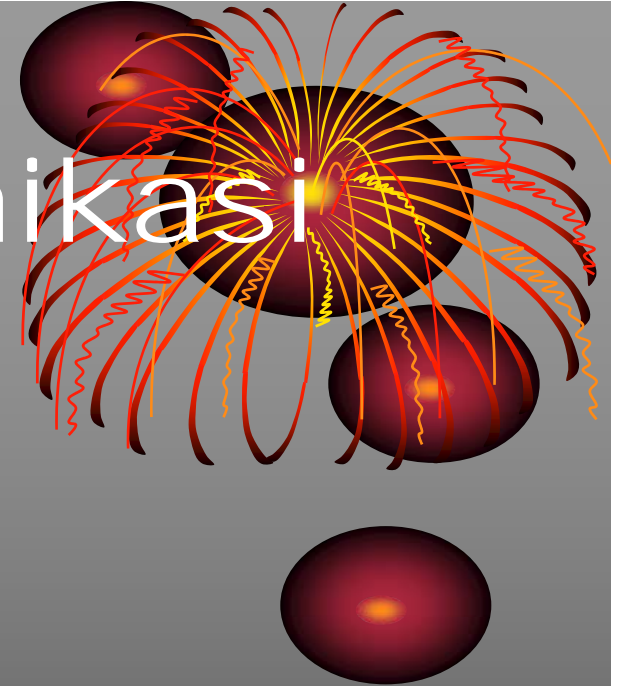
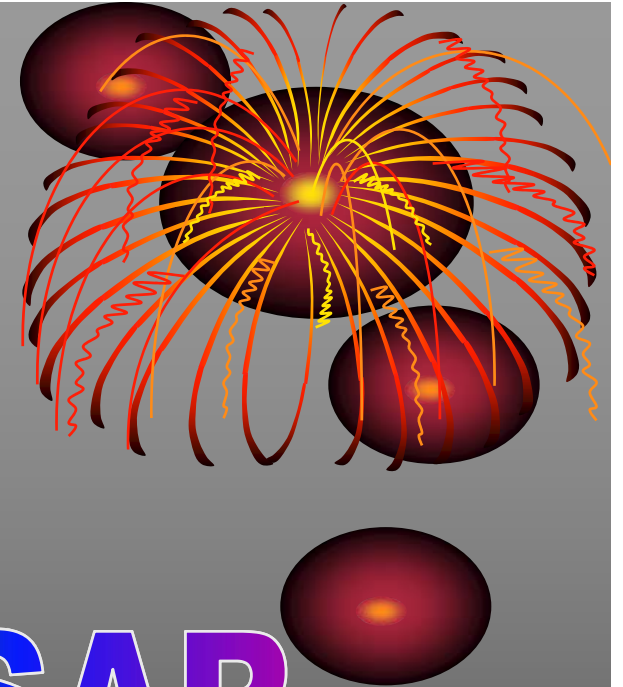


Handout Komunikasi Bisnis



- Rita Kusumawati, SE, M.Si



DASAR - DASAR KOMUNIKASI

PENGERTIAN KOMUNIKASI

Menurut
Carl I. Hovland

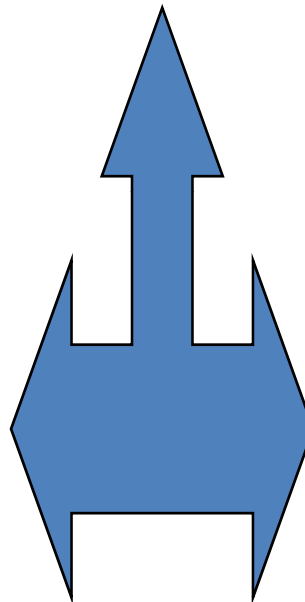


Komunikasi merupakan proses dimana seseorang (komunikator) mengirimkan stimuli (biasanya dengan simbol-simbol verbal) untuk mengubah perilaku dari orang lain (komunikan).

Menurut
Webster's New World Dictionary

Sebagai kata benda:

- Tindakan /kegiatan pengiriman
- Suatu pemberitahuan atau pertukaran informasi, tanda-tanda atau pesan seperti bicara, bahasa tubuh, atau tulisan
- Merupakan suatu sistem untuk mengirim dan menerima, Seperti telepon, telegrap, radio dll



Sebagai kata kerja:

- Seni untuk mengekspresikan ide-ide, khususnya melalui kata-kata atau tulisan
- Ilmu dari pengiriman informasi khususnya melalui

Menurut
Harold D. Laswel



Komunikasi digunakan untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan:

- a) siapa yang mengatakan
- b) dengan/melalui saluran apa
- c) kepada siapa
- d) dengan efek/pengaruh apa

MODEL KOMUNIKASI

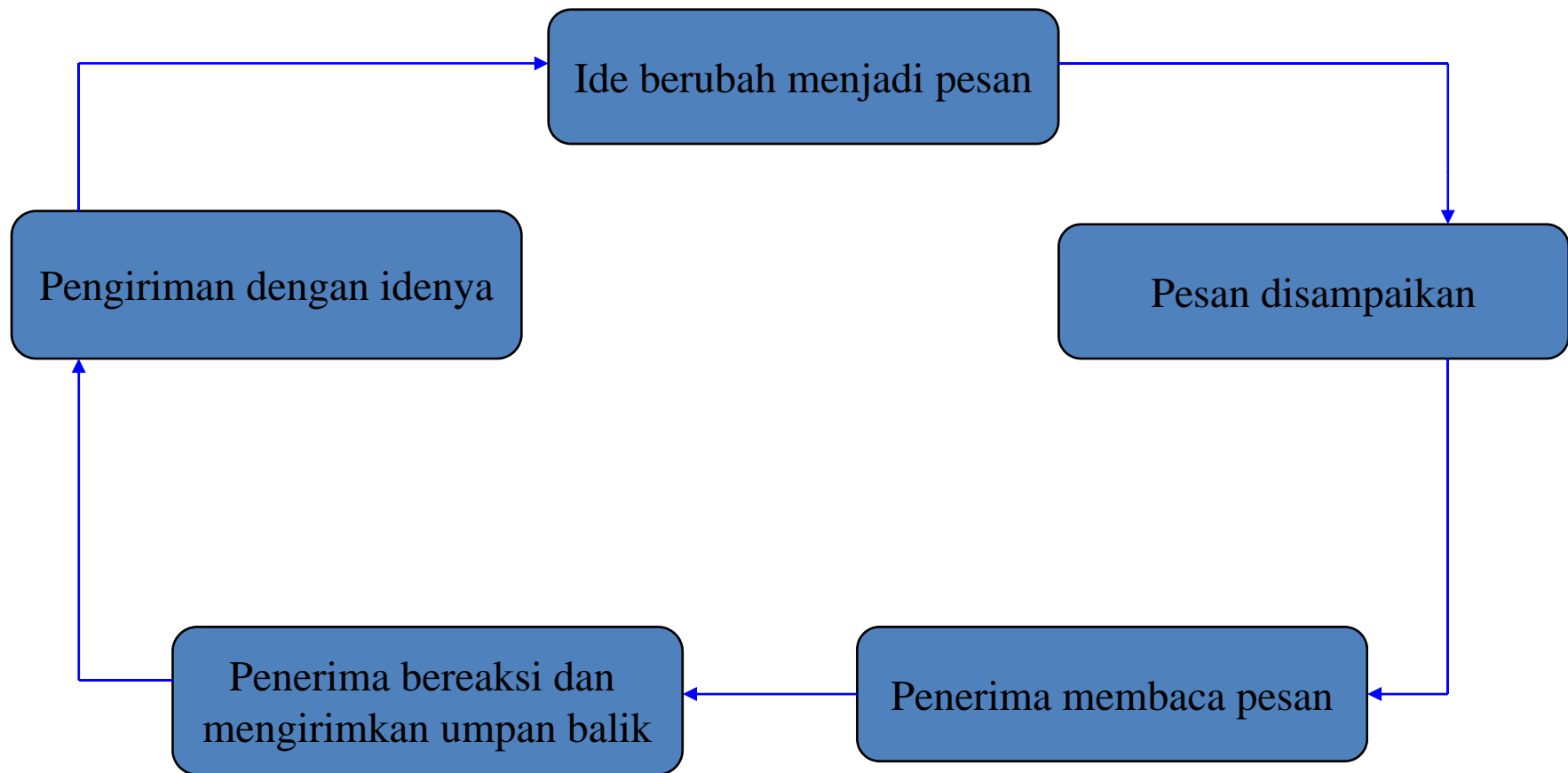
Model Komunikasi Arisroteles



Model Komunikasi David K. Berlo



Model Komunikasi Bovee dan Thill



PROSES KOMUNIKASI

- Pengirim mempunyai suatu ide/gagasan
- Ide diubah menjadi pesan
- Pesan dikirim
- Penerima menerima pesan
- Penerima pesan bereaksi dan mengirimkan umpan balik

ELEMEN - ELEMEN KOMUNIKASI

Pengiriman pesan

Pengiriman pesan dimulai dari adanya keinginan seseorang agar pesannya diterima.

Proses encoding

Kegiatan dimana pengirim pesan mengubah pesannya ke dalam bentuk, panjang, organisasi, tekanan, dan gaya yang menurutnya sesuai.

Pesan

Informasi merupakan inti dari komunikasi, dimana pesan akan menyangkut apa yang dikomunikasikan.

Saluran komunikasi

Menunjukkan dengan sarana apa pesan yang dikirim sampai ke penerima.



Proses decoding

Merupakan kegiatan menterjemahkan atau menginterpretasikan pesan kedalam bentuk yang mengandung makna yang dapat dipahami oleh penerima.



Penerima pesan

Menyangkut kepada siapa pengirim berkomunikasi, yaitu seseorang atau lembaga yang akan menjadi target dari pesan yang dikirim.



Umpan balik

Pengiriman kembali tanggapan dari pesan yang diterima (feedback).

TINGKATAN KOMUNIKASI



Komunikasi Personal/pribadi

- a) Komunikasi intrapribadi (*intrapersonal communication*): komunikasi yang terjadi dalam diri seseorang, dimana orang tersebut dapat bertindak sebagai sumber sekaligus sebagai penerima pesan.
- b) Komunikasi antarpribadi (*interpersonal communication*): komunikasi antara seorang individu dengan individu lain, dimana masing-masing dapat bertindak sebagai sumber maupun penerima pesan.



Komunikasi Kelompok

Seorang mengadakan komunikasi dengan sekelompok orang atau terjadi komunikasi timbal balik dalam sekelompok orang.



Komunikasi Organisasi

Komunikasi yang terjadi dalam lingkungan organisasi, dapat terjadi secara formal maupun nonformal.



Komunikasi Publik

Dalam komunikasi publik (*public communication*) seseorang yang bertindak sebagai sumber menyampaikan pesan kepada orang banyak, yang tidak dapat diketahui secara pasti berapa jumlahnya.

- a) Komunikasi pendengar-pembicara: jumlah *audience* cukup banyak, namun masih dapat diperkirakan dengan mudah jumlah *audience*.
- b) Komunikasi masa: proses yang terdiri dari beberapa tahap, dimana organisasi menggunakan alat-alat teknis atau alat penghubung untuk mengirimkan pesan secara luas dan cepat, untuk *audience* yang banyak, tersebar dan heterogen, dimana organisasi tidak mengenal *audience* secara individu dan adanya keterbatasan dalam memberikan umpan balik.

BENTUK KOMUNIKASI

Bentuk komunikasi sering disebut dengan jenis komunikasi. Secara umum bentuk dasar komunikasi dibedakan menjadi dua, yaitu **komunikasi non verbal** dan **komunikasi verbal**.

Komunikasi Non Verbal

➡ Adalah kumpulan isyarat, gerak tubuh, intonasi suara, sikap dan sebagainya yang memungkinkan seseorang untuk berkomunikasi tanpa menggunakan kata-kata (Bovee & Thill: 30)

Manfaat Komunikasi Non Verbal

- Pertama, sifatnya dapat dipercaya (reliabel)
- Kedua, penggunaan komunikasi non verbal lebih efisien dan efektif

Tipe Komunikasi Non Verbal

Tipe komunikasi non verbal ada banyak sekali, namun dapat dikelompokkan dalam enam kategori yaitu: ekspresi wajah dan mata, sikap tubuh, karakteristik suara, penampilan, sentuhan, dan penggunaan waktu dan jarak dalam komunikasi.

1. Ekspresi wajah dan mata: wajah merupakan tempat utama untuk mengekspresikan emosi, sedangkan mata lebih efektif untuk menunjukkan perhatian dan minat seseorang.
2. Gerakan tubuh dan posisi tubuh: dapat menunjukkan emosi dan sikap seseorang.
3. Karakteristik suara: dapat berupa nada suara, volume suara, lagu kalimat, tekanan kata. Berbagai variasi suara dalam komunikasi dapat menciptakan berbagai impresi sesuai yang diinginkan.
4. Penampilan: penampilan biasanya dibaca orang lain sebagai identitas orang tersebut, baik menyangkut kelas sosial, kebiasaan, sikap dll.
5. Sentuhan: komunikasi dapat dilaksanakan dengan menggunakan sentuhan/rabaan.
6. Penggunaan waktu dan jarak: dalam komunikasi waktu mengkomunikasikan makna tertentu, jarak dan ruang antara pembicara dengan audience juga mempunyai makna tertentu.

Komunikasi Verbal

➔ adalah komunikasi dengan menggunakan simbol-simbol yang mempunyai makna yang berlaku umum dalam proses komunikasi. Simbol-simbol yang dapat digunakan: suara, tulisan atau gambar.

Tipe Komunikasi Verbal

Tipe komunikasi verbal dibedakan menjadi dua, berdasarkan aktif atau pasifnya peserta komunikasi dalam proses komunikasi.

➔ Berbicara dan menulis: berbicara merupakan jenis komunikasi dimana seseorang mengucapkan pesan untuk diterima kepada orang yang dituju, sedangkan pesan tertulis lebih tepat untuk pesan-pesan yang penting dan kompleks.

Mendengar dan membaca:

➔ Apabila komunikator berbicara, maka *audience* menangkap pesan dengan mendengarkan, sedang apabila komunikator mendengarkan maka *audience* menangkap pesan dengan membaca.

KOMUNIKASI YANG EFEKTIF

Pada komunikasi personal dan kelompok, suatu komunikasi dikatakan efektif apabila komunikannya mampu memahami pesan yang dikirimkan oleh komunikator. Sedangkan pada komunikasi massa, suatu komunikasi dikatakan efektif apabila mampu menjangkau komunikannya dalam jumlah yang besar.

Faktor-faktor yang mempengaruhi komunikasi yang efektif terdiri dari komunikator, pesan dan komunikannya.


Komunikator

Ditinjau dari faktor komunikator ada 2 faktor penting yaitu:

- Kredibilitas komunikator: menunjukkan bahwa pesan yang diterima komunikannya dianggap benar dan sesuai dengan kenyataan yang ada.
- Daya tarik komunikator: seorang komunikator akan mempunyai kemampuan untuk melakukan perubahan sikap, melalui mekanisme daya tarik.



Pesan



Pesan merupakan materi atau bentuk fisik dari ide yang disampaikan kepada komunikan.



Komunikan



Komunikan adalah orang yang menerima pesan yang dikomunikasikan.

HAMBATAN KOMUNIKASI

1. Sifat Hambatan

➔ Hambatan terhadap jalannya komunikasi berdasar sifatnya dapat dibedakan menjadi yang bersifat subyektif maupun obyektif.

Obyektif: disebabkan oleh keadaan yang tidak menguntungkan.

Subyektif: hambatan yang disengaja dibuat seseorang agar komunikasi tidak berjalan lancar.

Gejala mencemooh dan mengelakkan komunikasi untuk kemudian mendiskreditkan atau menyesatkan pesan disebut **evasi komunikasi** (Cooper & Johada dalam Effendy : 46). Evasi ada 3 jenis: menyesatkan pengertian, mencacatkan pesan komunikasi, mengubah kerangka komunikasi.

Faktor-Faktor Penghambat

- a. **Gangguan (*noise*)** → merupakan segala sesuatu yang menyebabkan proses komunikasi tidak lancar atau terganggu.

Gangguan ini dibedakan menjadi 2: **gangguan fisik**, yaitu gangguan yang disebabkan oleh faktor saluran komunikasi yang bersifat fisik ; dan **gangguan semantik**, yaitu gangguan yang berkenaan dengan penggunaan kata atau bahasa yang tidak tepat.

- b. **Kepentingan (*interest*)** → kepentingan akan membuat seseorang selektif dalam mengartikan dan menanggapi suatu pesan.
- c. **Motivasi** → motivasi akan mendorong seseorang untuk berbuat sesuatu sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya.
- d. **Prasangka** → prasangka membuat seseorang menarik kesimpulan berdasar emosi dan bersifat subyektif, sehingga orang menjadi tidak rasional lagi.

KOMUNIKASI ORGANISASI

PENGERTIAN ORGANISASI

Organisasi



Suatu unit sosial yang dikoordinasikan dengan sengaja, terdiri dari dua orang atau lebih, yang didirikan untuk jangka waktu yang lama (Robbin:4)

Karakteristik Organisasi

Secara Umum organisasi mempunyai ciri-ciri:

- Adanya pembaguan tugas dan tanggungjawab
- Adanya pusat kekuasaan
- Adanya substitusi sumberdaya manusia
- Adanya ketergantungan antar anggota organisasi
- Adanya koordinasi antar komponen
- Adanya interaksi yang berulang ulang

Tipe Organisasi

Organisasi Bisnis

Pemilik menerima keuntungan ekonomi yang terbesar

Organisasi Nir Laba

Tidak berorientasi pada laba

BUMN

Sebagian atau seluruh modalnya dimiliki pemerintah, selain mencari keuntungan juga untuk melayani kepentingan umum

Koperasi

Organisasi ekonomi rakyat yg berwatak sosial, beranggotakan orang-orang/badan-badan hukum dan berdasar atas asas kekeluargaan dan kegotong-royongan.

DIMENSI KOMUNIKASI DALAM ORGANISASI

Fungsi komunikasi dalam organisasi

- ❖ Informatif
- ❖ Regulatori
- ❖ Persuasif
- ❖ Integratif

Jaringan komunikasi

1. Saluran formal: aliran informasi yang mengikuti rantai komando dalam struktur organisasi.
2. Saluran informal: aliran informasi tidak mengikuti struktur organisasi yang ada.
 - a. Komunikasi Internal: komunikasi kebawah, komunikasi ke atas, komunikasi ke samping.
 - b. Komunikasi eksternal

POLA KOMUNIKASI

Pola komunikasi akan dimulai dengan mengetengahkan konsep *centrality* dan *saturation*.

- **Sentralitas** menunjukkan pada tingkat dimana suatu kelompok berputar disekitar satu orang.
- **Kejenuhan informasi** (*saturated*) menunjukkan seorang individu pada saat tertentu hanya dapat menangani sejumlah informasi tertentu, dan dalam tugas-tugas yang kompleks seseorang akan kelebihan informasi.

Secara umum terdapat beberapa pola atau struktur komunikasi dalam organisasi, yaitu:

- ✓ Roda
- ✓ Y
- ✓ Rantai
- ✓ Lingkaran
- ✓ Formasi semua arah

KOMUNIKASI DALAM BISNIS

Komunikasi Bisnis

Adalah komunikasi yang terjadi dalam dunia bisnis.

Komunikasi Internal

Adalah komunikasi antar orang-orang yang ada dalam suatu perusahaan.

Komunikasi Eksternal

Adalah komunikasi dengan pihak di luar perusahaan.

Komunikasi bisnis baik secara lisan maupun tertulis mempunyai beberapa karakteristik (Vik & Gilsdorf:4) :

- a) Pesan yang terkandung dalam komunikasi bisnis disusun untuk *audience/* atau penerima yang membutuhkan informasi.
- b) Pesan bisnis disusun dengan mempertimbangkan batasan waktu dan biaya
- c) Pesan bisnis biasanya disusun untuk lebih dari satu tujuan
- d) Pesan bisnis harus mempertimbangkan nada dan pengaruhnya terhadap audience.

ETIKA KOMUNIKASI

- **Etika komunikasi** mengacu pada prinsip-prinsip yang dianut oleh perusahaan mengenai komunikasi mana yang baik dan mana yang tidak baik.
- **Etika bisnis** mencakup semua informasi yang relevan, benar menurut semua sense, dan informasi yang tidak memperdaya (Bovee & Thill: 17)

HAMBATAN KOMUNIKASI DALAM ORGANISASI

Hambatan komunikasi antarpribadi:

- Perbedaan persepsi
- Kesalahan penyerapan pesan/informasi
- Perbedaan bahasa
- Kurang perhatian
- Perbedaan kondisi emosional
- Perbedaan latar belakang pendidikan

Hambatan komunikasi organisasi:

- Kelebihan/kebanyakan informasi yang disampaikan
- Tingkat kerumitan pesan
- Penerimaan pesan ganda
- Perbedaan status

- Kurangnya kepercayaan
- Komunikasi yang tidak terstruktur
- Kesalahan pemilihan media
- Iklim komunikasi tertutup
- Komunikasi yang tidak etis
- Komunikasi yang tidak efektif
- Halangan yang bersifat fisik

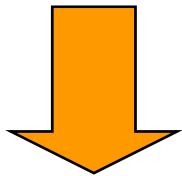
Sekian

TEKNOLOGI KOMUNIKASI

TEKNOLOGI DALAM KOMUNIKASI BISNIS

Teknologi merupakan alat, teknik, atau cara yang dapat membantu manusia dalam menjalankan pekerjaan, sehingga pekerjaan menjadi lebih ringan, lebih cepat, lebih baik, atau lebih banyak hasilnya.

Beberapa **teknologi komunikasi** yang tersedia sampai saat ini:



Word processor

E-mail

Printer laser

Internet

Masin faks

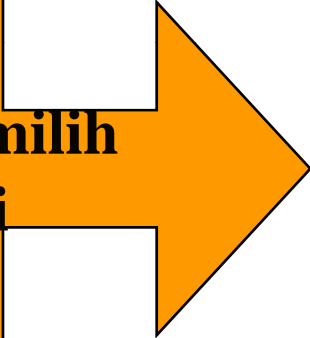
Teleconfering

Video tape

Telopone

Pedoman Pemilihan Teknologi Komunikasi

**Pedoman yang dapat
digunakan untuk memilih
teknologi Komunikasi
(Bovee & Thill:82)**



- ❖ Harapan penerima pesan
- ❖ Waktu dan biaya
- ❖ Sifat dari pesan
- ❖ Perlunya penampilan

TEKNOLOGI DALAM KOMUNIKASI TERTULIS

Teknologi dalam komunikasi tertulis:

- Tulis tangan
- Cetak (print)
- Dokumen dengan menggunakan alat elektrik



Teknologi dalam komunikasi lisan

Penyusunan Dokumen Cetak

- Software yang paling umum dan paling banyak digunakan untuk membuat dokumen cetak adalah *word processor*.
- *Desktop publishing* merupakan software yang disusun untuk melakukan komputerisasi proses penyusunan pesan akhir.

Dokumen cetak dalam penyusunannya dapat dibedakan menjadi lima tahap :

- a) Perencanaan Dokumen Cetak
- b) Penyusuna Dokumen Cetak
- c) Revisi Dokuman Cetak
- d) Produksi Dokumen Akhir
- e) Distribusikan Dokumen Cetak

Penyusunan Dokumen Elektronik

- *Electronic mail/E-mail* merupakan dokumen yang dibuat, dikirim, dan dibaca dengan komputer (B-V:94).
- Suatu perusahaan local dapat menyusun jaringan e-mail hanya untuk perusahaan itu saja, yang disebut dengan *Local Area Networks (LAN)*.
- Bagi perusahaan yang beroperasi dalam wilayah tertentu, dengan cabang-cabang di beberapa kota dapat menyusun jaringan yang lebih luas yang disebut *Wide Area Networks (WANs)*.
- Perusahaan yang beroperasi secara nasional atau global dapat menyusun jaringan yang lebih luas yang disebut *internet*.

TEKNOLOGI DALAM KOMUNIKASI LISAN



Menunjukkan pesan yang dikirimkan melalui suara yang keluar dari satu orang ke orang lain (Larry L. Barker: 6)

Teknologi Dalam Komunikasi Lisan Individu

- ✓ Telepon
- ✓ Pager
- ✓ Voice mail

Teknologi Dalam Komunikasi Lisan Kelompok

- ✓ Teleconference
- ✓ Presentation software
- ✓ Group Decision Support System

PENGARUH TEKNOLOGI TERHADAP KOMUNIKASI

Manfaat Teknologi Komunikasi:

- Meningkatkan aliran komunikasi
- Mempermudah orang dalam berkomunikasi
- Mengubah struktur organisasi
- Menurunkan biaya komunikasi

Kelemahan Teknologi Komunikasi:

- Kelebihan informasi
- Anonimitas
- Kurangnya hubungan antar individu

Tugas:

Carilah contoh teknologi komunikasi (minimal 5) baik lisan maupun tertulis

Jelaskan manfaat teknologi komunikasi tersebut dalam komunikasi bisnis

Komunikasi Antar Budaya

Rita Kusumawati, SE., M.Si

- Komunikasi antar budaya adalah : suatu proses mengirimkan dan pesan-pesan antar orang-orang yang latar belakang budayanya dapat membawa mereka mengartikan tanda-tanda verbal dan non verbal dengan cara berbeda.
- Komunikasi antar budaya yang efektif :
 - Membuka peluang2 bisnis di seluruh dunia
 - Memperbaiki kontribusi para karyawan dlm angkatan kerja yg beraneka ragam

- Perbedaan budaya → hambatan komunikasi yang paling sulit diatasi.
- Era globalisasi → perusahaan berubah orientasi. Prsh tertutup → terbuka, lokal → nasional → multinasional.
- Contoh: IBM, Unilever, P&G dan Coca cola.
- Kerjasama perdagangan internasional : WTO, NAFTA, AFTA

- Budaya mempengaruhi semua hal tentang komunikasi, termasuk:
 - Bahasa
 - Sinyal-sinyal non verbal
 - Arti kata
 - Isu-isu mengenai waktu dan tempat
 - Aturan-aturan tentang hubungan manusia

Memahami Budaya

- Budaya → simbol, keyakinan, sikap, nilai, harapan, dan norma tingkah laku yang dimiliki bersama (Bovee dan Thill, 2003:68)
- Budaya → konvensi kebiasaan, sikap, dan perilaku sekelompok orang (Heart, 2004:125)
- Subbudaya → kelompok budaya yg cenderung homogen yg ada dalam suatu budaya utama (jawa,bali,bugis dll.)
- Deviant subculture → bukan subbudaya namun memiliki ciri2 yg mencolok (waria, pecandu dll.)

Mengenal Perbedaan Budaya

- Perbedaan budaya muncul dalam bentuk:
 - Nilai-nilai sosial.
 - Peran dan status.
 - Ada pembuatan keputusan.
 - Konsep mengenai waktu
 - Konsep ruang pribadi
 - Konteks budaya
 - Bahasa tubuh
 - Tingkah laku sosial dan sopan santun
 - Tingkah laku legal dan etis
 - Budaya perusahaan

Reaksi etnosentris

- Etnosentrisme → kecenderungan untuk menilai semua kelompok lain menurut standar, tingkah laku, dan tradisi kelompok sendiri serta memandang kelompok lain lebih rendah (Bovee dan Thill, 2003:78)
- Orang yg etnosentris → stereotip → memperkirakan tingkah laku atau karakter individu atas dasar keanggotaan mereka dalam kelompok atau kelas tertentu.

Menghindari etnosentrisme (Boove/Thill,2007:920

- Hindari membuat asumsi
- Hindari menghakimi
- Akui adanya perbedaan

Menghindari reaksi etnosentris (Haryani, 2001:69)

- Menerapkan asas kesamaan
 - Tdk ada budaya inferior dan superior.
- Menerapkan kaedah “emas”
 - Memperlakukan orang lain sebagaimana kita ingin diperlakukan.
- Menerapkan kaedah “timah”
 - Memperlakukan orang lain sebagaimana mereka memperlakukan diri mereka.

Komponen-komponen komunikasi antar budaya yang berhasil



- Memperbaiki ketrampilan komunikasi antarbudaya:
 - Mempelajari budaya-budaya dan bahasa-bahasa lain
 - Menghargai preferensi gaya
 - Menggunakan interpreter, penerjemah, dan peranti lunak terjemah
 - Menulis dan berbicara dengan jelas
 - Mendengarkan dengan seksama
 - Membantu orang lain beradaptasi dengan budaya anda