapi jika Anda melihat dengan seksama ekspresi wajah mereka, Anda akan menemukan sesuatu yang luar biasa. Orang-orang bersandar, benar-benar di tepi kursi mereka.

Beberapa orang menutup mulut dengan tangan; yang lain meletakkan jari telunjuk mereka di pipi, benar-benar tenggelam dalam presentasi. Mereka sangat terlibat. Jijik, mungkin, tetapi terangsang dan terlibat secara emosional — benar-benar memperhatikan.

Jika lebih banyak guru memberikan presentasi yang “menjijikkan”—yang bermuatan emosi—siswa akan mengingat lebih banyak dari apa yang mereka pelajari di sekolah menengah dan perguruan tinggi.

Dr. Jill menggunakan alat otak manusia aslinya lagi pada tahun 2013 untuk presentasi di TEDxYouth. “Ini adalah otak manusia yang sebenarnya. Dan ketika saya melihat otak ini, saya diingatkan bahwa kita adalah sirkuit saraf... kita mengetahui lebih banyak tentang otak manusia daripada yang pernah kita ketahui sebelumnya dan kita telah mempelajari banyak hal dalam sepuluh hingga dua puluh tahun terakhir—sebagian besar masa hidup Anda—itu telah benar-benar mengubah cara berpikir ahli saraf tentang organ ini dan hubungan kita dengannya.”⁸ Dengan memegang otak saat dia membuka pembicaraannya, hadirin terpaku dan lebih jelas terfokus pada kata-katanya, bukan hanya penyangga di tangannya. Sekarang mereka menerima tema fundamental dan pelajaran utamanya: otak remaja rentan, tetapi remaja juga memiliki kemampuan untuk memilih pikiran mereka, yang memicu respons fisiologis positif atau negatif. “Ini otakmu. Ini adalah instrumen Anda. Ini adalah alat Anda.

Dan inilah kekuatanmu,” pungkasnya. Dalam 16 menit, Dr. Jill memberikan kepada para remaja di antara audiensnya salah satu presentasi yang paling mendalam dan berkesan yang mungkin mereka lihat di sekolah.

Jadi, kembali ke poin awal yang dibuat di awal bab ini: mengapa Anda mengingat detail tentang peristiwa seperti 9/11 tetapi cenderung salah menempatkan kunci Anda? Mengapa kita mengingat demonstrasi Dr. Jill atau nyamuk Gates tetapi kita melupakan 99 persen presentasi PowerPoint yang kita lihat? Otak

terhubung untuk mengingat kembali peristiwa-peristiwa yang hidup secara emosional dan mengabaikan hal-hal biasa, hal-hal duniawi. Jika Anda ingin tampil menonjol di tengah lautan presentasi yang biasa-biasa saja, Anda harus mengendalikan emosi audiens Anda.

"Otak mengingat komponen emosional dari suatu pengalaman lebih baik daripada aspek lainnya."

—John Medina, ahli biologi molekuler dan penulis *Brain Rules*

RAJA WOW YANG TAK TERBATAS

Steve Jobs adalah raja dari acara yang sarat emosi, "momen wow". Dalam setiap presentasi, dia memberi informasi, mendidik, dan menghibur.

Jobs mengubah presentasi menjadi tontonan yang layak untuk produksi Broadway. Presentasinya memiliki pahlawan, penjahat, alat peraga, karakter, dan salah satu penghenti yang berkesan ketika Anda tahu bahwa harga tiket masuk sangat berharga.

Bertahun-tahun sebelum perangkat lunak PowerPoint atau Keynote bahkan ditemukan, dan bahkan bertahun-tahun sebelum TED meledak di tempat kejadian, Steve Jobs melakukan presentasi mirip TED yang membuat penonton tetap tenang.

Pada tahun 1984, lebih dari 2.500 karyawan, analis, dan media memenuhi Flint Center di De Anza College untuk peluncuran produk yang akan merevolusi segala sesuatu tentang cara kita menggunakan komputer—Macintosh. Peluncuran produk selama 16 menit juga bertahan dalam ujian waktu sebagai salah satu presentasi paling dramatis yang pernah disampaikan oleh perusahaan raksasa.

Pertama, Jobs menjelaskan kekuatan dan fitur komputer baru tersebut, beserta gambarnya. "Semua kekuatan ini cocok dengan kotak yang berukuran sepertiga ukuran dan berat PC IBM,"⁹ katanya. Sebagian besar presenter akan menutup, memberi tahu audiens kapan produk akan mulai dijual dan berapa harganya. Sebaliknya, Jobs memukau orang banyak dengan satu kejutan tambahan yang tak terduga.

“Anda baru saja melihat gambar Macintosh. Sekarang saya ingin menunjukkan Macintosh secara langsung. Semua gambar yang akan Anda lihat di layar besar dihasilkan oleh apa yang ada di dalam tas itu.” Jobs berjalan ke sebuah meja kecil di tengah panggung. Tas kanvas hitam adalah satu-satunya barang di tengah meja. Perlahan, dan tanpa mengucapkan sepatah kata pun selama hampir satu menit, Jobs mengangkat Macintosh dari tasnya, meletakkannya di atas meja, merogoh sakunya, mengeluarkan sebuah floppy disk, dengan hati-hati memasukkan disk tersebut ke dalam komputer, dan berjalan pergi. Lampu meredup, tema ***Chariots of Fire*** mulai diputar, dan serangkaian gambar memenuhi layar, font, dan karya seni yang belum pernah terlihat di komputer pribadi.

Penonton bersorak, bersorak, dan bertepuk tangan. Jika Jobs berakhir di sana, itu akan menjadi salah satu presentasi paling berkesan pada masanya. Tapi Steve Jobs tidak menjadi Steve Jobs dengan cara diremehkan. Dia memiliki satu lagi momen wow untuk menarik penonton. Jobs berkata dia akan membiarkan "Macintosh berbicara untuk dirinya sendiri untuk pertama kalinya." Sesuai petunjuk, Macintosh berbicara dengan suara digital: “Halo, saya Macintosh. Pasti bagus untuk keluar dari tas itu. Karena saya tidak terbiasa berbicara di depan umum, saya ingin berbagi dengan Anda pepatah yang saya pikirkan saat pertama kali bertemu dengan mainframe IBM: Jangan pernah mempercayai komputer yang tidak dapat Anda angkat.

Video dari acara tersebut telah dilihat lebih dari tiga juta kali di YouTube. Itu adalah momen yang luar biasa—tak terduga dan unik—sebuah peristiwa emosional yang meninggalkan jejak yang tak terhapuskan pada penonton di ruangan hari itu dan jutaan orang yang telah menontonnya sejak itu.

Presentasi Macintosh tahun 1984 bukanlah satu-satunya presentasi dramatis yang pernah diberikan Steve Jobs. Untungnya bagi presenter di mana-mana, dia terus menyempurnakan gayanya dan memberikan momen yang luar biasa dengan setiap pengumuman produk utama, kebanyakan dari momen tersebut direkam selamanya di YouTube. Berikut adalah beberapa contoh bagaimana Steve Jobs membangun momen luar biasa dalam presentasinya. Mereka juga harus memberi Anda beberapa ide.

“Kami Melihat Jenius”

Pada tahun 1997 Steve Jobs kembali ke Apple setelah absen selama 12 tahun. Dengan sekitar dua menit tersisa dalam presentasi publik pertamanya sejak dia kembali, Jobs melambat

kecepatan bicaranya, merendahkan suaranya, dan berkata, “Saya pikir Anda harus selalu sedikit berbeda untuk membeli komputer Apple... Saya pikir orang yang membelinya adalah roh kreatif di dunia. Mereka adalah orang-orang yang tidak keluar hanya untuk menyelesaikan pekerjaan; mereka keluar untuk mengubah dunia dan mereka keluar untuk mengubah dunia menggunakan alat hebat apa pun yang bisa mereka dapatkan. Dan kami membuat alat untuk orang-orang semacam ~~S~~ering kali, orang mengira mereka gila. Tapi dalam kegilaan itu, kita melihat kejeniusan. Dan untuk orang-orang itulah kami membuat alat.”¹⁰

Seorang showstopper bisa sesederhana berbicara kepada audiens dari lubuk hati Anda—tanpa slide, tanpa properti, tanpa video, hanya Anda. Jika Anda ingat dari bab 1, seringkali semudah mengisi sisa kalimat ini: Apa yang membuat hatiku bernyanyi adalah...”

1.000 Lagu di Saku Anda

Pada tahun 2001 Apple memperkenalkan iPod. Pemutar musik MP3 bukanlah pemutar portabel pertama di pasaran (ingat Sony Walkman)? MP3 mentransfer musik lebih cepat dari komputer, tapi itu bukan momen yang luar biasa.

Jobs telah memutuskan untuk fokus pada ukuran perangkat sebagai penghentinya.

“Apa yang istimewa dari iPod?”¹¹ dia bertanya kepada hadirin. “Ini sangat portabel. iPod seukuran setumpuk kartu. Itu kecil. Ini juga lebih ringan dari kebanyakan ponsel yang ada di saku Anda. Tapi kami tidak berhenti di situ... perangkat kecil yang luar biasa ini menampung 1.000 lagu dan langsung masuk ke saku saya. Saya kebetulan punya satu, sebenarnya. Jobs merogoh saku celana jinsnya dan mengeluarkan perangkat pertama yang dapat menyimpan musik sebanyak itu dan muat di saku Anda.

Jobs sangat jenius dalam menggunakan statistik sebagai penghenti. Eksekutif Apple terus melakukan hal yang sama, memperkenalkan statistik sedemikian rupa sehingga statistik itu sendiri mudah diingat. Memperkenalkan iPad Mini untuk pertama kalinya, wakil presiden pemasaran Apple Phil Schiller mengatakan tablet ini “tipis 7,2 mm. Itu sekitar seperempat lebih tipis dari iPad generasi keempat.”

Schiller tahu statistik saja tidak akan mudah diingat, jadi dia memilih cara baru untuk merepresentasikan data. “Untuk memasukkannya ke dalam konteks, itu setipis a

pensil,” katanya saat sebuah pensil muncul di sebelah iPad Mini di slide Schiller. “Beratnya hanya 0,68 pon. Itu lebih dari 50 persen lebih ringan dari iPad sebelumnya. Dalam konteks, ini seingan kertas. Kami akan mengatakan sebuah buku, tetapi buku jauh lebih berat! Saya telah berbicara dengan para blogger yang meliput acara tersebut—kebanyakan tidak ingat persis spesifikasi tablet tersebut, tetapi mereka semua ingat pensil dan kertasnya. Pendekatan baru Schiller terhadap angka menciptakan peristiwa yang bermuatan emosional.

Tiga Produk dalam Satu

Pada tahun 2007, Steve Jobs memperkenalkan iPhone. Ingat, peristiwa yang bermuatan emosional dapat menyertakan unsur kejutan. Steve Jobs melakukan hal itu. Dia mengatakan kepada hadirin bahwa Apple akan memperkenalkan tiga produk baru. “Yang pertama adalah iPod layar lebar dengan kontrol sentuh. Yang kedua adalah ponsel revolusioner. Dan yang ketiga adalah perangkat komunikasi Internet terobosan.”¹² Dia mengulangi ketiga produk itu lagi. Lalu dia berkata, “Sebuah iPod, telepon, dan komunikator Internet. Sebuah iPod, telepon, apakah Anda mendapatkannya? Ini bukan tiga perangkat terpisah. Ini adalah salah satu perangkat. Dan kami menyebutnya iPhone.”

Penonton meledak dengan tawa, sorakan, dan tepuk tangan. Ini adalah salah satu contoh favorit saya dari acara yang bermuatan emosional karena ini membuktikan bahwa Anda tidak harus boros atau memiliki alat peraga yang rumit untuk mendapatkan momen yang tak terlupakan. Terkadang, yang diperlukan hanyalah sentuhan kreatif yang mengejutkan pada pesan tersebut.

CIPTAKAN MOMEN ASAP KUDUS

Saya menyebut “peristiwa yang bermuatan emosional” —atau yang oleh beberapa orang disebut sebagai momen wow — “momen asap suci”. Ini adalah satu momen dalam presentasi ketika Anda mengarahkan poin Anda ke rumah, pendengar Anda ternganga, dan dia berkata pada dirinya sendiri, “Astaga, saya mengerti sekarang!” Itu adalah hal pertama yang mereka ingat tentang presentasi Anda dan hal pertama yang mereka katakan kepada orang lain yang tidak melihatnya tetapi ingin tahu tentang presentasi Anda. Momen suci merokok tidak perlu mewah. Ini mungkin sesuatu yang sederhana seperti pendek,

cerita pribadi. Berikut adalah lima cara untuk menciptakan momen asap suci dalam presentasi Anda berikutnya (masing-masing telah muncul dalam presentasi TED).

Alat Peraga dan Demo

Mark Shaw menciptakan Ultra-Ever Dry, sebuah penemuan dengan satu fitur menakjubkan—menolak cairan dan tetap kering. Di TED 2013, dia mendemonstrasikan lapisan nanoteknologi superhidrofobiknya yang menurutnya berfungsi sebagai pelindung terhadap sebagian besar cairan.

Shaw mengambil seember cat merah dan melemparkannya ke papan tulis. Saat cat menetes ke bawah dan dari papan, huruf-huruf mulai bermunculan — huruf kapital raksasa dilapisi dengan Ultra-Ever Dry. Pelan-pelan penonton melihat huruf **T** diikuti huruf **E** dan akhirnya huruf **D** mengeja TED. Penonton bersorak dan bangkit berdiri. Shaw telah membuat demo yang berkesan yang terhubung secara unik dengan konferensi dan audiensnya. Itu pasti akan menjadi demo yang akan selalu mereka ingat.

Ketika saya bekerja dengan sekelompok ilmuwan nuklir di salah satu laboratorium top Amerika yang dijalankan oleh Departemen Energi AS, saya mempelajari dua hal tentang ilmu nuklir. Pertama, tidak ada yang lebih rumit dari teknologi nuklir.

Jadi, jangan pernah membuat alasan bahwa konten Anda terlalu rumit atau terlalu teknis untuk dijelaskan secara sederhana. Kedua, laboratorium nuklir Amerika terlibat lebih dari sekadar melindungi stabilitas sumber daya nuklir kita.

Mereka menyediakan penelitian dan data penting di bidang perubahan iklim global, nonproliferasi nuklir, energi bersih, dan kontraterorisme.

Kelompok khusus dalam organisasi ini bertugas mengembangkan materi presentasi yang akan dibawa para ilmuwan ke Kongres untuk meminta pendanaan proyek. Salah satu proyek melibatkan persenjataan generasi mendatang.

Salah satu contohnya adalah bom yang dapat dipandu dari jarak jauh ke dalam ruangan yang dipenuhi orang jahat, menghapus ruangan, dan meninggalkan ruangan tetangga dan rumah atau bangunan yang berdekatan tanpa cedera.

Saya sadar ini kontroversial, tapi teknologinya bisa menyelamatkan nyawa dengan membunuh orang jahat—teroris—dan menyelamatkan orang yang tidak bersalah.

Para ilmuwan memutuskan untuk membuat acara yang bermuatan emosional ke dalam presentasi mereka. Mereka menandai ruang pertemuan tempat presentasi akan disampaikan dengan dua baris selotip di lantai. Selama presentasi, mereka akan menunjuk ke lantai. "Setiap orang yang berdiri dalam jarak xx kaki akan tersingkir [mereka tidak pernah memberi tahu saya berapa kaki]. Kalian yang berada di luar pita baris kedua akan bertahan tanpa goresan." Saya tidak berada di ruangan saat presentasi disampaikan, tapi saya yakin anggota parlemen di ruangan itu mengalami momen yang mencengangkan.

Cukuplah untuk mengatakan bahwa mereka menerima dana mereka.

Catatan TED

APAKAH PRESENTASI ANDA MEMBUTUHKAN PROP? Izinkan saya membagikan contoh mengapa hal itu mungkin terjadi. Saya bekerja dengan banyak klien agribisnis, dan saya tahu lebih banyak tentang keberlanjutan dan perlindungan dari penyakit bawaan makanan daripada kebanyakan orang karena pekerjaan ekstensif saya dengan petani yang memasok sebagian besar produk negara. Seorang klien meluncurkan produk untuk membantu petani melacak peti produk kembali ke sumbernya dan teknologi untuk produk ini disimpan dalam kotak hijau yang berisi semua alat yang diperlukan untuk menjalankan "pelacakan kembali". Saat mempersiapkan mereka untuk presentasi besar yang akan meluncurkan produk ini ke komunitas pertanian yang lebih luas, saya menyadari ada sesuatu yang hilang. Saya bertanya kepada kelompok, "Apakah Anda akan memasukkan kotak yang sebenarnya ke dalam presentasi?" Mereka menjawab, "Tidak. Kami tidak memikirkan itu. Kami hanya bermaksud menampilkan slide PowerPoint."

Terlalu sering presenter "tidak memikirkannya". Sangat mungkin bahwa presentasi Anda dapat mengambil manfaat dari penggunaan semacam penyangga untuk menekankan pesan utama. Terkadang dibutuhkan orang luar untuk membantu Anda mengetahuinya, jadi jangan ragu untuk menunjukkan konten Anda kepada teman atau kolega untuk mendapatkan masukannya. Pikiran yang bekerja sama dapat menghasilkan ide yang sempurna.

Statistik Tak Terduga dan Mengejutkan

Hampir setiap presentasi TED populer berisi data, statistik, atau angka untuk memperkuat tema pembicaraan. Setiap presentasi dimaksudkan untuk mempengaruhi keputusan harus melakukan hal yang sama. Namun, beberapa pembicara TED terbaik dikenal memberikan statistik yang lebih mengejutkan. Diantara mereka:

- "Negara ini sangat berbeda hari ini dibandingkan 40 tahun yang lalu. Pada tahun 1972, ada 300.000 orang di penjara dan penjara. Hari ini, ada 2,3 juta. Amerika Serikat sekarang memiliki tingkat penahanan tertinggi di dunia."

—Bryan Stevenson

■ “Mengapa kita mengabaikan lautan? Jika Anda membandingkan anggaran tahunan NASA untuk menjelajahi langit, anggaran satu tahun itu akan mendanai anggaran NOAA untuk menjelajahi lautan selama 1.600 tahun.”

—Robert Ballard

■ “Satu dari seratus orang biasa adalah psikopat. Jadi ada 1.500 orang di sini ruang. Lima belas dari kalian adalah psikopat.”

—Jon Ronson

Saya bekerja dengan banyak eksekutif untuk membantu mereka menyusun cerita mereka.

Menyampaikan statistik dengan cara baru dan baru sering kali dapat menghasilkan momen yang mencengangkan.

Saya ingat sebuah pertemuan dengan seorang eksekutif yang mewakili industri stroberi di California—eksekutif yang sama yang saya diskusikan di bab 1. Kebanyakan orang California tidak menyadari bahwa stroberi adalah tanaman penting bagi negara mereka, bahkan orang-orang yang tinggal di daerah di mana stroberi berada. dewasa.

90 persen penuh dari semua stroberi yang dikonsumsi di Amerika Serikat ditanam di California. Yang penting, stroberi memperkaya komunitas tempat mereka ditanam. Dalam percakapan saya dengan juru bicara, saya mengetahui bahwa stroberi menghasilkan hanya 0,5 persen dari lahan pertanian California namun menciptakan 10 persen dari semua pekerjaan pertanian di negara bagian. Saya belajar bahwa pajak gaji yang dibayarkan di satu daerah California saja setara dengan gaji gabungan semua guru sekolah dasar di daerah itu dan rata-rata buruh tani stroberi menghasilkan lebih dari rata-rata karyawan toko eceran. Statistik ini dimaksudkan untuk menjelaskan pentingnya industri bagi ekonomi California, tetapi angka mentahnya sendiri akan kehilangan pukulannya tanpa konteks. Statistik tersebut bukanlah hal baru bagi eksekutif, tetapi bagi mayoritas orang yang harus dia pengaruhi (konsumen, pers, pembeli eceran, mitra).

Catatan TED

STATISTIK BISA ROCK. Persuasi terjadi ketika Anda menjangkau hati dan kepala seseorang—logika dan emosi. Anda memerlukan bukti, data, dan statistik untuk mendukung argumen Anda.

Buat angka bermakna, mudah diingat, dan mencengangkan dengan menempatkannya dalam konteks yang dapat dihubungkan dengan audiens. Statistik tidak harus membosankan. Saran saya: jangan pernah

biarkan data menggantung. Konteks penting. Jika presentasi Anda memiliki angka atau poin data yang inovatif atau terpenting, pikirkan tentang bagaimana Anda dapat mengemasnya dan membuatnya menarik bagi pendengar. Mintalah bantuan orang lain di tim Anda. Terkadang dibutuhkan curah pendapat untuk mengemas statistik dengan cara terbaik dan paling berkesan.

Gambar, Gambar, dan Video

Raghava KK adalah seniman yang menggunakan gelombang otak untuk memanipulasi karya seninya secara real time. Saat dia berbicara kepada audiens TED-nya, Raghava mengenakan headset biofeedback yang merekam aktivitas otaknya. Headset terhubung ke komputer tempat dia menampilkan gambar.

Penonton melihat foto wajah seorang wanita tua yang oleh Raghava disebut "Mona Lisa 2.0". Perbatasan slide mengungkapkan aktivitas gelombang otaknya. Dalam demo langsung, Raghava mengatakan bahwa penonton tidak hanya dapat melihat kondisi mentalnya (perhatian, meditatif, fokus), tetapi dia juga dapat memproyeksikan kondisi mentalnya ke wajah wanita tersebut. "Ketika saya tenang dia tenang. Kalau saya stres dia stres,"¹³ katanya. Benar saja, ketika gelombang otak atau kondisi mentalnya berubah, senyum wanita itu pun berubah. Kerutannya tumbuh lebih intens sebelum berubah menjadi senyuman.

Visual memiliki pukulan. Slide yang menggugah, klip video yang lucu atau berwawasan, demonstrasi yang mendebarkan—semuanya adalah elemen baru yang benar-benar dapat memengaruhi audiens Anda.

Headline yang mudah diingat

Stewart Brand adalah seorang futuris yang menyajikan prediksi berani kepada penonton TED 2013 di Long Beach. Biotech mempercepat empat kali lebih cepat dari teknologi digital, katanya. Menurut Brand, itu artinya kita bisa menghidupkan kembali hewan yang sudah punah. "Kami akan mendapatkan mammoth berbulu kembali," katanya.

Kami akan mendapatkan mammoth berbulu kembali. Dalam pelatihan media, kami menyebutnya gigitan suara—frasa pendek, provokatif, berulang yang kemungkinan akan di-retweet, diposting di Facebook, dan diulangi dalam siklus berita. Pada titik ini dalam karir saya, saya tahu suara ketika saya mendengarnya. Benar saja, prediksi Brand meledak di jaringan media sosial, termasuk Twitter berkat retweet dari National Geographic Channel.

Ketika saya mulai melatih para eksekutif untuk tampil di media, kutipan suara sangat penting untuk menyebarkan berita di surat kabar dan berita televisi.

Saat ini, media sosial membuat suara menjadi lebih penting. Kunci untuk menjadi juru bicara yang hebat juga adalah membuat pesan ringkas yang menyampaikan ide besar Anda. Saat orang membagikan kutipan melalui Twitter, Facebook, LinkedIn, dan jejaring sosial lainnya, semakin penting bagi Anda untuk mengisi platform tersebut dengan kutipan yang menarik dan dapat diulang.

Gigitan suara sangat penting sehingga TED memiliki situs dan pegangan Twitter yang didedikasikan untuk kutipan terbaik dari pembicara (@TEDQuote). Berikut adalah beberapa yang paling populer:

- **"Jika Anda tidak siap untuk salah, Anda tidak akan pernah menemukan sesuatu yang orisinal."**

—Tuan Ken Robinson

- **"Tidak ada korelasi antara menjadi pembicara terbaik dan memiliki ide terbaik."**

—Susan Kain

- **"Jangan berpura-pura sampai kamu berhasil. Berpura-pura sampai Anda menjadi itu."**

—Amy Cuddy

- **"Di belakang kebanyakan gadis Afghanistan yang berhasil adalah seorang ayah yang mengakui bahwa kesuksesannya adalah kesuksesannya."**

—Shabana Basij-Rasikh

- **"Angka adalah not musik yang dengannya simfoni alam semesta ditulis."**

—Adam Spencer

Jika Anda ingin melihat lebih banyak kutipan, Anda dapat [mengunjungi TED.com/quotes](https://www.ted.com/quotes) dan membaca lebih dari 2.000 kutipan dari pembicara. Anda dapat mencari semua kutipan, kutipan teratas, atau menelusuri berdasarkan kategori. Kutipan yang berulang sangat penting dalam menyebarkan pesan sehingga TED benar-benar berusaha menemukan kutipan yang paling berkesan dari pembicaraan yang dapat menarik pemirsa.

Kaitkan orang. Buat dan kirimkan kutipan berulang. Ide-ide Anda layak untuk diingat.

Cerita Pribadi

Saya mendedikasikan satu bab penuh untuk mendongeng sebelumnya, tetapi tidak mungkin untuk tidak membahas cerita di sini lagi karena cerita pribadi sering kali menjadi momen yang mencengangkan dalam sebuah presentasi. Freeman Hrabowski bercerita untuk menarik publisitas untuk perjuangannya. Hrabowski adalah rektor Universitas Maryland, Baltimore. Dia telah tampil di **60 Minutes** dan dinobatkan sebagai salah satu orang paling berpengaruh di majalah **TIME** atas karyanya untuk menginspirasi lebih banyak siswa minoritas dan berpenghasilan rendah ke sekolah pascasarjana untuk sains dan teknik.

Pada Februari 2013, Hrabowski memukau penonton TED dengan cerita— kisah sukses yang menampilkan murid-muridnya serta kisah transformasi pribadinya. Dia mulai dengan cerita tentang pengalaman transformasional dalam hidupnya pada usia 12 tahun.

Suatu minggu di gereja, saya tidak benar-benar ingin berada di sana, saya mendengar pria ini berkata, "Jika kita dapat membuat anak-anak berpartisipasi dalam demonstrasi damai di sini di Birmingham, kita dapat menunjukkan kepada Amerika bahwa bahkan anak-anak tahu perbedaan antara benar dan benar. salah dan bahwa anak-anak benar-benar ingin mendapatkan pendidikan yang terbaik." Saya mendongak dan berkata, "Siapa pria itu?" Mereka memberi tahu saya bahwa itu adalah Dr. Martin Luther King. Saya berkata kepada orang tua saya, "Saya ingin pergi." Dan mereka berkata "sama sekali tidak". Kami mengalami kesulitan. Entah bagaimana saya berkata, "Kalian seperti orang munafik. Anda membuat saya melakukan ini, membuat saya mendengarkan, pria itu ingin saya pergi dan sekarang Anda mengatakan tidak. Mereka memikirkannya sepanjang malam. Mereka benar-benar menangis dan berdoa dan berpikir, "Apakah kami akan membiarkan anak kami yang berusia dua belas tahun berpartisipasi dalam pawai ini? Dia mungkin harus masuk penjara." Mereka memutuskan untuk mengizinkan saya... ketika saya berada di penjara, Dr. King masuk dan berkata, "Apa yang kalian lakukan hari ini akan berdampak pada anak-anak yang belum lahir."¹⁴

Komunikator yang hebat adalah pendongeng yang baik. Cerita menciptakan momen berdampak. Tidak hanya memberikan dampak emosional, seperti yang kita pelajari di bab 2, cerita yang diceritakan dengan baik yang memperkuat tema Anda akan menarik audiens Anda.

Saya selalu menantang para eksekutif untuk lengah, untuk mendobrak penghalang antara mereka dan audiens, dan untuk mengajarkan kita sesuatu tentang diri mereka yang akan membantu audiens mereka melihat mereka dari sudut pandang yang berbeda. Kisah-kisah yang mereka ceritakan seringkali sangat emosional. Saya bekerja dengan seorang wanita yang memiliki peran utama di salah satu perusahaan teknologi terbesar dan paling dikagumi di dunia, Intel. Dia tumbuh miskin di rumah Afrika-Amerika dengan enam anak. Gadis kecil itu jatuh cinta pada sains dan matematika dan menjadi seorang insinyur. Namun, ceritanya tidak berakhir di sana. Kelima saudara kandungnya juga menjadi insinyur yang sukses. Pada saat insinyur Intel ini menyelesaikan ceritanya, rekan-rekannya di ruangan itu menangis dan benar-benar terinspirasi oleh informasi "baru" ini. Kisah itu bukanlah hal baru baginya, tetapi bagi kami semua.

BERAKHIR PADA CATATAN TINGGI

Saat saya menulis buku ini, saya beristirahat dan menemani istri saya ke konser musisi pop Pink. Saya suka beberapa lagu Pink dan mengharapkan penampilan yang oke, dengan kata lain, biasa-biasa saja. Tapi, seperti presentasi TED yang hebat, Pink tidak tampil di acara musik pop biasa.

Menjelang akhir konser, Pink, mengenakan bodysuit emas, melompat ke tali kekang yang mendorongnya tinggi-tinggi di udara seperti Tinker Bell dan membawanya melintasi seluruh arena yang berisi 17.000 orang yang terjual habis. Tempat bertengger ditempatkan di sekitar arena, di mana Pink akan mendarat selama beberapa saat, lebih dekat dengan penggemar, lalu ditarik menjauh untuk melintasi stadion sambil menyanyikan salah satu lagu kebangsaannya. Seorang pengulas untuk **Hollywood Reporter** menyebutnya sebagai showstopper. "Itu mulai tampak seperti pertunjukan pop lain dengan rutinitas lagu dan tarian, tetapi dia menarik semua pemberhentian dengan encore dari **So What** ... Aksinya sangat mengejutkan sehingga sebagian besar penonton berusaha untuk mengabadikannya. ponsel kamera mereka, sementara yang lain menyaksikan dengan takjub."

Momen "menakjubkan" Pink dalam acara itu dirancang untuk meninggalkan artis — dan penonton — pada nada tinggi. Setiap orang membutuhkan penghenti: musisi, aktor, dan pemain dari semua jenis, termasuk presenter dan

pembicara publik. Showstopper menyegel kesepakatan dan secara permanen mencap pesan di benak kita.

Seperti yang telah kita diskusikan, seorang showstopper mungkin sesuatu yang sederhana seperti cerita pendek pribadi. Saya berada di ruang konferensi dengan pejabat pengembangan bisnis salah satu perusahaan minyak dan energi terkemuka dunia. Stafnya dan saya telah membuat narasi untuk presentasinya di pertemuan global tahunan karyawan internal. Dia memiliki informasi yang solid tentang hasil tahun lalu dan pesan positif tentang masa depan. Kami menyusun ceritanya agar ringkas, jelas, dan mudah diingat. Tapi itu kehilangan momen menjatuhkan rahang.

Saya menoleh ke eksekutif dan berkata, "Mengapa Anda sangat bersemangat dengan perusahaan ini? Sisihkan poin pembicaraan Anda dan PowerPoint Anda. Katakan saja, dari hatimu."

Apa yang terjadi selanjutnya menawarkan pelajaran yang mencengangkan dalam mengembangkan peristiwa yang bermuatan emosional. Eksekutif itu berhenti, memikirkannya, merogoh sakunya, dan mengeluarkan kartu namanya dari dompetnya. "Carmine, kartu ini membuatku bertemu dengan perdana menteri dan presiden. Ini membuka pintu. Namun komitmen kami untuk melindungi sumber daya mereka yang paling berharga yang membuat pintu tetap terbuka." Saat dia berbicara, mata eksekutif itu mulai berkaca-kaca, dan suaranya pecah. Dia melanjutkan, "Ketika Rusia memberi kami kontrak eksplorasi untuk Laut Baltik [kontrak senilai \$32 miliar], presiden Rusia berkata kepada saya, 'Kami telah memberi Anda akses ke aset Rusia yang paling berharga karena kami mempercayai Anda untuk melindunginya. ' Mitra kami mempercayai kami karena orang-orang kami melakukan bisnis dengan integritas. Saya tidak pernah merasa lebih bangga bekerja untuk organisasi mana pun dalam hidup saya."

Kami semua memandang satu sama lain di seberang meja, sedikit tidak nyaman karena eksekutif jelas tergerak dan begitu juga kami. Setelah jeda singkat, saya diam-diam berkata, "Pernahkah Anda mengatakan itu dalam presentasi publik?"

"Tidak, saya belum."

"Yah, kamu akan melakukannya sekarang," kataku.

Eksekutif menyampaikan presentasinya kepada ribuan karyawan dan mengakhirinya dengan mengeluarkan kartu dari dompetnya dan mengulangi hal yang sama seperti yang dia katakan kepada kami di ruang konferensi. Saya tidak berpikir dia akan menjadi emosional lagi ketika dia menyampaikannya kepada publik, tetapi dia melakukannya. Karyawan melihat sisi yang berbeda dari pemimpin mereka. Mereka memberinya tepuk tangan meriah, beberapa karyawan terlihat menyeka air mata mereka, dan setidaknya satu orang mendekati eksekutif dan berkata, "Saya tidak pernah lebih bangga bekerja untuk organisasi ini."

Beberapa minggu kemudian kami meninjau survei yang diminta untuk diisi oleh karyawan. Mereka memberi eksekutif khusus ini nilai tertinggi dari pemimpin mana pun dalam sejarah panjang perusahaan. Sekarang dia merancang sebuah showstopper di setiap presentasi. Biasanya berupa cerita, video, demonstrasi, tamu kejutan, atau sekadar anekdot pribadi. Semua taktik mendapatkan hasil.

Rahasia #5: Berikan Momen Menakjubkan

Setiap penampil memiliki setidaknya satu momen yang mencengangkan—sebuah peristiwa yang sarat emosi yang akan dibicarakan oleh audiens Anda keesokan harinya. Setiap presentasi membutuhkannya. Dapatkan satu dan gunakan. Konten presentasi Anda akan memberikan dampak yang lebih baik jika dapat tertanam di benak pendengar Anda.

Meringankan

Selama seabad terakhir, selera humor telah menjadi karakteristik kepribadian yang sangat dihargai.

—ROD A. MARTIN, Psikolog

TED TALK PALING POPULER yang pernah ada adalah pemenang yang tidak terduga: Sir Ken Robinson tentang mengapa sekolah membunuh kreativitas. Saya sebutkan sebelumnya bahwa presentasinya adalah ceramah TED paling populer yang pernah ada, tetapi bagaimana mungkin ceramahnya yang berdurasi 18 menit tentang reformasi pendidikan menarik lebih dari 15 juta penayangan? Orang-orang yang jauh lebih terkenal daripada Robinson telah memberikan pidato yang diunggah ke YouTube—Conan O'Brien, Stephen Colbert, JK Rowling, dan Oprah Winfrey—namun tidak ada video mereka yang mendekati popularitas Robinson.

Video Robinson menjadi viral karena otak kita tidak dapat mengabaikan hal-hal baru. Otak juga menyukai humor. Gabungkan humor dan kebaruan dan Anda akan mendapatkan emas presentasi. Robinson menggunakan pendekatan baru untuk membahas masalah lama. Masalahnya: bagaimana cara mengajar anak-anak kita dengan lebih baik. Kebaruan: humor.

“Kalau Anda di pesta makan malam, dan Anda bilang bekerja di bidang pendidikan—sebenarnya Anda tidak sering di pesta makan malam, terus terang kalau Anda bekerja di bidang pendidikan,”¹ Robinson membuka pembicaraannya. Tawa segera dimulai dan tidak mereda ketika Robinson menindaklanjuti pengamatannya tentang bekerja di bidang pendidikan dengan wawasan lucu lainnya: “Tetapi jika Anda [diminta ke pesta], dan seseorang berkata, 'Apa yang Anda lakukan?' dan Anda mengatakan Anda bekerja di bidang pendidikan, Anda dapat melihat darah mengalir dari wajah mereka. Mereka seperti, 'Ya Tuhan, meng- Satu malam saya keluar sepanjang minggu.'”

Rahasia #6: Meringankan

Jangan menganggap diri Anda (atau topik Anda) terlalu serius. Otak menyukai humor. Berikan audiens Anda sesuatu untuk tersenyum.

Mengapa berhasil: Humor menurunkan pertahanan, membuat audiens Anda lebih mudah menerima pesan Anda. Itu juga membuat Anda tampak lebih disukai, dan orang lebih bersedia berbisnis dengan atau mendukung seseorang yang mereka sukai.

* * *

SIR KEN ROBINSON SENI MENYENANGKAN anekdot, cerita, dan humor ke dalam sebuah narasi yang membawa pulang tema utamanya: sistem pendidikan Amerika menghargai peserta ujian dan menghambat kreativitas, pengambilan risiko, dan inovasi. Berikut adalah beberapa contoh lain tentang bagaimana Robinson membuat pendengarnya berpikir dan tertawa pada saat yang bersamaan.

■ “Saya mendengar sebuah cerita hebat baru-baru ini—saya suka menceritakannya—tentang seorang gadis kecil yang sedang mengikuti pelajaran menggambar. Dia berusia enam tahun dan dia berada di belakang, menggambar, dan gurunya berkata gadis kecil ini hampir tidak pernah memperhatikan, dan dalam pelajaran menggambar ini dia melakukannya. Guru itu terpesona dan dia menghampirinya dan dia berkata, 'Apa yang kamu gambar?' Dan gadis itu berkata, 'Saya sedang menggambar gambar Tuhan.' Dan gurunya berkata, 'Tapi tidak ada yang tahu seperti apa Tuhan itu.' Dan gadis itu berkata, 'Mereka akan melakukannya sebentar lagi.'”

■ “Saya tinggal di Stratford-on-Avon sampai sekitar lima tahun lalu. Faktanya, kami pindah dari Stratford ke Los Angeles. Jadi Anda bisa membayangkan betapa mulusnya transisi itu. (Tawa) Sebenarnya, kami tinggal di sebuah tempat bernama Snitterfield, tepat di luar Stratford, tempat kelahiran ayah Shakespeare. Apakah Anda dikejutkan oleh pemikiran baru? saya dulu. Anda tidak berpikir Shakespeare memiliki seorang ayah, bukan? Apakah kamu? Karena Anda tidak menganggap Shakespeare sebagai seorang anak, bukan? Shakespeare menjadi tujuh? Saya tidak pernah memikirkannya. Maksudku, dia berumur tujuh tahun di beberapa titik. Dia berada di kelas bahasa Inggris seseorang, bukan? Betapa menyebalkannya itu? Dikirim ke tempat tidur oleh ayahnya, Anda tahu, ke Shakespeare, “Tidurlah sekarang dan letakkan pensilnya. Dan berhenti berbicara seperti itu. Ini membingungkan semua orang.”

■ “Ngomong-ngomong, kami pindah dari Stratford ke Los Angeles, dan sebenarnya saya hanya ingin menyampaikan sepatah kata pun tentang transisi itu. Anak saya tidak mau datang. Saya punya dua anak. Dia 21 sekarang; putri saya 16 tahun. Dia tidak mau datang ke Los Angeles. Dia menyukainya, tapi dia punya pacar di Inggris. Ini adalah cinta dalam hidupnya, Sarah. Dia sudah mengenalnya selama sebulan. Pikiran Anda, mereka telah merayakan ulang tahun keempat mereka, karena itu adalah waktu yang lama ketika Anda berusia 16 tahun. Ngomong-ngomong, dia sangat kesal di pesawat, dan dia berkata, "Aku tidak akan pernah menemukan gadis lain seperti Sarah." Dan kami agak senang tentang itu, sejujurnya, karena dia adalah alasan utama kami meninggalkan negara ini.”

■ “Saya suka profesor universitas, tetapi Anda tahu, kita tidak boleh menganggap mereka sebagai tanda tertinggi dari semua pencapaian manusia. Mereka hanyalah sebuah bentuk kehidupan. Tapi mereka agak penasaran, dan saya mengatakan ini karena kasih sayang kepada mereka. Ada sesuatu yang membuat penasaran

profesor dalam pengalaman saya — tidak semuanya, tetapi biasanya — mereka hidup di kepala mereka. Mereka tinggal di sana, dan sedikit ke satu sisi. Mereka tidak berwujud, Anda tahu, secara literal. Mereka memandang tubuh mereka sebagai bentuk transportasi untuk kepala mereka, bukan? (Tawa) Ini adalah cara mengarahkan mereka ke pertemuan.”

Robinson menerima tepuk tangan meriah yang berkepanjangan. Dia menginspirasi 1.200 penonton langsung yang mencakup miliarder, dermawan, ilmuwan, pemikir, dan pemberi pengaruh. Dia menginspirasi jutaan orang lainnya secara online.

Saya mempelajari komunikator yang menginspirasi: siapa mereka, bagaimana mereka melakukannya, dan bagaimana kita semua juga bisa menginspirasi. Jika Robinson hanya mengandalkan konten, hanya sedikit orang yang akan memperhatikan presentasinya, karena fakta dan konten literal—dengan sendirinya—tidak emosional. Seperti yang kita ketahui dari Bab 5, statistik membosankan kecuali jika dikemas dalam paket yang menarik secara emosional. Ketika seorang komunikator yang terampil menghidupkan statistik, data memiliki kekuatan untuk menggerakkan kita, menginspirasi kita, dan mengajak kita untuk bertindak.

Humor memainkan peran kunci dalam pedoman pembicara publik paling inspiratif di dunia. Humor bekerja untuk Robinson. Ini akan bekerja untuk Anda juga, tetapi Anda harus belajar memasukkan humor secara kreatif dan alami. Mengulangi lelucon yang lelah atau, lebih buruk lagi, lelucon kasar atau kotor tidak akan membuat Anda jauh. Bahkan mungkin mematikan audiens Anda. Pembicara TED paling populer tidak menceritakan lelucon! Kecuali Anda seorang pelawak profesional, lelucon itu tidak asli. Pikirkan tentang itu. Ketika Anda bertemu pelanggan untuk pertama kali, apakah Anda membuka percakapan dengan lelucon terbaru yang Anda baca di Internet? TIDAK? Lalu mengapa Anda merasa terdorong untuk memulai presentasi bisnis dengan satu? Pengamatan yang lucu, bagaimanapun, sangat tepat dan sangat efektif. Dalam bab ini Anda akan mempelajari lima alternatif humor untuk menceritakan lelucon.

Lelucon yang diceritakan dengan buruk atau, lebih buruk lagi, lelucon yang disampaikan dengan baik tetapi tidak bijaksana dapat menurunkan reputasi Anda dengan audiens Anda dengan sangat cepat. Saya pernah mengadakan lokakarya untuk sekelompok perwakilan penjualan di sebuah perusahaan perjalanan global yang besar. Setiap agen penjualan memberikan presentasi singkat kepada anggota kelompok lainnya. Orang tersebut—seorang pria—yang membawakan salah satu presentasi yang dirancang dengan sangat baik mengakhiri promosinya dengan lelucon yang tidak sopan tentang war

Lelucon seksis tidak dapat diterima dalam presentasi bisnis profesional mana pun, dan, mengingat mayoritas audiensnya adalah wiraniaga yang sukses, lelucon itu benar-benar meledak. Saat kami berkeliling ruangan untuk mengkritik presentasi, hampir semua orang mengeluh tentang lelucon itu. Itu mengalihkan perhatian pendengarnya dari cerita yang sangat kuat yang dia ceritakan tentang produk tersebut.

Seorang komedian seperti Chris Rock bisa lolos dengan lelucon tentang jenis kelamin, dia dibayar mahal untuk melakukannya, dan penontonnya mengharapkannya. Pemirsa Anda tidak mengharapkan Anda menjadi Chris Rock, jadi jangan mencoba menjadi seperti itu.

OTAK MENYUKAI HUMOR

AK Pradeep adalah pendiri NeuroFocus, sebuah perusahaan riset berbasis di Berkeley yang menggunakan riset neurologis untuk menentukan mengapa konsumen menonton dan membeli apa yang mereka lakukan. "Pada inti emosional mereka, otak manusia modern sangat mirip,"² tulisnya dalam ***The Buying Brain***. Humor, tampaknya, adalah salah satu alat yang dirancang oleh otak untuk bereaksi dan merupakan kunci untuk membuat pesan menjadi baru dan baru.

Ketika saya bertemu dengan Pradeep di fasilitas penelitiannya, saya mengetahui bahwa eksperimennya memvalidasi penelitian yang ada bahwa percakapan singkat, jelas, dan menarik lebih mungkin beresonansi dengan pendengar dan lebih mungkin diingat dan ditindaklanjuti. Bagaimana Anda membuat pesan menarik? Menurut Pradeep, gunakan humor untuk menjadikannya novel. "Otak menyukainya," katanya.

Profesor psikologi University of Western Ontario Rod A. Martin mengatakan orang menggunakan humor untuk "memperkuat status mereka sendiri dalam hierarki kelompok. Misalnya, Anda lebih cenderung melontarkan lelucon dan menghibur orang lain dalam kelompok di mana Anda adalah pemimpin atau memiliki posisi dominan daripada dalam kelompok di mana Anda memiliki status dan kekuasaan yang lebih rendah daripada yang lain."³

Dalam ***The Psychology of Humor***, Martin berpendapat bahwa humor digunakan sebagai "taktik ingratiation", sehingga lebih mudah diterima dalam suatu kelompok. Ini menjelaskan mengapa begitu banyak komedian terkenal mengalami masa kecil yang sulit atau melewati masa ketika mereka merasa seperti orang buangan. Mereka menggunakan humor untuk mengambil hati mereka sendiri ke dalam kelompok, dan mereka menggunakannya begitu sering sehingga mereka menyempurnakannya sampai pada titik di mana mereka dapat mencari nafkah darinya. Menurut Martin:

Saat kita bertemu orang lain untuk pertama kalinya, kita cenderung cepat membentuk kesan dan membuat penilaian tentang karakteristik kepribadian mereka

seperti keramahan mereka, kepercayaan, motif, dan sebagainya. Memang, kemampuan untuk membentuk kesan yang relatif akurat tentang orang lain dengan cepat dan efisien mungkin penting untuk bertahan hidup dalam sejarah evolusi kita. Salah satu sumber informasi yang berkontribusi pada kesan awal kita terhadap orang lain adalah cara mereka mengekspresikan humor. Humor adalah bentuk komunikasi antarpribadi, dan selera humor yang baik merupakan keterampilan sosial penting yang biasanya kita kagumi pada orang lain.⁴

Tertawa juga memainkan peran penting dalam memperkuat kohesi kelompok, menurut Martin. Humor, dan tawa, adalah contoh dari apa yang disebut Martin sebagai pengaruh-induksi: "suatu metode komunikasi, yang dirancang untuk menarik perhatian orang lain, untuk menyampaikan informasi emosional yang penting, dan untuk mengaktifkan emosi serupa pada orang lain... Tertawa tidak hanya menyampaikan informasi kognitif kepada orang lain tetapi juga melayani fungsi mendorong dan menonjolkan emosi positif pada orang lain, untuk mempengaruhi perilaku mereka dan mempromosikan sikap yang lebih baik terhadap orang yang tertawa.

Menurut Martin, penelitian menunjukkan bahwa ketika kita bertemu orang-orang yang memiliki selera humor yang baik, kita cenderung menghubungkan sifat-sifat lain yang diinginkan dengan kepribadian mereka. Penelitian telah menunjukkan bahwa orang yang humoris dipandang sebagai orang yang ramah, ekstrovert, perhatian, menyenangkan, menarik, imajinatif, cerdas, perseptif, dan stabil secara emosional.

Ketika situs kencan daring populer di Amerika Serikat bertanya kepada para anggotanya sifat apa yang menurut mereka paling diinginkan dari seorang pasangan, lebih dari 80 persen menjawab "selera humor". Dalam hal mencari jodoh, survei demi survei menunjukkan bahwa humor lebih penting daripada tingkat pendidikan, kesuksesan karier, atau daya tarik fisik. Kecuali jika Anda sedang melakukan kencan kilat, Anda mungkin tidak mencari pasangan saat memberikan presentasi, tetapi Anda mencari perhatian dan rasa hormat dari audiens Anda. Audiens Anda dihidupkan oleh humor. Bangkitkan mereka. Pengabdian mereka akan membantu Anda menjadi jauh lebih sukses.

TERTAWA SEPANJANG JALAN KE BANK

Memiliki selera humor penting di panggung TED, untuk hubungan pribadi, dan dalam lingkungan bisnis apa pun. Dalam sebuah studi yang diterbitkan dalam *Harvard Business Review* ("Laughing All Way to the Bank"), Fabio Sala menyusun penelitian humor selama lebih dari empat dekade dan menemukan, "Humor, digunakan dengan terampil, melumasi roda manajemen. Ini mengurangi permusuhan, membelokkan kritik, meredakan ketegangan, meningkatkan moral, dan membantu mengomunikasikan pesan-pesan yang sulit."⁶

—

Sala melakukan penelitiannya sendiri. Dia memilih 20 eksekutif dari sebuah perusahaan makanan dan minuman, setengah dari mereka telah dinilai sebagai pekerja rata-rata oleh rekan-rekan mereka sementara separuh lainnya dicirikan sebagai pekerja yang luar biasa. Semua eksekutif mengambil bagian dalam wawancara dua jam dengan topik kinerja kepemimpinan. Dua pengamat mengkategorikan isi wawancara dan mencatat referensi lucu. Humor yang berisi tentang merendahkan orang lain diberi kode negatif, sedangkan humor yang digunakan untuk menunjukkan hal-hal lucu atau absurd diberi kode positif.

Menurut Sala, "Para eksekutif yang mendapat peringkat luar biasa menggunakan humor lebih dari dua kali lebih sering daripada rata-rata eksekutif, rata-rata 17,8 kali per jam dibandingkan dengan 7,5 kali per jam ... Ketika saya melihat kompensasi para eksekutif untuk tahun itu, Saya menemukan bahwa besarnya bonus mereka berkorelasi positif dengan penggunaan humor mereka selama wawancara. Dengan kata lain, semakin lucu eksekutifnya, semakin besar bonusnya."

Sala menunjukkan bahwa hanya "menjadi lucu" bukanlah bahan utamanya; sebaliknya, itu mencerminkan komponen keberhasilan penting dari kecerdasan emosional. "Dalam studi saya, eksekutif yang luar biasa menggunakan semua jenis humor lebih dari rata-rata eksekutif, meskipun mereka menyukai humor yang positif atau netral. Tetapi intinya bukanlah bahwa lebih banyak humor selalu baik atau bahwa humor positif selalu lebih baik daripada humor negatif yang meremehkan. Dalam bisnis, seperti dalam kehidupan, kunci penggunaan humor yang efektif adalah bagaimana hal itu diterapkan. Jangan mencoba untuk menjadi lucu. Tapi perhatikan lebih dekat bagaimana Anda menggunakan humor, bagaimana orang lain menanggapi humor Anda, dan pesan yang Anda kirim. Itu semua dalam penceritaan.

Jika itu semua untuk diceritakan, bagaimana Anda mengatakan sesuatu yang lucu dalam sebuah presentasi? Langkah pertama terdengar berlawanan dengan intuisi, tetapi saya jamin ini penting: ***jangan coba-coba***

Jadilah lucu. Hindari menceritakan lelucon. Saat Anda mulai menceritakan lelucon tentang si pirang atau tentang rabi dan pendeta, Anda sudah mati. Lelucon hanya berfungsi untuk komedian profesional di puncak permainan mereka.

Anda bukan Jerry Seinfeld. Ketika Seinfeld sedang mengerjakan aksi baru, katanya, dua pertiga dari leluconnya adalah sampah dan sebagian besar dibom oleh penontonnya.

Seinfeld mengerjakan lelucon selama bertahun-tahun sebelum dia melakukannya dengan benar.

Dalam sebuah video untuk situs Web **New York Times**, Seinfeld mendekonstruksi anatomi sebuah lelucon dengan sangat detail. Dia bilang dia sedang mengerjakan "lelucon Pop-Tart" selama dua tahun. "Ini waktu yang lama untuk menghabiskan sesuatu yang sama sekali tidak berarti apa-apa; tapi itulah yang saya lakukan dan itulah yang orang ingin saya lakukan,"⁷ katanya. Kemudian dia mendekonstruksi lelucon yang sedang dia kerjakan: "Saya suka baris pertama langsung lucu. 'Ketika saya masih kecil dan mereka menemukan Pop-Tart, bagian belakang kepala saya langsung meledak.' Itu membuat [lelucon] dimulai — bagian tertentu dari kepala saya langsung meledak, bukan hanya kepala saya..." Selama lima menit berikutnya Seinfeld membedah setiap komponen— setiap kalimat — dari sisa lelucon itu. Jika sebuah kalimat terlalu panjang, dia akan mencukur huruf dari kata-kata dan menghitung suku kata agar tepat.

Video Jerry Seinfeld adalah wawasan yang menarik ke dalam pikiran seorang komedian yang brilian. Itu mengajari saya dua hal: (1) komedi adalah kerja keras dan (2) humor yang kami gunakan dalam presentasi dan cara kami menyampaikan humor itu harus dibuat dan dipertimbangkan dengan hati-hati.

Bagaimana Anda bisa lucu tanpa menceritakan lelucon? Saya akan kaya jika saya dibayar setiap kali klien mengatakan kepada saya, "Saya tidak lucu." Anda tidak harus lucu untuk menjadi lucu. Anda hanya harus bersedia melakukan pekerjaan rumah Anda untuk membuat presentasi Anda menghibur. Berikut adalah lima cara untuk menambahkan jumlah humor yang tepat pada pidato atau presentasi Anda tanpa menghabiskan waktu dua tahun untuk membuat lelucon.

1. Anekdote, Pengamatan, dan Kisah Pribadi

Sebagian besar presenter TED yang menimbulkan tawa dari penonton cenderung menceritakan informasi anekdot tentang diri mereka atau orang yang mereka kenal, pengamatan tentang dunia, atau cerita pribadi. Jika sesuatu terjadi pada Anda dan Anda

menemukan humor di dalamnya, ada kemungkinan besar orang lain juga akan melakukannya. Sebagian besar humor Sir Ken Robinson berupa anekdot dan cerita tentang dirinya, putranya, istrinya, dll.

Ini adalah jenis humor yang bekerja paling baik dalam sebagian besar presentasi bisnis. Anekdot dan pengamatan adalah cerita pendek atau contoh yang dimaksudkan untuk tidak menimbulkan tawa yang besar, melainkan untuk membuat orang tersenyum dan membuat pembicara disayangi oleh audiensnya. Misalnya, di TED 2013, Dan Pallotta, pendiri wahana AIDS, membuat pengamatan tentang perannya: "Kebetulan saya juga gay. Menjadi gay dan menjadi ayah kembar tiga sejauh ini merupakan hal yang paling inovatif secara sosial, kewirausahaan sosial yang pernah saya lakukan."⁸

Jill Bolte Taylor tertawa terbahak-bahak ketika dia membuat lelucon tentang dirinya yang menceritakan saat dia benar-benar mengalami stroke.

Ingat pernyataannya sebelumnya: "Saya menyadari, 'Ya ampun! Saya mengalami stroke! Saya mengalami stroke!' Hal berikutnya yang otak saya katakan kepada saya adalah, 'Wow! Ini sangat keren! Berapa banyak ilmuwan otak yang memiliki kesempatan untuk mempelajari otak mereka sendiri dari dalam ke luar?'"⁹ Dengan pengaturan waktu yang tepat dari seorang pelawak, Dr. Jill menindaklanjutinya dengan kalimat berikut: "Kemudian terlintas di benak saya, 'Tapi saya wanita sibuk! Saya tidak punya waktu untuk stroke!'"

Memulai presentasi dengan humor observasional adalah caranya. Jangan langsung tertawa terbahak-bahak. Anda mungkin akan tertawa terbahak-bahak nanti, tetapi jika Anda bekerja terlalu keras untuk menariknya segera setelah Anda melangkah ke atas panggung atau meluncurkan presentasi Anda, Anda mungkin gagal, dan meskipun tidak ada waktu yang tepat untuk meledak, Anda mungkin tidak akan pernah pulih jika itu terjadi. terlalu dini.

Catatan TED

INGAT APA YANG BEKERJA. Pikirkan kembali anekdot, cerita, pengamatan, atau wawasan yang pernah membuat Anda atau kolega Anda tersenyum di masa lalu. Jika mereka bekerja di sana dan sesuai dengan presentasi Anda, rangkai mereka ke dalam narasi Anda dan berlatih menceritakannya.

2. Analogi dan Metafora

Analogi adalah perbandingan yang menunjukkan kesamaan antara dua hal yang berbeda. Ini adalah teknik retorik yang sangat baik yang membantu menjelaskan

topik yang kompleks. Dalam pekerjaan saya dengan Intel, kami menggunakan analogi teknologi klasik bahwa semikonduktor (chip komputer) adalah "seperti otak komputer Anda". Saat Intel meluncurkan chip dual-core pertamanya, kami hanya mengatakan, "Ini seperti memiliki dua otak dalam satu komputer." Saya ingat bekerja dengan kepala komputasi penyimpanan di perusahaan yang sama, yang berkata, "Pada tahun 2020 dunia akan memiliki 40 zetabytes data. Itu 57 kali lebih banyak data daripada setiap butir pasir di dunia. Carmine, di mana kita akan menyimpan semua informasi itu?!"

Dengan membandingkan data dan pasir, pakar penyimpanan memasukkan statistik yang sangat besar ke dalam perspektif dan bersenang-senang menyampaikannya. Saya menyarankan dia untuk memulai presentasinya seperti itu. Dia melakukannya dan mereka diterima dengan sangat baik oleh audiens internal dan eksternalnya. Anda tahu, Anda tidak bisa menyuruh seseorang untuk "menjadi lucu" atau menceritakan lelucon. Jika Anda meminta mereka untuk melakukan sesuatu di atas panggung yang biasanya tidak mereka lakukan dalam percakapan sehari-hari, Anda membuat mereka gagal. Seringkali, membuat analogi sederhana dapat membuat pendengar Anda tersenyum.

Banyak presenter TED populer memancing tawa dengan menggunakan analogi. Misalnya:

- "Chris Anderson bertanya kepada saya apakah saya dapat menempatkan kampanye anti kemiskinan selama 25 tahun terakhir menjadi 10 menit untuk TED. Itu orang Inggris yang meminta orang Irlandia untuk menjadi ringkas.

—Bono

- "Jika Anda mendengar seorang ahli berbicara tentang Internet dan mengatakan ia melakukan ini atau akan melakukan itu, Anda harus memperlakukannya dengan skeptisisme yang sama seperti Anda memperlakukan komentar seorang ekonom tentang ekonomi atau ahli cuaca tentang cuaca."

—Danny Hillis, penemu, TED 2013

- "Mencoba menjalankan Kongres tanpa hubungan manusia seperti mencoba menjalankan mobil tanpa oli mesin. Haruskah kita terkejut ketika semuanya membeku?"

—Jonathan Haidt, psikolog sosial, TED 2012

- "Jika orang Amerika ingin mewujudkan impian Amerika, mereka harus pergi ke Denmark."

—Richard Wilkinson, profesor di Universitas Nottingham, TEDGlobal 2011

3. Kutipan

Cara mudah untuk tertawa tanpa menjadi pelawak atau menceritakan lelucon adalah dengan mengutip orang lain yang mengatakan sesuatu yang lucu. Kutipan bisa dari orang terkenal, orang anonim, atau keluarga dan teman. Pembicara TED melakukan ini sepanjang waktu. Misalnya, Carmen Agra Deedy mengutip ibunya, yang berkata, "Saya menyerah dengan pantyhose—keduanya terlalu mengikat." Beberapa pembicara mengutip orang lain dan menambahkan satu pengamatan singkat untuk menyoroti humor dalam pernyataan tersebut. "Pada tahun 2006, kepala American Mortgage Bankers Association mengatakan, 'Seperti yang dapat kita lihat dengan jelas, tidak ada kejadian seismik yang akan membanjiri perekonomian AS.' Sekarang ada seorang pria di atas pekerjaannya," kata Rory Bremner (Dua tahun kemudian, krisis subprime-mortgage menyebabkan keruntuhan keuangan beberapa lembaga keuangan besar, menandai penurunan ekonomi terburuk di Amerika Serikat sejak Depresi Hebat). .

Di TED 2013, ahli bahasa Universitas Columbia John McWhorter mengajari penonton sesuatu yang baru dengan menyediakan lensa baru untuk melihat 22 juta pesan teks yang dikirim setiap hari. McWhorter berpendapat bahwa alih-alih meratapi bahasa singkat yang mendefinisikan SMS remaja, kita harus melihatnya sebagai "keajaiban linguistik" dalam evolusi bahasa lisan.

McWhorter menunjukkan serangkaian lima slide, yang masing-masing memiliki kutipan dari seseorang yang mengkritik cara anak muda berbicara. Dalam hal ini, kutipan itu sendiri tidak lucu, tetapi cara McWhorter menggunakan slide untuk menyampaikan maksudnya membuat audiensnya tertawa.

Dia mulai dengan kutipan dari seorang profesor bahasa Inggris pada tahun 1956: "Banyak yang tidak mengetahui alfabet atau tabel perkalian, tidak dapat menulis secara tata bahasa..."¹⁰ Penonton tidak tertawa, McWhorter juga tidak mengharapkannya. Dia maju ke slide kedua, yang memiliki kutipan tahun 1917 dari seorang guru sekolah di Connecticut: "Setiap sekolah menengah putus asa karena murid-muridnya begitu tidak mengetahui dasar-dasar yang paling sederhana." Belum ada tawa. "Anda bisa melangkah lebih jauh ke belakang," kata McWhorter. Pada slide ketiganya dia menunjukkan kutipan oleh presiden Harvard Charles Eliot pada tahun 1871: "Ejaan yang buruk, kesalahan serta ketidaktepatan ekspresi dalam menulis ... jauh dari langka di antara pemuda berusia delapan belas tahun yang dipersiapkan dengan baik untuk studi perguruan tinggi." Penonton mulai mengerti dan beberapa mulai tertawa.

McWhorter melanjutkan, menunjukkan kutipan yang lebih awal dan lebih awal hingga dia mencapai kutipan dari tahun 63 M, seorang pria yang sedih dengan cara orang berbicara bahasa Latin, kesal dengan bahasa yang akhirnya menjadi bahasa Prancis. Setelah beberapa kutipan, penonton memahami premisnya dan mereka menertawakan kutipan tersebut dan diri mereka sendiri karena tidak melihat evolusi bahasa dari perspektif McWhorter. Orang-orang selalu mengeluh tentang cara anak muda menggunakan bahasa, tetapi “dunia terus berputar,”

kata McWhorter.

Menambahkan kutipan secara kreatif ke presentasi Anda memecah slide dengan baik dan membuat audiens Anda istirahat mental. Cobalah untuk menghindari kutipan yang umum dan digunakan secara berlebihan. Dan jangan hanya mengunjungi perpustakaan kutipan di Internet, menarik kutipan secara acak dari suatu kategori. Benar-benar pikirkan tentang humor dan kutipan yang Anda gunakan. Pastikan mereka relevan. Ketika saya memberikan pidato utama di sebuah asosiasi atau konferensi perusahaan, saya sering menggunakan kutipan dari anggota asosiasi, pendiri, atau CEO dari perusahaan yang saya ajak bicara.

Kutipan menarik tawa dan membantu saya terhubung dengan audiens saya. Membangun kutipan yang bagus membutuhkan beberapa pekerjaan rumah. Meraih kutipan terkenal akan lebih mudah, tetapi tidak sekreatif atau efektif. Kerjakan pekerjaan rumah Anda.

Catatan TED

LAKUKAN PEKERJAAN RUMAH ANDA PADA KUTIPAN. Cari kutipan pihak ketiga yang mencerahkan suasana presentasi Anda atau memotong kompleksitas topik Anda. Jangan merasa bahwa Anda harus terpaku pada kutipan-kutipan terkenal. Pergi dari jalan dipukuli. Dalam banyak kasus, kutipan dari orang yang Anda kenal bisa sangat lucu dan menarik.

4. Video

Di TEDxYouth pada tahun 2011, manajer tren YouTube Kevin Allocca membuat penonton tertawa histeris dengan tiga video pendek YouTube—seorang pria yang sangat senang melihat pelangi, seorang gadis remaja menyanyikan lagu yang menarik dan konyol berjudul “Friday”, dan animasi yang sangat konyol berjudul “Kucing Nyan.” Tema Allocca sama sekali tidak konyol. Dalam presentasi yang berwawasan luas, dia mengungkapkan tiga alasan mengapa video tersebut menjadi viral (video tersebut telah ditonton ratusan juta kali): “pencipta rasa, komunitas, dan hal yang tidak terduga”. Di sela-sela video dia menunjukkan bagan dan statistik tentang setiap video. Dengan sendirinya

statistik akan kering, tetapi Allocca menambahkan video konyol untuk membuat penonton tertawa.

Sangat sedikit orang yang menggunakan klip video dalam presentasi, bahkan pada pembicaraan TED. Akan tetapi, video adalah cara yang sangat efektif untuk menghadirkan humor ke dalam presentasi: ini menghilangkan tekanan dari Anda untuk menjadi lucu.

Dalam salah satu presentasi utama saya tentang topik Apple Store dan layanan pelanggan, saya menampilkan dua video. Dalam satu klip, seorang komedian melihat apa yang bisa dia lakukan di Apple Store; dia membawa seekor kambing, memesan pizza untuk dikirim ke toko, bahkan menyewa sebuah band kecil untuk merayu dia dan istrinya saat mereka menari. Dalam klip kedua, penonton melihat seorang wanita muda menari di Apple Store saat karyawan melanjutkan bisnis mereka di lantai penjualan. Kedua klip dimaksudkan untuk menyoroti poin bahwa karyawan Apple Store dilatih untuk tidak "menjual barang" tetapi untuk "memperkaya kehidupan" dan memastikan orang-orang bahagia saat berada di toko. Videonya selalu menarik tawa dan, yang terbaik, saya tidak harus berperan sebagai komedian; Saya membiarkan orang lain melakukannya untuk saya.

5. Foto

Ketika Anda mengingat kembali kelas perguruan tinggi favorit Anda, ada kemungkinan besar profesor yang paling Anda sukai menyuntikkan cukup banyak humor ke dalam presentasinya. Jika saya harus menebak, ekonomi mungkin bukan kelas yang terlintas dalam pikiran kebanyakan orang ketika ditanya tentang profesor mereka yang paling lucu. Mereka tidak memiliki ekonom dan pembicara TED Juan Enriquez sebagai guru. Jika mereka punya, mereka akan senang pergi ke kelas.

Enriquez telah memberikan empat ceramah TED dan menghilangkan kerumitan ekonomi dengan menambahkan humor, biasanya dalam bentuk foto. Subjeknya rumit, dan humor membuat topik lebih mudah dipahami karena foto menempatkan topik dalam konteks yang dapat dipahami semua orang.

Di TED 2009, Enriquez membuka pembicaraannya dengan mengatakan, “Ada gajah besar di ruangan yang disebut ekonomi. Jadi mari kita mulai membicarakannya. Saya ingin memberi Anda gambaran ekonomi saat ini.”¹¹ “Gambar” itu adalah slide berjudul “Ekonomi.” Sisa slide berwarna hitam. Di tahun

2009 Amerika berada di kedalaman resesi sehingga tidak diperlukan penjelasan lebih lanjut. Perosotan hitam mengatakan semuanya dan menimbulkan tawa yang kuat dari penonton langsung dari gerbang.

Mengenai ekonomi, Enriquez melanjutkan, “Ada beberapa masalah yang sangat besar yang masih ada. Salah satunya adalah daya ungkit. Dan masalah dengan leverage adalah membuat sistem keuangan AS terlihat seperti ini.” Enriquez maju ke slide yang menunjukkan foto orang di kolam. Mereka tertawa ketika radio mereka diletakkan di atas meja kecil di tengah air, kabel listriknya mengalir melalui air dan dicolokkan ke soket listrik yang tergantung di tepi kolam. Sekali lagi, Enriquez tidak perlu menjelaskan slide tersebut. Foto itu bertindak sebagai metafora untuk masalah meminjam uang dengan aset. Semuanya menyenangkan dan permainan saat uang masuk, tetapi konsekuensinya bisa mematikan. Definisi teknis “pengungkit ekonomi” adalah: volatilitas ekuitas dibagi dengan volatilitas investasi tanpa leverage dalam aset yang sama. Enriquez tidak pernah memberikan definisinya. Itu akan melampaui kepala mereka dan membuat penonton tertidur. Alih-alih, dia secara kreatif memilih foto yang berfungsi sebagai metafora untuk masalah yang disebabkan oleh leverage. Enriquez membuat para pendengarnya tertawa... dan berpikir.

Menampilkan serangkaian foto lainnya, Enriquez berkata, “Pemerintah, sementara itu, telah bertindak seperti Sinterklas. Kita semua menyukai Sinterklas, bukan?” Pada titik ini Enriquez menunjukkan stok foto dari apa yang tampak seperti Santa khas yang Anda lihat di pusat perbelanjaan. Dia melanjutkan, “Tapi masalah dengan Sinterklas adalah, jika Anda melihat pengeluaran wajib dari apa yang telah dilakukan orang-orang ini dan menjanjikan [hak] orang-orang, sekarang setelah tagihan jatuh tempo, ternyata Sinterklas tidak selucu itu. ” Slide berikutnya menunjukkan seorang pria gemuk dengan janggut putih duduk di kereta golf ... telanjang dengan bagian pribadinya tertutup. Penonton tertawa terbahak-bahak. Mereka mengerti maksudnya—kami menyukai uang pemerintah jika kami mendapatkannya, tetapi kami merasa ngeri ketika hasil pengeluaran pemerintah terungkap.

Komedian mengerjakan lelucon dengan audiens yang berbeda untuk melihat apa yang beresonansi, dan saya menggunakan foto dan cerita dengan cara yang sama. Di salah satu bagian keynote saya

presentasi tentang layanan pelanggan dan komunikasi, saya menggunakan serangkaian foto dari Ritz-Carlton. Ceritanya (naratif) seperti ini:

Saat karyawan diberdayakan untuk melakukan apa yang benar bagi pelanggan, hal-hal ajaib akan terjadi. Sebuah keluarga tinggal di Ritz-Carlton Amelia Island. Ketika mereka sampai di rumah, mereka menyadari bahwa mereka telah meninggalkan boneka binatang kesayangan anak laki-laki itu, "Joshi," di kamar. Ayah menelepon hotel, staf menemukan mainan di kamar, dan menawarkan untuk mengirimkannya. "Bisakah Anda membantu saya?" kata ayah anak laki-laki itu. "Bisakah kamu memotretnya agar aku bisa menunjukkan kepada putraku bahwa Joshi baik-baik saja?" Staf melakukan yang lebih baik. Mereka mengirim beberapa foto yang menunjukkan Joshi sedang menikmati resor. Ini Joshi di dekat kolam; Joshi di pantai; Joshi di kereta golf; dan Joshi mendapatkan wajah.

Jika Anda hanya membaca cerita saya dalam bentuk teks, Anda mungkin menghargai layanan pelanggan, tetapi itu tidak serta merta membuat Anda tertawa. Saya jamin foto-fotonya lucu. Melihat boneka binatang berbaring di tempat tidur pijat dengan ketimun di matanya sementara seseorang memijat bahunya adalah hal yang lucu. Humor membantu orang mengingat foto. Lebih penting lagi, gambar memperkuat pesan utama saya—karyawan yang berdaya menciptakan momen yang tak terlupakan bagi pelanggan mereka.

Ingat, dalam contoh Ritz-Carlton, **foto-foto** itu membuat tertawa; Saya tidak mencoba membuat penonton tertawa dengan memaksakan lelucon pada mereka. Ini adalah humor yang alami dan otentik. Saya tidak berusaha menjadi sesuatu yang bukan saya. Anda mungkin tidak memiliki harapan untuk berhasil di sirkuit komedi, tetapi hal itu seharusnya tidak menghentikan Anda untuk memberikan presentasi yang informatif **dan** menghibur.

Catatan TED

CERAHKAN PRESENTASI ANDA DENGAN VIDEO DAN FOTO. Sebagian besar presentasi PowerPoint mengerikan karena hanya memiliki sedikit—jika ada—dampak emosional. Sertakan foto lucu atau klip video untuk mencerahkan suasana.

Saya menggunakan masing-masing dari lima teknik ini dalam presentasi saya. Saya tidak pernah menjadi orang yang menceritakan lelucon. Saya suka komedi, menikmati menonton stand-up comedian, tapi saya jarang mengingat atau menceritakan lelucon. Namun, saya tertawa dengan mudah (dan sering) dan menemukan

humor di hampir setiap situasi. Saya dan istri saya banyak tertawa. Saat saya berkembang sebagai pembicara, saya menyadari bahwa saya tidak harus **membuat** hadirin tertawa; yang harus saya lakukan hanyalah **mengungkapkan** humor dalam situasi tertentu. Anda tidak harus tertawa sepanjang waktu, tetapi Anda harus mencoba untuk mendapatkan setidaknya senyuman.

“Ada kegembiraan mental yang diikuti oleh respons fisik berupa tawa, yang, bukan kebetulan, melepaskan endorfin di otak. Dan begitu saja, Anda telah tergoda untuk memandang sesuatu dengan cara yang berbeda karena endorfin telah menurunkan pertahanan Anda. Ini adalah kebalikan dari cara kerja kemarahan dan ketakutan dan kepanikan, semua respons lari-atau-lawan. Lari-atau-bertarung melepaskan adrenalin, yang membuat tembok kita setinggi langit. Dan komedi muncul, berurusan dengan banyak area yang sama di mana pertahanan kita adalah yang terkuat — ras, agama, politik, seksualitas — hanya dengan mendekati mereka melalui humor alih-alih adrenalin, kita mendapatkan endorfin dan alkimia tawa mengubah dinding kita. ke jendela, mengungkapkan sudut pandang yang segar dan tidak terduga.”12

— Chris Bliss, TEDx

AYO BICARA S***

Selalu mencoba memasukkan sedikit humor saat Anda mencoba membantu orang memahami topik yang rumit, terutama jika mereka baru mengenal topik tersebut atau memiliki tingkat pemahaman yang rendah tentangnya. Humor juga merupakan alat yang berguna untuk membelokkan kontroversi atau membebaskan audiens Anda dari peristiwa traumatis. Jutaan orang menonton **Saturday Night Live** setelah 9/11 untuk mendapatkan kelegaan dari rentetan gambar mengerikan yang ada di mana-mana di televisi, di surat kabar, dan di Internet. Ketika komedian Will Ferrell muncul di salah satu sandiwara pertama hanya dengan celana dalam berwarna bendera Amerika yang memperlihatkan pipi pantatnya, dunia tahu tidak apa-apa untuk tertawa lagi — bukan untuk melupakan, tetapi untuk memberi otak kita istirahat dari trauma. .

Rose George melihat humor dalam kotoran. Suatu hari jurnalis yang berbasis di Inggris pergi ke kamar mandi dan bertanya pada dirinya sendiri, "Kemana perginya barang-barang ini?" Sebagai seorang jurnalis, dia tergelitik untuk menemukan jawaban atas pertanyaan itu. Selama sepuluh tahun berikutnya dia menggali dirinya lebih dalam ke dunia sanitasi, bisa dikatakan,

menulis artikel dan buku tentang topik bagaimana sanitasi yang layak menyelamatkan nyawa di negara dunia ketiga.

George menanggapi topiknya dengan serius, tetapi dia tidak menganggap dirinya terlalu serius dan dia menyadari bahwa audiensnya perlu istirahat mental dari beberapa gambar memilukan yang dia tampilkan di layar. Kombinasi humor dan keseriusan memenangkan hati dan, ya, pikiran, penonton TED 2013.

George cukup pintar untuk mengetahui bahwa buang air besar sembarangan bukanlah topik yang menyenangkan. Solusinya adalah menawarkan perpaduan humor dan kejutan yang hati-hati dan kreatif. Slide pertama George memperlihatkan foto seorang model wanita cantik berdiri di samping toilet berteknologi tinggi di sebuah konferensi organisasi toilet dunia, "the other WTO", begitu dia menyebutnya.

George mengatakan dia tumbuh dengan berpikir bahwa "toilet seperti itu adalah hak saya. Saya salah. Ini adalah hak istimewa. Dua setengah miliar orang di seluruh dunia tidak memiliki toilet yang memadai."¹³ George maju ke slide kedua, yang menunjukkan seorang anak laki-laki "buang air kecil" di pinggir jalan sementara orang-orang lewat, sebuah cara hidup di banyak negara ketiga. negara dunia.

George mengatakan masalahnya adalah tinja membawa patogen yang menyebabkan banyak masalah, termasuk diare. "Diare itu sedikit lelucon," kata George saat dia maju ke slide berikutnya—yang lucu. "Jika Anda mencari stok foto yang terkait dengan diare dari agen foto terkemuka, inilah gambar yang Anda dapatkan." Penontonnya melihat foto seorang wanita berbikini berdiri di luar toilet dengan mata tertutup dan kepalan tangan terkepal, jelas meringis saat dia mencoba menahannya. Fotonya lucu dan penonton tertawa. Kemudian George memukul pendengarnya dengan ini: "Ini gambar lain dari diare. Ini Maria Salie. Dia berumur 9 bulan [penonton melihat foto seorang pria menangis saat dia berdiri di lapangan]. Anda tidak dapat melihatnya karena dia terkubur di bawah rerumputan hijau di sebuah desa kecil di Liberia. Dia meninggal dalam tiga hari karena diare. Dia tidak sendirian hari itu. Empat ribu anak lainnya meninggal karena diare ... itu adalah senjata pemusnah massal yang sangat ampuh."

Sekarang Anda dapat mengetahui bagaimana rumus George bekerja: humor, kejutan, statistik. Statistik saja akan membuat orang tertidur. Presentasi yang terlalu mengejutkan

akan mematikan orang. Terlalu banyak humor akan menghilangkan implikasi serius dari topik tersebut. George dengan terampil memadukan ketiganya menjadi formula ajaib untuk persuasi.

Jika Rose George dapat menghadirkan humor pada topiknya, Anda pasti dapat melakukannya dengan subjek Anda. Jangan menganggap topik Anda terlalu serius, atau diri Anda sendiri. Fisikawan teoretis terkenal Stephen Hawking didiagnosis menderita ALS pada usia dua tahun. Sekarang di usia 70-an, Hawking telah terkurung di kursi roda hampir sepanjang hidupnya dan sejak 1985 harus berkomunikasi melalui komputer.

Terlepas dari keadaannya, dia memiliki selera humor yang luar biasa dan melumpuhkan. Kecerdasannya membuat penonton merasa lebih nyaman di sekitarnya. Pada tahun 2003, Jim Carrey mempromosikan film ***Dumb and Dumber***. Saat dia diwawancarai di acara Conan O'Brien, Carrey mendapat telepon dari Hawking dan keduanya meluncurkan drama komedi. "Saya hanya ingin memberi tahu Anda betapa bahagianya saya karena Anda bersemangat dengan teori alam semesta ekpyroptik yang baru,"¹⁴ Hawking berkata kepada Carrey ketika kedua pria itu saling memuji sebagai seorang jenius. Ketika ditanya tentang hal itu nanti, Hawking mengatakan dia melakukannya karena kedengarannya menyenangkan. Dia tidak menganggap dirinya terlalu serius.

Hawking membawa humornya ke presentasi publik. Dia tahu otak pendengarnya akan menjadi bubur jika mereka bekerja terlalu keras untuk memahami teorinya.

Kesembronoannya menambah tawa yang sangat dibutuhkan dalam wacana.

Pada Februari 2008, Hawking tampil di panggung TED untuk membahas pertanyaan besar: "Dari mana kita berasal? Bagaimana alam semesta terbentuk? Apakah kita sendirian di alam semesta? Apakah ada kehidupan alien di luar sana? Bagaimana masa depan umat manusia?" Barang yang cukup berat. Di antara teori-teori yang dia bantah—dikunjungi oleh alien.

Sepertinya kita belum pernah dikunjungi oleh alien. Saya mengabaikan laporan tentang UFO. Mengapa mereka muncul hanya untuk orang gila dan orang aneh? Jika ada konspirasi pemerintah untuk menekan laporan dan menyimpan sendiri pengetahuan ilmiah yang dibawa oleh alien, tampaknya itu merupakan kebijakan yang sangat tidak efektif sejauh ini. Selain itu, meskipun sebuah

pencarian ekstensif oleh proyek SETI, kami belum pernah mendengar acara kuis televisi alien. Ini mungkin menunjukkan bahwa tidak ada peradaban alien pada tahap perkembangan kita dalam radius beberapa ratus tahun cahaya. Menerbitkan polis asuransi terhadap penculikan oleh alien tampaknya merupakan taruhan yang cukup aman.¹⁵

Rahasia #6: Meringankan

Humor melibatkan beberapa risiko dan kebanyakan orang tidak memiliki keberanian untuk itu, itulah sebabnya sebagian besar presentasi bisnis sangat kering dan membosankan. Dibutuhkan keberanian untuk menjadi rentan, untuk mengolok-olok diri sendiri dan topik Anda. Kuncinya adalah menjadi otentik. Jangan mencoba menjadi seseorang yang bukan dirimu. Tetapi jika sesuatu membuat Anda tertawa, ada kemungkinan besar hal itu juga akan membuat orang lain tertawa.

Jika Anda masih tidak yakin bahwa humor dapat membantu Anda menarik perhatian audiens, pikirkan seperti ini—penelitian menunjukkan bahwa humor baik untuk kesehatan Anda. Tertawa menurunkan tekanan darah, memperkuat sistem kekebalan tubuh, meningkatkan pernapasan, meningkatkan energi Anda, dan membuat Anda merasa lebih baik. Jika Anda merasa baik, Anda akan memberikan presentasi yang lebih baik, dan itu adalah sesuatu yang membuat Anda tersenyum!

BAGIAN III

Berkesan

Anda harus benar-benar berani dengan insting dan ide Anda. Kalau tidak, Anda hanya akan menyerah, dan hal-hal yang mungkin berkesan akan hilang.

—FRANCIS FORD COPPOLA

Patuhi Aturan 18 Menit

Saya tertantang sekaligus bersemangat. Kegembiraan saya adalah, saya bisa memberikan sesuatu kembali. Tantangan saya, seminar tersingkat yang biasa saya lakukan adalah lima puluh jam.

—TONY ROBBINS, TED 2006

Profesor **EKONOMI UNIVERSITAS WATERLOO** Larry Smith memberikan kuliah selama tiga jam. Pada November 2011 dia memberikan ceramah selama 15 menit untuk audiensi TEDx. Dia tidak tahu itu akan dilihat hampir 1,5 juta kali. “Bagi saya, merupakan tantangan pribadi untuk memadatkan konten saya menjadi 18 menit,” kata Smith kepada saya. “Saya pikir murid-murid saya meminta saya melakukannya karena mereka pikir itu akan membunuh saya!”¹

—

Menurut Anda mengapa aturan 18 menit bekerja dengan sangat baik?” Saya bertanya kepada Smith.

“Berpikir adalah kerja keras. Dalam 18 menit Anda dapat membuat argumen yang kuat dan menarik perhatian orang.”

Ya, berpikir **adalah** kerja keras, dan itulah mengapa aturan 18 menit sangat penting untuk transfer ide. Presentasi TED tidak boleh lebih dari 18 menit. Ini adalah aturan mendasar yang berlaku untuk **semua** pembicara TED. Tidak masalah jika Anda adalah Larry Smith, Bill Gates, atau Tony Robbins—hanya 18 menit yang Anda dapatkan.

Rahasia #7: Tetap berpegang pada Aturan 18 Menit

Delapan belas menit adalah waktu yang ideal untuk sebuah presentasi. Jika Anda harus membuat yang lebih panjang, buat jeda singkat (cerita, video, demonstrasi) setiap 10 menit.

Mengapa ini berhasil: Para peneliti telah menemukan bahwa "simpanan kognitif", terlalu banyak informasi, mencegah transmisi ide yang berhasil. Kurator TED Chris Anderson menjelaskannya dengan sangat baik:

Itu [18 menit] cukup lama untuk menjadi serius dan cukup singkat untuk menarik perhatian orang. Ternyata panjang ini juga berfungsi dengan sangat baik secara online. Ini panjang rehat kopi. Jadi, Anda menonton pembicaraan yang bagus, dan meneruskan tautannya ke dua atau tiga orang. Itu bisa menjadi viral, sangat mudah. Durasi 18 menit juga berfungsi seperti cara Twitter memaksa orang untuk disiplin dalam apa yang mereka tulis. Dengan memaksa pembicara yang biasanya berdurasi 45 menit untuk menurunkannya menjadi 18, Anda membuat mereka benar-benar memikirkan apa yang ingin mereka katakan. Apa poin kunci yang ingin mereka komunikasikan? Ini memiliki efek klarifikasi. Ini membawa disiplin.²

—

MENDENGARKAN ITU MENGURANGI

Dr. Paul King di Texas Christian University telah menjadi sarjana berpengaruh di bidang studi komunikasi selama 30 tahun. Saya berbicara dengan King tentang penelitiannya tentang "menyatakan kecemasan dalam kinerja mendengarkan". Sebagian besar dari kita percaya bahwa kecemasan hanya berdampak pada orang yang memberikan pidato atau presentasi. dr. King telah menemukan bahwa penonton juga merasakan kecemasan.

"Kami mempelajari peserta penelitian — mahasiswa — yang mendengarkan informasi mengetahui bahwa mereka akan ditanyai tentangnya setelah itu.

Seiring berjalannya waktu, tingkat kecemasan negara mereka terus naik dan naik sampai setelah mereka mengikuti tes. Kemudian tingkat kecemasan mereka menurun,"³ kata King. Menurut King, akumulasi informasi menghasilkan "backlog kognitif", yang seperti menumpuk beban, membuat beban mental semakin berat. "Semakin banyak hal yang perlu Anda ingat menumpuk, itu menciptakan tekanan yang semakin besar dan segera Anda akan meninggalkan semuanya."

King mengatakan bahwa pemrosesan kognitif—berpikir, berbicara, dan mendengarkan—adalah kegiatan yang menuntut secara fisik. "Saya berada di tim debat di sekolah menengah. Saya juga bermain basket. Saya bisa berlari naik turun lapangan sepanjang hari. Saya mencapai final turnamen debat pertama saya dan memiliki tiga seri

debat. Setelah saya selesai saya hampir tidak bisa bergerak. Saya naik ke bus sekolah kuning tua, tertidur, dan tidak bangun sampai saya sampai di rumah. Itu aneh bagi saya. Jika Anda benar-benar berkonsentrasi, mendengarkan secara kritis adalah pengalaman yang melelahkan secara fisik. Mendengarkan sebagai anggota audiens lebih menguras tenaga daripada yang kami hargai.”

King mengatakan bahwa mendengarkan adalah aktivitas yang melelahkan karena pembelajar terus menambahkan materi untuk diingat—diambil kembali—kemudian. Inilah yang dia maksud dengan "backlog kognitif." Sederhananya, semakin lama tugas atau semakin banyak informasi yang disampaikan, semakin besar beban kognitifnya. Mendengarkan presentasi lima menit menghasilkan backlog kognitif yang relatif kecil; presentasi 18 menit menghasilkan sedikit lebih banyak, sementara presentasi 60 menit menghasilkan begitu banyak simpanan sehingga Anda berisiko membuat audiens Anda sangat kesal kecuali jika Anda membuat presentasi yang sangat menarik dengan "jeda ringan"—cerita, video, demonstrasi, atau pembicara lainnya.

Semakin lama presentasi, semakin pendengar harus mengatur, memahami, dan mengingat. Beban bertambah seiring dengan kecemasan pendengar. Mereka menjadi semakin frustrasi, bahkan marah. King mengatakan sebagian besar penelitian saat ini tentang pemrosesan memori menunjukkan bahwa lebih baik mempelajari konten pada dua atau tiga kesempatan untuk waktu yang singkat daripada menghabiskan sepanjang malam untuk menjejalkan. "Apa yang saya sarankan adalah bahwa sekali Anda membuat titik, jika Anda hanya mengalahkan titik sampai mati, Anda tidak benar-benar membantu orang memprosesnya dengan lebih baik dan menyimpan konten dalam memori jangka panjang."

King menerapkan hasilnya ke kelas pascasarjana tentang metode penelitian. Jika diberi pilihan, sebagian besar mahasiswa pascasarjana lebih suka menghadiri satu kelas tiga jam daripada tiga kelas 50 menit. Ketika King mengajar kelasnya seminggu sekali, dia menemukan bahwa para siswa yang kembali ke kelas berikutnya telah kehilangan sebagian besar informasi yang telah mereka pelajari di minggu sebelumnya. King menemukan bahwa "praktik yang lebih baik" adalah menjadwalkan konten yang sama pada tiga kesempatan terpisah, seperti Senin, Rabu, dan Jumat. King mengatakan bahwa meskipun keberatan, ketika dia membuat kelas wajib di tiga segmen yang lebih pendek miliknya

siswa mendapat skor lebih baik dan menunjukkan retensi yang lebih baik dari materi kompleks.

OTAK ADALAH HOG ENERGI

Baik profesor Smith maupun King menyinggung jumlah energi yang diperlukan untuk mendengarkan dan belajar. Otak mudah lelah. Ingat betapa lelahnya Anda setelah hari pertama di pekerjaan baru atau setelah berjam-jam mempelajari manual yang rumit untuk pertama kalinya? Siswa sekolah menengah menyebut kelelahan yang mereka rasakan setelah mengikuti ujian masuk perguruan tinggi sebagai "mabuk SAT". Dibutuhkan energi untuk memproses informasi baru.

Belajar bisa menguras tenaga. Otak manusia dewasa rata-rata beratnya hanya sekitar tiga pon, tapi itu adalah babi energi, mengkonsumsi banyak sekali glukosa, oksigen, dan aliran darah. Saat otak menerima informasi baru, jutaan neuron bekerja sekaligus, membakar energi dan menyebabkan kelelahan dan kelelahan.

Dalam *Willpower*, penulis Roy Baumeister menjelaskan bahwa kita memiliki kemauan yang terbatas setiap hari, yang akan terkuras saat otak kita mengonsumsi lebih banyak energi. Dia menemukan bahwa aktivitas yang sama sekali tidak berhubungan (menolak coklat, mengerjakan teka-teki matematika, mendengarkan presentasi) menggunakan sumber energi yang sama. Ini membantu menjelaskan mengapa kita sangat lelah, terutama di kemudian hari, setelah kita membuat keputusan sepanjang pagi atau mencoba menekan gangguan (seperti sepotong kue yang menggoda untuk makan siang).

Pelakunya adalah glukosa, atau kekurangannya. Glukosa adalah gula sederhana yang diproduksi di dalam tubuh dari semua jenis makanan. Ini memasuki aliran darah dan bertindak sebagai bahan bakar untuk otot, termasuk jantung, hati, dan otak Anda. Glukosa memasuki otak Anda setelah diubah menjadi neurotransmitter, bahan kimia yang digunakan sel otak Anda untuk mengirim sinyal satu sama lain.

Baumeister berbicara tentang serangkaian eksperimen yang dirancang untuk mengukur kadar glukosa pada manusia sebelum dan sesudah melakukan tugas-tugas sederhana, seperti menonton video sambil menampilkan kata-kata di bagian bawah layar. "Beberapa orang disuruh mengabaikan kata-kata itu; yang lain bebas untuk bersantai dan menonton

mereka ingin. Setelah itu, kadar glukosa diukur lagi, dan ada perbedaan yang besar. Levelnya tetap konstan pada pemirsa yang santai, tetapi turun secara signifikan pada orang yang berusaha menghindari kata-kata. Latihan pengendalian diri yang tampaknya kecil itu dikaitkan dengan penurunan besar dalam bahan bakar glukosa otak.”⁴

Presentasi yang panjang, membingungkan, dan berkelok-kelok memaksa otak pendengar Anda untuk bekerja keras dan menghabiskan energi. Sel-sel otak Anda membutuhkan energi dua kali lebih banyak daripada sel-sel lain di tubuh Anda. Aktivitas mental dengan cepat menghabiskan glukosa. Itu sebabnya presentasi 18 menit bekerja dengan sangat baik. Ini membuat audiens Anda memiliki sisa kekuatan otak dan glukosa untuk memikirkan presentasi Anda, berbagi ide, dan menindaklanjutinya. Bicara terlalu lama dan audiens Anda akan menemukan cara untuk mengalihkan perhatian mereka dari konten Anda. Kapan terakhir kali Anda melihat mahasiswa begitu terinspirasi oleh kuliah tiga jam sehingga mereka bergegas kembali ke asrama untuk mempelajari topik tersebut secara lebih mendalam? Itu tidak terjadi. Sebagai gantinya, mereka pergi ke restoran pizza atau aula bir terdekat untuk bersimpati atas kemalangan yang mereka alami dan mengganti topik pembicaraan. Delapan belas menit adalah pemikiran. Tiga jam yang mematikan pikiran.

Saya telah menghabiskan banyak waktu dalam bab ini untuk menjelaskan ilmu di balik aturan 18 menit. Saya merasa seolah-olah saya perlu. Mempertahankan presentasi di sisi yang lebih pendek menimbulkan reaksi terkuat dari banyak CEO dan profesional bisnis yang pernah bekerja dengan saya. Saya sering mendengar ratapan, “Tapi, Carmine, kami memiliki terlalu banyak informasi untuk disampaikan!” Begitu orang memahami sains dan logika di balik aturan 18 menit dan konsep jeda singkat, mereka akan lebih bersedia mempertimbangkan untuk mempersingkat presentasi mereka. Begitu mereka melakukannya, mereka menemukan bahwa kreativitas mereka dilepaskan. Soalnya, kreativitas tumbuh subur di bawah batasan.

KREATIVITAS BERKEMBANG DI BAWAH KENDALA

Kendala adalah kunci presentasi kreatif. Saya sering ditanya, “Berapa lama presentasi saya?” Saya percaya zona Goldilocks sangat TED seperti 18 hingga 20 menit. Itu tidak terlalu pendek dan tidak terlalu panjang. Ini adalah jumlah waktu yang tepat untuk membujuk audiens Anda. Jika lebih pendek, beberapa audiens Anda (terutama investor, klien, dan pelanggan)

mungkin tidak merasa bahwa mereka menerima informasi yang cukup. Namun, lebih lama lagi, Anda berisiko kehilangan perhatian audiens Anda.

Saya sering menggunakan pidato pengukuhan John F. Kennedy sebagai panduan panjang presentasi. Karena Kennedy menginspirasi bangsa dalam pidato pengukuhan 15 menit, Anda harus dapat mempromosikan produk atau ide Anda dalam waktu yang sama. Kennedy menginstruksikan penulis pidato Ted Sorensen untuk membuatnya singkat karena "Saya tidak ingin orang berpikir saya adalah orang yang tidak tahu apa-apa." Hasilnya adalah salah satu pidato pengukuhan terpendek hingga saat itu dalam sejarah—1.355 kata. Kennedy menyadari bahwa menangkap imajinasi pendengarnya membutuhkan penyampaian yang kuat, kalimat yang dibuat dengan hati-hati, dan pidato yang cukup singkat (panjang rata-rata pidato pengukuhan presiden adalah 2.300 kata).

Pidato pengukuhan Kennedy adalah contoh bagus dari pesan singkat yang menginspirasi. Contoh yang lebih instruktif adalah pidato berpengaruh meskipun kurang dikenal yang diberikan Kennedy di Universitas Rice pada 12 September 1962. Di sanalah Kennedy menguraikan visinya untuk menjelajahi bulan. Ketika Kennedy menantang Amerika untuk "pergi ke bulan" pada akhir dekade ini, dia membangkitkan imajinasi kolektif jutaan orang Amerika serta ribuan ilmuwan topnya untuk mencurahkan waktu dan energi mereka ke dalam upaya tersebut. Itu adalah salah satu pidato terpenting dalam sejarah Amerika. Pada 17 menit dan 40 detik, pidato Kennedy akan menjadi pembicaraan TED terakhir.

Beberapa orang mungkin berpendapat, "Saya terlalu banyak bicara. Saya tidak mungkin menyampaikan semua informasi dalam 20 menit." Cobalah untuk melakukannya. Presentasi Anda akan jauh lebih berdampak dan kreatif hanya dengan melakukan latihan.

Dalam ***The Laws of Subtraction***, Matthew May menjelaskan sains di baliknya. Menurut May, "Kreativitas tumbuh subur di bawah batasan cerdas."⁵ May secara — persuasif berargumen bahwa dengan menetapkan batasan pada presentasi Anda, Anda memberikan fokus dan kerangka kerja agar kreativitas dapat berkembang. "Penelitian terbaru menawarkan bukti bahwa, bertentangan dengan kepercayaan umum, peristiwa utama imajinasi—kreativitas—tidak memerlukan kebebasan tak terbatas; sebaliknya, itu bergantung pada batasan dan rintangan.

May percaya bahwa hukum pengurangan berdampak positif pada hampir setiap aspek kehidupan kita, bukan hanya desain presentasi dan berbicara di depan umum. Apa **yang tidak** ada seringkali mengalahkan apa yang ada. “Saat Anda menghapus hal yang benar dengan cara yang benar, sesuatu yang baik biasanya terjadi,” kata May.

“Kreativitas sering disalahpahami. Orang sering menganggapnya sebagai karya seni—usaha yang tidak terkendali dan tidak terarah yang menghasilkan efek yang indah. Namun, jika Anda melihat lebih dalam, Anda akan menemukan bahwa beberapa bentuk seni yang paling menginspirasi—haikus, sonata, lukisan religius—penuh dengan kendala.”

—Marissa Mayer, Yahoo! CEO

Pembicaraan TED telah dilihat lebih dari satu miliar kali, membuktikan bahwa presentasi yang "terbatas" seringkali lebih menginspirasi, kreatif, dan menarik daripada presentasi yang lebih panjang dan berkelok-kelok yang membosankan, membingungkan, dan berbelit-belit.

SEJARAH DUNIA DALAM 18 MENIT

Penjelasan sederhana tentang topik yang kompleks memberikan kepercayaan audiens pada penguasaan subjek oleh pembicara. Albert Einstein pernah berkata, "Jika Anda tidak dapat menjelaskannya secara sederhana, Anda tidak cukup memahaminya." Einstein akan bangga dengan David Christian, yang, pada Maret 2011, menceritakan sejarah lengkap alam semesta untuk audiens TED dan menghabiskan waktu 18 menit untuk melakukannya (tepatnya 17 menit dan 40 detik).

Christian memberi tahu saya bahwa dia mengajar kursus sejarah dunia yang mempelajari seluruh sejarah alam semesta—dari Big Bang 13 miliar tahun lalu hingga hari ini. Kursus Sejarah Besar ditawarkan oleh The Teaching Company dalam serangkaian kuliah setengah jam selama 48 jam. Pemahaman mendalam Christian tentang subjek membantunya memadatkan konten menjadi jumlah waktu yang tepat untuk menarik perhatian penonton dan menginspirasi mereka untuk merawat planet kita yang rapuh dengan lebih baik. “Saya telah mengajar Sejarah Besar sekarang selama lebih dari 20 tahun, jadi saya memiliki perasaan yang cukup baik terhadap ceritanya dan itu artinya saya dapat menceritakannya dalam berbagai versi,”⁶ Christian memberi tahu saya.

EF Schumacher, ekonom dan penulis ***Small Is Beautiful***, pernah berkata, "Setiap orang bodoh yang cerdas dapat membuat sesuatu menjadi lebih besar, lebih rumit. Dibutuhkan sentuhan jenius dan banyak keberanian untuk bergerak ke arah yang berlawanan." Keberanian adalah kata kuncinya. Dibutuhkan keberanian untuk menjaga hal-hal sederhana. Dibutuhkan keberanian untuk menempatkan satu gambar pada slide PowerPoint alih-alih mengisinya dengan teks kecil yang bahkan tidak dapat dibaca oleh sebagian besar penonton. Dibutuhkan keberanian untuk mengurangi jumlah slide dalam presentasi. Dibutuhkan keberanian untuk berbicara selama 18 menit daripada bertele-tele lebih lama. Leonardo da Vinci pernah berkata, "Kesederhanaan adalah kecanggihan tertinggi." Jadilah canggih. Pertahankan presentasi dan promosi Anda singkat dan sederhana.

"Hidup kita disia-siakan oleh detail. Sederhanakan, sederhanakan."

-Henry David Thoreau

ATURAN TIGA

Semua ilmu di balik pentingnya keringkasan memang menarik, tetapi itu tidak berarti banyak kecuali Anda dapat menerapkannya untuk meningkatkan dampak presentasi atau presentasi Anda. Bagaimana Anda bisa memadatkan pengetahuan Anda ke dalam presentasi 18 menit? Memahami aturan tiga akan membantu. Aturan tiga berarti bahwa orang dapat mengingat tiga informasi dengan sangat baik; tambahkan lebih banyak item dan retensi turun drastis. Itu salah satu konsep yang paling kuat dalam menulis dan komunikasi. Saya telah berhasil menggunakan aturan tiga dengan komunikator di hampir setiap industri.

Ini bekerja untuk saya setiap saat, dan bekerja untuk beberapa pembicaraan TED paling populer.

Blog Neil Pasricha membahas banyak hal. Ini didedikasikan untuk "1.000 hal luar biasa" seperti salju yang turun pada hari Natal, ulang tahun Anda mendarat di akhir pekan, seseorang menamai anak mereka dengan nama Anda, dll. Ide blog sederhana membuat Pasricha mendapatkan kesepakatan buku, 25.000 pengikut Twitter, dan pembicaraan TEDx di Toronto yang telah menarik lebih dari satu juta tampilan. Dalam presentasi ini Pasricha tidak berusaha untuk mencakup semua 1.000 hal kecil yang membuat hidup layak dijalani. Alih-alih, dia berfokus pada tiga rahasia—semuanya dimulai

dengan huruf A—menjalani hidup yang benar-benar bermanfaat. Dia memberi judul presentasi itu, "The 3 A's of Awesome."

Tiga A Luar Biasa

Dalam pembicaraan yang sangat pribadi, Pasricha bercerita tentang hidupnya di tahun 2008. Itu tidak berjalan dengan baik. Suatu hari istrinya mendudukkannya dan berkata, "Aku tidak mencintaimu lagi."⁷ Itu adalah hal yang paling memilukan yang pernah dia dengar, sampai sebulan kemudian, ketika dia mendapat lebih banyak kabar buruk. "Teman saya Chris telah berjuang melawan penyakit mental selama beberapa waktu ... dia bunuh diri."

Saat "awan gelap" mengelilinginya, Pasricha masuk ke komputer dan memulai situs Web kecil untuk memaksa dirinya memikirkan hal-hal positif.

Latihan itu membuat suasana hatinya lebih baik, tetapi dia tidak memikirkannya karena 50.000 blog dimulai setiap hari. Blog, 1000awesomethings.com, atau ~~nama lain~~, ~~Pasricha cepat menjadi populer~~ dan ~~seseorang yang berkata, "Anda baru saja menerima penghargaan blog terbaik di dunia."~~

"Kedengarannya benar-benar palsu," kata Pasricha saat hadirin tertawa. Itu tidak palsu. Dia menerima Penghargaan Webby untuk blog terbaik. Ketika dia kembali ke Toronto, sepuluh agen sastra sangat ingin mewakilinya. Buku yang akhirnya dia tulis, ***The Book of Awesome***, masuk daftar buku terlaris selama 20 minggu berturut-turut.

Tiga A's of Awesome yang dibagikan Pasricha kepada penonton TEDx hari itu adalah: sikap, kesadaran, keaslian. Dia berbicara singkat tentang masing-masing. Mengenai sikap, Pasricha mengatakan kita semua akan menghadapi rintangan di jalan, tetapi kita memiliki dua pilihan bagaimana menghadapinya. "Satu, Anda bisa berputar-putar dan berputar-putar dan muram dan malapetaka selamanya, atau dua, Anda bisa berduka dan kemudian menghadapi masa depan dengan mata yang baru sadar. Memiliki sikap yang baik adalah tentang memilih opsi nomor dua, dan memilih, tidak peduli betapa sulitnya itu, tidak peduli rasa sakit apa yang menimpa Anda, memilih untuk maju dan terus maju dan mengambil langkah kecil ke masa depan.

Atas kesadaran, Pasricha mendorong para pendengarnya untuk merangkul batin mereka yang berusia tiga tahun. "Anak laki-laki berusia tiga tahun itu masih menjadi bagian dari dirimu. Gadis berusia tiga tahun itu masih menjadi bagian dari dirimu. Mereka ada di sana. Dan menyadari itu baru saja

mengingat bahwa kamu juga pernah melihat semua yang pernah kamu lihat untuk pertama kali.”

Tentang keaslian: “Ini hanya tentang menjadi diri sendiri dan bersikap tenang dengan itu. Dan saya pikir ketika Anda otentik, Anda akhirnya mengikuti kata hati Anda, dan Anda menempatkan diri Anda di tempat dan situasi dan dalam percakapan yang Anda sukai dan Anda nikmati. Anda bertemu orang-orang yang Anda sukai untuk diajak bicara. Anda pergi ke tempat-tempat yang Anda impikan. Dan Anda akhirnya mengikuti kata hati Anda dan merasa sangat puas.

Angka Ajaib Tujuh, Plus atau Minus Dua

Pasricha secara intuitif memahami dan memanfaatkan teknik komunikasi yang kuat ini: Aturan tiga. Sederhananya, pikiran manusia hanya dapat mengonsumsi sekitar tiga "potongan" informasi dalam jangka pendek, atau memori kerja. Karena semakin banyak item ditambahkan ke daftar, rata-rata orang menyimpan semakin sedikit. Empat item sedikit lebih sulit untuk diingat daripada tiga. Lima item bahkan lebih sulit. Setelah jumlah item dalam daftar mencapai delapan, kebanyakan orang memiliki sedikit kesempatan untuk mengingat keseluruhan urutan.

Pada tahun 1956, Bell Labs menghubungi profesor Harvard George Miller, yang menerbitkan makalah klasik berjudul "The Magical Number Seven, Plus or Minus Two." Miller menemukan bahwa kebanyakan orang kesulitan mengingat lebih dari tujuh informasi baru. Sekarang Anda tahu mengapa nomor telepon terdiri dari tujuh digit. Ilmuwan kontemporer, bagaimanapun, telah menempatkan jumlah item yang dapat kita ingat dengan mudah dalam jangka pendek mendekati tiga atau empat potongan informasi. Pikirkan tentang itu. Saat seseorang meninggalkan nomor telepon di pesan suara, Anda cenderung mengingat nomor tersebut dengan "memotong" nomor tersebut menjadi dua bagian—satu bagian terdiri dari tiga digit, bagian lainnya terdiri dari empat digit sisanya.

Aturan Tiga Meliputi Kehidupan Kita Sehari-hari

Setiap Juli keempat Amerika merayakan tiga hak yang tidak dapat dicabut yang disuarakan dalam Deklarasi Kemerdekaan AS: hidup, kebebasan, dan pengejaran kebahagiaan. Hidup, kebebasan, dan kebahagiaan mungkin merupakan tiga kata terpenting dalam sejarah Amerika. Kata-katanya begitu fasih, begitu

berdampak, bahwa mereka menjamin halaman Wikipedia mereka sendiri. Menurut Wikipedia, beberapa orang menganggap frasa tersebut sebagai salah satu "kalimat yang paling bagus dan berpengaruh dalam sejarah bahasa Inggris". Tiga kata tersebut mengilhami negara-negara lain, terutama Prancis, untuk mencari kebebasannya sendiri dari penindasan dan untuk menggambarkan hak-hak warga negaranya menjadi tiga kelompok. Semboyan Prancis "kebebasan, kesetaraan, dan persaudaraan" berasal dari Revolusi Prancis. Daftar negara yang secara langsung diilhami oleh Deklarasi Kemerdekaan AS begitu besar, menurut saya tidak berlebihan untuk menyatakan bahwa ketiga kata itu mungkin merupakan tiga kata terpenting dalam sejarah manusia.

Mengapa Jefferson memilih tiga hak daripada, katakanlah, dua belas? Jefferson adalah seorang penulis yang terampil dan ungkapannya yang terkenal mencerminkan teknik retorika yang dapat ditelusuri ke Yunani kuno — kiasan yang menggunakan tiga kata untuk mengungkapkan satu gagasan.

Aturan tiga meliputi setiap aspek bisnis dan kehidupan sosial kita. Dalam literatur Anda akan menemukan tiga babi kecil, tiga musketeer, dan tiga permintaan yang diberikan kepada Aladdin yang ambisius. Pelukis akrab dengan tiga warna primer; mereka juga tahu tiga warna sekunder mereka. Dalam sains, Newton menemukan tiga hukum dan ilmuwan menemukan tiga unsur penyusun atom. Di meja makan, Anda akan menemukan tiga potong alat makan: sendok, pisau, garpu. Bendera Amerika Serikat memiliki tiga warna, seperti bendera Inggris Raya, Prancis, Italia, Argentina, Federasi Rusia, Nepal, dan banyak lainnya. Ada tiga medali di Olimpiade. Tiga orang bijak muncul dengan tiga hadiah untuk bayi Yesus. Yesus sendiri adalah bagian dari tritunggal kudus—Bapa, Putra, dan Roh Kudus. Aturan tiga membantu membuat presiden AS Barack Obama terpilih; "Ya, kami bisa," teriak para pemilih. Beberapa merek paling terkenal di dunia adalah ING, UPS, IBM, SAP, CNN, dan BBC. Tiga ada di mana-mana.

Dalam menulis dan berbicara, tiga lebih memuaskan daripada angka lainnya. Bukan kebetulan bahwa bertiga ada di sekitar kita. Ini berhasil untuk Jefferson, berhasil untuk penulis terhebat dunia, dan berhasil untuk banyak pembicara TED. dr.

Jill, yang membawakan presentasi terpopuler kedua dalam sejarah TED, membagi ceramahnya, "My Stroke of Insight," menjadi tiga bagian, masing-masing berdurasi enam

menit. Dengan begitu, presentasinya lebih mudah diingat dan disampaikan, serta membuat presentasi lebih mudah diikuti audiens. Berikut adalah beberapa contoh lain dari aturan tiga dalam presentasi TED.

Pembicara TED yang Berbicara bertiga

Anda akan mengingat Kevin Allocca dari bab 6, manajer tren YouTube yang dibayar untuk menonton video. Sebenarnya dia mempelajari sifat viral dari video populer. Allocca mengatakan 48 jam video diunggah ke YouTube setiap menit dan hanya sebagian kecil yang menjadi viral, menghasilkan jutaan penayangan dalam waktu singkat.

“Jadi bagaimana itu bisa terjadi? Tiga hal: pembuat selera, partisipasi komunitas, dan hal-hal yang tidak terduga,”8 Allocca-memulai. Dalam presentasinya yang berdurasi 10 menit, Allocca menawarkan informasi berharga kepada pemasar dan, dengan membagi presentasinya menjadi tiga area, membuat materi mudah diingat.

Allocca bukan satu-satunya pembicara TED yang membagi konten menjadi tiga. Don Norman menjelaskan tiga cara desain membuat Anda bahagia. Tom Wujec berbicara tentang tiga cara otak menciptakan makna. VS Ramachandran mengungkapkan tiga petunjuk untuk memahami otak Anda. Tim Leberecht membahas tiga cara merek kehilangan kendali atas identitas mereka. Ric Elias berbicara tentang tiga hal yang dia pelajari ketika pesawatnya jatuh. Mikko Hypponen mengungkapkan tiga jenis cara penjahat dapat mencuri data digital Anda. Dan Ariely menawarkan tiga pelajaran irasional dari skandal Bernie Madoff. Bahkan ada pembicaraan TED tiga menit—“TED dalam 3 Menit”—menampilkan bongkahan inspirasi seukuran camilan dari Arianna Huffington, kolumnis teknologi **New York Times** David Pogue, dan Terry Moore, yang memberikan pembicaraan TED tiga menit pertama dan menunjukkan kepada penonton cara yang lebih baik untuk mengikat tali sepatu mereka. “Pembicaraan sepatu” telah dilihat lebih dari 1,5 juta kali. Orang ingin diajari sesuatu yang baru dan mereka tidak mau menunggu terlalu lama untuk mempelajarinya!

STRUKTUR TIGA CERITA

Dalam semangat aturan tiga, banyak presenter TED yang efektif dan presenter yang layak TED menggunakan tiga cerita sebagai kerangka presentasi mereka.

Berikut adalah salah satu contoh yang diikuti dengan penjelasan mendetail tentang cara membuat garis besar Anda sendiri.

Tiga Kisah Eco-Entrepreneurship

Majora Carter mengatakan dia suka menciptakan lingkungan di mana semua mimpi dapat berkembang. Carter telah membangun reputasi sebagai ahli dalam infrastruktur hijau dan bagaimana ia dapat merevitalisasi kota-kota terdalam seperti South Bronx, South Chicago, atau Ninth Ward di New Orleans. Pembicaraan TED Carter tahun 2006 berjudul "Menghijaukan Ghetto" adalah salah satu pembicaraan TED pertama yang diposting online. Empat tahun kemudian, Carter diundang untuk memberikan presentasi TEDx Midwest dengan topik eco-entrepreneurship. Karena dia hanya punya waktu 18 menit, dia memutuskan untuk menceritakan tiga cerita; cerita tentang tiga orang yang tidak mengenal satu sama lain tetapi yang "memiliki banyak kesamaan."⁹

—

Carter pertama kali menceritakan kisah Brenda Palms-Farber, yang menciptakan bisnis yang membuat produk perawatan kulit dari madu. Dia mempekerjakan pria dan wanita yang "tampaknya menganggur", banyak di antaranya memiliki catatan penjara, untuk melakukan pemeliharaan dan pemanenan lebah. Produknya dijual di Whole Foods. Yang terbaik dari semuanya, kurang dari 4 persen orang yang dia pekerjakan kembali ke penjara.

Cerita kedua Carter adalah tentang seorang pria di Los Angeles, Andy Lipkis, yang meyakinkan kota untuk mengganti aspal senilai jutaan dolar dengan rumput dan pohon untuk sekolah di dalam kota. Lipkis "menghubungkan pohon, manusia, dan teknologi untuk menciptakan kota yang lebih layak huni."

Protagonis dalam cerita terakhir Carter adalah putri seorang penambang batu bara—bukan Loretta Lynn, tapi Judy Bonds—yang memperkenalkan energi angin sebagai sumber tenaga untuk kampung halamannya di Virginia Barat. Setelah Carter menjelaskan rencana Bonds, dia berhenti sejenak dan menyampaikan kabar buruk: "Beberapa bulan yang lalu, Judy didiagnosis menderita kanker paru-paru stadium tiga. Dan sejak itu pindah ke tulang dan otaknya. Dan saya merasa sangat aneh bahwa dia menderita hal yang sama sehingga dia berusaha keras untuk melindungi orang darinya. Tapi mimpinya tentang Angin Gunung Sungai Batubara adalah warisannya. Dan dia mungkin tidak bisa melihat

puncak gunung itu. Tapi daripada menulis semacam manifesto atau semacamnya, dia meninggalkan rencana bisnis untuk mewujudkannya.”

Carter menyatukan ketiga cerita tersebut dengan tema sentral: “Mereka semua memahami bagaimana menyalurkan dolar secara produktif melalui ekonomi lokal kita untuk memenuhi permintaan pasar yang ada, mengurangi masalah sosial yang kita miliki sekarang, dan mencegah masalah baru di masa depan.”

Tiga cerita. Tiga contoh. Tiga pelajaran yang memperkuat tema Carter.

Bangun Peta Pesan dalam Tiga Langkah Mudah.

Saya menulis kolom **Forbes** yang populer “How to Pitch Anything in 15 Seconds.”¹⁰ Saya memperkenalkan kepada pembaca sebuah alat efektif yang disebut peta pesan—sempurna untuk promosi atau presentasi. Teknik ini membantu menjaga konten Anda tetap jelas dan ringkas, tetapi tidak akan berhasil kecuali Anda memahami aturan tiga.

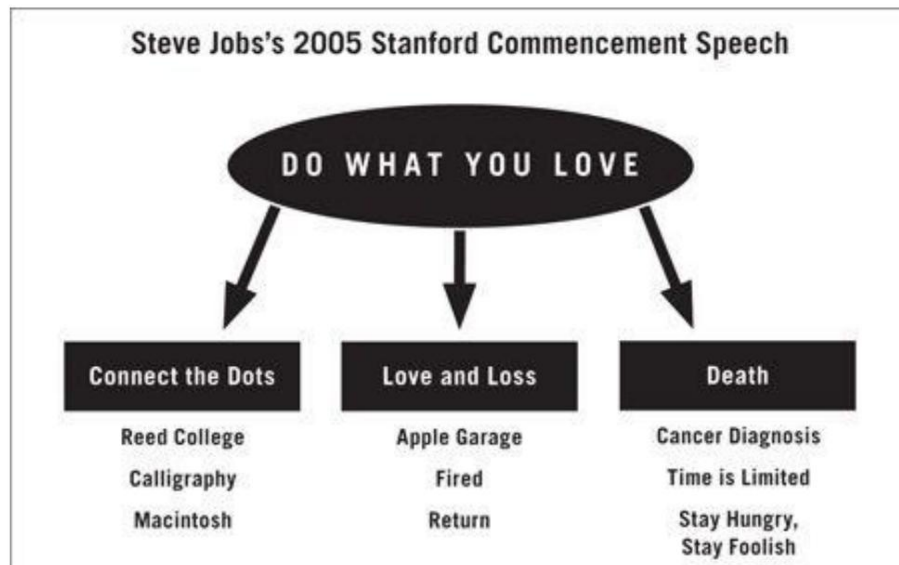
Peta pesan adalah tampilan visual dari ide Anda pada satu halaman. Ini adalah alat yang ampuh yang harus menjadi bagian dari gudang komunikasi Anda. Membuat peta pesan dapat membantu Anda mempromosikan apa pun (produk, layanan, perusahaan, atau ide) hanya dalam waktu 15 detik atau untuk membentuk kerangka kerja untuk presentasi yang lebih lama, 18 menit. Berikut adalah proses tiga langkah untuk menggunakan peta pesan untuk membangun nada kemenangan. Untuk latihan ini, Anda memerlukan notepad, dokumen Word, slide PowerPoint, atau papan tulis.

Langkah Satu: Buat Judul yang Ramah Twitter

Seperti yang akan Anda ingat dari bab 4, judul adalah satu-satunya pesan menyeluruh yang Anda ingin pelanggan Anda ketahui di akhir presentasi Anda. Tanyakan pada diri sendiri, “Apa hal terpenting yang saya ingin pendengar saya ketahui tentang [produk, layanan, merek, ide] saya?” Gambar lingkaran di bagian atas peta pesan (atau halaman) dan sisipkan jawaban untuk pertanyaan ini—ini judul Anda. Ingatlah untuk memastikan judul Anda pas dengan postingan Twitter (tidak lebih dari 140 karakter). Jika Anda tidak dapat menjelaskan produk atau ide Anda dalam 140 karakter atau kurang, kembalilah ke papan gambar.

Langkah Kedua: Dukung Judul dengan Tiga Pesan Utama

Seperti yang telah kita bahas sebelumnya di bab ini, pikiran manusia hanya dapat memproses sekitar tiga informasi dalam memori jangka pendek. Saat Anda mendesain garis besar presentasi, sertakan tiga pesan pendukung yang mendukung keseluruhan tema. Anda ingat bahwa Dr. Jill membagi ceramah TED populernya, “My Stroke of Insight,” menjadi tiga bagian yang masing-masing berdurasi enam menit: sirkuit otak, hari stroke, dan wawasan pengalaman yang ditawarkan tentang kehidupan, dunia, dan tempatnya di dalamnya.



7.1: Contoh Peta Pesan: Pidato Permulaan Stanford Steve Jobs 2005. Dibuat oleh Gallo Communications Group, www.carminegallo.com.

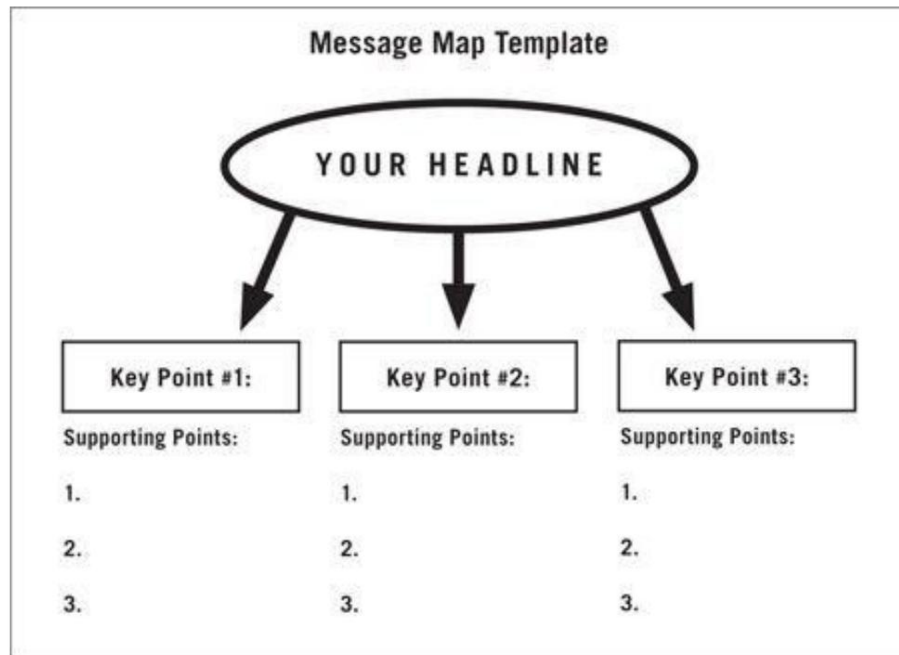
Langkah Tiga: Perkuat Tiga Pesan dengan Cerita, Statistik, dan Contoh

Tambahkan poin-poin ke masing-masing dari tiga pesan pendukung. Anda tidak harus menulis seluruh cerita. Alih-alih, tuliskan beberapa kata yang akan mendorong Anda untuk menyampaikan cerita. Ingat, seluruh peta pesan harus sesuai dengan satu halaman.

* * *

UNTUK MENGILUSTRASIKAN PROSESNYA, [GAMBAR 7.1](#) adalah seperti apa peta pesan untuk pidato pembukaan Steve Jobs yang terkenal di Universitas Stanford pada tahun 2005. Pidato tersebut disampaikan dalam waktu 15 menit yang sangat sesuai dengan TED. Itu memiliki satu tema, tajuk utama yang ramah Twitter: LAKUKAN APA YANG ANDA CINTAI. Itu dibagi menjadi tiga bagian (menghubungkan titik-titik, cinta dan kehilangan, dan

kematian) dengan tiga poin pendukung untuk setiap bagian. Hasilnya adalah pandangan yang jelas tentang apa yang perlu diketahui pendengar dalam satu pandangan. Membuat peta pesan untuk konten presentasi Anda adalah cara yang efisien dan efektif untuk memastikan presentasi Anda tidak terlalu panjang atau tidak teratur.



7.2: Templat Peta Pesan. Dibuat oleh Grup Komunikasi Gallo, www.carminegallo.com.

Catatan TED

BUAT PETA PESAN ANDA SENDIRI. Dengan menggunakan templat kosong pada [gambar 7.2](#), sisipkan dalam gelembung di bagian atas judul yang saya minta untuk Anda buat di bab 4. Sekarang, apa tiga aturan Anda? Ambil produk, layanan, merek, atau ide yang Anda buat sebagai judul utama dan buat tiga poin untuk mendukungnya. Jika Anda memiliki lebih dari tiga pesan utama, bagilah konten menjadi tiga kategori. Masukkan poin Anda di tiga gelembung di bawah gelembung judul. Terakhir, dapatkan Anda membuat tiga subpoin dalam setiap kategori? Poin pendukung dapat berupa cerita, contoh, anekdot, atau statistik bermakna, seperti yang telah kita bahas di bab sebelumnya. Anda dapat menggunakan peta pesan untuk menyampaikan ide, produk, layanan, atau perusahaan apa pun. Ini adalah salah satu alat komunikasi paling efektif dan berharga yang pernah Anda gunakan.

Rahasia #7: Tetap berpegang pada Aturan 18 Menit

Presentasi yang panjang, berbelit-belit, dan berkelok-kelok membosankan; cara jitu untuk kehilangan audiens Anda. Aturan 18 menit bukan hanya latihan yang bagus untuk dipelajari

disiplin. Sangat penting untuk menghindari membebani audiens Anda secara berlebihan. Ingat, presentasi yang dibatasi membutuhkan lebih banyak kreativitas. Dengan kata lain, apa **yang tidak** ada membuat apa **yang** ada menjadi lebih kuat!

Lukis Gambaran Mental dengan Multisensori Pengalaman

Lebih baik menyajikan penjelasan dengan kata-kata dan gambar daripada hanya dengan kata-kata.

—DR. RICHARD MAYER, Psikolog, UNIVERSITAS CALIFORNIA, SANTA BARBARA

AIR TIDAK JELAS SECARA EMOSIONAL KECUALI Anda tidak memilikinya. Maka itu menjadi satu-satunya hal yang pernah Anda pikirkan. Michael Pritchard terinspirasi untuk menemukan sistem penyaringan air portabel setelah peristiwa tsunami Samudra Hindia tahun 2004 dan Badai Katrina pada tahun 2005. Dalam peristiwa tersebut, orang meninggal atau sakit parah karena kekurangan air minum yang aman. Pritchard menemukan filter LIFESAVER portabel, yang mengubah air kotor menjadi air minum. Pada tahun 2009 Prita menyampaikan presentasi TED tentang penemuannya. Itu telah dilihat lebih dari tiga juta kali, menarik perhatian setiap pengusaha akan iri.

Pritchard membuka presentasi dengan foto seorang anak laki-laki, berpakaian compang-camping, mengambil air kotor dan tengik dari ladang berlumpur. “Sekarang saya melihat Anda semua telah menikmati air yang telah disediakan untuk Anda di konferensi ini selama beberapa hari terakhir. Dan saya yakin Anda akan merasa bahwa itu berasal dari sumber yang aman,”¹ dia mulai memberi tahu hadirin. “Tapi bagaimana jika bukan? Bagaimana jika itu dari sumber seperti ini? Maka statistik akan benar-benar mengatakan bahwa setengah dari Anda sekarang akan menderita diare. Pritchard telah menarik perhatian penonton langsung dari gerbang (momen yang mencengangkan) dengan foto sederhana namun menggugah dan statistik yang membuat penonton menggeliat. Dan dia baru saja memulai.

Tiga menit setelah presentasi Pritchard, dia berjalan ke tangki ikan yang terisi sekitar tiga perempatnya dengan air yang dia ambil dari sungai terdekat Thames.

Sebagian besar jelas, dan hanya sedikit keruh. “Saya berpikir, Anda tahu, jika kita berada di tengah zona banjir di Bangladesh, airnya tidak akan terlihat seperti ini. Jadi saya pergi dan mendapatkan beberapa hal untuk ditambahkan ke dalamnya. Dan dengan itu Pritchard mulai menambahkan lebih banyak air—air dari kolamnya, limpasan air limbah, dan, dalam tindakan yang benar-benar meningkatkan kejernihan emosional demonstrasi tersebut, “hadiah dari kelinci teman saya”.

Pritchard meraup sebagian air dengan perangkatnya, memberinya beberapa pompa, dan menuangkan air minum yang bersih dan aman ke dalam gelas. Dia meminumnya, begitu pula kurator Chris Anderson, yang duduk di dekat panggung. Seluruh demonstrasi berlangsung tidak lebih dari tiga menit.

Presentasi Prita terdiri dari foto, statistik, dan demonstrasi. Bukan **satu** hal yang membuat presentasinya sangat berkesan—tapi ketiganya.

Rahasia #8: Lukis Gambaran Mental dengan Pengalaman Multisensori

Menyampaikan presentasi dengan komponen yang menyentuh lebih dari satu indra: penglihatan, suara, sentuhan, rasa, dan bau.

Mengapa berhasil: Ingat, otak tidak memperhatikan hal-hal yang membosankan.

Hampir tidak mungkin bosan jika Anda dihadapkan pada gambar yang memesona, video yang menawan, alat peraga yang menarik, kata-kata yang indah, dan lebih dari satu suara yang menghidupkan cerita. Tidak ada yang akan meminta Anda untuk membuat elemen multisensor ke dalam presentasi Anda, tetapi begitu mereka mengalaminya, mereka akan menyukainya setiap menitnya. Otak sangat membutuhkan pengalaman multisensori. Audiens Anda mungkin tidak dapat menjelaskan mengapa mereka menyukai presentasi Anda; itu akan menjadi rahasia kecilmu.

PENGALAMAN MULTIMEDIA MENINGKATKAN BELAJAR

Beberapa tahun yang lalu saya berbicara dengan Dr. Richard Mayer, seorang profesor psikologi di UC Santa Barbara dan pendukung utama pembelajaran multimedia. Dalam penelitian berjudul “A Cognitive Theory of Multimedia

Belajar,” Mayer menyarankan bahwa jauh lebih efektif untuk menjelaskan konsep menggunakan berbagai metode masukan sensorik—seperti pendengaran, visual, dan kinestetik. Mayer yakin bahwa salah satu bidang studi terpenting dalam psikologi kognitif adalah pemahaman tentang bagaimana multimedia dapat mendorong pembelajaran siswa.

Dalam eksperimen Mayer, siswa yang dihadapkan pada lingkungan multisensor—teks, gambar, animasi, dan video—selalu, tidak kadang-kadang, **selalu** mengingat informasi jauh lebih akurat daripada siswa yang hanya mendengar atau membaca informasi. Mayer mengatakan prinsip itu seharusnya tidak mengejutkan. Ketika otak diizinkan untuk membangun dua representasi mental dari sebuah penjelasan—model verbal dan model visual—koneksi mental tidak hanya sedikit lebih kuat. Mereka jauh, jauh lebih kuat. Tambahkan sentuhan dan Anda mendapatkan pemenang!

Perbedaan antara dua jenis pembelajaran (pendengaran dan visual) bahkan lebih mencolok ketika "penonton", orang-orang yang mempelajari informasi, tidak memiliki pengetahuan sebelumnya tentang materi tersebut. Siswa dengan pengetahuan awal yang tinggi tentang konten dapat menghasilkan gambaran mental mereka sendiri hanya dengan mendengarkan atau membaca.²

Pikirkan tentang presentasi paling penting yang Anda sampaikan—mereka mungkin diberikan kepada orang-orang dengan pengetahuan awal yang "rendah" tentang informasi tersebut:

- menawarkan ide, produk, perusahaan, atau kampanye baru
- menjelaskan aturan baru, proses, atau pedoman
- mengajar siswa pada hari pertama kelas
- melatih karyawan atau tenaga penjualan tentang alat baru atau prakarsa layanan pelanggan
- menjual produk ke pelanggan yang belum pernah menggunakan atau mendengarnya
- meluncurkan produk atau layanan yang unik dan revolusioner
- meminta uang kepada investor untuk mengembangkan perusahaan Anda

Dalam setiap kasus ini, pengalaman multisensori sering kali memberikan hasil terbaik. Penonton ini terdiri dari manusia yang mungkin

skeptis dan sulit dibujuk, tetapi mereka tidak kebal terhadap psikologi yang mendorong perilaku kita. Kami menanggapi rangsangan visual, pendengaran, dan taktil.

Pembicara publik yang hebat mengetahui hal ini dan membangun presentasi di sekitar salah satu indra secara dominan, tetapi mereka menggabungkan setidaknya satu atau dua indera lainnya: penglihatan, suara, sentuhan, penciuman, dan rasa. Bau dan rasa lebih sulit untuk digabungkan dalam presentasi, tetapi Pritchard memberikan contoh bagaimana merangsang kedua indra tanpa menyentuh penonton secara fisik (jika seseorang membayangkan bagaimana bau atau rasa air, itu memicu area otak yang sama seperti jika orang tersebut benar-benar menelan air). Jadi, dengan menghilangkan bau dan rasa, mari fokus pada penglihatan, suara, dan sentuhan.

Lihat itu

Dalam slide presentasi, gunakan gambar alih-alih teks jika memungkinkan. Audiens Anda jauh lebih mungkin untuk mengingat informasi saat disampaikan dalam kombinasi gambar dan teks daripada teks saja. Karena penglihatan mengalahkan semua indra lainnya, saya mengabdikan sebagian besar bab ini untuk teknik membuat presentasi Anda visual.

Membawa audiens Anda dalam perjalanan dengan gambar yang Anda lukis adalah bagian seni dan bagian sains. Anda harus berpikir kreatif tentang mentransfer ide Anda ke gambar yang menarik secara visual.

Selama 30 tahun para pemikir terbaik dunia telah memikat pemirsa TED di seluruh dunia dengan gambar-gambar yang kuat, memikat, menginspirasi, dan mudah diingat.

Begitulah cara mereka menyebarkan ide.

Presentasi Multimedia Al Gore Memicu Perubahan Iklim Pergerakan

Mantan wakil presiden AS Al Gore memenangkan Hadiah Nobel Perdamaian pada tahun 2007 untuk karyanya tentang pemanasan global. Gore adalah puncak dari konferensi TED di Monterey tahun sebelumnya, di mana dia menampilkan beberapa slide yang sama yang dia buat terkenal dalam film dokumenter pemenang Academy Award, ***An Inconvenient Truth***. Ketika Al Gore memenangkan Hadiah Nobel Perdamaian, komunitas online TED bertanya kepada TEDsters yang telah melihat presentasi Gore di konferensi bagaimana hal itu memengaruhi atau mengubah hidup mereka. Di antara tanggapan:

* * *

Pembicaraan Al Gore di TED membuka mata saya tentang apa yang perlu saya lakukan untuk generasi cucu saya, dan sekarang saya mempertimbangkan dampak yang kita berikan pada bumi kita dalam setiap usaha yang kita lakukan.

—Howard Morgan, pemodal ventura

* * *

Presentasi TED Gore tentang krisis iklim sekaligus memukau dan menginspirasi—gairahnya begitu nyata—itu mendorong saya untuk berbagi pembicaraan dengan anak-anak kami, dan sulung kami, Charlie, kini berusia 11 tahun, telah menjadi mesin pemasaran pemanasan global satu orang . Charlie telah membuat presentasi PowerPoint-nya sendiri, yang dia bagikan dengan hampir

—Jeff Levy, CEO

* * *

Pembicaraan Al Gore di TED 2006 merupakan titik balik dalam hidup saya.

—David S. Rose, investor malaikat³

* * *

INI HANYA BEBERAPA komentar dari orang-orang yang terinspirasi setelah menonton presentasi Gore tentang ancaman pemanasan global, penyebabnya, dan apa yang dapat dilakukan orang untuk mengatasinya.

Peragaan slide Al Gore, yang dirancang dengan perangkat lunak presentasi Keynote, adalah contoh menakjubkan tentang bagaimana tampilan visual informasi memiliki kekuatan untuk menginspirasi tindakan. Penonton TED yang berkumpul di Monterey pada Februari 2006 mendapatkan pratinjau slide yang akan muncul di film beberapa bulan kemudian.

Kisah di balik ***An Inconvenient Truth*** dimulai dua tahun sebelumnya. Pada tanggal 27 Mei 2004, selama penampilan New York City setelah pemutaran perdana film ***The Day After Tomorrow***, Gore memberikan versi singkat 10 menit dari presentasinya di pertemuan balai kota tentang perubahan iklim. Produser Laurie David hadir di antara hadirin. “Saya belum pernah melihatnya sebelumnya, dan saya terpana,”⁴ katanya. “Segera setelah acara malam itu selesai, saya memintanya untuk mengizinkan saya menyampaikan pengarahannya lengkapnya kepada para pemimpin dan teman-teman di New York dan Los Angeles. Saya akan melakukan semua pengorganisasian jika dia berkomitmen pada tanggal. Presentasi Gore adalah penjelasan paling kuat dan jelas tentang pemanasan global yang pernah saya lihat. Dan itu menjadi misi saya untuk membuat semua orang yang saya kenal melihatnya juga.

Pikirkan tentang pengamatan Laurie David—penjelasan paling kuat dan jelas yang pernah dilihatnya. Jika Gore tidak menggunakan slide untuk memvisualisasikan topik pemanasan global, dia akan memiliki sedikit kesempatan untuk menginspirasi David untuk membuat film berdasarkan itu. David terinspirasi karena dia mengalami acara multimedia yang lebih mirip film daripada presentasi biasa.

Saya memiliki kesempatan untuk mewawancarai Sir Richard Branson untuk Forbes.com saya kolom tentang kepemimpinan dan komunikasi. Saya bertanya kepada Branson apakah dia pernah melihat presentasi yang mengejutkannya. Jawabannya: Presentasi pemanasan global Al Gore.

Dia [Al Gore] mempresentasikan efek yang tidak dapat diubah dari melakukan bisnis seperti biasa di planet kita yang rapuh. Kami melakukan diskusi konstruktif tentang bagaimana seorang pengusaha di bisnis bahan bakar kotor [maskapai penerbangan, kereta api] dapat membuka pasar teknologi bersih dan memulai cara baru untuk melakukan bisnis yang lebih baik. Itu membuat saya menjanjikan 100% dari keuntungan transportasi Virgin untuk membersihkan energi dan mendorong lebih banyak bisnis untuk memprioritaskan manusia, planet, dan keuntungan secara setara.”⁵

—Sir Richard Branson, pendiri, Virgin Group

Jika Gore hanya membaca teks tanpa visual pendukung, hanya sedikit orang yang akan terinspirasi atau tertarik. Ide-idenya akan hilang atau, paling banter, diturunkan ke sekelompok kecil individu yang sangat terlibat dalam topik tersebut. Tampilan visual dari informasi yang kompleks membuat topik menjadi jelas dan mudah dipahami. Pada [tabel 8.1](#) Anda dapat melihat bagaimana Gore menjelaskan ilmu dasar pemanasan global. Kolom kiri menunjukkan kata-katanya; itu

kolom kanan menjelaskan gambar pada slide yang sesuai dan animasi visual yang membuat visual begitu berdampak.

KATA AL GORE DENGAN SLIDE YANG SESUAI DESKRIPSI

KATA-KATA GORE

SLIDE GORE

Bagian paling rentan dari sistem ekologi bumi adalah atmosfer; rentan karena sangat tipis... cukup tipis sehingga kami dapat mengubah komposisinya. Itu memunculkan ilmu dasar tentang pemanasan global. Radiasi matahari datang dalam bentuk cahaya

gelombang yang memanaskan bumi.⁶

Gambar bumi, matahari, dan sinar kuning animasi yang memancar dari matahari

Sebagian radiasi yang diserap dan menghangatkan bumi ini kemudian dipancarkan kembali ke angkasa dalam bentuk radiasi infra merah.

Animasi yang menunjukkan garis merah—mewakili radiasi infra merah—meninggalkan atmosfer bumi

Beberapa radiasi infra merah yang keluar terperangkap oleh lapisan atmosfer ini dan ditahan di dalam atmosfer.

Beberapa garis merah terjebak di bawah garis tipis atmosfer alih-alih meninggalkan ruang angkasa.

Itu bagus karena menjaga suhu bumi dalam batas-batas tertentu, relatif konstan dan layak huni. Masalahnya adalah lapisan tipis atmosfer ini menebal oleh semua polusi pemanasan global yang diletakkan di sana. Apa yang terjadi adalah menebalkan lapisan atmosfer ini sehingga lebih banyak infra merah yang keluar terperangkap dan atmosfer memanaskan di seluruh dunia.

Foto pabrik yang mengeluarkan asap

Tabel 8.1. Kata-kata Al Gore dengan deskripsi slide yang sesuai dari presentasi Inconvenient Truth-nya.

Gore memahami bahwa materi yang kompleks membutuhkan penjelasan sederhana dan lebih banyak gambar untuk membantu penonton memahami konsepnya. Ingat penjelajah *Titanic* Robert Ballard di bab 4? Presentasi TED 2008-nya berisi 57 slide. Tidak ada kata-kata di slide mana pun! Dia menunjukkan foto-foto dan rendering seniman dari dunia bawah laut yang menarik yang dia temukan, tetapi tidak ada teks. Mengapa? "Saya mendongeng, bukan mengajar," kata Ballard

Saya.

Pakar desain presentasi dan penulis *Resonate*, Nancy Duarte, membuat slide untuk presentasi pemanasan global Al Gore. Saya mengenal Nancy dengan sangat baik dan kami berbagi estetika untuk desain slide dan filosofi tentang bagaimana presentasi benar-benar dapat mengubah dunia. Menurut Duarte dalam pembicaraan TEDx, "Sebuah ide tunggal dapat memulai gelombang besar, jadilah sebuah flashpoint untuk sebuah gerakan, dan itu benar-benar dapat menulis ulang masa depan kita,"⁷ kata Duarte. "Tapi sebuah ide tidak berdaya jika tetap berada di dalam kepala Anda. Jika Anda menginginkan perubahan terjadi."

Akhir dari PowerPoint Seperti Yang Kita Ketahui

TED mewakili akhir dari PowerPoint seperti yang kita kenal. Karena kita semua muak dengan "Kematian oleh PowerPoint", saatnya untuk menghentikannya secara permanen. Biar saya per jelas — saya tidak menganjurkan akhir dari PowerPoint sebagai alat, tetapi akhir dari desain PowerPoint tradisional yang penuh dengan teks dan poin-poin. Slide PowerPoint rata-rata memiliki 40 kata. Hampir tidak mungkin menemukan satu slide dalam presentasi TED yang berisi hampir 40 kata, dan presentasi ini dianggap yang terbaik di dunia.

Brené Brown adalah profesor riset di University of Houston Graduate College of Social Work. Presentasinya yang saya perkenalkan sebelumnya, "The Power of Vulnerability," telah dilihat lebih dari tujuh juta kali.

Brown tidak mendapatkan memo bahwa rata-rata PowerPoint memiliki 40 kata, dan untungnya dia tidak melakukannya. Slide yang berantakan mengurangi pesan; Slide Brown melengkapi narasinya. Bagaimana? Dia menggunakan gambar untuk menggantikan kata-kata jika memungkinkan. Alhasil, butuh Brown 25 slide

sebelum dia mencapai 40 kata, jumlah kata pada satu slide PowerPoint di sebagian besar presentasi.

Misalnya, Brown memulai presentasinya dengan sejarah pribadi pengalamannya sebagai mahasiswa doktoral. Profesor riset pertamanya akan mengatakan kepadanya, "Jika Anda tidak dapat mengukurnya, itu tidak ada." Selama dua menit berikutnya, saat dia berbicara, hadirin Brown hanya melihat kalimat itu—kutipan dari profesornya—di layar. Dia mengikuti slide dengan gambar jari bayi di tangan ibunya saat dia berbicara tentang studinya tentang "koneksi" antarpribadi. Brown mencetak poin dengan audiens dengan menggunakan slidanya sebagai latar belakang ceritanya dan bukan sebagai pengganti cerita yang dia sampaikan secara lisan.



8.1: Brené Brown berbicara di TED 2012. Atas perkenan James Duncan Davidson/TED (<http://duncandavidson.com>).

Beberapa komentar di TED.com milik [Brown halaman](#) antara lain sebagai berikut:

Presentasi yang luar biasa dan penuh daya. Bersandar pada setiap kata.

—Melanie

Pesan yang kuat. -Tagihan

Konten asli. Tidak ada pengisi. —Juliette

Pemirsa ini terpicu oleh pesan, konten, dan struktur cerita Brown. Jika Brown memaksa mereka untuk membaca slide bertele-tele saat dia berbicara, pesan itu akan hilang. Mengapa? Karena otak tidak dapat melakukan banyak tugas sebaik yang Anda kira.

Multitasking Adalah Mitos

“Multitasking, dalam hal memperhatikan, adalah mitos,”⁸ menurut John Medina, seorang ahli biologi molekuler di University of Washington School of Medicine. Medina mengakui bahwa otak melakukan banyak tugas pada tingkat tertentu—Anda dapat berjalan dan berbicara pada saat yang bersamaan. Tetapi ketika sampai pada kemampuan otak untuk **memperhatikan** kuliah, percakapan, atau presentasi, otak tidak mampu memberikan perhatian yang sama pada banyak hal. “Terus terang, penelitian menunjukkan bahwa **kita tidak bisa melakukan banyak tugas**. Kami secara biologis tidak mampu memproses input kaya perhatian secara bersamaan.”

Pikirkan tentang itu. Bukankah kita menambahkan beban yang tidak mungkin pada audiens kita ketika kita meminta mereka untuk mendengarkan kata-kata kita dengan saksama dan membaca slide PowerPoint yang panjang pada saat yang bersamaan? Mereka tidak bisa melakukan keduanya! Jadi, bagaimana Anda melibatkan penonton, menjalin hubungan emosional dengan mereka, dan membuat mereka memperhatikan tanpa terganggu? Sekali lagi, ilmu saraf memberi kita jawabannya: Picture Superiority Effect (PSE).

Gambar Lebih Unggul

Para ilmuwan telah menghasilkan segunung bukti yang menunjukkan bahwa konsep yang disajikan sebagai gambar dan bukan kata-kata lebih mungkin untuk diingat. Sederhananya, visual sangat penting. Jika Anda mendengar informasi, kemungkinan besar Anda akan mengingat sekitar 10 persen dari informasi itu tiga hari kemudian. Namun, tambahkan gambar, dan tingkat ingatan Anda akan melonjak hingga 65 persen. Untuk memasukkannya ke dalam konteks, sebuah gambar akan membantu Anda mengingat informasi enam kali lebih banyak daripada mendengarkan kata-kata saja.

“Manusia PSE benar-benar Olympian,”⁹ tulis Medina. “Pengujian yang dilakukan bertahun-tahun lalu menunjukkan bahwa orang dapat mengingat lebih dari 2.500 gambar dengan at

akurasi setidaknya 90 persen beberapa hari setelah paparan, meskipun subjek melihat setiap gambar selama sekitar 10 detik. Tingkat akurasi setahun kemudian masih berada di sekitar 63 persen ... tersebar di seluruh percobaan ini adalah perbandingan dengan bentuk komunikasi lain, biasanya teks atau presentasi lisan. Hasil yang biasa adalah PSE menghancurkan mereka berdua. Itu masih terjadi.

Otak kita terhubung untuk memproses informasi visual—gambar—sangat berbeda dari teks dan suara. Para ilmuwan menyebut efek pembelajaran "multimodal": gambar diproses di beberapa saluran, bukan satu, memberikan otak pengalaman pengkodean yang jauh lebih dalam dan bermakna.

Profesor psikologi University of Western Ontario Allan Paivio adalah orang pertama yang memperkenalkan teori "dual-coding". Menurut teorinya, informasi visual dan verbal disimpan secara terpisah dalam ingatan kita; mereka dapat disimpan sebagai gambar, kata-kata, atau keduanya. Konsep yang dipelajari dalam bentuk gambar dikodekan sebagai visual dan verbal. Kata-kata dikodekan hanya secara verbal. Dengan kata lain, gambar lebih kaya dicap di otak kita dan lebih mudah diingat. Misalnya, jika saya meminta Anda mengingat kata **anjing**, otak Anda akan mencatatnya sebagai kode verbal. Jika saya menunjukkan gambar seekor anjing dan meminta Anda untuk mengingat kata—anjing—konsep tersebut akan direkam secara visual dan verbal, secara signifikan meningkatkan kemungkinan Anda mengingat konsep tersebut. Sekarang, anjing sudah familiar, dan jika Anda familiar dengan konsepnya, itu meningkatkan kemampuan Anda untuk mengingatnya. Namun, jika Anda tidak terbiasa dengan materi, seperti penyajian informasi baru seperti yang akan Anda dengar dalam presentasi TED, menyimpan konsep sebagai gambar dan kata akan jauh lebih efektif.

Studi fMRI telah mengkonfirmasi teori Paivio. Hari ini kita tahu bahwa siswa yang belajar melalui gambar dan kata mengingat informasi lebih jelas daripada siswa yang belajar hanya melalui teks. Peneliti juga menggunakan istilah **prinsip multimedia**: retensi ditingkatkan melalui kata-kata dan gambar daripada hanya melalui kata-kata. Ini memiliki implikasi yang sangat besar pada cara terbaik untuk merancang dan menyampaikan presentasi yang dimaksudkan untuk menginspirasi atau membujuk orang untuk mengambil tindakan.

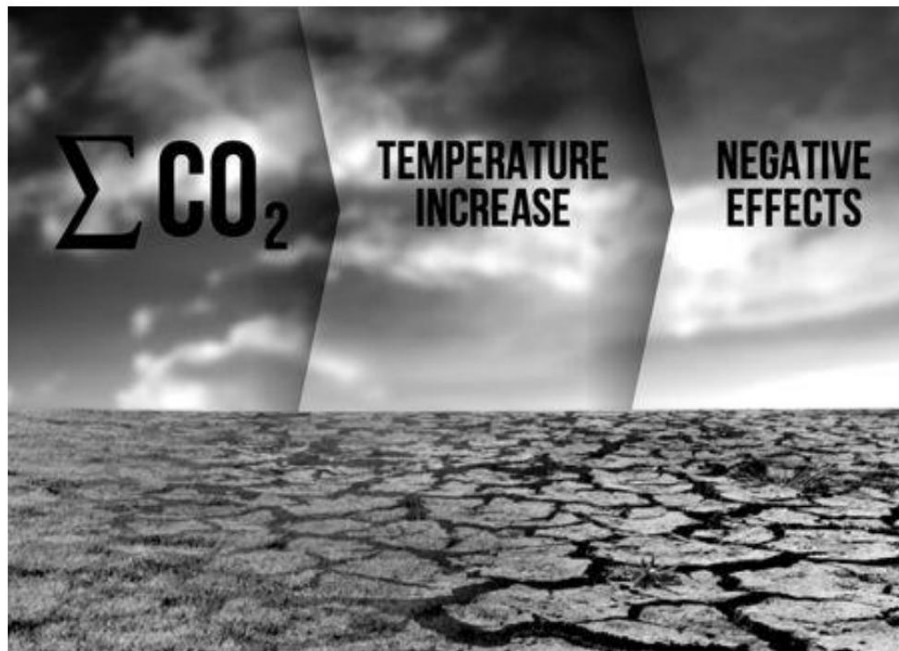
Bill Gates Menjadi Penggemar Visual

Sejak Bill Gates meninggalkan Microsoft untuk mendedikasikan upayanya pada filantropi, dia telah memikirkan cara mengomunikasikan topik yang kompleks secara sederhana. Gates menangani berbagai topik mulai dari mengurangi emisi karbon hingga mereformasi pendidikan hingga membantu dua miliar orang termiskin, kebanyakan anak-anak, menjalani kehidupan yang lebih baik. Ini adalah masalah kompleks dengan solusi kompleks. Yang tidak rumit adalah slide Gates. Mereka adalah model kejelasan dan keunggulan gambar.

Di TED 2010, Gates memberikan presentasi yang sangat populer “Innovating to Zero!” Vokalis utama U2 Bono mengatakan presentasi itu “memberi saya harapan,” dan dia menempatkannya di antara pembicaraan TED favoritnya sepanjang masa. Ingat ketika saya mengatakan rata-rata slide PowerPoint memiliki 40 kata? Butuh 15 slide Gates untuk mencapai 40 kata. Alih-alih kata-kata, dia menunjukkan foto dan gambar. Slide pertama Gates memperlihatkan foto anak-anak miskin di sebuah desa kecil di Afrika. “Energi dan iklim sangat penting bagi orang-orang ini. Nyatanya, lebih penting daripada siapa pun di planet ini,”¹⁰ dia memulai. “Iklim yang semakin buruk berarti bertahun-tahun tanaman mereka tidak akan tumbuh. Akan ada terlalu banyak hujan, tidak cukup hujan, hal-hal akan berubah dengan cara yang tidak dapat didukung oleh lingkungan mereka yang rapuh. Dan itu mengarah pada kelaparan, itu mengarah pada ketidakpastian, itu mengarah pada keresahan. Jadi, perubahan iklim akan sangat buruk bagi mereka.”

Gates luar biasa dalam membuat konten kompleks mudah dipahami. Dia menjelaskan pemanasan global dalam tujuh detik dan menggunakan formula visual yang “terus terang” untuk melakukannya. Menurut Gates, “CO₂ dipancarkan. Itu mengarah pada kenaikan suhu dan kenaikan suhu itu menyebabkan beberapa efek yang sangat negatif. Slide Gates menampilkan formula di atas foto langit.

[Gambar 8.2](#) menunjukkan pembuatan kembali slide Gates.



8.2: Kreasi ulang slide formula CO2 Bill Gates dari presentasi TED 2010-nya. Dibuat oleh Empowered Presentations @empoweredpres.

Video Telur Orak-Arik yang Meluncurkan Gerakan Global

Anda pasti ingat salah satu presentasi favorit Bill Gates di [TED.com](https://www.ted.com) adalah “The History of Our World in 18 Minutes” karya David Christian. Penyajian Christian bermain pada indra, terutama indra visual. Dalam dua setengah menit pertama presentasi Christian, tidak ada teks di salah satu slidanya.

Christian berjalan ke atas panggung dan berkata, “Pertama, video.”¹¹ Penonton kemudian melihat video yang tampak seperti telur yang sedang diacak. Segera menjadi jelas bahwa video itu terbalik, menunjukkan telur yang tidak diacak, kuning telur dan putihnya menyatu kembali dan menuju ke atas ke dalam kulit telur.

Christian mengatakan kepada penonton bahwa video tersebut seharusnya membuat mereka tidak nyaman karena itu tidak wajar. Alam semesta tidak bekerja seperti itu.

Telur orak adalah bubur. Telur adalah benda yang indah dan canggih yang dapat menciptakan benda yang lebih canggih lagi, seperti ayam. Dan kita tahu di lubuk hati kita bahwa alam semesta tidak berasal dari mana

bubur untuk kompleksitas. Nyatanya, insting ini tercermin dalam salah satu hukum fisika yang paling mendasar, hukum kedua termodinamika, atau hukum entropi. Apa yang dikatakan pada dasarnya adalah bahwa kecenderungan umum alam semesta adalah bergerak dari keteraturan dan struktur ke ketiadaan keteraturan, ketiadaan struktur—sebenarnya, menjadi bubur. Dan itulah mengapa video itu terasa agak aneh.

Pemirsa di [TED.com](https://www.ted.com) sebut presentasi Christian "menarik", "menakjubkan", dan "menakjubkan". Presentasi, bagaimanapun, akan sangat sulit diikuti tanpa slide, gambar, dan animasi. Slide tidak menggantikan narasi; slide melengkapi cerita.

"Gunakan visual untuk menyempurnakan kata, bukan duplikat."

—Perintah TED

Bono Bangkit dari Data

Serahkan pada bintang rock untuk memperkenalkan sindiran seksual dalam presentasi TED. Itulah yang dilakukan penyanyi utama U2 Bono ketika dia menyampaikan data yang menunjukkan kemajuan yang dicapai umat manusia dalam mengurangi kemiskinan ekstrem (didefinisikan sebagai \$1,25 per hari). "Jumlah orang yang hidup dalam kemiskinan ekstrem yang memilukan dan menghancurkan jiwa telah menurun dari 43 persen populasi dunia pada tahun 1990 menjadi 33 persen pada tahun 2000 dan 21 persen pada tahun 2010,"¹² kata Bono saat statistik muncul di slide di belakang dia. "Jika Anda hidup dengan kurang dari \$1,25 sehari, ini bukan sekadar data. Itu segalanya. Transisi cepat ini adalah jalan keluar dari keputusan menuju harapan... Jika tren saat ini berlanjut, jumlah orang yang hidup dengan \$1,25 per hari akan menjadi nol pada tahun 2030. Bagi pengolah angka, zona nol adalah zona sensitif seksual," kata Bono saat hadirin tertawa dan bertepuk tangan.



8.3: Bono berbicara di TED 2013. Atas perkenan James Duncan Davidson/TED (<http://duncandavidson.com>).

Slide Bono dirancang secara profesional, yang saya rekomendasikan untuk siapa saja yang memiliki presentasi mission-critical yang dimaksudkan untuk disampaikan ke beberapa audiens atau cukup penting untuk menarik pelanggan atau investasi baru.

Tonton penampilan Bono di TED.com dan perhatikan satu teknik yang umum untuk semua desain presentasi yang bagus: satu tema per slide. Saat sebagian besar presenter menyampaikan data, mereka membombardir audiens dengan longsor angka dan bagan, semuanya dalam satu tampilan. Setiap kali Bono menyampaikan statistik, angka—dan angka itu saja—muncul di slide. Bono maju satu slide per titik data. Ketika dia mengatakan bahwa kemiskinan ekstrem telah berkurang setengahnya sejak tahun 2000, slide itu hanya berbunyi: “Kemiskinan Ekstrem Dibelah Dua.” Teknik membuat angka dan data menarik secara visual efektif untuk membuat pendengar Anda memperhatikan dan peduli dengan statistik mengesankan di balik konten Anda.

Bono melanjutkan dengan serangkaian angka yang menunjukkan kehidupan menjadi lebih baik bagi banyak orang miskin di dunia:

Sejak tahun 2000 ada delapan juta lebih pasien AIDS yang mendapatkan obat penyelamat hidup. Malaria. Ada delapan negara di sub-Sahara

Afrika yang tingkat kematiannya dipotong hingga 75 persen. Untuk anak balita, angka kematian anak turun sebesar 2,85 juta kematian per tahun. Itu berarti 7.256 nyawa anak terselamatkan setiap hari. Wow. Sudahkah Anda membaca sesuatu, di mana saja, dalam seminggu terakhir yang sama pentingnya dengan angka itu?

Jika Anda membaca paragraf dan tidak melakukan apa-apa lagi, ilmu saraf memberi tahu kami bahwa Anda akan mengingat sekitar 10 persen informasi jika saya meminta Anda untuk mengingatnya tiga hari dari sekarang. Namun, tambahkan gambar, dan retensi Anda akan mencapai 65 persen informasi. Itulah tepatnya yang dilakukan Bono. Dia mengkomunikasikan konten secara verbal dan menggunakan multimedia, kebanyakan dalam bentuk visual, untuk memperkuat data.

Presentasi multimedia Bono termasuk bagan animasi, grafik, dan foto. Tidak peduli seberapa bersih bagan Anda disajikan, mata seseorang akan mengabaikan slide yang menunjukkan bagan demi bagan. Jadi, Bono menambahkan cerita dan foto untuk memecah slide dan mengistirahatkan mata. Dia juga menghidupkan data dengan memasukkan kisah-kisah pribadi dari kehidupan di balik data tersebut.

“Tujuh ribu anak sehari [nyawa terselamatkan]. Inilah dua di antaranya. Michael dan Benedikta. Mereka masih hidup hari ini, sebagian besar berkat perawat mereka, Dr. Patricia Asamoah, dan Global Fund.” Bono menunjukkan dua slide sambil menyampaikan dua kalimat sebelumnya. Yang pertama adalah foto close-up dari dua anak yang sedang tersenyum, Michael dan Benedikta. Yang kedua menunjukkan foto Dr. Asamoah di sebuah desa kecil. Ini adalah cara yang Anda inginkan untuk mengirimkan data: satu statistik (atau tema) per slide, diikuti dengan foto atau gambar untuk memberi otak istirahat dari monoton grafik, tabel, dan bagan. Meskipun cerita-cerita Bono menarik untuk didengar, dampak nyata dari presentasi ini terletak pada penggunaan visualnya yang terampil.

32.000 Boneka Barbie

Fotografer Chris Jordan bermain dengan boneka Barbie. Pada bulan Februari 2008, Jordan menunjukkan kepada penonton TED sebuah foto yang dia ambil dengan sekitar 50 boneka Barbie yang ditempatkan dalam pola melingkar. Jordan maju ke detik

foto — tampilan yang lebih besar dari yang pertama — yang memperlihatkan ribuan boneka Barbie. Jika Anda tidak tahu itu adalah boneka Barbie, Anda akan mengira foto itu adalah lukisan bunga yang indah. Foto ketiga dan terakhir dari seri tersebut ditarik lebih jauh dan memperlihatkan siluet payudara wanita. “Saat Anda kembali, Anda melihat 32.000 boneka Barbie, yang mewakili jumlah operasi pembesaran payudara yang dilakukan di AS setiap bulan. Sebagian besar dari mereka adalah wanita di bawah usia 21 tahun,”¹³ kata Jordan. “Ini dengan cepat menjadi hadiah kelulusan sekolah menengah paling populer yang diberikan kepada gadis-gadis muda yang akan pergi ke perguruan tinggi.” Jordan adalah ahli pengemasan data lainnya dengan cara yang menarik secara visual.

Di urutan lain Jordan menampilkan gambar cangkir kertas putih yang ditumpuk satu sama lain. Jordan mengatakan kami menggunakan 40 juta cangkir sehari untuk membawa minuman panas, kebanyakan kopi. “Saya tidak dapat memuat 40 juta cangkir di atas kanvas, tetapi saya dapat menempatkan 410.000. Seperti itulah 410.000 cangkir,” katanya, saat penonton melihat foto yang tampak seperti garis putih. “Itu 15 menit konsumsi cup kita,” imbuhnya. Gambar terakhir dalam urutan menunjukkan cangkir kopi untuk satu hari. “Itu setinggi bangunan 42 lantai, dan saya meletakkan Patung Liberty di sana sebagai referensi skala,”

Jordan berkata saat gambar patung itu diperlihatkan dan tampak kerdil oleh cangkir di latar belakang.

Dalam karya seni lainnya, Jordan ingin memvisualisasikan jumlah orang yang meninggal setiap tahun akibat merokok. Foto pertama menunjukkan close up kotak rokok yang ditumpuk satu sama lain. Saat Jordan mundur, foto-foto berikutnya mengungkapkan gambaran besarnya — dia telah membuat ulang karya Vincent van Gogh tahun 1886, ***Skull of a Skeleton with a Burning Cigarette***, dengan ribuan bungkus rokok.

Jordan percaya bahwa sulit bagi kebanyakan orang untuk memahami statistik yang sangat besar, namun statistik ini mengungkapkan beberapa masalah yang sangat meresahkan dalam masyarakat kita, masalah yang dapat menimbulkan tanggapan yang lebih mendalam dari orang-orang ketika disajikan secara visual dan kreatif.

Sangat mirip dengan cara Bono mendapatkan data, Jordan percaya bahwa dengan "merasakan" jumlah besar, kita dapat melakukan sesuatu tentang itu. "Saya memiliki ketakutan bahwa kita tidak merasa cukup sebagai budaya saat ini. Ada anestesi semacam ini di Amerika saat ini. Kami telah kehilangan rasa marah, kemarahan, dan kesedihan kami tentang apa yang terjadi dalam budaya kami saat ini, apa yang terjadi di negara kami, kekejaman yang dilakukan atas nama kami di seluruh dunia. Mereka hilang; perasaan ini telah hilang."

Presentasi Jordan adalah contoh mendalam dari transformasi statistik kering—beberapa di antaranya telah kita dengar berkali-kali—dan menambahkan elemen multimedia dalam bentuk visual untuk menghidupkan data. Visual memperkuat setiap poin dan membantu kita "merasakan" emosi di balik angka. Maya Angelou pernah berkata, "Orang akan melupakan apa yang Anda katakan, orang akan melupakan apa yang Anda lakukan, tetapi orang tidak akan pernah melupakan bagaimana Anda membuat mereka merasa." Jangan berpikir tentang apa yang Anda ingin orang tahu; berpikir tentang bagaimana Anda ingin mereka merasa.

Bagaimana LinkedIn Menyederhanakan PowerPoint Pemasarannya

Sembilan bulan sebelum LinkedIn go public, wakil presiden pemasarannya saat itu mengundang saya untuk memberikan lokakarya kepada 130 staf penjualan dan pemasarannya. Dia tidak senang dengan slide PowerPoint timnya yang sudah ada. "Itu terlalu rumit," katanya. Eksekutif tersebut mendorong timnya untuk memasukkan beberapa konsep dari buku saya sebelumnya ke dalam slide deck yang baru dan lebih menarik untuk mendorong pelanggan tingkat perusahaan untuk beriklan dan merekrut di LinkedIn. Mereka membuang PowerPoint yang ada seluruhnya dan beralih ke slide seperti TED dengan sedikit teks, tanpa poin-poin, dan banyak foto dan visual. Jika statistik perlu disorot, poin data adalah satu-satunya nomor di slide, disertai dengan foto situs LinkedIn atau gambar lain yang relevan.

Satu ide kunci yang saya tekankan bersama tim adalah perlunya melukis gambar untuk audiens mereka dengan gambar yang mereka tampilkan dan kata-kata yang mereka gunakan untuk mendeskripsikan slide. Misalnya, slide paling penting dari geladak memiliki satu statistik: 70 juta. Itu disertai dengan rendering artis

logo LinkedIn yang terdiri dari orang-orang yang mewakili anggota LinkedIn. Statistik mewakili jumlah anggota LinkedIn pada saat itu (saat ini perusahaan memiliki lebih dari 200 juta anggota). Narasi yang kami kerjakan seperti ini: "Hari ini LinkedIn memiliki 70 juta anggota dan kami menambahkan tiga juta lebih setiap bulan. Itu setara dengan menambahkan populasi San Francisco ke jaringan kami setiap 30 hari."

Profesional pemasaran dan penjualan LinkedIn menyukai desain baru ini dan terus menggunakan dek selama sembilan bulan ke depan sebelum IPO mereka yang menakjubkan (sahamnya berlipat ganda pada hari pertama, membuat perusahaan bernilai \$9 miliar). CEO dan eksekutif penjualan dan pemasaran untuk banyak merek yang paling dikagumi di dunia membuang presentasi PowerPoint lama mereka dan menggantinya dengan yang membawa audiens mereka dalam perjalanan visual. Pepatah lama "Anda tidak akan membawa pedang ke tembak-menembak" sangat cocok di sini.

Gaya lama PowerPoint adalah anakronisme di medan perang perusahaan modern. Jangan biarkan pesaing Anda membunuh impian Anda karena Anda gagal mengikuti perkembangan zaman.

Catatan TED

VISUALISASIKAN KONTEN. Tambahkan gambar atau sertakan gambar latar belakang ke diagram lingkaran, tabel, dan grafik. Saya sarankan berjuang untuk tidak lebih dari 40 kata dalam 10 slide pertama.

Ini akan memaksa Anda untuk berpikir kreatif tentang menceritakan kisah yang berkesan dan menarik alih-alih mengisi slide dengan teks yang tidak perlu dan mengganggu. Bunuh poin-poin di sebagian besar slide Anda. Penyaji TED paling populer memberikan slide tanpa poin-poin. Teks dan poin-poin adalah cara yang paling tidak mudah diingat untuk mentransfer informasi ke audiens Anda. Anda mungkin tidak dapat mencapai tujuan ini dengan setiap slide, tetapi ini adalah latihan yang bagus. Setelah Anda memaksakan diri untuk menghilangkan slide bertele-tele, Anda akan menyadari betapa menyenangkan presentasi Anda. Bagian terbaiknya—penonton Anda akan menyukainya!

Dengar itu

Sementara penglihatan adalah indera utama kita, kita mengingat informasi jauh lebih baik ketika banyak indera distimulasi pada saat bersamaan. Indra pendengaran kita sangat kuat. Bagaimana Anda mengatakan sesuatu (nada, kecepatan, volume, intensitas, artikulasi) dapat menyentuh jiwa pendengar Anda.

150 Kaki di Bawah Poros Tambang Ilegal

Selama lebih dari 25 tahun Lisa Kristine telah melakukan perjalanan ke bagian dunia yang paling tersembunyi untuk mengabadikan keindahan dan mengungkap kesulitan masyarakat adat. Mari kita tinjau kembali pembicaraan TEDx-nya dan fokus pada bagaimana dia menggunakan kata-katanya untuk menjangkau audiensnya.

Penonton duduk diam, terpaku, saat Kristine membawa mereka dalam perjalanan visual dengan foto sebagai panduan mereka. Waktunya sempurna dan dramatis. Alih-alih menunjukkan foto-foto saat dia berbicara, dia mulai membacakan cerita terlebih dahulu dan kemudian menampilkan foto tersebut segera setelah dia memulai narasinya. Teknik ini memaksa penonton untuk mendengarkan kata-katanya dengan cermat sebelum melihat foto karakter yang dia ungkapkan dalam ceritanya. Pada [tabel 8.2](#) Anda dapat membaca apa yang dikatakan Kristine untuk membuka presentasinya, sifat dari foto tersebut, dan waktu kemunculannya.

KATA-KATA LISA KRISTINE DENGAN FOTO SESUAI DESKRIPSI

KATA-KATA LISA KRISTINE

DESKRIPSI FOTO

Saya berada 150 kaki di lubang tambang ilegal di Ghana. Udaranya kental dengan panas dan debu, dan sulit untuk bernapas. Aku bisa merasakan sapuan tubuh berkeringat melewatiku dalam kegelapan, tapi aku tidak bisa melihat lebih banyak lagi. Saya mendengar suara-suara berbicara, tetapi sebagian besar batangnya adalah hiruk-pikuk pria yang terbatuk-batuk dan batu dipecahkan dengan alat-alat primitif.¹⁴ —

Foto hitam-putih penambang bertelanjang dada memegang alat yang tampak primitif. Hanya siluet penambang yang terlihat dalam kegelapan, nyaris tidak menyala dengan senter kecil yang ditempelkan di kepalanya.

Seperti yang lain, saya memakai senter murahan yang berkedip-kedip yang diikatkan di kepala saya dengan pita elastis dan compang-camping ini ...

Foto hitam-putih dari seorang penambang yang merangkak ke bawah poros

dan aku hampir tidak bisa melihat dahan pohon licin yang menahan dinding lubang seluas tiga kaki persegi yang jatuh ratusan kaki ke bumi.

Close-up ekstrem wajah penambang dalam kegelapan dengan hanya pantulan senter yang terpasang di kepalanya yang menunjukkan wajahnya

Ketika tangan saya terpeleset, saya tiba-tiba teringat seorang penambang yang saya temui beberapa hari sebelumnya yang kehilangan cengkeramannya dan jatuh tak terhitung banyaknya ke lubang itu. Saat saya berdiri berbicara dengan Anda hari ini, orang-orang ini masih berada jauh di dalam lubang itu, mempertaruhkan hidup mereka tanpa bayaran atau kompensasi, dan seringkali sekarat.

Foto Kristine memanjat keluar dari tambang

Saya harus memanjat keluar dari lubang itu, dan saya harus pulang, tapi sepertinya mereka tidak akan pernah melakukannya, karena mereka terjebak dalam perbudakan.

Foto penambang membantu Kristine keluar dari tambang

Tabel 8.2. Kata-kata Lisa Kristine dengan deskripsi foto yang sesuai membentuk presentasinya di TEDx Maui 2012.

Dua menit pertama pembicaraan Kristine adalah pembuka yang paling mencekam yang pernah saya lihat dalam sebuah presentasi. Tidak ada teks pada slide, hanya foto, narasi yang menarik, dan penyampaian yang dibuat dengan cermat. Meskipun foto-fotonya menyentuh indera visual audiensnya, cara dia menggunakan suaranya itulah yang menyegel kesepakatan. Dampak yang dapat Anda buat dengan merangsang indera pendengaran pendengar Anda bisa sama kuatnya dengan menggunakan visual.

Melukis Gambar dengan Kata-kata

Presentasi Kristine luar biasa karena kekuatan kata-katanya cocok dengan foto-foto pamernya. Baca deskripsinya yang menggugah tentang mengunjungi tempat pembakaran batu bata di India:

Pemandangan aneh dan menakutkan ini seperti berjalan ke Mesir kuno atau Inferno Dante. Diselimuti suhu 130 derajat, pria, wanita, anak-anak, bahkan seluruh keluarga, diselimuti pakaian tebal

selimut debu, sambil secara mekanis menumpuk batu bata di atas kepala mereka, hingga 18 batu bata sekaligus, dan membawanya dari tempat pembakaran yang panas ke truk yang jaraknya ratusan yard. Dimatikan oleh kebosanan dan kelelahan, mereka bekerja diam-diam, melakukan tugas ini berulang-ulang selama 16 atau 17 jam sehari. Tidak ada istirahat untuk makan, tidak ada istirahat air, dan dehidrasi parah membuat buang air kecil menjadi tidak penting. Begitu meresapnya panas dan debu sehingga kamera saya menjadi terlalu panas untuk disentuh dan berhenti bekerja. Setiap 20 menit, saya harus berlari kembali ke kapal penjelajah kami untuk membersihkan perlengkapan saya dan menyalakannya di bawah AC untuk menghidupkannya kembali, dan saat saya duduk di sana, saya berpikir, kamera saya mendapatkan perawatan yang jauh lebih baik daripada orang-orang ini.

Kristine melakukan sesuatu yang oleh Dr. Pascale Michelon disebut "menciptakan jejak visual pada pikiran seseorang". Ahli saraf telah menemukan bahwa korteks visual otak Anda tidak dapat membedakan antara apa yang nyata dan apa yang dibayangkan. Jika Anda dapat memikirkan sesuatu dengan jelas—benar-benar membayangkannya—area otak yang sama diaktifkan seolah-olah Anda benar-benar melihat peristiwa tersebut. Itulah mengapa metafora, analogi, dan citra yang kaya adalah cara ampuh untuk melukiskan gambaran di mata pikiran, dalam beberapa kasus bahkan lebih efektif daripada gambaran yang sebenarnya.

"Untuk meningkatkan daya ingat Anda, ubahlah informasi verbal menjadi informasi visual sebanyak mungkin," saran ~~15~~ Michelon. "Anda dapat melakukannya dengan alat bantu visual atau cara Anda berbicara, contoh yang Anda gunakan untuk melukis gambar di kepala seseorang." Pascale merekomendasikan agar komunikator menggunakan contoh konkret sebanyak mungkin. Sederhananya, otak tidak dirancang untuk menangkap abstraksi. Bahkan dalam promosi penjualan, gunakan contoh konkret untuk menempatkan klien Anda dalam situasi yang dapat mereka bayangkan dengan mata pikiran mereka. Ini jauh lebih efektif daripada menggunakan kata-kata abstrak untuk menggambarkan strategi penjualan Anda. "Kami mengingat gambar lebih baik daripada kata-kata, jadi ketika saya berbicara jika saya membantu Anda membuat gambar visual, Anda akan mengingat informasi itu jauh lebih baik daripada jika saya hanya menggunakan kata-kata abstrak," kata Pascale.

Melukis Gambar Mental Tanpa Gambar Sama Sekali

Otak tidak dapat membedakan antara apa yang sebenarnya dilihatnya dan apa yang dibayangkannya. Janine Shepherd, pemain ski lintas negara yang terluka yang Anda temui di bab 3, membuat gambar untuk audiens TEDx-nya dan tidak menunjukkan satu slide atau foto pun untuk melakukannya. Saat dia bercerita, Shepherd adalah anggota tim ski Australia yang bersiap untuk Olimpiade Musim Dingin ketika dia bersepeda yang mengubah hidupnya. Dengan menggunakan kata-kata yang menggugah dan deskriptif, dia mengajak pendengarnya menyusuri jalur sepeda.

Saat kami berjalan menuju Blue Mountains yang spektakuler di sebelah barat Sydney, itu adalah hari musim gugur yang sempurna: sinar matahari, aroma kayu putih, dan mimpi. Hidup itu baik. Kami telah bersepeda selama sekitar lima setengah jam ketika kami sampai di bagian perjalanan yang saya sukai, dan itu adalah perbukitan, karena saya menyukai perbukitan. Dan saya bangkit dari kursi sepeda saya, dan saya mulai memompa kaki saya, dan saat saya menghirup udara pegunungan yang dingin, saya bisa merasakannya membakar paru-paru saya, dan saya melihat ke atas untuk melihat sinar matahari menyinari wajah saya. Dan kemudian semuanya menjadi gelap.¹⁶

Sebuah truk utilitas menabrak Shepherd. Dia terluka parah, diterbangkan ke unit tulang belakang di Sydney, dan menjadi lumpuh sebagian. Di sisa presentasinya dia berbicara tentang jalan panjang menuju pemulihan, menghubungkan narasinya dengan tema: Anda bukanlah tubuh Anda. Bertekad untuk membuktikan bahwa dokternya salah, Shepherd menemukan impian baru untuk dikejar—terbang. Dia memperoleh lisensi pilot dalam waktu satu tahun setelah kecelakaan itu dan akhirnya menjadi instruktur terbang aerobatik.

Presentasi Shepherd telah dilihat lebih dari satu juta kali. Dia telah menerima email dari orang-orang yang terinspirasi untuk terus berjuang melalui kemunduran mereka sendiri. Satu orang yang mengirim email kepada Shepherd mengatakan video itu menyelamatkan hidupnya. Orang tersebut telah berjuang melawan penyakit selama 19 tahun.

“Ini menjadi sangat buruk sehingga selama beberapa minggu terakhir saya berpikir untuk bunuh diri. Tapi hari ini setelah melihat dan mendengarkan Janine saya mendapat secerah harapan baru. Perjalanan saya dimulai SEKARANG.”

Cesar Kuriyama menyimpan cukup uang untuk berhenti dari pekerjaan periklanannya pada usia 30 tahun dan menghabiskan tahun berikutnya bepergian dan mengejar proyek yang menarik minatnya. Dia juga merekam pengalaman hariannya dalam bentuk video—hanya satu detik video setiap hari. Dia mengatakan kepada hadirin TED, “Visualisasi adalah cara untuk memicu ingatan ... bahkan hanya satu detik ini memungkinkan saya untuk mengingat semua hal lain yang saya lakukan hari-itu.”¹⁷

Membayangkan ...Seorang Penulis Lagu Memiliki Jalan dengan Kata-kata

Indera pendengaran dapat dirangsang oleh perangkat retorik yang Anda gunakan untuk menyampaikan kata-kata Anda. Misalnya, pidato “Saya punya mimpi” Martin Luther King adalah salah satu pidato paling terkenal dan dikutip dalam sejarah kontemporer. King tidak menggunakan PowerPoint, Prezi, atau Apple Keynote. Sebaliknya, dia melukis gambar dengan kata-katanya — gambar yang melekat pada kita selama setengah abad. King menggunakan perangkat berbicara di depan umum yang disebut anafora, mengulangi kata atau kata yang sama di awal klausa atau kalimat yang berurutan. “Saya punya mimpi...” diulangi dalam delapan kalimat berturut-turut.

Selain bagan, animasi, dan foto-foto dalam presentasinya, Bono U2 menggunakan anafora dengan sangat efektif untuk menambah rangsangan pada indra. Berikut adalah dua contoh:

Fakta, seperti orang, ingin bebas. Dan ketika mereka bebas, kebebasan sudah dekat, bahkan untuk yang termiskin dari yang miskin. **Fakta** yang dapat menantang sinisme dan sikap apatis yang mengarah pada kelembaman. **Fakta** yang memberi tahu kami apa yang berfungsi dan apa yang tidak, sehingga kami dapat memperbaikinya. **Fakta** bahwa jika kita mendengarnya dan mengindahkannya dapat memenuhi tantangan yang dibuat Nelson Mandela pada tahun 2005 ketika dia meminta kita untuk menjadi generasi hebat yang mengatasi biaya paling mengerikan bagi umat manusia, kemiskinan ekstrem.

Saya memikirkan Wael Ghonim, dia mendirikan salah satu grup Facebook di belakang Lapangan Tahrir di Kairo. Dia dijebloskan ke penjara karenanya. Saya memiliki tato kata-katanya di otak saya. **“Kami akan menang** karena kami tidak mengerti politik. **Kami akan menang** karena kami tidak memainkan permainan kotor mereka. **Kami akan menang** karena kami tidak memiliki agenda politik partai. **Kami akan menang** karena air mata yang keluar dari mata kami sebenarnya berasal dari hati kami. **Kami akan menang** karena kami memimpikan impian dan kami bersedia membela itu

mimpi.' Wael benar. **Kita akan menang** jika kita berdiri sebagai satu kesatuan, karena kekuatan rakyat jauh lebih kuat daripada rakyat di dalamnya
kekuatan. ¹⁸

Penting untuk dicatat bahwa ketika menyampaikan paragraf terakhir, Bono tidak menampilkan slide apa pun. Dia ingin penonton fokus pada indera pendengaran— kata-katanya. Air mata memenuhi mata Bono saat dia berbicara, mencerminkan keterikatan emosionalnya yang mendalam pada kata-kata itu. Kata-kata yang kuat dan dibuat dengan baik memiliki cara untuk membangkitkan emosi yang dalam di dalam diri kita semua. Sebuah slide akan mengurangi momen itu. Bono mendapat tepuk tangan meriah dan standing ovation dari penonton TED. Tidak heran. Dia membangkitkan indra mereka dengan kata-katanya.

Tiga Orang dan Komputer Memperkuat Suara Satu Orang

Pada bulan Maret 2011, kritikus film Roger Ebert, yang kehilangan suaranya karena kanker dan akhirnya hidupnya pada bulan April 2013, “berbicara” kepada lebih dari 1.000 penonton TED. “Ini adalah kata-kataku, tapi ini bukan suaraku. Ini Alex, suara komputer terbaik yang pernah saya temukan, yang hadir sebagai perlengkapan standar di setiap Macintosh,”¹⁹ audiens mendengar dari ~~suara~~ suara digital saat Ebert duduk di kursi dengan Mac di pangkuannya.

Sebagai seorang kritikus film dengan pengalaman puluhan tahun di depan kamera, serta pengetahuan yang mendalam tentang pembuatan film, Ebert tahu betapa sulitnya untuk menarik perhatian penonton dan siap dengan trik di lengan bajunya — auditori multisensori. pengalaman.

Penonton telah mendengarkan Ebert berbicara melalui suara digital selama sekitar satu menit ketika dia berkata, “Saya telah menemukan bahwa mendengarkan suara komputer untuk waktu yang lama bisa menjadi monoton. Jadi saya memutuskan untuk merekrut beberapa teman TED saya untuk membacakan kata-kata saya untuk saya.” Tiga orang lainnya berbagi panggung dengan Ebert, semuanya duduk di kursi di sampingnya. Mereka termasuk istrinya, Chaz, Dean Ornish, dan John Hunter. Ini adalah 18 menit yang sangat mengharukan, terutama karena menunjukkan cinta dan kasih sayang yang mendalam antara Ebert dan istrinya.

Kisah tentang bagaimana Ebert mengubah suaranya memang menarik, tetapi Ebert benar sekali: mendengarkan suara digital selama 18 menit menjadi monoton, jadi dia memilih bukan hanya satu tapi empat lainnya (termasuk komputer) untuk berbicara untuknya. "Multisensori" mencakup banyak suara. Saya merasa ironis bahwa Ebert mengatakan mendengarkan suara digital itu monoton karena banyak pembicara berbicara dengan nada monoton dan terdengar jauh lebih tidak bersemangat daripada suara yang dihasilkan komputer Ebert!

Di bab 7, saya mengatakan presentasi 18 atau 20 menit selalu mengalahkan presentasi 60 menit. Sebagian besar pidato utama saya berlangsung sekitar satu jam. Apakah saya munafik? Sama sekali tidak. Seperti yang dilakukan Ebert, saya berbagi panggung. Dalam presentasi saya, saya memperkenalkan banyak suara melalui klip video dari para pemimpin yang menginspirasi. Video memberi saya kesempatan untuk melibatkan dua indra sekaligus— visual dan auditori.

Rasakan itu

Cawan suci dari sebuah presentasi adalah untuk membawa audiens ke tempat lain. Tampilan visual informasi membantu mereka untuk melihatnya, tetapi jika penonton tidak dapat menyentuh sesuatu secara fisik, bagaimana kita menyelesaikan perjalanannya? Sekali lagi, pikirkan presentasi sebagai drama Broadway. Drama pemenang penghargaan memiliki cerita yang luar biasa, karakter yang menarik, dan alat peraga yang relevan. Presentasi yang bagus memiliki masing-masing elemen tersebut, termasuk alat peraga sederhana yang membuat penonton merasakan bagaimana rasanya berada di tempat kejadian.

Seorang Musisi Mendapat Standing Ovation Tanpa Memainkan Satu Nada

Anda mungkin ingat punk rocker Amanda Palmer dari bab 3. Saya menyebutkan bahwa video TED 2013 Palmer menerima lebih dari satu juta penayangan dalam waktu satu minggu setelah diposting online. Tema Palmer sederhana dan lugas—jangan membuat orang membayar untuk musik. Karena konten digital sudah tersedia dan dapat dibagikan, Palmer menyarankan artis untuk meminta dukungan langsung dari penggemarnya. Sebagian besar orang yang menonton presentasinya mungkin tidak pernah mengalami kehidupan di jalanan sebagai musisi yang berjuang, tetapi Palmer membawa mereka ke sana.

Tanpa mengucapkan sepatah kata pun, Palmer berjalan ke atas panggung dan meletakkan peti susu di lantai. Dia menginjak peti, menyampirkan kerudung di lengan kirinya, dan mengulurkan sekuntum bunga di tangan kanannya. Dia perlahan mengambil dua napas dalam-dalam, berpose tak bergerak selama beberapa detik, dan berbicara:

Jadi saya tidak selalu mencari nafkah dari musik. Selama sekitar lima tahun setelah lulus dari universitas seni liberal terkemuka, ini adalah pekerjaan harian saya. Saya adalah patung hidup wiraswasta yang disebut Pengantin 8 Kaki, dan saya suka memberi tahu orang-orang bahwa saya melakukan ini untuk suatu pekerjaan, karena semua orang selalu ingin tahu, siapa orang-orang aneh ini dalam kehidupan nyata? Halo. Saya mengecat diri saya dengan warna putih suatu hari, berdiri di atas sebuah kotak, meletakkan topi atau kaleng di kaki saya, dan ketika seseorang datang dan menjatuhkan uang, saya memberi mereka bunga dan kontak mata yang intens. Dan jika mereka tidak mengambil bunga itu, saya melemparkan isyarat kesedihan dan kerinduan saat mereka berjalan 20 jauh.—

Palmer menyampaikan tiga menit pertama presentasinya sambil berdiri di atas peti, menghidupkan kembali pengalamannya dan orang-orang yang memberinya uang. “Saya tidak tahu seberapa sempurna pendidikan yang saya dapatkan untuk bisnis musik di kotak ini.” Akhirnya, bandnya mendapatkan cukup uang dan dia berhenti menjadi artis jalanan. Begitu Palmer memberi tahu hadirin bahwa dia telah berhenti menjadi patung, dia keluar dari kotak. Kotak itu tetap berada di atas panggung saat Palmer menyampaikan presentasinya, kehadirannya bertindak sebagai metafora untuk narasinya:

Saya memutuskan untuk memberikan musik saya secara gratis secara online jika memungkinkan... Saya akan mendorong pengunduhan, berbagi, tetapi saya akan meminta bantuan, karena saya melihatnya berfungsi di jalan.

Karier musik saya telah dihabiskan untuk mencoba bertemu orang-orang di Internet dengan cara yang saya bisa lakukan di kotak, jadi membuat blog dan tweet tidak hanya tentang tanggal tur saya dan video baru saya tetapi tentang pekerjaan kami dan seni kami dan ketakutan kami dan mabuk kami, kami kesalahan, dan bagaimana kita melihat satu sama lain. Dan saya pikir ketika kami benar-benar bertemu satu sama lain, kami ingin saling membantu.

Palmer mengakhiri presentasinya dengan tantangan ini: Saya rasa orang-orang telah terobsesi dengan pertanyaan yang salah, yaitu, "Bagaimana kita membuat orang membayar untuk musik?" Bagaimana jika kami mulai bertanya, "Bagaimana kami mengizinkan orang membayar musik?" Saat dia mengucapkan terima kasih, Palmer mengeluarkan bunga yang dia gunakan untuk membuka presentasinya, mengulurkan bunga itu kepada pendengarnya dengan tangan terulur, dan melemparkannya ke hadirin. Penonton melompat berdiri untuk tepuk tangan meriah selama 15 detik. Palmer sang musisi telah memberikan penampilan terbaiknya dan tidak memainkan satu nada pun.

TED.com [halaman](#) tempat video Palmer diposting menerima lebih dari 500 komentar dalam satu minggu. Jody Murray berkomentar, "Saya kecewa dengan suara batin saya yang skeptis yang ingin tidak menyukai pembicaraan ini tetapi pada akhirnya itu tidak mungkin. Presentasi luar biasa dan contoh dari ide-ide indah seperti itu terwujud."

Ingatkah Anda pernah melihat presentasi bisnis yang "menakutkan" dengan ide-ide indah yang terealisasi? Mereka tidak terlalu sering terjadi di ruang rapat perusahaan, bukan? Namun, Amanda Palmer menyampaikan kasus bisnis untuk memberikan lagu secara gratis, subjek yang sangat kontroversial dalam industri musik, dan dia melakukannya dengan cara yang benar-benar dapat dirasakan dan dialami oleh pendengarnya.

Merasakan Sakitnya Download Lambat

Palmer berdiri di atas penyangga — peti susu — untuk membantu orang "merasakan" kepedihan menjadi musisi yang berjuang. Alat peraga dan demonstrasi adalah alat multisensori yang berguna untuk membantu audiens memahami ide Anda secara nyata dan masalah yang dipecahkannya.

Misalnya, saya bekerja dengan eksekutif perusahaan teknologi untuk memperkenalkan drive USB yang sangat cepat untuk komputer. Produk tersebut memiliki "kecepatan baca/tulis 190/170 megabita per detik". Deskripsi itu sendiri tidak terlalu menarik atau menyentuh dengan cara apa pun, namun dalam demo sederhana kami menemukan cara untuk membuat audiens "merasakan" rasa sakit mereka saat ini dan membandingkan rasa sakit itu dengan kegembiraan yang mereka rasakan dengan menggunakan produk baru. .

Setelah pengenalan dan penjelasan singkat tentang produk, pembicara berjalan ke kiri panggung, di mana komputer laptop duduk di atas meja setinggi dada. Dia mengeluarkan produk baru—drive USB—dari sakunya, menghubungkannya ke komputer, dan memberikan stopwatch kepada seseorang di antara hadirin. Dia meminta penonton untuk memulai jam saat dia memindahkan file film 1,5 GB dari komputer ke drive. Total waktu yang berlalu adalah 10,5 detik. Dia kemudian meminta penonton untuk memulai jam lagi, dan kali ini dia mentransfer file menggunakan produk pesaing. Tanpa mengucapkan sepatah kata pun, eksekutif dan penonton menyaksikan transfer itu terjadi. Mereka menunggu. Dan menunggu. Dan menunggu. Lebih dari 40 detik kemudian transfer selesai. “Tidak semua drive USB dibuat sama,” pungkasnya. Jika eksekutif berbicara melalui demonstrasi, waktu akan berjalan lebih cepat bagi orang-orang yang hadir. Sebaliknya dia diam, menghilangkan rasa sakit karena unduhan yang lambat.

Bulu dan Obor

“Saya seorang dokter anak dan ahli anestesi, jadi saya menidurkan anak-anak untuk mencari nafkah. Dan saya seorang akademisi jadi saya menidurkan penonton—secara gratis.”²¹ Begitulah cara Dr. Elliot Krane, yang menjalankan layanan manajemen nyeri di Rumah Sakit Anak Packard di Stanford, membuka presentasi TED-nya pada tahun 2011. Nyeri biasanya merupakan gejala dari sesuatu yang salah. Bagi beberapa anak, rasa sakitnya tidak kunjung hilang dan menjadi penyakit.

Krane menjelaskan bahwa sebelum dia menunjukkan kepada penonton TED bagaimana jenis rasa sakit ini terjadi dan bagaimana cara mengobatinya, dia ingin menunjukkan kepada mereka bagaimana rasanya .

Bayangkan saya membelai lengan Anda dengan bulu ini [Krane dengan lembut mengusap bulu kuning ke atas dan ke bawah lengan kirinya]. Sekarang saya ingin Anda membayangkan bahwa saya membelainya dengan ini [Dia menyalakan obor las dan meletakkannya di dekat lengannya. Orang-orang tertawa tidak nyaman karena mereka tahu seperti apa rasanya]. Apa hubungannya dengan nyeri kronis? Bayangkan seperti apa hidup Anda jika saya mengelusnya dengan bulu ini tetapi otak Anda memberi tahu Anda bahwa ini [mengangkat obor] adalah apa yang Anda rasakan. Itulah pengalaman saya dengan pasien dengan nyeri kronis. Bayangkan sesuatu yang lebih buruk. Bayangkan saya m

lengan anak dengan bulu ini dan otak Anda memberi tahu mereka bahwa mereka merasakan obor panas ini.

Perasaan kinestetik (sentuhan) terkadang sulit untuk dimasukkan ke dalam presentasi jika topiknya adalah tentang ide (atau, dalam kasus Krane, kondisi medis) daripada produk fisik. Tapi seperti yang ditunjukkan Krane, itu bisa dilakukan dengan sedikit imajinasi.

Begitu dia meletakkan obor, Krane beralih ke indra visual, menunjukkan foto salah satu pasiennya, seorang calon penari berusia 16 tahun yang pergelangan tangannya terkilir dan, setelah sembuh, terus hidup dengan rasa sakit yang luar biasa di lengan yang terluka. "Chandler" menderita allodynia, suatu kondisi medis di mana sentuhan sekecil apa pun menyebabkan rasa sakit yang membakar dan tak terlukiskan.

Konferensi medis terkenal memiliki beberapa presentasi paling membosankan dari acara apa pun. Ini bukan hanya pendapat saya. Tanyakan pada dokter manapun. Mereka akan memberi tahu Anda bahwa sebagian besar presentasi membosankan dan tidak dipersiapkan dengan baik. Aku tahu. Saya bekerja dengan banyak dokter dan eksekutif yang menjalankan perusahaan farmasi, alat kesehatan, dan organisasi perawatan kesehatan. Menariknya, tetapi tidak mengherankan, jika Anda melakukan pencarian Google untuk "cara memberikan presentasi medis yang lebih baik," tautan pertama membawa Anda ke TED.



8.4: Dr. Elliot Krane menggunakan obor las dalam presentasi TED 2011-nya. Courtesy James Duncan Davidson/TED (<http://duncandavidson.com>).

Intinya begini: orang mengingat informasi dengan lebih jelas ketika lebih dari satu indra distimulasi. Lain kali Anda merancang presentasi, jadilah imajinatif tentang “menyentuh” panca indera melalui cerita yang Anda ceritakan (auditori), foto atau slide yang Anda tampilkan (visual), dan alat peraga yang Anda gunakan (rasakan).

Bukan Yang Anda Harapkan dari Kotak Hadiah Biru Tiffany

Stacey Kramer selamat dari tumor otak kanker. Pembicara biasa akan memulai presentasinya dengan wahyu itu. Sebaliknya, Kramer mengambil pendekatan multisensor imajinatif untuk topiknya. Penonton melihat foto kotak biru Tiffany yang dibungkus indah seperti yang dikatakan Kramer:

Bayangkan, jika Anda mau—hadiah. Saya ingin Anda membayangkannya dalam pikiran Anda. Tidak terlalu besar—seukuran bola golf. Jadi bayangkan seperti apa semuanya terbungkus. Tetapi sebelum saya menunjukkan kepada Anda apa yang ada di dalamnya, saya akan memberi tahu Anda, itu akan melakukan hal-hal luar biasa untuk Anda. Ini akan membawa semua keluarga Anda bersama-sama. Anda akan merasa dicintai dan dihargai tidak seperti sebelumnya dan terhubung kembali dengan teman dan kenalan yang sudah bertahun-tahun tidak Anda dengar kabarnya. Adorasi dan kekaguman akan membuat Anda kewalahan. Ini akan mengkalibrasi ulang apa yang paling penting dalam hidup Anda.²²

Kramer menceritakan kisah pemberian itu sebelum mengungkapkan kesimpulan yang mengejutkan. “Sekarang saya tahu Anda sangat ingin tahu apa itu dan di mana Anda bisa mendapatkannya. Apakah Amazon membawanya? Ada logo Apple nya? Apakah ada daftar tunggu? Tidak mungkin. Hadiah ini datang kepada saya sekitar lima bulan yang lalu. Terlihat lebih seperti ini ketika semuanya dibungkus — tidak terlalu cantik [foto kantong plastik merah dengan tulisan **biohazard** di atasnya]. Dan ini, lalu ini [foto rontgen yang menunjukkan tumornya dan bekas luka panjang di bagian belakang kepalanya tempat dokter mengangkatnya]. Itu adalah permata langka—tumor otak, hemangioblastoma—hadiah yang terus memberi.”

Kontras antara kotak Tiffany yang cantik di awal presentasi Kramer dan foto-foto yang tidak menyenangkan di bagian akhir menciptakan sensasi yang mencolok

pengalaman bagi penonton Kramer. Kramer mengakhiri presentasinya dengan pesan positif dan pelajaran dari peristiwa yang hampir merenggut nyawanya: “Dan sementara saya baik-baik saja sekarang, saya tidak akan mengharapkan hadiah ini untuk Anda. Saya tidak yakin Anda menginginkannya. Tapi saya tidak akan mengubah pengalaman saya. Itu sangat mengubah hidup saya dengan cara yang tidak saya duga dalam semua cara yang baru saja saya bagikan dengan Anda. Jadi lain kali Anda dihadapkan dengan sesuatu yang tidak terduga, tidak diinginkan, dan tidak pasti, pertimbangkan bahwa itu mungkin saja hadiah.

Catatan TED

MEMBANTU HADIRIN UNTUK “MERASAKAN” PRESENTASI ANDA. Keluarlah dari slide sesekali. Bangun demonstrasi, tunjukkan produk, minta penonton untuk berpartisipasi. Jika Anda meluncurkan produk, hal ini cukup mudah dilakukan karena Anda dapat menunjukkan produk fisik kepada orang-orang untuk dilihat dan disentuh. Tapi bagaimana jika konten Anda murni ide atau konsep? Anda masih dapat membuat pengalaman multisensori. Dalam salah satu presentasi utama saya tentang topik layanan pelanggan, saya berbicara tentang jaringan toko sabun bernama Lush. Ini sabun mahal. Saya mengangkat bar dan bertanya berapa banyak orang yang akan membayar \$37 per pon untuk itu. Tidak ada yang mengangkat tangan. Saya berjalan ke penonton dan meminta sukarelawan untuk mencium dan merasakan sabun. Saya mengajukan pertanyaan lagi. Jika mereka masih mengatakan bahwa mereka tidak akan membayarnya, saya memberi mereka bilah “gratis”. Saya terus membangun cerita dan memberikan sabun. Segera penonton menyadari bahwa semakin mereka belajar tentang sabun, semakin besar kemungkinan mereka akan membayarnya. Ini adalah cara yang menyenangkan untuk melibatkan pemirsa sambil membantu mereka menin

Rahasia #8: Lukis Gambaran Mental dengan Pengalaman Multisensori

Apa yang dilakukan Kramer membutuhkan keberanian, dan itulah mengapa Anda tidak melihat presentasi yang bagus setiap hari. Dibutuhkan keberanian untuk membuat cerita Anda begitu sederhana sehingga anak kelas tujuh dapat memahaminya. Dibutuhkan keberanian untuk membuat slide dengan satu kata di atasnya, seperti yang dilakukan Bono. Dibutuhkan keberanian untuk menampilkan foto alih-alih mengisi slide Anda dengan poin-poin dan teks. Dibutuhkan keberanian untuk mencabut bulu dan obor seperti yang dilakukan Dr. Krane tanpa merasa konyol. Secara metaforis, dibutuhkan keberanian untuk berdiri di atas peti susu selama tiga menit seperti yang dilakukan Amanda Palmer. Keberanian menonjol. Keberanian diperhatikan. Keberanian memenangkan hati dan pikiran. Keberanian adalah apa yang Anda butuhkan untuk menyampaikan pembicaraan hidup Anda. Aku tahu kau punya keberanian. Temukan, rayakan, dan nikmati. Berbicara di depan umum dengan berani akan mengubah hidup Anda dan kehidupan orang-orang yang mendengarkan Anda. Anda memiliki ide-ide yang dimaksudkan untuk dilihat, dirasakan,

dan mendengar. Gunakan suara Anda untuk mengejutkan orang, menginspirasi mereka, dan mengubah dunia.

Tetap di Jalur Anda

Saya tidak berpikir bekerja sebagai bekerja dan bermain sebagai bermain. Semuanya hidup.

—SIR RICHARD BRANSON

PADA DESEMBER 2010, FACEBOOK CHIEF operating officer Sheryl Sandberg sedang menunggu di luar panggung untuk berpidato di hadapan hadirin TED. “Sehari sebelumnya, saya mengantarkan putri saya ke prasekolah dan memberi tahu dia bahwa saya akan terbang ke Pantai Timur jadi saya tidak akan melihatnya malam itu. Dia menempel di kakiku dan memohon agar aku tidak pergi. Saya tidak dapat menghilangkan kesan itu dan, pada menit terakhir, bertanya kepada Pat [CEO Paley Center] apakah saya harus menambahkannya ke dalam pidato saya. ‘Benar-benar menceritakan kisah itu,’ kata Pat.”¹

Sandberg menyadari bahwa dia dapat membantu wanita lain hanya dengan bersikap jujur tentang tantangan dan perasaannya sendiri. “Saya menarik napas dalam-dalam dan melangkah ke atas panggung. Saya mencoba untuk menjadi otentik dan membagikan kebenaran saya. Saya mengumumkan ke ruangan — dan pada dasarnya semua orang di Internet — bahwa saya gagal melakukan semuanya. Rasanya sangat menyenangkan tidak hanya untuk mengakuinya pada diri saya sendiri, tetapi juga untuk membagikannya kepada orang lain.”²

Rahasia #9: Tetap di Jalur Anda

Jadilah otentik, terbuka, dan transparan.

Mengapa ini berhasil: Kebanyakan orang dapat mengenali yang palsu. Jika Anda mencoba menjadi sesuatu atau seseorang yang bukan Anda, Anda akan gagal mendapatkan kepercayaan dari audiens Anda.

* * *

BERBICARA PUBLIK DIANGGAP SEBUAH bentuk seni. Saya harap buku ini telah menunjukkan bahwa unsur seni persuasi didukung oleh sains yang kredibel. Sekarang saya ingin Anda mengesampingkan teknik dan sains dan berbicara dari hati. Itu benar, semua yang telah kita diskusikan tidak akan ada artinya jika Anda bertindak.

* * *

ANDA BISA BELAJAR DARI ORANG LAIN dan bagaimana mereka mencapai kesuksesan dalam berbicara di depan umum, tetapi Anda tidak akan pernah membuat kesan abadi pada orang kecuali Anda meninggalkan jejak Anda sendiri. Saya ingat mendengarkan Oprah Winfrey menanggapi seorang wanita muda yang mengatakan bahwa dia ingin menjadi Oprah berikutnya. "Tidak, kamu tidak," kata Oprah. Ms Winfrey menjelaskan bahwa orang harus mengidentifikasi jalur apa yang harus mereka masuki, dan tetap berada di jalur mereka. Dia mengatakan bahwa orang-orang sukses mengidentifikasi tujuan inti hidup mereka dan tanpa henti mengikuti tujuan itu untuk menjadi representasi terbaik dari diri mereka sendiri.

Dibutuhkan keberanian untuk tetap berada di jalur Anda. Saat Dr. Jill menyusun presentasinya yang sekarang terkenal dengan "My Stroke of Insight", dia harus mengambil keputusan. Meskipun 12 menit pertama presentasinya mengasyikkan, tidak ada yang "rentan" atau "pribadi" tentangnya. Dr. Jill memberi tahu saya bahwa dia membutuhkan kesimpulan yang akan "menyebarkannya ke alam semesta".

Satu minggu sebelum pembicaraan TED-nya, sahabat Dr. Jill memberitahunya bahwa presentasinya tidak berhasil. "Jill, Anda membawa kami ke ruang yang sangat rentan ini dan Anda membawa kami dalam perjalanan ini. Kami pergi dengan Anda, kami terbuka lebar, kami semua milik Anda, dan kemudian Anda akan mengajari kami [tentang stroke]? Anda harus menahan ruang."³ Memegang ruang berarti menjadi rentan, mengekspresikan emosi mentah dari pukulan itu dan apa yang telah diajarkan padanya.

Dr. Jill menerima pesan tersebut dan mengubah kesimpulannya satu minggu sebelum konferensi TED. Beginilah cara dia mengakhiri presentasinya: "Semangat saya melambung bebas, seperti ikan paus besar yang meluncur di lautan euforia yang hening. Nirwana. Saya menemukan Nirvana... dan jika saya telah menemukan Nirvana dan saya masih hidup, maka setiap orang yang hidup dapat menemukan Nirvana. Dan saya membayangkan dunia yang penuh dengan

orang-orang yang cantik, damai, penuh kasih, dan penuh kasih yang tahu bahwa mereka dapat datang ke ruang ini kapan saja ... kemudian saya menyadari betapa luar biasanya pengalaman ini, betapa wawasan ini bisa menjadi cara kita menjalani hidup kita.

Sebagian besar ilmuwan tidak berani pergi ke tempat Dr. Jill membawa pendengarnya. Bahkan jika "roh mereka melayang bebas seperti ikan paus yang meluncur", mereka tidak akan memberi tahu siapa pun tentang hal itu. Dr. Jill menyadari bahwa kisah transformasi spiritualnya memiliki makna yang jauh lebih banyak daripada kisah stroke. Ketika belahan otak kirinya mati, bagian ego dari otaknya, dia mengalami pencerahan spiritual. Dia tidak lagi merasa terpisah dari alam semesta tetapi menjadi bagian darinya. Dia memberi tahu penonton dan mendidik mereka tentang stroke. Jika dia berakhir di sana, itu akan menjadi presentasi yang bagus. Dr Jill mengambil satu langkah lebih jauh. Dia menginspirasi dan mencerahkan. Presentasi berubah dari baik menjadi luar biasa. Butuh keberanian bagi Dr. Jill untuk tetap berada di jalurnya, tetapi itu membuat perbedaan besar.

Pada episode **Anatomy Grey ABC**, karakter Dr. Callie Torres bersiap untuk memberikan ceramah TED. Torres, seorang ahli bedah ortopedi, tidak senang dengan presentasi yang dia siapkan karena tampak membosankan dibandingkan dengan apa yang dia lihat di panggung TED. "Siapa yang ingin mendengar tentang tulang rawan?" dia berkata. Karena kekacauan di rumah sakit, Callie ketinggalan penerbangannya ke TED dan dia pikir dia lolos. Namun pada saat-saat terakhir, rekan-rekannya menyiapkan umpan satelit jarak jauh sehingga Callie masih dapat menyampaikan presentasinya kepada pemirsa langsung (Anda dapat melakukannya di acara TV populer).

Callie duduk dengan gugup dengan setumpuk kartu catatan. "Bicara saja," kata dokter lain. "Jadilah dirimu sendiri." Dokter sedang menginstruksikan Callie untuk tetap berada di jalurnya. Callie mengesampingkan catatan itu, menarik napas dalam-dalam, dan berkata, "Hai."

Saya Dr. Callie Torres dan saya mengalami tahun yang sangat buruk. Saya hampir tewas dalam kecelakaan mobil – sebuah kecelakaan merenggut nyawa sahabat dan ayah dari anak saya. Saya seorang ahli bedah ortopedi dan saya bekerja dengan tulang rawan jadi saya telah menghabiskan banyak waktu untuk memikirkan tentang apa yang menyatukan kita ketika segala sesuatunya berantakan... ”

Meskipun **Grey's Anatomy** adalah drama medis fiktif, saya terkejut ketika penulis acara ingin membangun alur cerita di sekitar TED, mereka menyadari bahwa keajaiban sebenarnya dari presentasi TED yang berkesan bergantung pada pembicara yang menyisihkan catatannya dan berbicara dari hati, membiarkan penontonnya mengintip jiwanya. Penulis skenario adalah pendongeng dan mereka secara intuitif memahami bahwa keajaiban TED terletak lebih dalam daripada topik presentasi. Pembicara yang menginspirasi harus menggerakkan pendengarnya untuk berpikir secara berbeda tentang kehidupan, karier, atau bisnis mereka. Pembicara yang hebat membuat Anda ingin menjadi orang yang lebih baik.

Saya memilih kutipan Richard Branson yang membuka bab ini karena menurut saya banyak pembicara memisahkan diri mereka yang sebenarnya dari persona yang mereka tunjukkan kepada orang lain. Branson, yang telah saya temui dan wawancarai lebih dari sekali, tidak bertindak. Dia nyata. Dia orang yang sama di dalam dan di luar kamera. Bekerja tidak terpisah dari bermain dan bermain tidak terpisah dari bekerja. "Semuanya hidup," Branson merasakan.

Banyak eksekutif yang saya temui bertindak dan berbicara satu arah dalam privasi percakapan kami, hanya terdengar sangat berbeda ketika mereka menyampaikan presentasi. Mereka bertindak, terlihat, dan terdengar seperti dua orang yang berbeda. Mereka tidak nyaman di jalur mereka. Mereka ingin berada di jalur orang lain.

Saya tidak dapat memberi tahu Anda berapa kali saya bertemu dengan pemimpin yang bersemangat, humoris, antusias, dan menginspirasi, hanya untuk menemukan bahwa begitu mereka naik ke panggung, mereka menjadi tidak berjiwa, kaku, membosankan, dan tidak memiliki humor. Saat saya tanya kenapa, ada yang menjawab, "Karena saya sedang memberikan presentasi."

Harap ingat ini. Saat Anda menyampaikan presentasi, tujuan Anda seharusnya bukan untuk "menyampaikan presentasi". Itu harus menginspirasi audiens Anda, menggerakkan mereka, dan mendorong mereka untuk bermimpi lebih besar. Anda tidak dapat memindahkan orang jika mereka tidak menganggap Anda nyata. Anda tidak akan pernah meyakinkan audiens Anda tentang apa pun jika mereka tidak percaya, mengagumi, dan benar-benar menyukai Anda.

Catatan TED

PRESENTASIKAN KONTEN ANDA KEPADA AUDIENS YANG BERBEDA. Salah satu cara saya membantu klien menjadi lebih autentik saat mereka "aktif" adalah dengan meminta mereka mempresentasikan konten mereka kepada seorang teman

atau pasangan sebelum mereka harus mempresentasikannya kepada audiens yang dituju. Mereka lebih cenderung membiarkan sebagian dari diri "nyata" mereka keluar saat menyampaikan informasi kepada seseorang yang memiliki hubungan dengan mereka daripada kepada sekelompok pendengar yang tidak memiliki hubungan dekat dengan mereka.

Dalam ceramah Sheryl Sandberg, "Mengapa Kita Memiliki Terlalu Sedikit Pemimpin Wanita," dia mengatakan bahwa wanita sering meremehkan kemampuan mereka di tempat kerja. Saya berpendapat bahwa kurangnya rasa percaya diri yang sama memengaruhi banyak orang—pria dan wanita—ketika menyangkut kemampuan mereka untuk memberikan presentasi yang menginspirasi. Saya telah mendengar semua alasan: saya pemalu; Saya tidak pandai berbicara di depan umum; saya menjadi gugup; anak-anak mengolok-olok saya di sekolah dasar; konten saya rumit; dll. Alasan-alasan ini—atau variasinya—mungkin menjelaskan mengapa Anda tidak percaya diri dalam memberikan presentasi, tetapi sama sekali tidak menentukan potensi Anda sebagai pembicara publik.

Saya dapat meyakinkan Anda bahwa banyak orang, bahkan komunikator yang hebat, merasa tidak aman dengan kemampuan berbicara di depan umum mereka. Pendeta Joel Osteen yang terkenal secara internasional mengatakan dia "takut setengah mati" sebelum khotbah pertamanya pada bulan Oktober 1999. Sepuluh tahun kemudian dia melakukan home run, berkhotbah kepada orang banyak yang terjual habis di Stadion Yankee yang baru. Butuh sepuluh tahun dan ratusan khotbah untuk menguasai keterampilan berbicara di depan umum, tetapi hari ini Osteen dianggap sebagai salah satu pemimpin spiritual paling inspiratif di dunia.

Richard Branson mengatakan dia hampir jatuh sakit ketika diminta untuk berbicara di awal karirnya. "Pikiran saya menjadi kosong ketika saya mengambil mikrofon. Aku bergumam tidak jelas beberapa saat sebelum meninggalkan podium. Itu adalah salah satu momen paling memalukan dalam hidup saya, dan wajah saya memerah seperti logo Virgin,"⁴ katanya.

—

Branson berkomitmen untuk menjadi pembicara yang lebih baik. Dia berlatih tanpa henti. "Pembicara yang baik tidak hanya beruntung atau berbakat—mereka bekerja keras." Branson juga belajar menjadi dirinya sendiri, menjadi otentik. "Untuk menjadi pembicara publik yang mengesankan, Anda harus percaya pada apa yang Anda katakan. Dan jika Anda berbicara dengan keyakinan dan Anda bersemangat tentang subjek Anda, audiens Anda akan jauh lebih memaafkan kesalahan Anda karena mereka akan yakin bahwa Anda mengatakan yang sebenarnya. Bersiaplah, lalu luangkan waktu Anda dan rileks. Bicaralah dari hati."

Investor miliarder Warren Buffett "takut" berbicara di depan umum. Dia sangat gugup, bahkan, dia akan mengatur dan memilih kelas kuliahnya untuk menghindari keharusan berdiri di depan orang. Dia bahkan mendaftar di kursus berbicara di depan umum tetapi keluar bahkan sebelum dimulai. "Saya kehilangan keberanian," katanya. Pada usia 21 tahun, Buffett memulai karirnya di bisnis sekuritas di Omaha dan memutuskan bahwa untuk mencapai potensi penuhnya dia harus mengatasi ketakutannya berbicara di depan umum.

Buffett mendaftar di kursus Dale Carnegie dengan 30 orang lainnya yang, seperti dia, "takut bangun dan menyebut nama kami." Buffett mengungkapkan rasa tidak aman awalnya dalam sebuah wawancara untuk sebuah situs Web yang ditujukan untuk membantu wanita muda menemukan kesuksesan karier. Pembawa acara bertanya kepada Buffett, "Kebiasaan apa yang Anda kembangkan di usia 20-an dan 30-an yang Anda lihat sebagai fondasi kesuksesan?"⁵ Buffett menjawab, "Anda harus mampu berkomunikasi dalam hidup dan itu sangat penting. Sekolah, sampai batas tertentu, meremehkan hal itu. Jika Anda tidak dapat berkomunikasi dan berbicara dengan orang lain dan menyampaikan ide-ide Anda, Anda melepaskan potensi Anda." Sekolah bisnis yang sangat bergengsi gagal dalam hal menjadikan keterampilan komunikasi sebagai bagian penting dari program mereka. Saya tidak dapat menghitung berapa banyak MBA brilian yang saya latih di perusahaan besar yang memberi tahu saya, "Kami tidak mendapatkan barang ini di sekolah tetapi ini sangat penting untuk apa yang saya lakukan."

Catatan TED

PAKAI WAKTU. Apakah Anda ingat mengunci pintu mobil Anda ketika Anda meninggalkannya pagi ini? Anda banyak yang tidak mengingatnya tetapi tentu saja Anda ingat. Anda perlu berlatih mengkomunikasikan konten Anda setiap hari di setiap kesempatan agar mekanisme penyampaian presentasi Anda tidak memonopoli perhatian dan fokus Anda. Anda tidak ingin menjadi penari yang menghitung langkah dengan keras. Pengulangan membebaskan pikiran Anda untuk menceritakan "kisah" Anda dengan cara yang menarik, dinamis, dan, yang lebih penting—asli.

Saya telah bekerja dengan para pemimpin perusahaan yang bernilai jutaan dolar dan menjalankan beberapa merek terbesar di dunia, mewakili produk dan layanan yang menyentuh hidup Anda setiap hari. Banyak yang secara pribadi mengakui kepada saya bahwa mereka tidak percaya diri berbicara di depan umum. Tugas saya adalah memunculkan rasa percaya diri mereka sehingga mereka dapat memikat audiens mereka. Saya melakukannya dengan membantu mereka mengidentifikasi "jalur" mereka dan mengapa mereka sangat menyukai jalur tersebut.

Kemudian, setelah kita membuat, memvisualisasikan, dan melatih presentasi, saatnya untuk membiarkannya

pergi dan, seperti yang disarankan Branson, bicaralah dari hati. Pendekatan ini tidak pernah gagal.

Rahasia #9: Tetap di Jalur Anda

Lain kali Anda menyampaikan presentasi, Anda akan dibandingkan dengan pembicara TED. Audiens Anda akan menyadari bahwa ada gaya penyampaian informasi yang segar dan berani; gaya yang mengangkat semangat mereka, mengisi jiwa mereka, dan menginspirasi mereka untuk berpikir secara berbeda tentang dunia dan peran mereka di dalamnya.

Saat ini, orang di seluruh dunia telah melihat presentasi TED lebih dari satu miliar kali secara online melalui situs TED, YouTube, atau disematkan di blog yang tak terhitung jumlahnya. Bahkan presenter TED sendiri menjadi lebih baik dan lebih baik setiap tahun, sebuah pengamatan yang dibuat oleh kurator TED Chris Anderson di TED 2013.

Gaya TED meresapi sebagian besar budaya populer kita. Ketika mantan presiden Bill Clinton muncul di acara Stephen Colbert di Comedy Central, Colbert menyarankan agar Clinton menggabungkan konferensinya, Clinton Global Initiative, dengan TED dan menyebutnya "inisiatif luar biasa Bill dan Ted!"

Itu mendapat tawa terbesar dari wawancara, tetapi lelucon itu akan meledak jika penonton tidak mengetahui tentang TED atau jenis presentasi yang dikenalnya.

Sementara gaya TED menanamkan budaya kita—dan, seperti yang telah kita bahas di delapan bab sebelumnya, para pembicara TED berbagi teknik yang sama—setiap orang harus menemukan minatnya sendiri tentang topik tersebut untuk membuat hubungan yang autentik dengan audiens. . Yang terpenting, jangan mencoba menjadi Tony Robbins, Dr. Jill, Bono, Sheryl Sandberg, Richard Branson, atau orang lain yang pernah Anda baca di buku ini. Mereka mengukir jalur untuk diri mereka sendiri dan mengendarainya dengan sangat baik. Tetap di jalur Anda. Tahan ruang. Jujurlah pada diri-sejati Anda—representasi diri terbaik yang Anda bisa.

CATATAN PENULIS

Jika Anda seperti kebanyakan orang, Anda mampu melakukan lebih dari yang Anda bayangkan dalam hidup Anda. Anda memiliki kemampuan untuk menggerakkan orang, untuk menginspirasi mereka, untuk memberikan harapan kepada yang putus asa dan arahan kepada yang terhilang. Anda memiliki kemampuan untuk mendidik dan menggemparkan, memberi informasi dan menginspirasi, ***tetapi hanya jika Anda percaya pada kemampuan Anda untuk melakukannya.***

Jangan biarkan label negatif menahan Anda dari mencapai takdir Anda. Beberapa orang mungkin memberi tahu Anda bahwa Anda tidak cukup baik, bahwa Anda tidak memiliki apa yang diperlukan untuk membuat presentasi bisnis yang menarik atau memberikan presentasi yang hebat.

Seringkali label terburuk adalah yang kita tempatkan pada diri kita sendiri. Saya menemukan bahwa para pemimpin yang gugup berbicara di depan umum mengatakan hal yang paling buruk kepada diri mereka sendiri—kata-kata yang tidak akan pernah mereka ucapkan kepada orang lain. Saya pernah mendengar para pemimpin berkata:

Saya buruk dalam memberikan presentasi.

Saya gugup sekali dan itu menghancurkan saya. Saya seorang pembicara publik yang mengerikan.

Tidak ada yang mau mendengarkan saya. Saya bosan.

Jika ini adalah jenis frasa yang Anda ulangi untuk diri sendiri hari demi hari, tidak heran Anda menjadi gugup! Anda tidak dapat mengontrol apa yang orang lain katakan tentang Anda, tetapi Anda dapat mengontrol bagaimana Anda membingkai komentar tersebut dan Anda pasti dapat mengontrol hal-hal yang Anda katakan pada diri sendiri. Alih-alih mengulang pikiran negatif berulang kali, bingkai ulang pikiran Anda dan ganti label negatif itu dengan kata-kata penyemangat, pemberdayaan, dan kekuatan.

Ingat, ide adalah mata uang abad kedua puluh satu. Ide-ide Anda akan mengubah arah hidup Anda dan berpotensi mengubah dunia.

Jangan biarkan apa pun—termasuk label negatif—menghalangi jalan Anda.

Di akhir wawancara saya dengan pembicara TED Larry Smith, dia berkata, "Semoga Anda sukses." Smith tidak mengatakan "Semoga beruntung" karena keberuntungan tidak banyak berpengaruh

dengan kesuksesan Anda. Anda tidak perlu keberuntungan untuk menjadi pembicara yang menginspirasi. Anda membutuhkan contoh, teknik, semangat, dan latihan. Anda juga membutuhkan keberanian—keberanian untuk mengikuti hasrat Anda, mengartikulasikan ide-ide Anda secara sederhana, dan mengungkapkan apa yang membuat hati Anda bernyanyi.

***Semoga Anda sukses,
merah tua Gallo***

UCAPAN TERIMA KASIH

Presentasi yang bagus membutuhkan tim yang terdiri dari orang-orang yang menawarkan saran, masukan, dan keterampilan mereka. Menulis dan menerbitkan buku tidak berbeda. Ini adalah upaya tim.

Tim di St. Martin's Press benar-benar luar biasa. Editor saya, Matt Martz, membagikan hasrat saya untuk topik ini sejak awal. Kami berada di "halaman yang sama" selama seluruh proses. Bimbingan, umpan balik, dan penilaiannya membantu saya menyusun ***Talk Like TED*** menjadi sebuah narasi yang menurut saya informatif, instruktif, menginspirasi, dan menghibur bagi pembaca. Saya juga ingin berterima kasih kepada banyak orang lain di St. Martin's Press yang berbagi antusiasme saya untuk proyek ini. Ini tentu saja bukan daftar yang lengkap, tetapi saya ingin menyampaikan sapaan khusus kepada: Sally Richardson, Dan Weiss, Laura Clark, Michelle Cashman, Mariann Donato, Michael Hoak, Kerry Nordling, Christy D'Agostini dan juga Robert Allen dan tim khusus di Macmillan Audio.

Roger Williams, agen sastra dan direktur pelaksana saya di New England Publishing Associates, lebih dari sekadar kolega. Dia adalah teman tepercaya, penasihat, dan mentor. Roger, terima kasih atas bimbingan dan inspirasi Anda yang berkelanjutan.

Agen pembicara saya di BrightSight Group, Tom Neilssen dan Les Tuerk, layak mendapatkan penghargaan khusus. Mereka telah mengilhami saya untuk membagikan ide saya melalui presentasi utama di berbagai konferensi, rapat, dan acara.

Saya selamanya berterima kasih atas persahabatan dan bimbingan mereka yang luar biasa. BrightSight sendiri mengandalkan kerja tim ahli yang luar biasa dan saya berterima kasih kepada mereka semua—Cynthia Seeto, Christine Teichmann, Jeff Lykes, Michele DiLisio, dan Marge Hennessy.

Carolyn Kilmer, Manajer Komunitas di Gallo Communications, adalah penggemar berat presentasi TED dan dengan antusias terjun ke dalam penelitian. Dia

menyaksikan presentasi yang tak terhitung jumlahnya untuk membantu mengkategorikan pembicaraan, subjek, dan teknik. Karya Carolyn membantu memberi struktur pada sejumlah besar materi yang harus kami analisis.

Saya sangat bangga dengan ilmu mendalam di balik setiap teknik. Masing-masing teknik ini efektif karena didasarkan pada cara kerja otak dan cara memproses serta mengingat informasi. Teman saya Danny Mourning adalah seorang pengacara dan mantan asisten peneliti pascasarjana di bidang komunikasi. Danny adalah papan suara dan sering mengarahkan saya ke arah yang benar, menghubungkan saya langsung dengan profesor riset atau memperkenalkan saya pada makalah akademis baru tentang mata pelajaran terkait. Danny memiliki hasrat yang luar biasa untuk mengkomunikasikan ide dan saya berterima kasih atas wawasannya.

Pengakuan paling penting harus diberikan kepada istri saya, Vanessa Gallo. Vanessa bekerja tanpa lelah untuk mendukung isi buku ini. Dia melakukan penelitian mendalam, mengedit manuskrip sebelum diserahkan, dan melihat berjam-jam presentasi TED. Keahlian menulis dan mengeditnya sangat berharga. Latar belakang Vanessa sebagai instruktur psikologi di San Francisco State University juga membantu kami menganalisis bahasa tubuh, gerak tubuh, dan penyampaian verbal para pembicara. Keyakinan Vanessa yang tak tergoyahkan pada topik ini dan nilai dari ide-ide ini memicu semangat dan antusiasme saya setiap hari. Bagaimana dia menyulap manajemen bisnis kami dan merawat putri kami, Josephine dan Lela, berada di luar jangkauan saya. Namun dia melakukan segalanya dengan ahli. Dia benar-benar inspirasi saya.

Terima kasih khusus kepada keluarga saya atas dukungan mereka: Tino, Donna, Francesco, Nick, Ken, dan Patty. Ibu saya, Giuseppina, akan selalu memiliki tempat khusus di hati saya bersama almarhum ayah saya, Franco, yang mengajari saya tentang keyakinan, keberanian, dan tekad.

CATATAN

Pendahuluan: Gagasan Adalah Mata Uang Abad Kedua Puluh Satu

1. Julie Coe, "Chris Anderson dari TED," [Departures.com](http://www.departures.com/articles/teds-chris-anderson), Maret/April 2012, <http://www.departures.com/articles/teds-chris-anderson> (diakses 11 April 2013).
2. Daphne Zuniga, "The Future We Will Create Inside the World of TED," dokumenter, New Video Group, Inc., 2007.
3. Stanford University, "'You've Got to Find What You Love,' Jobs Says," Stanford Report, 14 Juni 2005, Pidato Permulaan Steve Jobs, disampaikan pada 12 Juni 2005, <http://news.stanford.edu/news/2005/june15/jobs-061505.html> (diakses 11 April 2013).
4. Daniel Pink, *Menjual Adalah Manusia* (New York: Riverhead Books, 2012), 2.
5. Robert Greene, *Penguasaan*, (New York: Viking, 2012), 12.
6. Tony Robbins, "Mengapa Kami Melakukan Apa yang Kami Lakukan," [TED.com](http://www.ted.com), Juni 2006, http://www.ted.com/talks/tony_robbins_asks_why_we_do_what_we_do.html (diakses 11 April 2013).

1. Bebaskan Guru di Dalam

1. Aimee Mullins, "Tidak Adil Memiliki 12 Pasang Kaki," [TED.com](http://www.ted.com), Maret 2009, http://www.ted.com/talks/aimee_mullins_prosthetic_aesthetics.html (diakses 11 April 2013).
2. Cameron Russell, "Terlihat Bukan Segalanya. Percayalah, saya seorang Model," [TED.com](http://www.ted.com), Januari 2013, http://www.ted.com/talks/cameron_russell_looks_aren_t_everything_believe_me_i_m_a_model.html (diakses 11 April 2013).
3. Robert Greene, *Penguasaan*, (New York: Viking, 2012), 12.
4. *Berita Harian*, "Buddhist Monk Is the World's Happiest Man," 29 Oktober 2012, <http://india.nydailynews.com/newsarticle/7b470adb0a9b6c32e19e16a08df13f3d/buddhist-monk-is-the-worlds-happiest-man#ixzz2ILd7tSGa> (diakses 11 April 2013).
5. Matthieu Ricard, "The Happiest Person in the World?", entri blog Matthieu Ricard, 12 November 2012, http://www.matthieuricard.org/en/index.php/blog/255_the_happiest_person_in_the_world/ (diakses 11 April 2013).
6. Matthieu Ricard, biksu Buddha, berdiskusi dengan penulis, 16 Maret 2013.

7. Larry Smith, Profesor Ekonomi Waterloo, Kanada, dalam diskusi dengan penulis, 26 Juni 2012.

8. Melissa S. Cardon, Joakim Wincent, Jagdip Singh, dan Mateja Drnovsek, "The Nature and Experience of Entrepreneurial Passion," **Academy of Management Review**, vol. 34, tidak. 3 (2009), 511–532.

9. Richard Branson, "Richard Branson: Hidup di 30.000 Kaki," **TED.com**, Oktober 2007, http://www.ted.com/talks/richard_branson_s_life_at_30_000_feet.html (diakses 11 April 2013).

10. Cheryl Mitteness, Richard Sudek, dan Melissa S. Cardon, "Karakteristik investor malaikat yang menentukan apakah hasrat yang dirasakan mengarah pada evaluasi potensi pendanaan yang lebih tinggi," **Journal of Business Venturing**, vol. 27 (2012), 592–606.

11. Jill Bolte Taylor, "Stroke Wawasan Jill Bolte Taylor," **TED.com**, Maret 2008, http://www.ted.com/talks/jill_bolte_taylor_s_powerful_stroke_of_insight.html (diakses 18 Mei 2013).

12. Jill Bolte Taylor, "Does Our Planet Need a Stroke of Insight?", Huffington Post, TED Weekends: Reset Brain, Januari 2013, http://www.huffingtonpost.com/dr-jill-boltetaylor/neuroscience_b_2404554.html (diakses 11 April 2013).

13. Pascal Michelon, asisten profesor di Universitas Washington di St. Louis, dalam diskusi dengan penulis, 22 Januari 2013.

14. Howard Friedman dan Leslie Martin, "Proyek Panjang Umur: Penemuan Mengejutkan untuk Kesehatan dan Umur Panjang dari Studi Landmark Delapan Dekade" (New York: Hudson Street Press, 2011), 28.

15. Joyce E. Bono dan Remus Ilies, "Karisma, Emosi Positif dan Penularan Suasana Hati," **Science Direct**, The Leadership Quarterly, vol. 17 (2006), 317–334.

16. Richard St. John, "8 Rahasia Sukses Richard St. John," **TED.com**, Desember 2006, http://www.ted.com/talks/richard_st_john_s_8_secrets_of_success.html (diakses 24 April 2013).

17. Ernesto Sirolli, "Ernesto Sirolli: Ingin Membantu Seseorang? Diam dan dengarkan!" **TED.com**, November 2012, http://www.ted.com/talks/ernesto_sirolli_want_to_help_someone_shut_up_and_listen.html (diakses 11 April 2013).

2. Kuasai Seni Mendongeng

1. Bryan Stevenson, "Bryan Stevenson: Kita Perlu Bicara tentang Ketidakadilan," **TED.com**, Maret 2012, http://www.ted.com/talks/bryan_stevenson_we_need_to_talk_about_an_injustice.html (diakses 24 April 2013).

2. Bryan Stevenson, pendiri dan direktur Equal Justice Initiative, berdiskusi dengan penulis, 17 Desember 2012.

3. Ben Affleck, "Ben Affleck: 8 Pembicaraan yang Membuat Saya Kagum," [TED.com](http://www.ted.com/playlists/32/ben_affleck_8_talks_that_amaz.html), http://www.ted.com/playlists/32/ben_affleck_8_talks_that_amaz.html (diakses 24 April 2013).

4. Uri Hasson, Asif A. Ghazanfar, Bruno Galantucci, Simon Garrod, dan Christian Keysers, "Brain to-Brain Coupling: A Mechanism for Create and Sharing a Social World," Neuroscience Institute, Princeton University, 2012, http://psych.princeton.edu/psychology/research/hasson/pubs/Hasson_et_al_TICS_2012.pdf (diakses 11 April 2013).

5. Greg J. Stephens, Lauren J. Silbert, dan Uri Hasson, "Speaker-Listener Neural Coupling Underlies Successful Communication," Prosiding National Academy of Sciences Amerika Serikat, 26 Juli 2010, <http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC2922522/> (diakses 11 April 2013).

6. Brené Brown, "Brené Brown: Kekuatan Kerentanan," [TED.com](http://www.ted.com/talks/brene_brown_on_vulnerability.html), Desember 2010, http://www.ted.com/talks/brene_brown_on_vulnerability.html (diakses 24 April 2014).

7. Andrew Stanton, "Andrew Stanton: Petunjuk untuk Kisah Hebat," [TED.com](http://www.ted.com/talks/andrew_stanton_the_clues_to_a_great_story.html), Maret 2012, http://www.ted.com/talks/andrew_stanton_the_clues_to_a_great_story.html (diakses 24 April 2013).

8. Dan Ariely, "Dan Ariely: Kode Moral Kereta Kita," [TED.com](http://www.ted.com/talks/dan_ariely_on_our_huggy_moral_code.html), Maret 2009, http://www.ted.com/talks/dan_ariely_on_our_huggy_moral_code.html (diakses 24 April 2013).

9. Chip Heath dan Dan Heath, ***Made to Stick: Mengapa Beberapa Ide Bertahan dan Lainnya Mati*** (New York: Random House, 2007), 64.

10. Ibid., 84.

11. Ken Robinson, "Ken Robinson Mengatakan Sekolah Membunuh Kreativitas," [TED.com](http://www.ted.com/talks/ken_robinson_says_schools_kill_creativity.html?qsba=1&utm_expid=166907-20&utm_referrer=http%3A%2F%2Fwww.ted.com%2Fsearch%3Fcat%3Dss_all%26q%3Dken%2Brobinson), Juni 2006, http://www.ted.com/talks/ken_robinson_says_schools_kill_creativity.html?qsba=1&utm_expid=166907-20&utm_referrer=http%3A%2F%2Fwww.ted.com%2Fsearch%3Fcat%3Dss_all%26q%3Dken%2Brobinson (diakses 18 Mei 2013).

12. [YouTube.com](http://www.youtube.com/watch?v=VjiW_H3_0S4), "29 April-Joel Osteen-Ya Ada di Masa Depan Anda," [YouTube.com](http://www.youtube.com/watch?v=VjiW_H3_0S4), 12 Mei 2012, http://www.youtube.com/watch?v=VjiW_H3_0S4 (diakses 18 Mei 2013).

13. "8 TED.com itu," http://www.ted.com/playlists/53/bono_8_talks_that_give_me_hop.html (diakses 18 Mei 2013).

14. Seth Godin, "Seth Godin: Cara Menyebarkan Ide Anda," [TED.com](http://www.ted.com/talks/seth_godin_on_sliced_bread.html), April 2007, http://www.ted.com/talks/seth_godin_on_sliced_bread.html (diakses 24 April 2013).

15. Ludwick Marishane, "Ludwick Marishane: Mandi tanpa Air," [TED.com](http://www.ted.com/talks/ludwick_marishane_a_bath_without_water.html), Desember 2012, http://www.ted.com/talks/ludwick_marishane_a_bath_without_water.html (diakses 18 Mei 2013).

16. Jonah Sachs, **Memenangkan Perang Cerita: Mengapa Mereka yang Menceritakan Kisah Terbaik Akan Mengatur Masa Depan** (Boston, MA: Harvard Business Review Press, 2012), 14.

17. Malcolm Gladwell, "Malcolm Gladwell: Pilihan, Kebahagiaan, dan Saus Spageti," [TED.com](http://www.ted.com/talks/malcolm_gladwell_on_spaghetti_sauce.html), September 2006, http://www.ted.com/talks/malcolm_gladwell_on_spaghetti_sauce.html (diakses 18 Mei 2013).

18. Peter Guber, **Tell to Win: Connect, Persuade, and Triumph with the Hidden Power of Stories** (New York: Crown Business, 2011), vii.

19. Ibid , 9.

20. Ibid , 33.

21. Annie Murphy Paul, "Your Brain on Fiction," *The New York Times*, Sunday Review/The Opinion Pages, 17 Maret 2012, <http://www.nytimes.com/2012/03/18/opinion/sunday/the-neuroscience-of-brain-on-fiction.html?pagewanted=all&r=1> (diakses 11 April 2013).

22. [Significantobjects.com](http://significantobjects.com). Tentang halaman, <http://significantobjects.com/about/> (diakses 18 Mei 2013).

23. [YouTube.com](http://www.youtube.com/watch?v=oP3c1h8v2ZO). "Kurt Vonnegut tentang Bentuk Cerita," [YouTube.com](http://www.youtube.com/watch?v=oP3c1h8v2ZO), 30 Oktober 2010, <http://www.youtube.com/watch?v=oP3c1h8v2ZO> (diakses 18 Mei 2013).

24. Isabel Allende, "Isabel Allende: Tales of Passion," [TED.com](http://www.ted.com/talks/isabel_allende_tells_tales_of_passion.html), Januari 2008, http://www.ted.com/talks/isabel_allende_tells_tales_of_passion.html (diakses 18 Mei 2013).

3. Lakukan Percakapan

1. Amanda Palmer, "Blog TED yang Epik, Bagian Satu: Dibutuhkan Desa untuk Menulis Ceramah TED," Amanda Palmer dan Grand Theft Orchestra, 7 Maret 2012, <http://amandapalmer.net/blog/20130307/> (diakses 11 April 2013).

2. James R. Williams, "Pedoman Penggunaan Multimedia dalam Instruksi," *Prosiding Pertemuan Tahunan ke-42 Masyarakat Faktor Manusia dan Ergonomi*, vol. 42, tidak. 20 (1998), 1447–1451, Sage Journals online, <http://pro.sagepub.com/content/42/20/1447> (diakses 18 Mei 2013).

3. Lisa Kristine, "Lisa Kristine: Foto yang Menjadi Saksi Perbudakan Modern," [TED.com](http://www.ted.com/talks/lisa_kristine_glimpses_of_modern_day_slavery.html), Agustus 2012, http://www.ted.com/talks/lisa_kristine_glimpses_of_modern_day_slavery.html (diakses 18 Mei 2013).

4. [YouTube.com](http://www.youtube.com). Taylor, "Transformasi Neuroanatomi Otak Remaja: Jill Bolte Taylor TEDxYouth@Indianapolis," [YouTube.com](http://www.youtube.com), Februari 2013, 21,

http://www.youtube.com/watch?v=PzT_SBI31-s (diakses 19 Mei 2013).

5. Morgan Wright, Chief Crime Fighter, Washington DC Metro Area, berdiskusi dengan penulis, 4 April 2013.

6. Colin Powell, "Colin Powell: Anak-anak Membutuhkan Struktur," [TED.com](http://www.ted.com/talks/colin_powell_kids_need_structure.html), Januari 2013, http://www.ted.com/talks/colin_powell_kids_need_structure.html (diakses 19 Mei 2013).

7. Colin Powell, *Itu Berhasil untuk Saya: Dalam Kehidupan dan Kepemimpinan* (New York: Harper, 2012), 243.

8. Ernesto Sirolli, "Ernesto Sirolli: Ingin Membantu Seseorang? Diam dan dengarkan!" [TED.com](http://www.ted.com/talks/ernesto_sirolli_want_to_help_someone_shut_up_and_listen.html), November 2012, http://www.ted.com/talks/ernesto_sirolli_want_to_help_someone_shut_up_and_listen.html (diakses 11 April 2013).

9. Jennifer Granholm, "Jennifer Granholm: Proposal Energi Bersih—Berlomba Menuju Puncak," [TED.com](http://www.ted.com/talks/jennifer_granholm_a_clean_energy_proposal_race_to_the_top.html), Februari 2013, http://www.ted.com/talks/jennifer_granholm_a_clean_energy_proposal_race_to_the_top.html (diakses 18 Mei 2013).

10. Bob M. Fennis dan Marielle Stel, "Pantomim Persuasi: Kesesuaian Antara Komunikasi Non Verbal dan Strategi Pengaruh," *Jurnal Psikologi Sosial Eksperimental*, vol. 47 (2011), 806–810.

11. Amy Cuddy, "Amy Cuddy: Your Body Language Shapes Who You Are," Oktober 2012, http://www.ted.com/talks/amy_cuddy_your_body_language_shapes_who_you_are.html (diakses 18 Mei 2013).

12. Janine Shepherd, "Janine Shepherd: Tubuh yang Rusak Bukan Orang yang Patah," [TED.com](http://www.ted.com/talks/janine_shepherd_a_broken_body_isn_t_a_broken_person.html), November 2012, http://www.ted.com/talks/janine_shepherd_a_broken_body_isn_t_a_broken_person.html (diakses 19 Mei 2013).

4. Ajari Saya Sesuatu yang Baru

1. Robert Ballard, "Robert Ballard dalam Menjelajahi Lautan," [TED.com](http://www.ted.com/talks/robert_ballard_on_exploring_the_oceans.html), Mei 2008, http://www.ted.com/talks/robert_ballard_on_exploring_the_oceans.html (diakses 18 Mei 2013).

2. Robert Ballard, penjelajah *Titanic*, berdiskusi dengan penulis, 18 Februari 2013.

3. James Cameron, "James Cameron: Sebelum Avatar ... Seorang Anak Penasaran," [TED.com](http://www.ted.com/talks/james_cameron_before_avatar_a_curious_boy.html), Maret 2010, http://www.ted.com/talks/james_cameron_before_avatar_a_curious_boy.html (diakses 11 April 2013).

4. Ibid.

5. John Medina, **Brain Rules** (Seattle, WA: Pear Press, 2008), 32.

6. Ibid, 265.

7. Martha Burns, "Dopamine and Learning," Indigo Learning, 21 September 2012, <http://www.indigolearning.co.za/dopamine-and-learning-by-martha-burns-phd/> (diakses 11 April 2013).

8. Ibid.

9. Martha Burns, "Dopamin dan Pembelajaran: Apa yang Dapat Diajarkan oleh Pusat Imbalan Otak kepada Pendidik," Pembelajaran Ilmiah, 18 September 2012, <http://www.scilearn.com/blog/dopamine-learning-brains-reward-center-teach-educators.php> (diakses 11 April 2013).

10. Hans Rosling, "Hans Rosling: Statistik yang Membentuk Kembali Pandangan Dunia Anda," TED.com, Juni 2006, http://www.ted.com/talks/hans_rosling_shows_the_best_stats_you_ve_ever_seen.html?qshb=1'utm_expid=166907-19'utm_referrer=http%3A%2F%2Fwww.ted.com%2Fsearch%3Fcat%3Dss_all%26q%3Drosling (diakses 19 Mei 2013).

11. Ibid .

12. Nicholas A. Christakis, "100 Orang Paling Berpengaruh di Dunia: 2012," TIME, 18 April 2012, http://www.time.com/time/specials/packages/article/0,28804,2111975_2111976_2112170,00.html (diakses 11 April 2013).

13. Susan Cain, "Susan Cain: Kekuatan Introvert," TED.com, Maret 2012, http://www.ted.com/talks/susan_cain_the_power_of_introverts.html (diakses 24 April 2013).

14. 14. Revolution.com, Tentang halaman situs web Revolution, <http://revolution.com/ourstory/about-revolution> (diakses 19 Mei 2013).

15. Fast Company Staff, "Twitter's Biz Stone and Ev Williams and Charlie Rose: The Long and Short Creative Conversations," dari **Cepat Perusahaan** daring, <http://www.fastcompany.com/welcome.html?destination=http://www.fastcompany.com/3004361/a-conversation-charlie-rose-biz-stone-ev-williams> (diakses 19 Mei 2013).

16. Seth Godin, "Seth Godin: Cara Menyebarkan Ide Anda," TED.com, April 2007, http://www.ted.com/talks/seth_godin_on_sliced_bread.html (diakses 24 April 2013).

17. Gregory Berns, **Iconoclast**, (Boston, MA: Harvard Business Press, 2008), 25.

18. Vivienne Walt, "A Mayoral Makeover," TIME, 2 Oktober 2005, <http://www.time.com/time/magazine/article/0,9171,1112793,00.html#ixzz2KpjEAsKp> (diakses 11 April 2013).

19. James Flynn, Michael F. Shaughnessy, dan Susan W. Fulgham, "An Interview with Jim Flynn about the Flynn Effect," artikel jurnal akademik dari **North American Journal of Psychology**, vol. 14, tidak. 1, <http://www.questia.com/library/1G1-281111803/an-interview-with-jim-flynn-about-the-flynn-effect> (diakses 11 April 2013).

20. Nicholas D. Kristof, "It's a Smart, Smart, Smart World," **The New York Times**, The Opinion Pages, 12 Desember 2012, http://www.nytimes.com/2012/12/13/opinion/kristof-its-a-smart-smart-smart-world.html?_r=0 (diakses 11 April 2013).

21. Dan Pink, penulis, dalam diskusi dengan penulis, 13 Februari 2013.

22. John Medina, afiliasi Profesor Bioengineering di Fakultas Kedokteran Universitas Washington, dalam diskusi dengan penulis, 27 Juni 2008.

23. Docurama Films, "TED: The Future We Will Create Inside the World of TED," 2007, diproduksi dan disutradarai oleh Steven Latham dan Daphne Zuniga.

24. Ben Saunders, "Ben Saunders: Mengapa repot-repot meninggalkan rumah?", **TED.com**, Desember 2012, http://www.ted.com/talks/ben_saunders_why_bother_leaving_the_house.html (diakses 11 April 2013).

5. Berikan Momen Menakjubkan

1. YouTube, "Bill Gates Melepaskan Nyamuk Malaria TED!! Must See," YouTube, 6 Februari 2009, <http://www.youtube.com/watch?v=tWjpVJ8YNtk> (diakses 11 April 2013).

2. **NBC Nightly News dengan Brian Williams**, "Bill Gates Bugs Out," pemutaran perdana asli 5 Februari 2009, <http://www.nbc.com/nbc-nightly-news-with-brian-williams-bill-gates-bugs-out/gait19> (diakses 24 April 2013).

3. John Medina, **Brain Rules** (Seattle, WA: Pear Press, 2008), 80.

4. Ibid., 81.

5. Rebecca Todd, profesor psikologi di University of Toronto, berdiskusi dengan penulis, 25 Februari 2013.

6. Ibid.

7. Jill Bolte Taylor, "Stroke Wawasan Jill Bolte Taylor," **TED.com**, Maret 2008, http://www.ted.com/talks/jill_bolte_taylor_s_powerful_stroke_of_insight.html (diakses 24 April 2013).

8. YouTube, "The Neuroanatomical Transformation of the Teenage Brain: Jill Bolte Taylor at TEDxYouth@Indianapolis," YouTube, 21 Februari 2013, http://www.youtube.com/watch?v=PzT_SBI31-s (diakses 11 April 2013).

9. YouTube, "The Lost 1984 Video (The Original 1984 Macintosh Introduction)," YouTube, <http://www.youtube.com/watch?v=2B-XwPjn9YY> (diakses 30 Januari 2009).
10. YouTube, "The Microsoft Deal—Macworld Boston (1997)," YouTube, 21 Desember 2012, <http://www.youtube.com/watch?v=PjT19XTxZaU> (diakses 11 April 2013).
11. YouTube, "Apple Music Event 2001-The First Ever iPod Introduction," YouTube, <http://www.youtube.com/watch?v=kN0SVBCJqLs'feature=related> (diakses 30 Januari 2009).
12. Apple, "Macworld San Francisco <http://www.apple.com/quicktime/qttv/mwsf07/> 2007 Sambutan Utama," Apel, (diakses 30 Januari 2009).
13. Raghava KK, "Raghava KK: 5 Kehidupan Saya sebagai Artis," TED.com, Februari 2010, http://www.ted.com/talks/raghava_kk_five_lives_of_an_artist.html (diakses 19 Mei 2013).
14. Freeman Hrabowski, "Freeman Hrabowski: 4 Pilar Keberhasilan Perguruan Tinggi dalam Sains," TED.com, April 2013, http://www.ted.com/talks/freeman_hrabowski_4_pillars_of_college_success_in_science.html (diakses 19 Mei 2013).

6. Meringankan

1. Ken Robinson, "Ken Robinson Mengatakan Sekolah Membunuh Kreativitas," TED.com, Juni 2006, http://www.ted.com/talks/ken_robinson_says_schools_kill_creativity.html?qsha=1'utm_expid=166907-20'utm_referrer=http%3A%2F%2Fwww.ted.com%2Fsearch%3Fcat%3Dss_all%26q%3Dken%2Brobinson (diakses 18 Mei 2013).
2. AK Pradeep, *Otak Membeli: Rahasia Menjual ke Pikiran Bawah Sadar* (Hoboken, NJ: John Wiley' Sons, 2010), 29.
3. Rod A. Martin, *The Psychology of Humor: An Integrative Approach* (Burlington, MA: Elsevier Academic Press, 2007), 120.
4. Ibid.
5. Ibid., 128.
6. Fabio Sala, "Laughing All Way to the Bank," *Harvard Business Review*, September 2003, <http://hbr.org/2003/09/laughing-all-the-way-to-the-bank/ar/1> (diakses 11 April 2013).
7. YouTube, "Jerry Seinfeld tentang Cara Menulis Lelucon," YouTube.com, 20 Desember 2012, <http://www.youtube.com/watch?v=itWxXyCfW5s> (diakses 19 Mei 2013).
8. Dan Pallotta, "Dan Pallotta: Cara Kita Berpikir tentang Amal adalah Salah Besar," TED.com, Maret 2013, http://www.ted.com/talks/dan_pallotta_the_way_we_think_about_charity_is_dead_wrong.html

(diakses 19 Mei 2013).

9. Jill Bolte Taylor, "Stroke Wawasan Jill Bolte Taylor," [TED.com](http://www.ted.com/talks/jill_bolte_taylor_s_powerful_stroke_of_insight.html), Maret 2008, http://www.ted.com/talks/jill_bolte_taylor_s_powerful_stroke_of_insight.html (diakses 18 Mei 2013).

10. John McWhorter, "John McWhorter: Txtng Adalah Bahasa yang Membunuh. JK!!!", [TED.com](http://www.ted.com/talks/john_mcwhorter_txtng_is_killing_language_ik.html), April 2013, http://www.ted.com/talks/john_mcwhorter_txtng_is_killing_language_ik.html (diakses 18 Mei 2013).

11. Juan Enriquez, "Juan Enriquez: Spesies Manusia Selanjutnya," [TED.com](http://www.ted.com/talks/juan_enriquez_shares_mindboggling_new_science.html), Februari 2009, http://www.ted.com/talks/juan_enriquez_shares_mindboggling_new_science.html (diakses 19 Mei 2013).

12. Chris Bliss, "Chris Bliss: Comedy Is Translation," [TED.com](http://www.ted.com/talks/chris_bliss_comedy_is_translation.html), Februari 2012, http://www.ted.com/talks/chris_bliss_comedy_is_translation.html (diakses 19 Mei 2013).

13. Rose George, "Rose George: Ayo Bicara Omong Kosong. Serius," [TED.com](http://www.ted.com/talks/rose_george_let_s_talk_crap_seriously.html), April 2013, http://www.ted.com/talks/rose_george_let_s_talk_crap_seriously.html (diakses 19 Mei 2013).

14. [YouTube.com](http://www.youtube.com), "Jim Carrey dan Stephen Hawking di Larut Malam dengan Conan O'B," [YouTube.com](http://www.youtube.com/watch?v=sRO4fAevMZQ), 26 Februari 2010, <http://www.youtube.com/watch?v=sRO4fAevMZQ> (diakses 19 Mei 2013).

15. Stephen Hawking, "Stephen Hawking: Mempertanyakan Alam Semesta," [TED.com](http://www.ted.com/talks/stephen_hawking_asks_big_questions_about_the_universe.html), April 2008, http://www.ted.com/talks/stephen_hawking_asks_big_questions_about_the_universe.html (diakses 19 Mei 2013).

7. Patuhi Aturan 18 Menit

1. Larry Smith, Profesor Ekonomi di University of Waterloo, Kanada, dalam diskusi dengan penulis, 26 Juni 2012.

2. Amit Agarwal, "Mengapa TED Talks Berdurasi 18 Menit?" Digital Inspiration, 15 Februari 2010, <http://www.labnol.org/tech/ted-talk-18-minutes/12755/> (diakses 18 Mei 2013).

3. Paul E. King, Profesor dan Ketua Departemen Ilmu Komunikasi, dalam diskusi dengan penulis, 3 Desember 2012.

4. Roy Baumeister, **Tekad: Menemukan Kembali Kekuatan Manusia Terbesar** (paperback) (New York: Penguin Books, 2012), 48.

5. Matthew May, **Hukum Pengurangan: 6 Aturan Sederhana untuk Menang di Zaman Kelebihan Segalanya** (New York: McGraw-Hill, 2012), xiv.

6. David Christian, sejarawan Anglo-Amerika dan cendekiawan sejarah Rusia, dan pencipta pendekatan interdisipliner yang dikenal sebagai Big History, dalam diskusi dengan penulis, 13 Desember 2012.

7. Neil Pasricha, "Neil Pasricha: 3 A's of Awesome," [TED.com](http://www.ted.com/talks/neil_pasricha_the_3_a_s_of_awesome.html), Januari 2011, http://www.ted.com/talks/neil_pasricha_the_3_a_s_of_awesome.html (diakses 19 Mei 2013).

8. Kevin Allocca, "Kevin Allocca: Mengapa Video Menjadi Viral," [TED.com](http://www.ted.com/talks/kevin_allocca_why_videos_go_viral.html), Februari 2012, http://www.ted.com/talks/kevin_allocca_why_videos_go_viral.html (diakses 19 Mei 2013).

9. Majora Carter, "Majora Carter: 3 Kisah Kewirausahaan Ramah Lingkungan Lokal," [TED.com](http://www.ted.com/talks/majora_carter_3_stories_of_ecoactivism.html), Desember 2010, http://www.ted.com/talks/majora_carter_3_stories_of_ecoactivism.html (diakses 30 September 2013).

10. Carmine Gallo, "How to Pitch Anything in 15 Seconds [Video]," **Forbes**, Leadership, 17 Juli 2012, <http://www.forbes.com/sites/carminegallo/2012/07/17/how-to-pitch-anything-in-15-seconds/> (diakses 11 April 2013).

8. Lukis Gambaran Mental dengan Pengalaman Multisensori

1. Michael Pritchard, "Michael Pritchard: Cara Membuat Air Kotor Dapat Diminum," [TED.com](http://www.ted.com/talks/michael_pritchard_invents_a_water_filter.html), Agustus 2009, http://www.ted.com/talks/michael_pritchard_invents_a_water_filter.html (diakses 11 April 2013).

2. Richard Mayer, "Teori Kognitif Pembelajaran Multimedia (Mayer)," [Learning-Theories.com](http://www.learning-theories.com), diposting di Cognitive Theories, Learning Theories' Models, <http://www.learning-theories.com/cognitive-theory-of-multimedia-learning-mayer.html> (diakses 18 Mei 2013).

3. Emily McManus, "TEDsters Talk about Al Gore's Impact," [TED.com](http://blog.ted.com/2007/10/12/i_was_actually/), 12 Oktober 2007, http://blog.ted.com/2007/10/12/i_was_actually/ (diakses 11 April 2013).

4. Elizabeth Blair, "Laurie David: One Serious 'Inconvenient' Woman," NPR, Special Series Profiles, 7 Mei 2007, <http://www.npr.org/templates/story/story.php?storyId=9969008> (diakses 19 April 2013).

5. Carmine Gallo, "Richard Branson: Jika Tidak Dapat Dimuat di Bagian Belakang Amplop, Itu Sampah (Wawancara)" 2012, <http://www.forbes.com/sites/carminegallo/2012/10/22/richard-branson-if-it-cant-fit-the-back-of-an-envelope-its-rubbish-interview/> (diakses 18 Mei 2013).

6. YouTube, "An Inconvenient Truth (1/10) Movie Clip—Science of Global Warming (2006) HD," YouTube, 8 Oktober 2011, <http://www.youtube.com/watch?v=NXMarwAusY4> (diakses 11 April 2013).

7. Nancy Duarte, "Nancy Duarte: Struktur Rahasia Pembicaraan Hebat," [TED.com](http://www.ted.com/talks/nancy_duarte_the_secret_structure_of_great_talks.html), Februari 2012, http://www.ted.com/talks/nancy_duarte_the_secret_structure_of_great_talks.html (diakses 19 Mei 2013).

8. John Medina, **Brain Rules** (Seattle, WA: Pear Press, 2008), 84.

9. Ibid., hal.233.

10. Bill Gates, "Bill Gates tentang Energi: Berinovasi ke Nol!", **TED.com**, Februari 2010, http://www.ted.com/talks/bill_gates.html (diakses 19 Mei 2013).

11. David Christian, "David Christian: Sejarah Dunia Kita dalam 18 Menit," **TED.com**, April 2011, http://www.ted.com/talks/david_christian_big_history.html (diakses 19 Mei 2013).

12. Bono, "Bono: Kabar Baik tentang Kemiskinan (Ya, Ada Kabar Baik)," **TED.com**, Maret 2013, http://www.ted.com/talks/bono_the_good_news_on_poverty_yes_there_s_good_news.html (diakses 19 Mei 2013).

13. Chris Jordan, "Chris Jordan: Mengubah Statistik yang Kuat menjadi Seni," **TED.com**, Juni 2008, http://www.ted.com/talks/chris_jordan_pictures_some_shocking_stats.html (diakses 11 April 2013).

14. Lisa Kristine, "Lisa Kristine: Foto yang Menjadi Saksi Perbudakan Modern," **TED.com**, Agustus 2012, http://www.ted.com/talks/lisa_kristine_glimpses_of_modern_day_slavery.html (diakses 18 Mei 2013).

15. Pascale Michelon, Direktur The Memory Practice dan Adjunct Professor di Universitas Washington di St. Louis, dalam diskusi dengan penulis, 22 Januari 2013.

16. Janine Shepherd, "Janine Shepherd: Tubuh yang Patah Bukan Orang yang Patah," **TED.com**, November 2012, http://www.ted.com/talks/janine_shepherd_a_broken_body_isn_t_a_broken_person.html (diakses 19 Mei 2013).

17. Cesar Kuriyama, "Cesar Kuriyama: One Second Every Day," Februari 2013, http://www.ted.com/talks/cesar_kuriyama_one_second_every_day.html (diakses 19 Mei 2013).

18. Bono, "Bono: Kabar Baik tentang Kemiskinan (Ya, Ada Kabar Baik)," **TED.com**, Maret 2013, http://www.ted.com/talks/bono_the_good_news_on_poverty_yes_there_s_good_news.html (diakses 19 Mei 2013).

19. Roger Ebert, "Roger Ebert: Membuat Ulang Suaraku," **TED.com**, April 2011, http://www.ted.com/talks/roger_ebert_remaking_my_voice.html (diakses 19 Mei 2013).

20. Amanda Palmer, "Amanda Palmer: Seni Bertanya," **TED.com**, Maret 2013, http://www.ted.com/talks/amanda_palmer_the_art_of_asking.html (diakses Mei 2013).

21. Elliot Krane, "Elliot Krane: Misteri Nyeri Kronis," **TED.com**, Mei 2011, http://www.ted.com/talks/elliott_krane_the_mystery_of_chronic_pain.html (diakses 19 Mei 2013).

22. Stacey Kramer, "Stacey Kramer: Hadiah Terbaik yang Pernah Saya Selamatkan," [TED.com](http://www.ted.com/talks/stacey_kramer_the_best_gift_i_ever_survived.html), Oktober 2010, http://www.ted.com/talks/stacey_kramer_the_best_gift_i_ever_survived.html (diakses 19 Mei 2013).

9. Tetap di Jalur Anda

1. Sheryl Sandberg, *Lean In: Women, Work, and the Will to Lead* (New York: Alfred A. Knopf, 2013), 139.

2. Ibid.

3. Jill Bolte Taylor, presiden Greater Bloomington Affiliate of NAMI di Bloomington, Indiana, dan juru bicara nasional Harvard Brain Tissue Resource Center, dalam diskusi dengan penulis, 19 Maret 2013.

4. Richard Branson, "Richard Branson on the Art of Public Speaking," *Entrepreneur*, 4 Februari 2013, <http://www.entrepreneur.com/article/225627> (diakses 11 April 2013).

5. Meredith Lepore, "6 Tips Penting untuk Bekerja dan Hidup dari Warren Buffet," [Levoleague.com](http://www.levoleague.com), 8 Mei 2013, <http://www.levoleague.com/career-advice/warren-buffett-life-tips> (diakses 19 Mei 2013).

INDEKS

Indeks yang muncul di versi cetak judul ini tidak cocok dengan halaman di e-book Anda. Harap gunakan fungsi pencarian di perangkat e-reading Anda untuk mencari istilah yang diminati. Untuk referensi Anda, istilah yang muncul dalam indeks cetak tercantum di bawah ini.

BERTINDAK. ***Lihat*** Tes Komunikasi Afektif

pengaruh-induksi

Tes Komunikasi Afektif (ACT)

Affleck, Ben

alkohol

Allende, Isabelle

Alloca, Kevin

aturan tiga dan

allodynia

altruisme

mimpi orang Amerika

amigdala

analogi

untuk meringankan langkah

untuk jejak visual

anafora

Anderson, Chris

pada aturan 18 menit

konferensi TED dan

anekdot

Angelou, Maya

kecemasan

respons lari-atau-lawan

berbicara di depan umum

negara

apel

Argo

Ariely, Dan

Aristoteles

“Seni Bertanya”

Seni Berbicara di Depan Umum (Carnegie)

Asamoah, Patricia

sikap

pecundang

Perawan

buku audio

pembelajaran auditori

keaslian

dari Branson

otoritas

menambahkan ke

kehadiran komando

tampilan

kesadaran

Konferensi Bisnis Bakersfield

Ballard, Robert

boneka Barbie

Baron, Ron

Basij-Rasikh, Shabana

Batman

Baumeister, Roy

Bern, Gregory

Elang Hitam Turun

Bahagia, Chris

bahasa tubuh. ***Lihat juga*** isyarat

bertindak percaya diri

kontak mata

gelisah

perbaikan untuk masalah

berbohong dan

sukses dan

penyampaian secara lisan dan

Obligasi, Judy

Bono

penggunaan anafora

data kemiskinan

Bono, Joyce

Kitab Luar Biasa (Pasricha)

"Laki-Laki Mendapat Gadis"

otak

studi aktivitas

amigdala

membombardir dengan pengalaman baru

kopling otak-ke-otak

sebagai babi energi

penelitian hipokampus

humor yang disukai

tidak pernah berhenti tumbuh

tombol simpan

pada cerita

penyangga Taylor

latihan untuk

curah pendapat

Merk, Stuart

komunikasi merek

cerita merek

Branson, Richard

keaslian

pada hidup

berbicara di depan umum

berbicaralah dari nasihat hati

Bremner, Rory

Bri, Sergey

Brown, Brene

Buffett, Warren

Terbakar, Martha

Otak Pembeli (Pradeep)

kata kunci

Kain, Susan

pada kesendirian

Cameron, James

Cardon, Melissa

studi pengambilan keputusan investor

karier

menghindari kegagalan

Smith aktif

Carnegie, Dale

untuk abad ke-21

pada ide

pada cerita pribadi

Karrey, Jim

Carter, Majora

Kasus, Steve

Kamar, John

Chaplin, Charlie

karisma

“Pilihan, Kebahagiaan, dan Saus Spageti”

Kristen, Daud

Kursus Sejarah Besar

memotong

Busur cerita Cinderella

klise

Clinton, Bill

backlog kognitif

“Teori Kognitif Pembelajaran Multimedia”

Colbert, Stephen

kehadiran komando

percaya diri dan

didefinisikan

mengembangkan

dari Powell

komunikasi. ***Lihat juga*** percakapan, memiliki

BERTINDAK

Bapak teori Aristoteles

merek

ide ide

nonverbal

peran hati

Stevenson aktif

cerita sebagai

kasih sayang

kepercayaan diri

bahasa tubuh dan

kehadiran perintah dan

kepemimpinan dan

percakapan, memiliki

seni bertanya dan berlatih

masalah bahasa tubuh

membongkar mitos bahasa

gerak tubuh membuat argumen lebih kuat

kebutuhan akan gestur

ringkasan

mengatakannya agar orang mendengarkan

sebagai rahasia #3

kekuatan dari dalam

berbicara, berjalan, terlihat seperti pemimpin

Coppola, Francis Ford

keberanian

gairah dan

dari Taylor

keaktivitas

di bawah kendala

sebagai salah paham

Cuddy, Amy

memalsukannya

rasa ingin tahu

pengalaman pelanggan

pelayanan pelanggan

da Vinci, Leonardo

data

kemiskinan Bono

konteks untuk

dalam presentasi

cerita dengan jiwa

David, Lauri

Lusa

Deedy, Carmen Agra

demonstrasi

Diderot, Denis

suara digital

disabilitas

Dolbi, Thomas

dopamin

Berkendara (Merah Muda)

DryBath

teori pengkodean ganda

Duarte, Nancy

bersemangat nonverbal

elemen

dari Granholm

Ebert, Chaz

Ebert, Roger

kewirausahaan lingkungan

ECS. *Lihat* rangsangan kompeten emosional

“8 Rahasia Sukses”

Aturan 18 menit, berpegang teguh pada

Anderson aktif

otak sebagai babi energi

kreativitas berkembang di bawah kendala

sejarah dunia di

mendengarkan sebagai menguras

ringkasan

aturan tiga

sebagai rahasia #7

struktur tiga lantai

Amandemen Kedelapan

Einstein, Albert

Elias, Rik

Eliot, Charles

Elison, Larry

Emerson, Ralph Waldo

emosi

pengalaman emosional

positif

laporan

stimulus kompeten emosional (ECS)

acara bermuatan emosional ***Lihat juga*** momen asap suci

keterlibatan karyawan

Pemberdayaan

dorongan

energi

Enriquez, John

gairah kewirausahaan (EP)

Prakarsa Keadilan Setara

Jurnal Psikologi Sosial Eropa

Jurnal Psikologi Sosial Eropa

Eversman, Mat

contoh

pecandu eksplorasi

kontak mata

Facebook

kegagalan

menghindari karir

Smith aktif

memalsukannya

Perusahaan Cepat

presentasi bulu dan obor

Fennis, Bob

Ferrel, Will

gelisah

tebing fiskal

Fisher, Helen

kenangan lampu kilat

respons lari-atau-lawan

Flyn, James

Efek Flynn

penyakit bawaan makanan

Friedman, Howard

Gabriel, Petrus

Kenangan celah

Gerbang, Bil

humor

kait nyamuk

visual presentasi

Gehry, Frank

jenius

Pekerjaan aktif

George, Mawar

isyarat

dari Granholm

perlu untuk

dari Powell

riset

dari Siroli

untuk argumentasi yang kuat

tip untuk digunakan

Ghonim, Wael

Gilbert, Dan

Gilbert, Elizabeth

Juliani, Rudy

Gladwell, Malcom

Glen, Joshua

Dana Global

Godin, Seth

Zona Goldilock

Google

Gorbachev, Michael

Gore, Al

Presentasi ***Kebenaran yang Tidak Menyenangkan***

Granholm, Jennifer

bersemangat nonverbal

isyarat

lingkup kekuasaan

tamak

Grey, John

Green, Robert

Gretzky, Wayne

Anatomi Grey

Guber, Peter

“Kebiasaan Kebahagiaan”

Haidt, Jonatan

kebahagiaan

sebagai pilihan

Ricard aktif

sukses dan

ulasan Bisnis Harvard

Hasson, UriSelengkapnya

kebencian

Hawking, Stephen

berita utama

mudah diingat

mendukung

Ramah Twitter

Kesehatan, Chip

Kesehatan, Dan

cerita pahlawan

Hillis, Danny

penelitian hipokampus

"Sejarah Dunia Kita dalam 18 Menit"

Reporter Hollywood

momen asap suci

didefinisikan

headline yang mudah diingat

cerita pribadi untuk

gambar, gambar, video untuk

alat peraga dan demo untuk

statistik tak terduga dan mengejutkan

kait

Nyamuk Gates

dengan kutipan berulang

"Bagaimana Pemimpin Hebat Menginspirasi Tindakan"

"Cara Hidup Sebelum Mati"

"Cara Mempromosikan Apa Pun Dalam 15 Detik"

Hrabowski, Freeman

Hsieh, Tony

Huffington, Ariana

humor. **Lihat juga** lelucon; meringankan

pencinta otak

oleh Gates

taktik menjilat

dalam narasi

kebaruan dan

dalam kotoran

dari Robinson

dari Taylor

Pemburu, John

badai Katrina

Hipponen, Mikko

Pidato "Saya punya mimpi".

ide ide

Carnegie aktif

komunikasi

sebagai mata uang

gelombang besar

tidak pernah dianggap

menanam

menyebar

identitas

Stevenson aktif

ketidaktahuan

Ilias, Remus

presentasi poros tambang ilegal

gambar

perumpamaan

imajinasi

Presentasi ***Kebenaran yang Tidak Menyenangkan***

Presentasi tungku batu bata India

tsunami Samudra Hindia

kepribadian yang menular

taktik menjilat

“Berinovasi ke Nol!”

inspirasi

dalam presentasi

Intel

intuisi

iPadMini

iPhone

iPod

IQ

Itu Berhasil untuk Saya (Powell)

saat-saat yang mencengangkan, mengantarkan

peristiwa yang sarat emosi

diakhiri dengan nada tinggi

momen asap suci

presentasi paling keren

Pekerjaan sebagai raja wow

ringkasan

mengingat peristiwa yang hidup

sebagai rahasia #5

Jefferson, Thomas

wawancara kerja

Pekerjaan, Steve

pada jenius

di iPhone

di iPod

sebagai raja wow

di Macintosh

pada tidak menetap

rahasia presentasi

Pidato Pembukaan Stanford

aturan 10.000 jam

pada apa yang membuat hati bernyanyi

Johnson, Sihir

candaan

menghindari

Seinfeld tentang lelucon Pop-Tart

Jordan, Chris

Jurnal Bertualang Bisnis

Jurnal Psikologi Sosial Eksperimental

Jurnal Ilmu Saraf

kesenangan

Kelly, Diane

Kennedy, Jhon F.

pesan kunci

Raja, Martin Luther, Jr.

penggunaan anafora

Pidato "Saya punya mimpi".

Raja, Paulus

Kissinger, Henry

Kramer, Stacy

Derek, Elliot

Christina, Lisa

pembicaraan poros tambang ilegal

Tempat pembakaran batu bata India berbicara

Kuriyama, Cesar

mitos bahasa

“Tertawa Sepanjang Jalan ke Bank”

tawa

Hukum Pengurangan (Mei)

kepemimpinan

percaya diri dan

berjalan, berbicara, melihat

Bersandar (Sandberg)

sedang belajar

pendengaran

ditingkatkan dengan pengalaman multimedia

dari master

dari orang lain

visual

Leberecht, Tim

Retribusi, Jeff

meringankan

analogi dan metafora

anekdot, observasi, cerita pribadi untuk

otak dan humor

“Tertawa Sepanjang Jalan ke Bank”

ringkasan

foto

kutipan

bantuan dari peristiwa traumatis

sebagai rahasia #6

video

LinkedIn

Lipkis, Andy

mendengarkan

sebagai mengurus

mengatakan agar orang mendengarkan

kecemasan negara

merangsang indera pendengaran

dalam melepaskan master dalam

patung hidup

Lockwood, Amy

Loewenstein, George

logika

logo

Lombard, Ken

Proyek Umur Panjang (Friedman)

keberuntungan

Rantai subur

berbohong

Lynn, Loretta

Lynne, Gillian

Dibuat agar Menempel (Heath, D., Heath, C.)

Madoff, Bernie

"Ajaib Nomor Tujuh, Plus atau Minus Dua"

"Manusia di Lubang"

Hiburan Mandala

Mandela, Nelson

Marishane, Ludwick

Martin, Batang A.

menguasai dalam, melepaskan

menghindari kegagalan karir

otak tidak pernah berhenti tumbuh

manusia paling bahagia di dunia

kepribadian yang menular

mendengarkan dan

ilmu baru tentang hasrat dan persuasi

ringkasan

gairah sebagai menular

sebagai rahasia #1

kesuksesan dan semangat

Stroke Taylor dan kebangkitan spiritual

apa yang membuat hati bernyanyi

mengapa gairah bekerja

Penguasaan (Greene)

Mei, Matius

Mayer, Marissa

Mayer, Richard

McCarthy, Jenny

McNeil, David

McWhorter, John

Madinah, Yohanes

di amigdala

pada multitasking

adalah PSE

dalam mengingat pengalaman emosional

Mehrabian, Albert

mudah diingat

berita utama

pemrosesan memori

Pria Berasal dari Mars, Wanita Berasal dari Venus (Abu-abu)

peta pesan

langkah 1: buat tajuk yang ramah Twitter

langkah 2: dukung headline dengan tiga pesan utama

langkah 3: perkuat dengan cerita, statistik, contoh

untuk struktur tiga lantai

metafora

untuk meringankan langkah

untuk jejak visual

Michelon, Pascale

Miller, George

Mitteness, Cherly

penularan suasana hati

Moore, Terry

Morgan, Howard

Moskowitz, Howard

motivasi

Ricard aktif

Mullins, Aimee

prinsip multimedia

pengalaman multisensori, melukis gambaran mental dengan

meningkatkan pembelajaran

merasakannya

mendengarnya

ringkasan

sebagai rahasia #8

melihatnya

multitasking

Murray, Jody

Pukulan Wawasan Saya (Taylor)

“Stroke Wawasan Saya”

Misteri

cerita

isi

kerajinan

humor di

slide melengkapi

“Sifat dan Pengalaman Gairah Wirausaha”

label negatif

“Transformasi Neuroanatomi Otak Remaja”

neuroplastisitas

ahli saraf

Waktu New York

Newton, Ishak

kebisingan

komunikasi nonverbal. ***Lihat juga*** bahasa tubuh; bersemangat nonverbal; isyarat

kebaruan

humor dan

ilmu nuklir

observasi

Offfill, Jenny

Ornish, Dean

Osteen, Joel

berbicara di depan umum

Halaman, Larry

nyeri

Paivio, Allan

Pallotta, Dan

Palmer, Amanda

sebagai patung hidup

membayar untuk musik

langkah presentasi

Palms-Farber, Brenda

Taman, Mawar

Pasricha, Neil

gairah

Allende aktif

sebagai menular

keberanian dan

EP

mengekspresikan

mengidentifikasi

studi pengambilan keputusan investor

ilmu baru dari

dirasakan

gairah yang dirasakan

Schultz dan

Smith aktif

sukses dan

mengapa itu berhasil

Winfrey aktif

Gairah, Latihan, Kehadiran (tiga P)

Patanjali

kesedihan

daya masuk

gairah yang dirasakan

kesempurnaan

cerita pribadi

Carnegie aktif

untuk momen asap suci

untuk meringankan

untuk menguasai bercerita

bujukan

komponen Aristoteles

hubungan emosional dan

dalam menguasai bercerita

ilmu baru dari

kejadian

Stevenson dan

penglihatan dan

foto

Efek Keunggulan Gambar (PSE)

foto-foto. **Lihat juga** pengalaman multisensori, lukis gambaran mental dengan

untuk momen asap suci

untuk presentasi

Merah muda (musisi pop)

Merah muda, Daniel

pitch dalam penyampaian verbal

Pogue, David

Lelucon Pop-Tart

emosi positif

sikap

Powel, Colin

kehadiran komando

isyarat

pada pengajaran

berpose kekuatan

lingkup kekuasaan

Power Point

akhir dari

LinkedIn dan

merencanakan cerita untuk

“Kekuatan Introvert”

“Kekuatan Kerentanan”

praktik

seni dari

presentasi

Pradep, AK

persepsi yang dapat diprediksi

Paku

presentasi. ***Lihat juga*** penyampaian secara lisan

“Seni Bertanya”

membangun di sekitar indra

“Pilihan, Kebahagiaan, dan Saus Spageti”

koneksi ke topik

data

umpan balik awal

“8 Rahasia Sukses”

bulu dan obor

kepada teman atau pasangan

Visual Gates

Zona Goldilock

“Kebiasaan Kebahagiaan”

“Sejarah Dunia Kita dalam 18 Menit”

kait

“Bagaimana Pemimpin Hebat Menginspirasi Tindakan”

“Cara Hidup Sebelum Mati”

paling menjijikkan

poros tambang ilegal

Kebenaran yang Tidak Menyenangkan

tempat pembakaran batu bata India

“Berinovasi ke Nol!”

inspirasi di

rahasia Jobs

panjang dari

"Stroke Wawasan Saya"

"Transformasi Neuroanatomi Otak Remaja"

menguraikan

langkah Palmer

gambar untuk

perencanaan

"Kekuatan Introvert"

"Kekuatan Kerentanan"

praktik

berlatih

pengulangan

mengungkapkan ide-ide tidak pernah dianggap

Ritual Robbins

"Sekolah Membunuh Kreativitas"

"Ilmu Kebahagiaan yang Mengejutkan"

"Sepuluh Hal yang Tidak Anda Ketahui tentang Orgasme"

Kotak Tiffany

Berita utama ramah Twitter

"Mengapa Kita Memiliki Terlalu Sedikit Pemimpin Wanita"

"Mengapa Kami Mencintai, Mengapa Kami Menipu"

"Jenius Kreatif Anda yang Sulit Dipahami"

Prita, Michael

peluncuran produk

Atribut

PSE. ***Lihat*** Efek Superioritas Gambar

Psikologi Humor (Martin)

berbicara di depan umum

kecemasan

sebagai bentuk seni

dari Branson

dari Prasmanan

ketidakamanan

dari Osteen

Sapi Ungu (Godin)

Tenang (Kain)

kutipan

Raghava KK

Ragu

Rama, Ed

kecepatan penyampaian secara verbal

Reagan, Ronald

berlatih

luar biasa

pengulangan

Bergema (Duarte)

perangkat retorika

Ricard, Matieu

pada kebahagiaan

pada motivasi

pada kesempurnaan

Kecoak, Mary

Robbin, Tony

ritual persembahan

tempo vokal

Robinson, Ken

humor dari

kepopuleran

tempo vokal

Rock, Chris

Rohwedder, Otto

Ronson, Jon

Mawar, Charlie

Mawar, David S.

Rosling, Hans

membentuk kembali pandangan dunia

aturan tiga

Alokasikan dan

dalam kehidupan sehari-hari

“Ajaib Nomor Tujuh, Plus atau Minus Dua”

Taylor dan

tiga A luar biasa

Russel, Cameron

Sachs, Yunus

St. John, Richard

Hallo, Fabio

penjualan

Sage, Maria

Sandberg, Sheryl

SanDisk

Sabtu Malam Hidup

Saunders, Ben

Schiller, Phil

"Sekolah Membunuh Kreativitas"

Schultz, Howard

Schumacher, EF

video telur orak arik

pencari

Seinfeld, Jerry

pada lelucon Pop-Tart

harga diri

identitas diri

indra. ***Lihat juga*** mendengarkan; pengalaman multisensori, melukis gambaran mental dengan

merasa

pendengaran

presentasi keliling

melihat

merangsang pendengaran

Serangan teroris 11 September 2001

seks

malu

Shaw, Mark

Gembala, Janine

pada kecelakaan sepeda

showstoppers

significantobjects.com

Silbert, Lauren

Susu kedelai sutra

Sinek, Simon

Siroli, Ernesto

isyarat

Tengkorak Kerangka dengan Rokok Terbakar

Skype

unduhan lambat

Kecil Itu Indah (Schumacher)

Smith, Larry

pada karir

pada kegagalan

pada gairah

keadilan sosial

media sosial

Socrates

kesendirian

Sorenson, Ted

berbicara dari hati

Spencer, Adam

berdiri kaku di tempat

Pidato Pembukaan Stanford

Staton, Andrew

kecemasan negara

statistik

Transformasi Jordan

dalam peta pesan

tak terduga dan mengejutkan

tetap di jalurmu

belajar dari orang lain

ringkasan

sebagai rahasia #9

Misalkan Marielle

Stevenson, Brian

Affleck on

analisis cerita

pada komunikasi

pada identitas

mengawasi hadiah

persuasi dan

pada kepercayaan

tempo vokal

cerita. **Lihat juga** kisah-kisah pribadi; struktur tiga lantai

sebagai penegasan

otak di

merek

dalam bisnis

kesuksesan bisnis dan

Busur cerita Cinderella

sebagai komunikasi

sebagai kunjungan lapangan

pahlawan

dalam peta pesan

tentang orang lain

perencanaan PowerPoint

dengan jiwa

Analisis cerita Stevenson

Taylor berakting

Bagan cerita Vonnegut

bercerita, menguasai

otak pada cerita

cerita merek

meruntuhkan dinding dengan cerita

karakter untuk di-root

ringkasan

cerita pribadi di

persuasi dan

menanam ide

kekuatan dalam kesedihan

sebagai rahasia #2

cerita tentang orang lain

cerita dan kesuksesan bisnis

cerita sebagai data dengan jiwa

stroberi

kekuatan

kekuatan dari dalam

kesuksesan

bahasa tubuh dan

kebahagiaan dan

gairah dan

Sudek, Richard

Mahkamah Agung

"Ilmu Kebahagiaan yang Mengejutkan"

sinkronisasi

sinkronkan

poin pembicaraan

Taylor, Jill Bolte

memerankan cerita

penyangga otak

keberanian

humor

presentasi paling keren

aturan tiga dan

transformasi rohani

tempo vokal

mengajarkan sesuatu yang baru

tombol simpan otak

Kain dalam kesendirian

keingintahuan Cameron

pecandu eksplorasi

menjelajahi lapangan luar

belajar sebagai buzz

ringkasan

luar biasa

membentuk kembali pandangan dunia

mengungkapkan ide-ide tidak pernah dianggap

sebagai rahasia #4

Berita utama ramah Twitter

latihan untuk otak

Malaikat Pantai Teknologi

teknik

teknologi, pendidikan, desain (TED)

Perintah TED

konferensi TED

Anderson dan

Monterey

acara daring

momen TED

rahasia TED

1 melepaskan master di dalam

#2 menguasai bercerita

#3 melakukan percakapan

#4 mengajarkan sesuatu yang baru

#5 menghadirkan momen-momen mencengangkan

6 meringankan

Aturan #7 18 menit

#8 pengalaman multisensori

9 tetap di jalur Anda

pembicaraan TED. *Lihat topik tertentu*

[TED.com](https://www.ted.com)

tambang emas

untuk video

TEDGlobal

Katakan untuk Menang (Guber)

aturan 10.000 jam

“Sepuluh Hal yang Tidak Anda Ketahui tentang Orgasme”

tiga A luar biasa

tiga Ps. ***Lihat*** Gairah, Latihan, Kehadiran

struktur tiga lantai

tentang eco-entrepreneurship

peta pesan untuk

Presentasi kotak Tiffany

Majalah ***waktu***

Titik Tipping (Gladwell)

Menjual Adalah Manusia (Pink)

Todd, Rebecca

peristiwa traumatis

memercayai

Twitter

Berita utama ramah Twitter

dalam peta pesan

untuk presentasi

Uberti, Oliver

tak terduga

Jalan Bersatu

pembaharuan perkotaan

van Gogh, Vincent

penyampaian secara lisan

bahasa tubuh dan

elemen

jeda

melempar

Peringkat dari

volume

video

telur Urak-arik

[TED.com](https://www.ted.com)

penjahat

Perawan Amerika

Sikap perawan

penglihatan

visualisasi

visual

dari Gerbang

jejak visual

pembelajaran visual

peristiwa hidup

bahasa hidup

tempo vokal

dari Kissinger

dari Robbins

dari Robinson

dari Stevenson

dari Taylor

volume penyampaian verbal

Vonnegut, Kurt

kerentanan

Pejalan, Rob

Webber, Andrew Lloyd

"Mengapa Kita Memiliki Terlalu Sedikit Pemimpin Wanita"

"Mengapa Kami Mencintai, Mengapa Kami Menipu"

Wikipedia

Wilkinson, Richard

Williams, Brian

Tekad (Baumeister)

Winfrey, Oprah

pada gairah

Memenangkan Perang Cerita (Sachs)

kebijaksanaan

Roti Ajaib

momen wow

Wozniak, Steve

Wright, Morgan

Warman, Richard Saul

Wyn, Steve

"Jenius Kreatif Anda yang Sulit Dipahami"

Youtube

Zuniga, Daphne

JUGA OLEH CARMINE GALLO

Pengalaman Apple: Rahasia Membangun Loyalitas Pelanggan yang Hebat

Kekuatan foursquare: 7 Cara Inovatif untuk Membuat Pelanggan Melapor Di Mana Pun Mereka Berada

Rahasia Inovasi Steve Jobs: Prinsip yang Sangat Berbeda untuk Terobosan Sukses

Rahasia Presentasi Steve Jobs: Cara Menjadi Hebat di Depan Semua Audiens

Nyalakan Mereka!: 7 Rahasia Sederhana untuk: Menginspirasi Kolega, Pelanggan, dan Klien;

Jual Diri Anda, Visi Anda, dan Nilai Anda; Berkomunikasi dengan Karisma dan Keyakinan

10 Rahasia Sederhana Komunikator Bisnis Terhebat di Dunia

TENTANG PENULIS



CARMINE GALLO, penulis laris ***The Presentation Secrets of Steve Jobs***, adalah pelatih komunikasi untuk merek paling dikagumi di dunia. Mantan jangkar dan koresponden CNN dan CBS, Gallo adalah pembicara utama populer yang telah bekerja dengan para eksekutif di Intel, Cisco, Chevron, Hewlett-Packard, Coca-Cola, Pfizer, dan banyak lainnya dan menulis Forbes.com kolom "Pelatih Komunikasi Saya". Dia tinggal di Pleasanton, California, bersama istri dan dua putrinya.

KUNJUNGI WWW.TALKLIKETED.COM DAN WWW.CARMINEGALLO.COM.

Pendapat yang diungkapkan dalam buku ini adalah milik penulis. Buku ini tidak didukung, disponsori, atau disahkan oleh Ted Conferences LLC atau entitas afiliasinya.

BICARA SEPERTI TED. Hak Cipta © 2014 oleh Carmine Gallo. Seluruh hak cipta. Dicitak di Amerika Serikat. Untuk informasi, alamat St. Martin's Press, 175 Fifth Avenue, New York, NY 10010.

www.stmartins.com

Desain jaket oleh Young Jin Lim

Library of Congress telah membuat katalog edisi cetak sebagai berikut:

Gallo, Carmen.

Bicara seperti TED: 9 rahasia berbicara di depan umum dari pemikir top dunia / Carmine Gallo.—Edisi pertama.

P. cm

Termasuk referensi bibliografi dan indeks.

ISBN 978-1-250-04112-8 (sampul keras)

ISBN 978-1-4668-3727-0 (buku elektronik)

1. Presentasi bisnis. 2. Berbicara di depan umum. I. Judul.

2014. HF5718.22.G353

658.4'52—dc23

2013031049

e-ISBN 9781250035592

Edisi Pertama: Maret 2014