

## Rencana Pembelajaran Semester (RPS)

Mata kuliah : **Komunikasi Bisnis**  
Dosen Pengampu : Lilik Uzlifatul Jannah, S.Pd.,M.Pd  
Semester : III

A. Latar Belakang : Kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi mendorong perubahan perilaku manusia dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Konsekuensinya, saat ini kompetisi semakin ketat karena keterbatasan sumberdaya sedangkan kebutuhan manusia semakin banyak. Karena itu diperlukan strategi yang tepat untuk menciptakan hubungan dengan orang lain, klien, organisasi privat maupun publik. Upaya untuk itu salah satunya adalah memberi bekal kepada mahasiswa untuk mengerti, memahami, sekaligus bisa menerapkan perilaku-perilaku komunikasi di dalam bisnis. Implementasi kemampuan seseorang untuk menjalin hubungan baik dengan semua orang bahkan sampai menciptakan “networking” dalam kehidupannya akan mendorong kesuksesan seseorang didalam menjalankan kompetisi tersebut. Karena itu, komunikasi bisnis menjadi pilihan untuk dikuasai oleh mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Lamongan

B. Deskripsi Mata Kuliah : Mata kuliah Komunikasi Bisnis diberikan kepada mahasiswa dimaksudkan untuk memberikan pengetahuan sekaligus ketrampilan tentang bagaimana melakukan aktivitas komunikasi bisnis di dalam organisasi publik maupun privat. Materi komunikasi bisnis meliputi pemahaman dasar komunikasi bisnis, komunikasi interpersonal dalam lingkungan bisnis, kemampuan berkomunikasi yang terdiri atas bagaimana menyimak yang baik dan melakukan wawancara. Selain itu juga membahas mengenai manajemen kelompok yang terdiri atas kelompok kecil dengan karakteristiknya maupun penyelenggaraan rapat kelompok. Merencanakan presentasi, mengena lingkungan khalayak juga merupakan bahasan komunikasi bisnis.

C. Tujuan Pembelajaran : Tujuan pembelajaran mata kuliah ini adalah memberikan konsep, wawasan, pengetahuan dan kemampuan kepada para mahasiswa untuk ahli dan terampil melakukan kegiatan komunikasi bisnis dalam kehidupan sehari-hari.

#### D. Rencana Program dan Kegiatan Pembelajaran Semester

(1) MINGGU KE-	(2) MATERI PEMBELAJARAN	(3) BENTUK PEMBELAJARAN	(4) KEMAMPUAN AKHIR YANG DIHARAPKAN (KOMPETENSI)	(5) KRITERIA PENILAIAN (INDIKATOR)	(6) BOBOT NILAI (%)
1	<b>Konsep-Konsep Dasar Komunikasi Bisnis</b>	Presentasi materi dikelas, diskusi dan studi kasus.	Mahasiswa memiliki kemampuan untuk menjelaskan pengertian dan fungsi komunikasi bisnis komunikasi internal dalam komunikasi bisnis.	Kemampuan dan kecerdasan mahasiswa dalam menerangkan dan menjelaskan pengertian dan fungsi komunikasi bisnis komunikasi internal dalam komunikasi bisnis.	5
2	<b>Variabel-variabel komunikasi bisnis</b>	Presentasi materi dikelas, diskusi.	Mahasiswa memiliki kemampuan untuk menjelaskan pengertian komunikasi internal dan eksternal dalam komunikasi bisnis	Mahasiswa bisa menjelaskan pengertian komunikasi internal dan eksternal dalam komunikasi bisnis.	10
3	<b>Proses komunikasi bisnis</b>	Presentasi materi dikelas, diskusi.	Mahasiswa memiliki kemampuan untuk menjelaskan proses komunikasi bisnis yang terdiri atas input, proses, dan output.	Mahasiswa bisa menjelaskan dengan baik proses komunikasi bisnis.	10

4	<b>Fungsi komunikasi Internal dan Eksternal dalam bisnis</b>	Presentasi materi dikelas, diskusi dan studi kasus.	Mahasiswa mampu menjelaskan analisa bentuk-bentuk komunikasi bisnis internal dan eksternal.	Kriteria penilaian terhadap mahasiswa terkait dengan pemahaman mereka mengenai fungsi komunikasi internal dan eksternal dalam komunikasi bisnis.	10
5	<b>Pengumpulan dan Penafsiran Pesan Komunikasi Bisnis</b>	Presentasi materi dikelas, diskusi dan studi kasus.	Mahasiswa memiliki kompetensi menjelaskan karakteristik pesan dan penafsiran pesan komunikasi bisnis. Secara khusus mahasiswa dapat menjelaskan fungsi pesan dalam komunikasi, pendekatan dalam membuat pesan, serta strategi penyusunan pesan bisnis.	Memiliki pemahaman yang optimal mengenai karakteristik pesan dan penafsiran pesan komunikasi bisnis. Secara khusus mahasiswa dapat menjelaskan fungsi pesan dalam komunikasi, pendekatan dalam membuat pesan, serta strategi penyusunan pesan bisnis.	10
6	<b>Penulisan pesan persuasif komunikasi bisnis (1)</b>	Kuliah dan diskusi, praktek membuat pesan persuasif	Mahasiswa memiliki kemampuan dalam menulis pesan pesan persuasif untuk ajakan, penanganan keluhan.	Mahasiswa bisa menulis pesan pesan persuasif untuk ajakan dan bisa menangani komplain/keluhan pelanggan.	5
7	Presentasi tugas/ QUIZ				
8	<b>UTS</b>				

9	<b>Penulisan pesan persuasif komunikasi bisnis (2)</b>	Kuliah dan diskusi, praktek membuat pesan persuasif	Mahasiswa memiliki kemampuan dalam menulis pesan pesan persuasif untuk ajakan, penanganan keluhan.	Mahasiswa bisa menulis pesan pesan persuasif untuk ajakan dan bisa menangani komplain/keluhan pelanggan.	5
10	<b>Kegiatan Komunikasi Tatap Muka (interpersonal komunikasi)</b>	Contoh kasus, presentasi dikelas, diskusi kelompok.	Mahasiswa memiliki keahlian dalam melakukan komunikasi tatap muka/komunikasi interpersonal dalam bisnis.	Mahasiswa mampu dalam melakukan komunikasi tatap muka dengan baik dalam kegiatan bisnis.	5
11	<b>Komunikasi massa dalam Komunikasi Bisnis</b>	Contoh kasus, presentasi dikelas, diskusi kelompok.	Mahasiswa memiliki keahlian komunikasi massa untuk diimplementasikan dalam kegiatan bisnis.	Mahasiswa mampu melakukan kegiatan komunikasi bisnis yang terkait dengan komunikasi massa.	10
12	<b>Teknik Negosiasi</b>	Presentasi materi dikelas, tugas diskusi dan praktek teori.	Setelah mempelajari materi ini mahasiswa dapat menjelaskan Peran dan fungsi lobi dan negosiasi dalam komunikasi bisnis.	Mahasiswa bisa menjelaskan peran dan fungsi lobi serta negosiasi dalam komunikasi bisnis.	10
13	<b>Penulisan Laporan Dan Proposal Bisnis</b>	Materi presentasi dikelas, diskusi kelompok, praktik.	Mahasiswa mampu membuat laporan dan proposal bisnis.	Mahasiswa bisa menjelaskan, memahami dan mengerti pembuatan laporan dan proposal bisnis.	10

14	<b>Korespondensi dan Presentasi Bisnis serta Penanganan keluhan pelanggan</b>	Studi kasus, materi presentasi dikelas, praktik.	Mahasiswa mampu melakukan Korespondensi bisnis dan Presentasi bisnis serta mampu menjelaskan konsep, teknik dan cara penanganan keluhan pelanggan.	Mahasiswa bisa melakukan kegiatan korespondensi dan presentasi bisnis serta mampu menjelaskan konsep, teknik dan cara penanganan keluhan pelanggan. secara optimal.	10
15	Presentasi tugas/ QUIZ				
16	<b>UAS</b>				

**REFERENSI :**

1. Wells Walter (1968). *Communication in Bussiness.(Fourth Ed)* Kent.Boston
2. Guffey, Rodhes, Rogin. (2006) . *Komunikasi bisnis: Proses dan produk.(buku I)* Salemba empat. Jakarta
3. Bovie and Thill.(2003). *Komunikasi Bisnis (2 jilid)* buku
4. Fiske,John (1990). *Introduction to Communication Studies. (2<sup>nd</sup> Edition).*Londong-New York:Routledge.
5. Simmons, Robert E.(1990).*Communication Campaign Management: A Systems Approach.* New York : Longman.
6. Schultz,Don E,Stanley I. Tannenbaum, dan Robert F.Lauterborn. (1994). *Integrated Marketing Communication.* Illinois: NTC Business Books.
7. Windahl,Sven, Benno H. Signitzer dan Jean T. Olson. (1992). *Using Communication Theory An Introduction to Planned Communication.* London-California-New Delhi: Sage.
8. Rogers, Everett M dan D.Lawrence Kincaid (1991) *Communication Networks Toward a New Paradigm for Research.* New York: The Free Press.
9. Shimp, Terence (1997) *Advertising, Promotion, and Supplemental – Aspect of Inegrated Marketing Communications, Fourth Edition,* Dryden Press.
10. Bernadine (1979) *Effective Business Correspondenc,* Canfield Press.
11. Harper and Row, (1980) *Successful Communication in Business,* Canfield Press.

12. Smith, (1996) *Communication An Integrated Approach*: Fourth edition, British Library.

Lamongan 30 Desember 2023

Dosen Pengampu

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Lilik Uzlifatul Jannah', written in a cursive style.

Lilik Uzlifatul Jannah, S.Pd.,M.Pd

1. Penilaian : Kuis 10%; Tugas 10%; Kehadiran 40%; UTS 20% ; UAS 20%

Contoh soal UTS dan UAS : Komunikasi Bisnis

**UJIAN TENGAH SEMESTER GANJIL  
TAHUN AKADEMIK 2023/2024**

MATA KULIAH : **Komunikasi Bisnis**  
KELAS :  
HARI / TANGGAL :  
JAM / WAKTU : 90 Menit  
SIFAT UJIAN : Tertutup  
DOSEN : Lilik Uzlifatul Jannah, S.Pd.,M.Pd

**Soal.**

1. Komunikasi bisnis dapat berjalan secara efektif jika terjadi kesepahaman makna antara komunikator dengan komunikan. Kesepahaman itu terjadi jika kedua belah pihak memahami unsur komunikasi secara baik. Jelaskan pemahaman unsur-unsur komunikasi bisnis berdasarkan pada terminologi (bahasa) dan praktiknya.
2. Komunikasi bisnis bisa terjadi dalam dua bentuk kegiatan, yaitu komunikasi internal dan komunikasi eksternal. Jelaskan komponen-komponen komunikasi internal dan komunikasi eksternal tersebut !
3. Jelaskan tentang karakteristik pelanggan dan bagaimana cara membuat pelanggan agar tetap loyal terhadap organisasi meskipun para pesaing bermunculan di dunia bisnis.
4. Ada 2 bentuk dasar komunikasi yaitu komunikasi verbal dan non verbal. Coba jelaskan secara singkat pengertian masing-masing jenis komunikasi, dan berikan contohnya!
5. Sebutkan dan jelaskan beberapa kelebihan komunikasi non verbal!

## UJIAN AKHIR SEMESTER

### KOMUNIKASI BISNIS

Lilik Uzlifatul Jannah, S.Pd.,M.Pd

1. Komunikasi terkait dengan aspek budaya. Ada anggapan “komunikasi adalah budaya dan budaya adalah komunikasi”. Di dalam komunikasi bisnis, aspek budaya juga berpengaruh dalam interaksi dengan orang lain. Oleh karena itu, pemahaman terhadap budaya orang lain menjadi penting artinya untuk menunjang kesuksesan bisnis. Jelaskan bagaimana caranya melakukan komunikasi bisnis dengan orang yang berbeda budaya agar hasil kegiatan bisnis bisa maksimal. (Jawaban saudara lengkapi dengan contoh aspek budaya seperti perilaku sosial, bahasa tubuh, dan konsep mengenai waktu).
2. Negosiasi merupakan proses komunikasi antara dua pihak yang masing-masing mempunyai tujuan dan sudut pandang berbeda untuk mencapai kesepakatan yang memuaskan kedua belah pihak mengenai masalah yang sama. Ada tiga tahap penting dalam bernegosiasi; perencanaan (planning phase), implementasi (implementation phase), dan peninjauan kembali (reviewing phase). Jelaskan maksud dan arti dari tahapan-tahapan negosiasi tersebut.
3. Pidato adalah ucapan dengan susunan yang baik untuk disampaikan kepada orang banyak. Pidato yang baik dapat memberikan suatu kesan positif bagi orang-orang yang mendengarnya. Selain itu, kemampuan berpidato seseorang (berbicara di depan publik) dapat membantu mencapai jenjang karir didalam pekerjaan. Berpidato diperlukan aspek teknis, unsur, dan cara yang digolongkan menjadi aspek internal dan aspek eksternal. Jelaskan aspek-aspek internal dan aspek eksternal yang perlu diperhatikan agar berpidato menjadi lebih baik.
4. Jelaskan pengertian rapat (pertemuan bisnis), dan kemukakan pula mengapa perlu diadakan rapat dalam organisasi. (situasi apa yang mendorong rapat harus diselenggarakan).

**Contoh :**

**Materi Komunikasi Bisnis (pertemuan 1)**

### PENGERTIAN KOMUNIKASI

Berikut adalah beberapa pengertian komunikasi yang diambil dari beberapa sumber :



- ❓ **Komunikasi** adalah suatu proses pertukaran informasi antar individu melalui sistem yang biasa (lazim) baik dengan simbol-simbol, sinyal-sinyal, maupun perilaku atau tindakan.
- ❓ **Komunikasi** adalah suatu proses penyampaian dan penerimaan pesan atau informasi diantara dua orang atau lebih dengan harapan terjadinya pengaruh yang positif atau menimbulkan efek tertentu yang diharapkan. Komunikasi adalah persepsi dan apresiasi.
- ❓ **Komunikasi** adalah sesuatu hal dasar yang selalu dibutuhkan dan dilakukan oleh setiap insan manusia, karena berkomunikasi merupakan dasar interaksi antar manusia untuk memperoleh kesepakatan dan kesepahaman yang dibangun untuk mencapai suatu tujuan yang maksimal diantara kedua nya. Untuk mencapai usaha dalam berkomunikasi secara efektif, maka sebaiknya kita harus mengetahui sejumlah pemahaman dan persoalan yang terjadi dalam proses berkomunikasi itu sendiri.

### **PENGERTIAN KOMUNIKASI BISNIS**

Berikut adalah beberapa pengertian komunikasi bisnis yang diambil dari beberapa sumber :

- ❓ **Komunikasi bisnis** adalah setiap komunikasi yang digunakan untuk membangun *partnerships*, sumber daya intelektual, untuk mempromosikan satu gagasan; suatu produk; servis; atau suatu organisasi, dengan sasaran untuk menciptakan nilai bagi bisnis yang dijalankan. Komunikasi Bisnis meliputi pengetahuan yang menyeluruh dari sisi internal dan eksternal bisnis tersebut. Komunikasi yang internal termasuk komunikasi visi (perseroan/perusahaan), strategi, rencana-rencana, kultur/budaya perusahaan, nilai-nilai dan prinsip dasar yang terdapat di perusahaan, motivasi karyawan, serta gagasan-gagasan, dll. Komunikasi eksternal termasuk merek, pemasaran, iklan, hubungan pelanggan, humas, hubungan-hubungan media, negosiasi-negosiasi bisnis, dll. Bagaimanapun bentuknya, semua hal tersebut memiliki tujuan yang sama, yaitu menciptakan suatu nilai bisnis (*create business value*).
- ❓ **Komunikasi bisnis** adalah komunikasi yang digunakan dalam dunia bisnis yang mencakup berbagai macam bentuk komunikasi baik komunikasi verbal maupun nonverbal.
- ❓ **Komunikasi bisnis** adalah proses pertukaran pesan atau informasi untuk mencapai efektivitas dan efisiensi produk kerja di dalam struktur dan sistem organisasi. Dalam kegiatan komunikasi bisnis, pesan hendaknya tidak hanya sekedar informatif tetapi juga haruslah Persuasif, agar pihak lain bersedia menerima suatu paham atau keyakinan atau melakukan suatu perbuatan atau kegiatan.
- ❓ **Komunikasi bisnis** adalah proses pertukaran pesan atau informasi untuk mencapai efektivitas dan efisiensi produk kerja di dalam struktur dan sistem organisasi. Dalam kegiatan komunikasi bisnis, pesan hendaknya tidak hanya sekedar informatif tetapi juga haruslah Persuasif, agar pihak lain bersedia menerima suatu paham atau keyakinan atau melakukan suatu perbuatan atau kegiatan.

Komunikasi bisnis berbeda dengan komunikasi antar pribadi maupun komunikasi lintas budaya. Komunikasi antar pribadi ( *interpersonal communications* ) merupakan bentuk komunikasi yang lazim dijumpai dalam kehidupan sehari-hari antara dua orang atau lebih untuk mencapai tujuan tertentu. Sedangkan komunikasi lintas budaya ( *intercultural / communication* ) merupakan bentuk komunikasi yang dilakukan antara dua orang atau lebih, yang masing – masing memiliki budaya yang berbeda.

### **UNSUR-UNSUR DALAM BERKOMUNIKASI**

Komunikasi meliputi 5 unsur, kemudian dikenal dengan formula 5 W + 1 H, yakni :

1. Komunikator = *who [communicator, source, sender]*
2. Pesan = *says what [message]*
3. Media = *in which channel [channel, media]*
4. Komunikan = *to whom [communicant, communicatee, reciever, recipient]*
5. Efek [*effect, impact, influence*]

Hal yang pertama dilakukan adalah memahami bentuk dasar komunikasi. Karena seorang komunikator yang baik harus memiliki beberapa alat komunikasi yang menunjang dalam menyampaikan suatu pesan. Seperti bagaimana cara menempatkan kata dalam suatu komunikasi sehingga memiliki arti dan bisa menarik minat dan simpati dari para pendengarnya dan mengajak peserta untuk ikut aktif dalam berkomunikasi seperti dalam kegiatan diskusi.

### **TEKNIK KOMUNIKASI**

1. Komunikasi informatif [*informative communication*]
2. Komunikasi persuasif [*persuasive communication*]
3. Komunikasi instruktif/ koersif [*instructive/ coersive communication*]
4. Hubungan manusiawi [*human relation*]

### **TUJUAN KOMUNIKASI**

1. Perubahan sikap [*attitude change*]
2. Perubahan pendapat [*opinion change*]

3. Perubahan perilaku [*behaviour change*]

4. Perubahan sosial [*social change*]

## **BENTUK KOMUNIKASI**

Pada dasarnya ada dua bentuk komunikasi yang umum digunakan dalam dunia bisnis, yaitu, komunikasi verbal dan komunikasi nonverbal.

### **1. Komunikasi verbal**

Komunikasi verbal (*verbal communication*) merupakan salah satu bentuk komunikasi yang disampaikan kepada pihak lain melalui tulisan (*written*) dan lisan (*oral*). Contohnya adalah membaca majalah, membaca surat kabar, mempresentasikan makalah dalam suatu acara seminar dan lain-lain.

Sedangkan komunikasi verbal memiliki tipe yang dibedakan menjadi dua yaitu, berdasarkan aktif atau pasifnya peserta komunikasi dalam proses komunikasi. Dimana komunikasi verbal dapat bertindak sebagai komunikator atau pengirim pesan dan dapat bertindak sebagai *audience*

Adapun dalam berkomunikasi secara verbal, dibutuhkan pengungkapan kata-kata yang disusun dalam suatu pola yang berarti, baik dalam bentuk tulisan maupun lisan, seperti :

#### **☒ Berbicara dan Menulis**

Suatu pesan yang sangat penting dan kompleks, sebaiknya disampaikan dengan menggunakan tulisan, seperti surat, memo dan laporan

#### **☒ Mendengarkan dan Membaca**

Untuk mencapai komunikasi yang efektif, maka diperlukan komunikasi dua arah, dimana orang-orang yang terlibat di dalamnya memerlukan ketrampilan mendengar (*listening*) dan membaca (*reading*).

### **2. Komunikasi Nonverbal**

Komunikasi nonverbal merupakan bentuk komunikasi yang paling mendasar dalam komunikasi bisnis. Walaupun pada umumnya komunikasi nonverbal memiliki sifat kurang terstruktur sehingga sulit untuk dipelajari, seperti memahami dalam penggunaan bahasa isyarat, ekspresi wajah, gerakan tubuh, sandi, simbol-simbol, warna dan intonasi suara. Dalam penyampaiannya, komunikasi verbal dan komunikasi nonverbal memiliki arti yang berbeda-beda, seperti dalam komunikasi nonverbal. pesan yang disampaikan biasanya dilakukan secara spontan tanpa memiliki rencana dan dilakukan secara tidak sadar dan bersifat alami

Adapun Komunikasi Nonverbal memiliki beberapa tujuan , yaitu:

#### **☒ Menyediakan dan memberikan informasi**

- ❓ Mangatur alur suatu percakapan
- ❓ Mengekspresikan emosi
- ❓ Memberi sifat dan melengkapi, menentang atau mengembangkan pesan-pesan verbal
- ❓ Mengendalikan atau mempengaruhi orang lain
- ❓ Mempermudah tugas-tugas khusus, misalnya dalam memberikan pengajaran pada saat kuliah

Kadang dalam prakteknya, di dalam suatu komunikasi bisnis terjadi penggabungan antar komunikasi verbal dan komunikasi nonverbal dalam suatu situasi. Karena biasanya kata-kata yang disampaikan dalam suatu komunikasi atau percakapan kadang hanya membawa sebagian dari pesan.

Dan relevansinya dalam komunikasi bisnis, tipe komunikasi nonverbal dapat menentukan kredibilitas dan kepemimpinan seseorang, yang dapat dilihat dari karakteristik suara, penampilan, sentuhan, gerakan dan posisi tubuh juga melalui ekspresi wajah dan mata.

#### **TAHAP – TAHAP DALAM PROSES KOMUNIKASI**

Menurut Courtland L Bovee dan Jhon V. Thilt dalam *Business Communication Today*, proses komunikasi ( *Communication Process* ) terdiri atas enam tahap, yaitu :

1. Pengirim mempunyai suatu ide atau gagasan.
2. Pengirim mengubah ide menjadi suatu pesan.
3. Pengirim menyampaikan pesan.
4. Penerima menerima pesan
5. Penerima menafsirkan pesan
6. Penerima memberi tanggapan dan mengirim umpan balik kepada pengirim

#### **EMPAT (4) KETERAMPILAN DASAR KOMUNIKASI**

Untuk dapat mengembangkan kemampuan dalam berkomunikasi secara efektif, baik secara personal maupun professional paling tidak kita harus menguasai empat jenis keterampilan dasar dalam berkomunikasi, yaitu :

1. menulis,
2. membaca,
3. berbicara;
4. mendengar

Persentase penggunaan saluran komunikasi adalah sebagai berikut :

- Menulis (*writing*): 9%
- Mendengarkan (*listening*): 45%
- Membaca (*reading*) : 16%
- Berbicara (*speaking*) : 30%

Disadari ataupun tidak, setiap hari kita melakukan, paling tidak, satu dari keempat hal tersebut diatas dengan lingkungan kita. Seperti juga pernafasan, komunikasi sering dianggap sebagai suatu kejadian otomatis dan terjadi begitu saja, sehingga seringkali kita tidak memiliki kesadaran untuk melakukannya secara efektif.

Aktivitas komunikasi adalah aktivitas rutin serta otomatis dilakukan, sehingga kita tidak pernah mempelajarinya secara khusus, seperti bagaimana menulis ataupun membaca secara cepat dan efektif ataupun berbicara secara efektif serta menjadi pendengar yang baik.

Menurut Stephen Covey, komunikasi merupakan keterampilan yang penting dalam hidup manusia. Unsur yang paling penting dalam berkomunikasi adalah bukan sekedar apa yang kita tulis atau yang kita katakan, tetapi karakter kita dan bagaimana kita menyampaikan pesan kepada penerima pesan. Penerima pesan tidak hanya sekedar mendengar kalimat yang disampaikan tetapi juga membaca dan menilai sikap kita. Jadi syarat utama dalam komunikasi yang efektif adalah karakter kokoh yang dibangun dari fondasi etika serta integritas pribadi yang kuat.

Tidak peduli seberapa berbakatnya seseorang, betapapun unggulnya sebuah tim atau seberapa kuatnya kasus hukum, keberhasilan tidak akan diperoleh tanpa penguasaan keterampilan komunikasi yang efektif. Keterampilan melakukan komunikasi yang efektif akan berperan besar dalam mendukung pencapaian tujuan dari seluruh aktivitas. Untuk dapat melakukan komunikasi yang efektif, maka kemampuan untuk mengirimkan pesan atau informasi yang baik, kemampuan untuk menjadi pendengar yang baik, serta keterampilan menggunakan berbagai media atau alat audio visual merupakan bagian yang sangat penting

## **HAMBATAN DALAM KOMUNIKASI**

Faktor hambatan yang biasanya terjadi dalam proses komunikasi, dapat dibagi dalam 3 jenis sebagai berikut:

### **❓ Hambatan Teknis**

Hambatan jenis ini timbul karena lingkungan yang memberikan dampak pencegahan terhadap kelancaran pengiriman dan penerimaan pesan. Dari sisi teknologi, keterbatasan fasilitas dan peralatan komunikasi, akan semakin berkurang dengan adanya temuan baru di bidang teknologi komunikasi dan sistem informasi, sehingga saluran komunikasi dalam media komunikasi dapat diandalkan serta lebih efisien.

#### ❓ **Hambatan Semantik**

Gangguan semantik menjadi hambatan dalam proses penyampaian pengertian atau idea secara efektif. Definisi semantik adalah studi atas pengertian, yang diungkapkan lewat bahasa. Suatu pesan yang kurang jelas, akan tetap menjadi tidak jelas bagaimanapun baiknya transmisi. Untuk menghindari mis-komunikasi semacam ini, seorang komunikator harus memilih kata-kata yang tepat dan sesuai dengan karakteristik komunikannya, serta melihat dan mempertimbangkan kemungkinan penafsiran yang berbeda terhadap kata-kata yangdigunakannya.

#### ❓ **Hambatan Manusiawi**

Hambatan jenis ini muncul dari masalah-masalah pribadi yang dihadapi oleh orang-orang yang terlibat dalam komunikasi, baik komunikator maupunkomunikan.

Menurut Cruden dan Sherman, hambatan ini mencakup :

Hambatan yang berasal dari perbedaan individual manusia, seperti perbedaan persepsi, umur, keadaan emosi, status, keterampilan mendengarkan, pencarian informasi, penyaringan informasi.

Hambatan yang ditimbulkan oleh iklim psikologis dalam organisasi atau lingkungan sosial dan budaya, seperti suasana dan iklim kerja serta tata nilai yang dianut .

Ditinjau dari aspek bisnis, organisasi adalah sarana manajemen (dilihat dari aspek kegiatannya). Korelasi antara Ilmu Komunikasi dengan Organisasi terletak pada peninjauannya yang berfokus kepada manusia-manusia yang terlibat dalam mencapai tujuan organisasi.

Dalam lingkup organisasi, tujuan utama komunikasi adalah memperbaiki organisasi, yang ditafsirkan sebagai upaya yang dilakukan untuk mencapai tujuan-tujuan manajemen. Komunikasi organisasi terjadi setiap saat. Dan dapat didefinisikan sebagai pertunjukan dan penafsiran pesan di antara unit-unit komunikasi yang merupakan bagian dari suatu organisasi. Suatu organisasi terdiri dari unit-unit komunikasi dalam hubungan hierarchies antara satu dengan lainnya dan berfungsi dalam suatu lingkungan.

Komunikasi bisnis adalah proses pertukaran pesan atau informasi untuk mencapai efektivitas dan efisiensi produk kerja di dalam struktur (jenjang / level) dan sistem organisasi yang kondusif. Dalam kegiatan komunikasi bisnis, pesan hendaknya tidak hanya sekedar informatif, yaitu agar pihak lain mengerti dan tahu, tetapi juga haruslah Persuasif, agar pihak lain bersedia menerima suatu paham atau keyakinan atau melakukan suatu perbuatan atau kegiatan.

Dalam proses komunikasi semua pesan atau informasi yang dikirim akan diterima dengan berbagai perbedaan oleh penerima pesan/informasi, baik karena perbedaan latar belakang, persepsi, budaya maupun hal lainnya. Untuk itu, suatu pesan atau informasi yang disampaikan hendaknya memenuhi 7 syarat atau dikenal juga dengan 7 C, yaitu :

**1. *Completeness* (Lengkap)**

Suatu pesan atau informasi dapat dikatakan lengkap, bila berisi semua materi yang diperlukan agar penerima pesan dapat memberikan tanggapan yang sesuai dengan harapan pengirim pesan.

**2. *Conciseness* (Singkat)**

Suatu pesan dikatakan *concise* bila dapat mengutarakan gagasannya dalam jumlah kata sekecil mungkin (singkat, padat tetapi jelas) tanpa mengurangi makna, namun tetap menonjolkan gagasannya.

**3. *Consideration* (Pertimbangan)**

Penyampaian pesan, hendaknya menerapkan empati dengan mempertimbangkan dan mengutamakan penerima pesan.

**4. *Concreteness* (konkrit)**

Penyampaian pesan hendaknya disampaikan dengan bahasa yang gampal, pasti dan jelas.

**5. *Clarity* (Kejelasan)**

Pesan hendaknya disampaikan dengan bahasa yang mudah dimengerti dan mudah diinterpretasikan serta memiliki makna yang jelas.

**6. *Courtesy* (Kesopanan)**

Pesan disampaikan dengan gaya bahasa dan nada yang sopan, akan memupuk hubungan baik dalam komunikasi bisnis.

**7. *Correctness* (ketelitian)**

Pesan hendaknya dibuat dengan teliti, dan menggunakan tata bahasa, tanda baca dan ejaan dengan benar (formal atau resmi).

Perbedaan latar belakang perbendaharaan bahasa, dan pernyataan emosional, juga dapat menimbulkan munculnya kesalahpahaman antara pengirim dan penerima pesan. Masalah-masalah tersebut antara lain :

1. Masalah dalam mengembangkan pesan
2. Masalah dalam menyampaikan pesan
3. Masalah dalam menafsirkan pesan

## **KEBERHASILAN KOMUNIKASI BISNIS**

Keberhasilan komunikasi di dalam suatu organisasi akan ditentukan oleh kesamaan pemahaman antara-orang yang terlibat dalam kegiatan komunikasi. Kesamaan pemahaman ini dipengaruhi oleh kejelasan pesan, cara penyampaian pesan, perilaku komunikasi, dan situasi (tempat dan waktu) komunikasi. Komunikasi organisasi biasanya menggunakan kombinasi cara berkomunikasi (lisan, tertulis dan tayangan) yang memungkinkan terjadinya peyerapan informasi dengan lebih mudah dan jelas.

Secara empiris, pemahaman orang perihal sesuatu hal akan lebih mudah diserap dan dipahami jika sesuatu tersebut diperlihatkan dibanding hanya diperdengarkan atau dibacakan. Dan akan lebih baik lagi hasilnya jika sesuatu yang dikomunikasikan tersebut, selain diperlihatkan juga sekaligus dipraktikkan.

Hasil studi tentang perilaku bisnis di kalangan eksekutif menunjukkan fakta bahwa kemampuan berkomunikasi merupakan unsur pokok di antara berbagai faktor personal yang diperlukan untuk mempromosikan manajemen organisasi atau mengatasi konflik manajemen (Boove and Thill, 2002). Dengan kata lain, kemampuan berkomunikasi efektif sekaligus juga merupakan salah satu ciri mutu SDM karyawan. Istilahnya, komunikasi efektif dalam suatu organisasi dapat diumpamakan seperti *darah dalam tubuh* dan kunci kesuksesan.

Keberhasilan komunikasi bisnis juga sangat ditentukan oleh adanya efektivitas dalam komunikasi bisnis. Efektivitas komunikasi bisnis, seperti halnya jenis komunikasi lainnya ditentukan beberapa hal :

### **1. Persepsi**

Komunikator harus dapat memprediksi apakah pesan yang disampaikan dapat diterima komunikan.



## **2. Keberhasilan Teknologi Informasi dan Komunikasi**

Salah satu faktor keberhasilan komunikasi bisnis dalam penggunaan teknologi informasi dan komunikasi yaitu adanya proses integrasi informasi menyangkut ketersediaan komunikasi data yang tepat guna. Ini mencakup beberapa faktor antara lain, pertama, cakupan (*range*) produk jasa komunikasi data yang dimiliki. Dengan adanya hirarki, jenis, dan besar kecilnya manufaktur mempunyai perbedaan karakteristik sistem informasi yang dibutuhkan sehingga diperlukan jenis layanan komunikasi yang berbeda pula. Kedua, *Coverage*. Diperlukan provider yang dapat menyediakan layanan di lokasi manapun mengingat lokasi manufaktur yang menyebar dan terkadang di daerah yang terpencil (*rural area*). Ketiga, unjuk kerja (*performansi*). Performansi yang tinggi merupakan syarat utama agar komunikasi selalu dapat dilakukan. Keempat, *Biaya*. Faktor biaya menjadi salah satu faktor yang perlu dipertimbangkan agar efisiensi tetap dapat ditingkatkan.

### **Komunikasi berbasis internet**

Internet menjadi suatu media komunikasi yang memegang peranan sangat penting dalam perkembangan bisnis, secara garis besar terdapat tiga aktivitas bisnis utama yang dapat dikomunikasikan lewat internet :

- ❑ Membangun Produk.
- ❑ Aktivitas operasional
- ❑ Pelayanan Jasa,

Berbagai aktivitas bisnis dapat dilakukan melalui internet, beberapa diantaranya adalah sebagai berikut :

- ❑ Berbagi data internal.
- ❑ Rekrutmen calon pegawai.
- ❑ Memperoleh partner bisnis, dan pelanggan.
- ❑ Menemukan informasi eksternal (pihak luar).
- ❑ Pembelian material dan peralatan.
- ❑ Promosi produk dan jasa.
- ❑ Fasilitas penunjang bagi pelanggan.
- ❑ Media kolaborasi dengan partner bisnis.
- ❑ Publikasi perkembangan bisnis.

Komunikasi bisnis berbasis internet, dapat dilakukan dengan berbagai macam cara, yaitu :

- ❑ Menggunakan e-mail
- ❑ Diskusi melalui Milist (*mailing list*)
- ❑ Membuat suatu group/komunitas
- ❑ Melalui video konferensi
- ❑ Pesan singkat
- ❑ Telepon berbasis internet, dan
- ❑ Transfer data/dokumen

### **3. Ketepatan**

Komunikasi atau audience memiliki kerangka pikir. Agar komunikasi yang dilakukan tepat sasaran, komunikator perlu mengekspresikan hal yang ingin disampaikan sesuai dengan kerangka pikir komunikan.

### **4. Kredibilitas**

Dalam berkomunikasi komunikator perlu memiliki suatu keyakinan bahwa komunikan dapat dipercaya. Sebaliknya dia juga harus bisa mendapatkan kepercayaan dari komunikan.

### **5. Pengendalian**

Dalam komunikasi, komunikan memberikan reaksi/umpan balik/feedback terhadap pesan yang disampaikan. Reaksi ini harus bisa ditanggapi sekaligus dikendalikan oleh komunikator sehingga tidak melenceng dari target komunikasi yang diharapkan.

### **6. Kecocokan**

Komunikator yang baik selalu dapat menjaga hubungan persahabatan yang menyenangkan dengan komunikan.

Pendapat lain mengatakan bahwa agar komunikasi berjalan secara efektif dan efisien maka ada 3 hal yang sangat penting yaitu :

1. Mampu membuat pesan dipahami.
2. Harus memahami pesan yang diharapkan yang dikirim kepada anda.
3. Kendali atas proses komunikasi harus diterapkan.

Selain itu agar dapat melakukan komunikasi bisnis yang efektif, seorang komunikan harus memiliki 3 kemampuan (*skill*), yaitu :

1. Empati,

2. Pembicara yang sederajat,
3. Proyeksi atau menciptakan dampak.

Dengan demikian apabila komunikasi bisnis berjalan secara efektif di suatu perusahaan akan dapat menghasilkan beberapa hal sebagai berikut :

- ☒ Mempercepat Penyelesaian Masalah.
- ☒ Memperkuat Pengambilan Keputusan.
- ☒ Meningkatkan Profesionalisme.
- ☒ Memberikan Respon yang Positif terhadap Stakeholder.
- ☒ Meningkatkan Produktivitas.
- ☒ Memperkuat hubungan Bisnis.

**Referensi :**

1. Bovee, Courtland L., and John C.Thill, "Business Communication Today, 9th Edition",Prentice Hall International Inc, 2008 (BT).
2. Feriyanto, Andri dan Shyta Triana, Endang. Komunikasi Bisnis (Strategi Komunikasi dalam Mengelola Bisnis).Yogyakarta:MEDIATERA, 2015.
3. Quible, Zane K., Margaret H. Johnson and Dennis Mott, "Business Communication, Principles and Application," Prentice Hall Internation Inc, 1996 (QJM).