

Untuk Kalangan Sendiri

**DIKTAT KULIAH
KOMUNIKASI BISNIS**



Oleh :

Ir. Sabar Napitupulu, S.E., M.M., M.Ak.

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI SWADAYA

Jl. Raya Jatiwaringin No. 36 Cipinang Melayu, Makassar, Kota Jakarta Timur

KATA PENGANTAR

Puji syukur kita panjatkan Kehadirat Tuhan Yang Maha Kuasa, atas limpahan rahmat dan karunianya, sehingga Diktat Buku Komunikasi Bisnis ini dapat diselesaikan.

Diktat Buku ini berisi tentang Bahan Kuliah Komunikasi Bisnis. Pada kesempatan ini juga penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan penulisan diktat ini.

Penyusun menyadari masih banyak terdapat kekurangan dalam penulisan Diktat ini, untuk itu kritik dan saran akan sangat berharga untuk penulis dalam memperbaiki penulisan makalah ini. Semoga Tuhan Yang Maha Kuasa senantiasa meridhoi setiap usaha kita, Amin.

Jakarta, September 2019

Penulis,,

Sabar Napitupulu

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	ii
BAB I DASAR-DASAR KOMUNIKASI	1
1.1. Pengertian Komunikasi	1
1.2. Bentuk Dasar Komunikasi	2
1.3. Proses Komunikasi	3
1.4. Prinsip Dasar Komunikasi	8
1.5. Kesalahpahaman Dalam Komunikasi	14
1.6. Cara Berkomunikasi Yang Efektif	15
1.7. Komunikasi Yang Berhasil	16
1.8. Jenis-Jenis Komunikasi	17
1.9. Jaringan Komunikasi	18
BAB II KOMUNIKASI DALAM LINGKUNGAN BISNIS	19
2.1. Hubungan Komunikasi	19
2.2. Komunikasi Verbal	21
2.3. Komunikasi Non Verbal	23
2.4. Pola Komunikasi	23
BAB III WAWANCARA (INTERVIEW)	30
BAB IV RAPAT (MEETING)	37

BAB I

DASAR – DASAR KOMUNIKASI

I. PENGERTIAN KOMUNIKASI

Komunikasi merupakan faktor penting dalam kehidupan manusia dimana dengan komunikasi akan terjadi pertukaran pesan yang disampaikan baik secara verbal maupun non verbal yang menghasilkan, mengalihkan dan menerima pesan-pesan tersebut.

Komunikasi bisa diantara dua orang, dalam kelompok masyarakat sebagai subjek komunikasi mengenai satu hingga beberapa bidang (masalah) dalam bentuk pesan sebagai obyek komunikasi untuk mempengaruhi perilaku masyarakat/organisasi.

Komunikasi yang terjadi dalam organisasi karena komunikasi bertujuan :

1. Memberikan informasi kepada klien, kolega, bawahan dan penyelia.
2. Menerima informasi dan memberikan tanggapan.
3. Mempengaruhi orang lain untuk merangsang minat, mengurangi permusuhan dan menggerakkan masyarakat untuk melakukan sesuatu atau telah melakukan sesuatu untuk mendidik perilaku masyarakat.

Komunikasi bisnis adalah komunikasi yang digunakan di dalam dunia bisnis, baik komunikasi verbal maupun komunikasi non verbal, untuk mempengaruhi perilaku individu dan organisasi, dan bertujuan :

1. Menyelesaikan masalah dan membuat keputusan

Semakin tinggi kedudukan seseorang dalam bisnis, akan semakin tergantung pada keahlian (Keahlian konsepsi dan keahlian teknis) dalam memecahkan masalah dan membuat keputusan, sementara manajer bawahan hanya memerlukan keahlian teknis.

2. Mengevaluasi perilaku secara efektif

Para anggota organisasi memerlukan penilaian untuk hal yang sudah dilakukan serta koreksi terhadap prestasi yang dicapai. Evaluasi tersebut memerlukan kepekaan dan keahlian komunikasi.

II. BENTUK DASAR KOMUNIKASI

A. Komunikasi Verbal

Komunikasi verbal merupakan komunikasi yang disampaikan kepada pihak lain melalui lisan atau secara tulisan.

Komunikator yang efektif harus memiliki kemampuan untuk menyampaikan pesan antara lain:

- Dengan menetapkan kata-kata dan kalimat yang mudah dimengerti
- Mampu mengubah situasi agar tidak kaku
- Berhasil mengajak peserta untuk aktif berkomunikasi
- Bisa menyelipkan humor sehingga tidak membosankan
- Menggerakkan tangan untuk membantu peserta memahami ucapannya

Pengiriman pesan secara lisan lebih dominan dibandingkan dengan secara tulisan karena lebih praktis (per-telepon, SMS) dibandingkan dengan memo.

Menerima pesan dengan mendengar tergantung pada kemampuan mendengar dan merekam yang makin lama makin berkurang sehingga pesan makin lama makin berkurang sedangkan dengan membaca kadang-kadang sulit memahami pesan-pesan penting yang terkandung dalam kalimatnya.

B. Komunikasi Non Verbal

Bentuk komunikasi yang tertua dan mendasar dan komunikasi masyarakat adalah bahasa isyarat (body language) seperti:

- Mata merah dan melotot karena marah
- Tersenyum dan jabat tangan tanda persahabatan
- Mengangguk dan menggeleng
- Grogi di muka umum
- Ekspresi wajah pada waktu bahagian atau waktu duka

Pentingnya komunikasi non verbal:

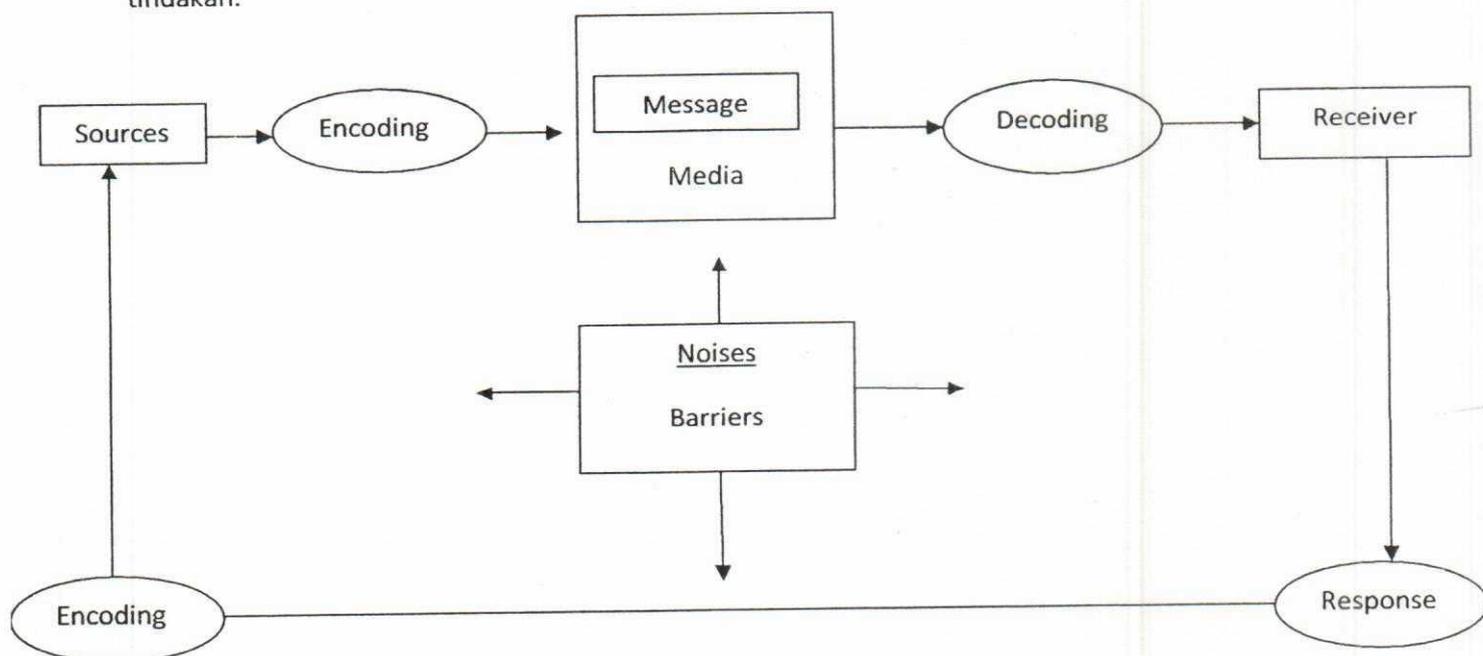
1. Menunjukkan kebebaran (kesahihan/reliabilitas) dari isi pesan
2. Untuk menyampaikan perasaan dan emosi
3. Mendeteksi kecurangan (Lie Detector) atau menegaskan kejujuran pembicara
4. Efisiensi untuk pengiriman dan penerima pesan

Komunikasi non verbal menurut Jhon V. Thill dan Constlant Bouce dalam "Excellence in Business Communication" adalah:

1. Emnyediakan/memberi informasi
2. Mengatur alur suatu percakapan
3. Mengekspresikan emosi
4. Memberi sifat, melengkapi, menentang atau mengebangkan pesan-pesan verbal
5. Mengendalikan atau mempengaruhi orang lain
6. Mempermudah tugas-tugas khusus , umpamanya mengajak seseorang untuk lancar main musik

III. PROSES KOMUNIKASI

Menurut William C. Himsheet dan Wayne Merlin oleh bukunya yang berjudul *Business Communication Principle and Methods*, komunikasi merupakan suatu proses pertukaran informasi antara individu melalui sistem lain, baik dengan simbol-simbol, sinyal-sinyal maupun perilaku dan tindakan.



A. Konteks (Lingkungan)

Seluruh komunikasi terjadi dalam suatu konteks (lingkungan dari beberapa jenis:

1. Konteks fisik meliputi ruangan, obyek nyata, pemandangan dsb.
2. Konteks susio psikologis meliputi faktor-faktor seperti status orang yang terlibat dalam hubungan komunikasi, peran mereka dan tingkat kesungguhannya.

3. Dimensi pemulihan waktu atau tempo meliputi saat dan rentetan peristiwa yang dirasakan, yang terjadi sebelum peristiwa komunikasi.

B. Sumber (Source)

Sumber adalah pemrakarsa suatu pesan, setiap orang menjadi sumber dari pesan-pesan tersebut karena komunikasi melibatkan orang-orang yang berkomunikasi dengan orang lain dalam lingkungan organisasi.

Dalam proses komunikasi setiap manusia adalah *transformer* yaitu sumber pengirim dan penerima pesan-pesan pada saat yang sama, setiap sumber sebagai penerima melakukan penguraian sandi (*decoding*) dari sebagai pengirim melakukan penyandian (*encoding*) pada saat yang sama, *encoding* yaitu merumuskan dan mengirimkan pesan-pesan sambil merasakan dan memaknai pesan-pesan tersebut.

Penyandian/penguraian Sandi

Penyandian (*encoding*) yaitu tindakan pemberian simbol-simbol pada pemikiran (memutuskan kata-kata yang harus dikatakan), menetapkan gelombang suara yang penuh arti, yang pantas untuk penyandian dengan melalui sesuatu sambil menerjemahkan ke dalam pemikiran, merupakan penguraian sandi (*decoding*). Fungsi penyandian dan penguraian sandi dilakukan bersamaan.

Umpan balik/umpan depan

Seiring melibatkan kombinasi pesan-pesan verbal dan non verbal, umpan balik (*feedback*) tersusun berdasarkan informasi pesan-pesan yang dikirim seluruhnya, sedangkan umpan depan (*feedforward*) merupakan informasi mengenai pesan-pesan yang akan dikirimkan pada masa datang. Umpan depan disusun untuk memberitahukan sesuatu kepada pendengar mengenai isi pesan yang akan datang, meliputi pernyataan verbal dan/atau indikator-indikator non verbal (misalnya perubahan isi hati) tanda kening berkerut merupakan perubahan dalam nada komunikasi.

(misalnya perubahan isi hati) tanda kening berkerut merupakan perubahan dalam nada komunikasi.

Komunikasi yang berhasil banyak tergantung pada keefektifan dalam merasakan umpan balik dibanding pengguna dan pemahaman umpan depan yang luas, dengan demikian umpan balik adalah sesuatu yang esensial dan umpan depan adalah sesuatu yang fakultatif.

Saluran

Saluran (*channel*) komunikasi adalah media tempat pesan-pesan disampaikan.

Komunikasi dilingkungan bisnis biasanya menggabungkan tampilan :

- Vokal (saluran pendengaran)
- Pendengar (saluran penglihatan)
- Sentuhan (saluran peraba)
- Penciuman (saluran penciuman)
- Persa (saluran saraf)

Dalam saluran pesan komunikasi

Memilih parfum, mengirim kue menggunakan saluran penciuman dan saluran perasa.

Jenis-jenis hambatan (*barriers*)

1. Hambatan pada Sender (*sender related problem*) karena :

- a. Kelemahan merumuskan tujuan komunikasi dalam bentuk yang mudah dimengerti (*lack of communication goal*) diimbangi dengan contoh.
- b. Kelemahan dalam keterampilan komunikasi antara lain : kata, vokal dan tata bahasa (*lack of communication skill*).

Cara mengatasi :

- Kata-kata yang digunakan harus disesuaikan dengan pendidikan.
 - Vokal tergantung dalam kecepatan bicara
- c. Kurang peka dalam hubungan antar pribadi (*interpersonal intensity*), misalnya: berbicara dengan nada menuduh.
Maksudnya baik, tetapi cara penyampaiannya salah.

d. Perbedaan sudut pandang (*differebt frame of reference*) antara lain, karena fakta yang dilihat, ilmu pengetahuan dan pengalaman.

e. kredibilitas sender (posisi/reputasi), membangun kredibilitas sangat sulit.

2. Hambatan pada receiver (*receiver related problem*) karena:

a. Kecenderungan menilai tentang pembicaraan dan isi pembicaraan (*Hallo Effect*)



Contoh: Walau teman kita salah selalu kita bela sebab dia adalah teman kita.

b. Prasangka berdasarkan pengalaman masa lalu terhadap sender.

c. Selektif (memilih-milih informasi yang menarik atau dikuasai).

d. Lemahnya umpan balik (*feedback*).

3. Hambatan pada situasi karena :

a. Hambatan Kultural

Misalnya: cara duduk atau cara berpakaian.

b. Minusnya informasi, biasanya dalam seminar, rapat, di mana terdapat tanya jawab atau pada presentasi lisan.

c. Keterbatasan waktu

Misalnya: waktu pidato yang disediakan 20 menit, harus direncanakan beberapa menit bicara pembukaan, berapa menit isi pidato dan berapa menit penutupan pidato.

d. Susunan Komunikasi

Terdapat 2 aspek :

1. Kemampuan berkomunikasi

Misal: pelawak bisa menghibur orang lain sekalipun suasananya tidak mendukung.

2. Isi/pesan

Jika isinya baik tentu mendapat response dari receiver, tapi isinya tentang PHK tentu membuat receiver berduka.

e. Hambatan fisik

Misal : capek, tegang, sakit dan cacat fisik.

f. Hambatan Lingkungan

Misal : cuaca, sound system, suara bising, jarak.

g. Tidak sesuai bahasa verbal dan bahasa non verbal.

Umpan : Menyampaikan kenaikan harga dengan tertawa-tawa.

h. Reaksi emosional

Misal : disuruh melakukan sesuatu yang tidak berkenaan di hati.

Mengatasi hambatan komunikasi :

1. Berhati-hati dalam menyampaikan pesan dengan :

- a. Bahasa yang komunikatif
- b. Merubah kebiasaan, misal, tat cara bicara.
- c. Sikap dan penyampaian misalnya tidak imperatif
- d. Menimbulkan minat

2. Meminimalkan gangguan dalam proses komunikasi.

Misal ruang yang sejuk dan nyaman sound system yang baik dan lain-lain.

3. Mempermudah respon atau feedback dengan sarana komunikasi yang cepat, misalnya telepon atau tatap muka.

Gangguan (*noise*)

Dapat berupa :

1. Gangguan fisik berupa penglihatan dan suara eksternal, misal, cetakan buram, warna-warna yang membingungkan, suara mesin dsb.

2. Gangguan Psikologis terjadi karena adanya prasangka dan penyimpangan pikiran pengirim (*sender*) dan / atau penerima (*receiver*) yang meliputi berbagai variabel antar personal, misal. Nilai, sikap dan opini yang bertentangan.
3. Gangguan Semantik melibatkan kesalah pahaman arti yang dimaksud karena kosa kata yang dipakai tidak memadai dan tidak lazim atau penggunaan bahasa teknis atau bahasa golongan tertentu (bahasa gaul).

IV. PRINSIP DASAR KOMUNIKASI

1. Komunikasi tak mungkin dihindari
2. Sebagian besar kesan dibuat untuk menanggapi isyarat nonverbal.
3. Konteks (lingkungan) mempengaruhi komunikasi
4. Arti pesan terdapat pada orang-orang bukan dalam kata-kata.
5. Komunikasi tidak dapat dirubah
6. Gangguan merupakan suatu faktor dalam situasi komunikasi apapun.
7. Komunikasi sirkuler bukan linier
8. Komunikasi merupakan hal yang paling efisien pada saat partisipan membagi sejumlah pengalaman umum.
9. Komunikasi selalu menimbulkan beberapa jenis efek

1) Komunikasi tak mungkin dihindari

Tidak ada satu pun yang bukan merupakan komunikasi sehingga oleh De Vito 1988 dikatakan bahwa komunikasi tidak dapat dielakkan sehingga kita tidak dapat tidak berkomunikasi dan tidak dapat tidak memberikan tanggapan.

Dalam berkomunikasi ada 2 kesan:

1. Kesan yang disengaja
2. Kesan yang tidak disengaja.

1. Kesan yang disengaja

Komunikasi yang terampil merencanakan suatu presentasi, mempertimbangkan kesan pertama pada saat presentasi, dengan cara:

- a. Mengamati cara orang-orang yang percaya diri berjalan memasuki ruangan (warna, tekstur dan gaya pakaian)
- b. Teknik berjabat tangan
- c. Cara menempatkan para penyaji yang menarik dan pengaturan tempat duduk yang tepat.

Untuk menghasilkan kesan yang tepat diperhatikan:

- a. Perencanaan dan pelatihan yang baik sebelumnya.(dapat mengalihkan perhatian)
- b. Mempertimbangkan variabel-variabel Komunikasi yang dapat mempengaruhi keberhasilan seperti faktor isi dan kualitas Komunikasi tulisan, pakaian gaya, waktu dan tempat.
- c. Isi pesan komunikasi yang merupakan suatu unsur dasar yang penting dalam pembuatan keputusan.

2. Kesan yang tak disengaja

Merupakan kesan yang dapat disalah tafsirkan atau membuat bingung, umpamanya:

- Melipat tangan dalam suatu presentasi yang di tafsirkan sebagai perilaku negatif atau perilaku tertutup. Untuk mengatasi ini dapat memakai alat peraga (OHP) atau Video.
- Memasukkan tangan kedalam saku celana serta memainkan kunci dan uang receh.
- Mengubah posisi kaki, membetulkan dasi dan tetrtekan. Ini bukan masalah tapi mengganggu dalam komunikasi terhadap pesan.
- Perilaku yang tak disengaja yang diterima secara negatif oleh pengajar / instruktur.

2) Sebagian besar kesan dibuat untuk menanggapi isyarat nonverbal.

Komunikasi non verbal (nirlisan) = komunikasi yang tidak disampaikan melalui kata-kata berisi penekanan, pelengkap, bantahan, keteraturan, pengulangan atau pengganti pesan verbal.

Menekankan berarti menyorot tajam atau menekankan beberapa pesan verbal.

Melengkapi berarti memperkuat sikap atau sifat verbal.

Membantah berarti menunjukkan perilaku yang tidak mempengaruhi pesan verbal.

Mengatur berarti mengendalikan atau menunjukkan perubahan arah pesan verbal.

Mengulang berarti mengulangi pernyataan pesan verbal dengan perilaku non verbal.

Mengganti berarti mengganti pesan verbal dengan pesan non verbal yang memiliki arti serupa.

Isyarat non verbal yang membentuk komunikasi verbal adalah:

Apabila seseorang datang ke kantor akan tetapi sifat tersebut terus memeriksa walaupun sepiintas, proyek-proyek yang sedang dikerjakannya diatas meja kerjanya menyimpulkan bahwa sifat tersebut lebih suka mengerjakan proyeknya dari pada berbincang-bincang di depannya.

Untuk itu, adanya senyum yang ramah, nada vokal yang hangat dan penuh perhatian justru akan lebih menentukan dan melengkapi pesan yang penuh penghargaan.

Komunikasi non verbal relatif primitif dan emosional yang memiliki keterbatasan karena sulit mengkomunikasikan konsep-konsep abstrak seperti kebenaran, keadilan, etika secara non verbal.

Penguraian sandi (decoding) terhadap pesan nonverbal akan memberikan lebih banyak indikasi apa yang sebenarnya dirasakan dan dimaksud orang-orang akan penguraian sandi isyarat non verbal yang tidak akurat dapat menjadi suatu hal yang memalukan, misalnya seseorang merasa mempunyai lain tertarik padanya, pada senyum dan tawa serta kerendahan yang berlebihan mungkin mungkin beramah tamah belaka atau perwujudan kegelisahan.

Seorang komunikator bisnis memerlukan kemampuan penyampaian yang efektif karena akan berperan penting dalam pembuatan pesan akhir atas keberhasilan atau kegagalan presentasi.

Contoh: Nada suara yang memberi kesan bahwa komunikasi bisnis bersifat tidak peduli, tidak tertarik kepada pendengar atau tidak terkesan terhadap produk.

3) Konteks (Lingkungan) Mempengaruhi Komunikasi

Gagasan-gagasan yang disajikan akan berbeda dalam penafsirannya tergantung:

1. Kondisi saat menyampaikan gagasan

a. Kondisi fisik

Partisipan tidak akan memberikan arti yang serupa pada interaksi komunikasi yang sama yang diselenggarakan di klub malam atau gereja untuk mengendalikan konteks komunikasi adalah dengan mengajak calon pelanggan makan malam di restoran dan mengadakan presentasi dalam suasana bisnis.

b. Dimensi Psikologi

Dimensi ini terkait dengan karakter perusahaan atau budaya perusahaan.

2. Waktu

Pemilihan waktu merupakan aspek konteks yang penting dan pemahaman mengenai pemilihan waktu merupakan masalah penting.

Umpamanya: Menelepon macam-macam.

4) Arti Pesan terhadap orang-orang bukan dalam kata-kata.

Pesan yang diingat orang-orang seringkali bukan pesan yang dimaksud si komunikator, tetapi pesan yang diingat adalah apa yang diinterpretasikan pendengar.

Misalnya: Produk anda memiliki 2 ciri yang tak satu pesaing pun mengembangkannya.

Para pendengar memproses informasi ini dengan cara yang tak sama mis:

- Menganalisis susunan kata-kata
- Alur pendengar ter-stimulasi sehingga berupaya mengetahui berapa banyak ciri yang dimiliki perusahaan pesaing, tetapi tak dimiliki perusahaan anda karena arti pesan terdapat pada orang, maka untuk seorang komunikator akan menyatakan kembali konsep utamanya lebih dari satu kali atau menggunakan pola bahasa yang berbeda.

5) Komunikasi tidak dapat dirubah.

Pada suatu waktu, anda mungkin dapat menyebut apa yang anda katakan atau lakukan, akan tetapi hanya memberi informasi tambahan atau informasi terhadap tindakan terdahulu, dengan demikian peristiwa atau latar komunikasi tak dapat diubahnya.

Sebagai kesan-kesan pertama tidak dapat diubah karena anak panah yang sudah dilepas tidak dapat ditarik kembali, kesan pertama cenderung abadi oleh karenanya seorang pengusaha akan sangat berhati-hati dalam cara berpakaian, cara berjalan, memasuki ruang rapat, cara menyapa, cara menyampaikan pernyataan pembuka dan sebagainya. Yang secara cepat beradaptasi karena komunikasi tak dapat diubah.

6) Gangguan mempengaruhi Komunikasi

Gangguan merupakan suatu faktor dalam situasi komunikasi apapun.

Gangguan dapat berupa:

- Gangguan fisik (penglihatan dan suara eksternal)
- Gangguan psikologis (Prasangka dan penyimpangan dalam pikiran penerima.
- Gangguan sementara (penggunaan bahasa)

Disamping itu gangguan dapat berupa keadaan lelah, belum istirahat, rasa lapar, dampak yang berlebihan antara lain:

Cara mengatasi gangguan

- Menutup pintu atau mematikan perangkat stereo, HP
- Pengulangan pesan dan/atau penggunaan lebih dari satu saluran komunikasi (memakai HP dan menjelaskannya)
- Menyampaikan pesan-pesan non verbal yang dengan pesan verbal (gerak badan yang mendukung)
- Tidak memakai jargon teknis (hard core, interfere) pada orang-orang yang tak memiliki referensi istilah tersebut.

7) Komunikasi adalah Sirkuler

Komunikasi adalah sirkuler buka linear berarti bahwa orang mengirim dan menerima komunikasi secara serempak

Bahwa sebelum distimulasi untuk menyandikan pesan, ia mungkin memberikan umpan depan (secara verbal/non verbal) menunjukkan betapa pentingnya pesan yang akan datang tersebut bagi penerima (memberi tahu harus hadir dalam rapat)

Karena aspek-aspek yang serempak, berupa komunikasi dapat dianggap sebagai sebuah lingkaran atau spir karena orang-orang memproses umpan balik ketika mereka berbicara pada arena lain dan mereka berbicara padadiri sendiri (dalam pikiran) ketika orang lain sedang berbicara.

8) Pentingnya menciptakan bermufakatan

Komunikasi merupakan hal yang paling efisien pada saat partisipan membagi sejumlah pengalaman umum.

Pengalaman umum dicapai melalui penggunaan simbol dan pembicaraan pengalaman yang dibagi, kesalah pahaman mungkin lebih sedikit terjadi dalam situasi seperti ini.

Semakin besar perbedaan pengalaman semakin sedikit komunikasi, sehingga para manajer harus mempunyai komunikasi yang lebih efektif untuk memahami perkataan tersebut. Dan untuk itu perlu ditetapkan dasar bermufakatan yang dapat diterima semua pihak.

9) Komunikasi memiliki efek

Komunikasi selalu menimbulkan efek, baik terhadap pengirim maupun penerima pesan, berupa memberikan atau tidak memberikan tanggapan baik verbal maupun nonverbal.

V. KESALAH PAHAMAN DALAM KOMUNIKASI

Kesalah pahaman dalam komunikasi:

- Masalah dalam mengembangkan pesan.
- Masalah dalam penyampaian pesan.
- Masalah dalam penerimaan pesan.
- Masalah dalam menafsirkan pesan.

1. Masalah Dalam Mengembangkan Pesan

Masalah dalam mengembangkan pesan :

- Munculnya keragu-raguan tentang isi pesan, kurang terbiasa dengan situasi yang ada atau dengan orang yang akan menerima.
- Adanya pertentangan emosi, atau kesulitan dalam mengekspresikan ide atau gagasan

2. Masalah dalam Menyampaikan Pesan

Masalah dalam penyampaian pesan yang paling jelas adalah faktor fisik.

3. Masalah dalam Menerima Pesan

Masalah yang muncul dalam penerimaan suatu pesan antara lain adanya persaingan antara penglihatan dengan suara, kursi yang tidak nyaman, lampu yang kurang terang, dan kondisi lain yang dapat mengganggu konsentrasi penerima.

4. Masalah dalam Menafsirkan Pesan

Perbedaan latar belakang, perbendaharaan bahasa, dan pernyataan emosional, dapat menimbulkan munculnya kesalah pahaman antara penerima pesan.

- a. Perbedaan Latar Belakang
- b. Perbedaan penafsiran Kata

Terletak pada bahasa, yang menggunakan kata-kata sebagai simbol untuk menggambarkan suatu kenyataan.

c. Perbedaan Reaksi Emosional

Setiap pesan paling tidak mencakup dua hal: (1) dalam arti isi (content) yang berkaitan dengan subjek suatu pesan; (2) dalam arti hubungan (relationship)

VI. CARA BERKOMUNIKASI YANG EFEKTIF

Untuk dapat melakukan komunikasi yang efektif diperlukan beberapa persyaratan, antara lain : persepsi, ketepatan, kredibilitas, pengendalian, dan kecocokan/keserasian.

a. Persepsi

Komunikasi harus dapat memprediksi apakah pesan-pesan yang akan disampaikan dapat diterima oleh penerima pesan. Audience sebagai penerima pesan melakukan penyesuaian untuk menghindari kesalahpahaman dalam komunikasi.

b. Ketepatan

Agar komunikasi yang dilakukan mencapai sasaran, perlu mengekspresikan hal yang ingin disampaikan sesuai dengan kerangka pikir audience. Apabila hal tersebut diabaikan, maka yang muncul adalah *miscommunication*.

c. Kredibilitas

Komunikator perlu memiliki suatu keyakinan bahwa *audience-audiecernya* adalah orang-orang yang dapat dipercaya.

d. Pengendalian

Audience akan memberikan suatu reaksi atau tanggapan terhadap pesan yang disampaikan yang dapat membuat komunikator tertawa, menangis, bertindak, mengubah pikiran, atau bersikap lemah lembut.

e. Kecocokan / keserasian

Komunikator yang baik selalu dapat menjaga hubungan persahabatan yang menyenangkan dengan *audience* sehingga komunikasi dapat berjalan lancar dan mencapai tujuannya.

Mengatasi Hambatan Komunikasi

1. Membuat Suatu Pesan Secara Lebih Berhati-hati

Dalam berkomunikasi adalah memperhatikan maksud dan tujuan komunikasi, dan *audience* yang dituju.

2. Meminimalkan Gangguan dalam Proses Komunikasi

Penyampain pesan dengan cara lisan (oral) akan efektif bila lokasi atau tempat penampaian pesan memiliki kondisi yang nyaman dan tenang, akustik/*sound system* yang baik, tempat duduk yang teratur, rapi dan nyaman, ruang yang sejuk.

3. Umpan balik antara si Pengirim dan si Penerima Pesan

Komunikator menghendaki umpan balik yang cepat, dapat dipilih sasaran komunikasi yang cepat, misalnya melalui tatap muka atau melalui telepon. Bila umpan balik yang cepat tidak terlalu dipentingkan, sasaran tulisan (surat) dapat menjadi alternatif yang baik untuk menyampaikan pesan.

VII. KOMUNIKASI YANG BERHASIL

1. Memiliki keyakinan (*self confidence*) dan tidak takut memberikan apa yang diminta pihak penerima.
2. Tidak menghargai seseorang yang datang karena mengharapkan sesuatu.
3. Secara konsisten memelihara hubungan dengan orang lain, tidak hanya ketika membutuhkan sesuatu dari orang tersebut.
4. Ulet dan tidak pernah menyerah.
5. Selalu menggunakan strategi untuk mencapai tujuan.
6. Menjadi pendengar yang baik, dan tidak meremehkan orang lain.
7. Memiliki wawasan yang luas dan terbuka dan mendengarkan hal-hal yang positif.
8. Segera pulih dari sikap penolakan orang lain (depresi).
Terungkap dari nada suara dan sikap.
9. Ramah, mudah didekati, dan tidak pelit memberikan penghargaan (*compliment*) kepada orang lain.

VIII. JENIS-JENIS KOMUNIKASI

A. Komunikasi berdasarkan Sifat hubungan meliputi :

1. Komunikasi langsung (*direct communication*), misal *Face to Face communication*.
2. Komunikasi tak langsung (*indirect communication*), misal *mediated communication* seperti surat, telpon.

B. Komunikasi berdasarkan arah meliputi :

1. Komunikasi satu arah (*one way communication*) yaitu pesan yang mengalir secara sepihak, tanpa umpan balik dari penerima.
2. Komunikasi dua arah (*two way communication*), terjadinya umpan balik dari penerima dan sebaliknya, misal : wawancara.

C. Komunikasi berdasarkan lambang mencakup :

1. Komunikasi verbal, menggunakan kata-kata yang diungkapkan secara lisan dan tertulis.
2. Komunikasi non verbal, tidak menggunakan kata-kata tapi gambar, simbol, tanda, kode, isyarat, bunyi-bunyi dan bahasa tubuh.

D. Komunikasi berdasarkan saluran, meliputi :

1. Komunikasi visual, menggunakan indra penglihatan, baik dalam bentuk bergerak (TV) maupun dalam bentuk diam (lukisan, foto-foto).
2. Komunikasi auditif, menggunakan indra pendengar, mencakup.
 - a. Komunikasi auditif verbal misal mendengar orang bicara, musik dll.
 - b. Komunikasi auditif non verbal misal membuka pintu karena mendengar ketukan.

E. Komunikasi berdasarkan sasaran, mencakup :

1. Komunikasi diri sendiri yang melibatkan diri sendiri baik sebagai pengirim maupun pendengar, misal menulis diary.
2. Komunikasi dengan pihak lain, misal telepon.

IX. JARINGAN KOMUNIKASI

Jaringan (network) merupakan pola komunikasi dalam suatu argumentasi sebagai saluran untuk penyampaian pesan dari suatu pihak kepada pihak lain.

Organisasi bisnis meliputi jaringan kerja formal dan informal.

Jaringan kerja formal adalah sudah dan terlihat dalam bagan organisasi yang menunjukkan siapa yang bertanggung jawab kepada siapa.

Bagan Organisasi menunjukkan tingkat wewenang dan mencerminkan arus informasi yang diharapkan baik lini maupun staf.

Jaringan komunikasi formal meliputi komunikasi rutin, tertulis dan dapat diramal, jaringan kerja informal adalah saluran yang tak resmi tempat berlangsungnya informasi dalam suatu organisasi. Jaringan komunikasi informal tidak dikendalikan oleh manajemen.

Saluran komunikasi informal mengalir kebawah, keatas dan horizontal dengan sedikit memperhatikan hubungan kedudukan, bahkan tidak memperhatikan. Jaringan kerja selentingan (Grapevines) mencerminkan pola-pola yang dikembangkan para pegawai pada saat saluran formal tidak jelas, tidak efisien, dan/atau tidak dihargai, umpamanya dalam bentuk gosif atau kabar burung yang justru memberi informasi yang akurat.

Fungsi lini berperan dalam keberhasilan operasi organisasi, dan biasanya dihubungkan oleh garis penuh yang menunjukkan arah wewenang.

X. KUALITAS DAN KUANTITAS

Komunikasi yang banyak tidak berarti bahwa komunikasi itu baik, beban indra atau pesan yang terlalu banyak justru akan melumpuhkan organisasi bisnis.

Kualitas komunikasi, komunikasi yang efektif lebih bermanfaat dari pada pesan-pesan yang banyak (kuantitas)

Komunikasi yang paling baikpun tidak akan memecahkan semua persoalan dalam organisasi bisnis.

BAB II

KOMUNIKASI DALAM LINGKUNGAN BISNIS

I. HUBUNGAN KOMUNIKASI

Organisasi adalah sekelompok kecil masyarakat yang saling bekerja sama untuk mencapai suatu tujuan. Sedangkan komunikasi merupakan perekat yang memungkinkan kelompok kecil masyarakat tersebut secara bersama-sama melakukan fungsinya dengan baik.

Dalam upaya pencapaian tujuan organisasi tersebut memerlukan proses komunikasi yang dapat mentransfer pesan-pesan dari pemberi pesan kepada penerima pesan dengan menggunakan bahasa atau simbol yang lazim dipakai untuk memperoleh hasil yang berarti bagi organisasi.

Dengan demikian komunikasi memegang peranan penting dalam kehidupan antar manusia maupun organisasi sehingga tidaklah berlebihan bila dikatakan bahwa citra, imej dan efisiensi suatu organisasi (perusahaan) berhubungan langsung dengan sistem komunikasi. Yang menggambarkan interaksi manusia yang saling berhubungan, saling bertukar informasi, saling bekerja sama, baik dalam lingkungan intern organisasi maupun ekstern organisasi, antara lain dalam bentuk ;

a. Lingkungan Intern

Fungsi-fungsi manajemen yang dilaksanakan dengan baik oleh manajer melalui komunikasi secara aktif meliputi :

1. Menetapkan tujuan,

Harus melibatkan manajemen (puncak, menengah, dan bawah) serta karyawan dalam pembahasan tujuan organisasi yang akan dicapai (=planning)

2. Membuat dan melaksanakan keputusan.

Untuk mencapai tujuan organisasi seharusnya dibuat keputusan yang mendukung terlaksananya tujuan tersebut serta mematuhi keputusan yang telah disepakati dalam pelaksanaannya (=executing).

3. Mengukur hasil,

Berdasarkan standard yang telah ditetapkan manajemen melakukan pengukuran untuk mengetahui apakah hasil yang diharapkan telah tercapai atau belum (=Controlling)

4. Merekrut dan mengembangkan staf,

Dilakukan secara terbuka dan dilaksanakan secara tertulis dan wawancara. Setelah diterima, diperkenalkan dengan stafnya dan diketahui umpan balik atas prestasinya seperti bonus, penghargaan, dll.

5. Proses Produksi,

Mulai dari menunggu ide tentang produksi baru, memproduksinya dan memasarkannya, memerlukan komunikasi, baik komunikasi antara manajer dengan karyawan maupun sesama karyawan atau antara bagian pemasaran dengan konsumen.

b. Lingkungan Eksternal

Agar organisasi (perusahaan) tidak kehilangan langganan dan tak kehilangan prestise karena komunikasi yang buruk, maka manajemen dalam :

1. Berurusan dengan konsumen,

Dengan menggunakan komunikasi formal dan informal umpamanya mencantumkan harga pada produk, menggunakan sarana yang dapat merangsang keinginan konsumen (Promosi, brosur, iklan, telepon bebas pulsa, dll) dan memberi pelayanan pada konsumen (customer service).

2. Melakukan negosiasi dengan pemasok dan pemberi pinjaman,

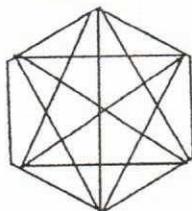
Untuk mendapatkan harga produk yang murah manajemen harus mengadakan negosiasi dengan pemasok atau pemberi kredit. Kemudian kepada pihak terkait manajemen mengirimkan laporan perkembangan perusahaan. Ini semua melibatkan komunikasi.

3. Berinteraksi dengan peraturan yang ada,
Manajemen harus mematuhi ketentuan pemerintah untuk mencegah kesewenangan baik itu manajemen maupun karyawan.

II. KOMUNIKASI VERBAL

Setiap garis dalam organisasi formal mempunyai jalur komunikasi formal pula. Dengan menggunakan gambar mengenai struktur organisasi, maka pola organisasi dapat digambarkan sebagai berikut :

1. All channel (semua jalur)



- Dalam pola seperti ini, semua anggota dalam organisasi mempunyai kebebasan untuk berkomunikasi (berbicara) dengan anggota lain, misalnya: anggota-anggota birokrasi suatu perusahaan , suatu tim kerja dalam suatu departemen.

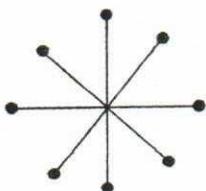
Keuntungan

- Komunikasi ini biasanya sangat efektif dalam memecahkan suatu masalah karena semua anggota dapat memberi ide-idenya.

Kelemahan :

- Membutuhkan waktu lama dalam pengambilan keputusan

2. Wheel (roda)



Dalam pola seperti ini, hanya satu orang yang mempunyai hak untuk berkomunikasi dengan semua anggota, akan tetapi anggota-anggota tidak dapat berkomunikasi satu dengan yang lainnya.

Keuntungan :

Keputusan yang diambil sangat efisien.

Kelemahan:

- Dalam masalah yang kompleks kurang efektif karena anggota tidak dapat memproses suatu informasi.
- Anggota kurang puas karena persennanya sangat kecil

3. Chain (Rantai)



Kemungkinan-kemungkinan yang akan terjadi dalam komunikasi garis / linier ini :

- a. komunikasi akan berjalan efektif kalau masing-masing anggota menyadari pentingnya informasi.
 - b. Penyimpangan-penyimpangan sangat mungkin terjadi dengan bertambahnya anggota.
 - c. Anggota-anggota yang berada dalam struktur yang dibawah merasa kurang puas dibandingkan anggota-anggota pada struktur tengah atas.
- Biasanya digunakan untuk memberi perintah pada suatu departemen / divisi.

Komunikasi verbal yang berhubungan dengan SDM

1. Recruitment, wawancara
2. Orientasi pegawai, pengenalan lingkungan kerja
3. Operasional, pelaksanaan pekerjaan
4. Individual appraisil,
 1. Pemberian pekerjaan
 2. Control & evaluasi
5. Personal safety, pengenalan peralatan
6. dicipline, aturan kerja yang berlaku
7. Meeting, membicarakan aspek kegiatan perusahaan dll.

III. KOMUNIKASI NON VERBAL

Tidak ada satupun komunikasi yang hanya terdiri dari kata-kata saja baik lisan maupun tulisan dapat memberi impresi yang kuat tanpa keikutsertaan komunikasi non verbal karena kita secara bersama menggunakan komunikasi verbal maupun non verbal yang sering kita tidak sadari.

Komunikasi non verbal dapat berupa

1. Ilmu gerak
 - a. Ekspresi wajah
 - b. Gerakan-gerakan
 - c. Isyarat sikap
2. Jarak
 - a. Kontak fisik
 - b. Posisi
3. Postur tubuh
4. Ego orang tua
5. Ego orang dewasa
6. Ego anak kecil

IV. POLA KOMUNIKASI

Pola komunikasi dapat dikelompokkan menjadi saluran komunikasi formal dan nonformal.

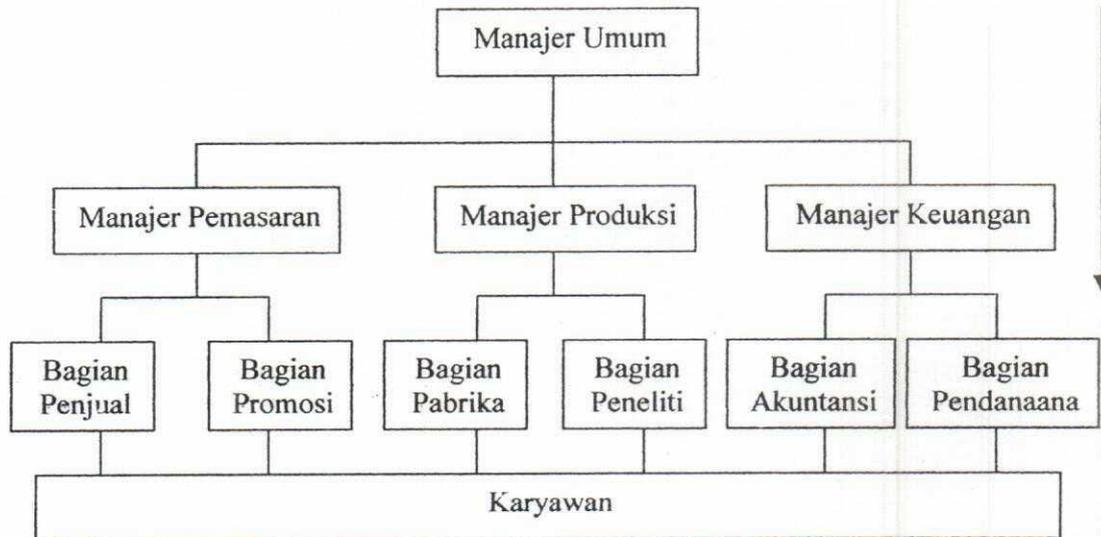
1. Saluran Komunikasi Formal

Saluran komunikasi formal:

- a. Komunikasi dari atas ke bawah
- b. Komunikasi dari bawah ke atas
- c. Komunikasi horizontal
- d. Komunikasi diagonal
- e. Komunikasi dari Atas ke Bawah

Aliran komunikasi dari atas ke bawah tersebut umumnya terkait dengan tanggung jawab dan wewenang seorang dalam suatu organisasi. Mengarahkan, mengkoordinasi, dan mengendalikan berbagai kegiatan yang ada di level bawah.

Komunikasi dari atas kebawah berbentuk perintah, instruksi, dan prosedur yang harus dijalankan oleh para bawahan, karenanya dibutuhkan satu bahasa yang sama, sederhana, tidak bertele-tele, dan mudah dipahami. Sebagai contoh, pada bagan di bawah ini terlihat alur informasi yang berasal dari manajer umum disampaikan ke manajer produksi, kemudian ke bagian pabrik, untuk selanjutnya disampaikan ke karyawan (lihat bagan).



Bagan : Komunikasi ke Bawah

Komunikasi kebawah dapat menggunakan bentuk Komunikasi lisan dan tulisan. Komunikasi kebawah mempunyai lima tujuan pokok, yaitu:

1. Memberi pengarahan atau instruksi kerja.
2. Memberi informasi mengapa suatu pekerjaan harus dilaksanakan.
3. Memberi informasi tentang prosedur dan praktek organisasional.
4. Memberi umpan balik pelaksanaan kerja kepada para karyawan.
5. Menyajikan informasi mengenai aspek ideologi yang dapat membantu organisasi menanamkan pengertian tentang tujuan yang ingin dicapai.

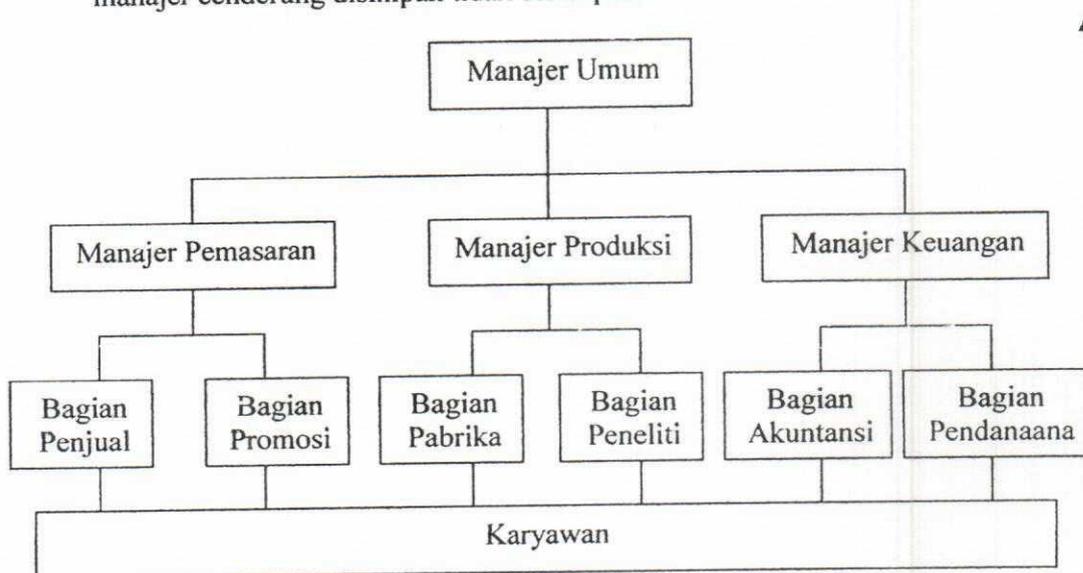
Salah satu kelemahan dari saluran komunikasi ke bawah ini adalah kemungkinan terjadinya penyaringan atau sensor informasi penting sebelum disampaikan kepada para bawahan. Dengan kata lain, informasi yang diterima para bawahan bisa jadi tidak selengkap aslinya.

f. Komunikasi dari Bawah Ke Atas

Komunikasi Keatas (*botton-up/upward Communications*) berarti alur informasi berasal dari bawah menuju keatas. Partisipasi bawahan dalam proses pengambilan keputusan akan sangat membantu pencapaian tujuan organisasi.

Untuk mencapai keberhasilan komunikasi ke atas, para manajer harus memiliki rasa percaya kepada para bawahannya.

Salah satu kelemahan komunikasi ke atas adalah ada kemungkinan bawahan hanya menyampaikan informasi (laporan) yang baik-baik saja, sedangkan informasi yang agaknya mempunyai kesan negatif atau tidak disenangi oleh manajer cenderung disimpan tidak disampaikan.



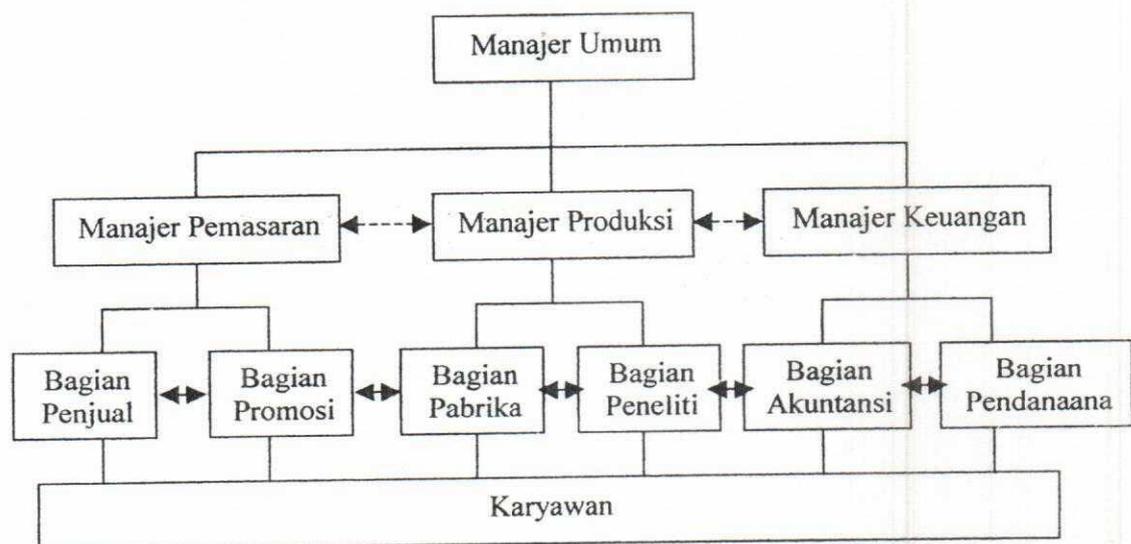
Bagan : Komunikasi Ke Atas

Kalau seorang bawahan memberikan informasi yang negatif seperti munculnya kegagalan bidang pemasaran, kebocoran anggaran, menumpuknya hutang, dan sejenisnyadalam suatu organisasi, maka berarti kinerja atau prestasi kerja karyawan yang ada di bagian atau bidang tersebut jelas tidak baik. Seorang bawahan umumnya tidak ingin prestasi kerjanya dinilai tidak berhasil atau gagal total, sehingga mereka memilih tidak melaporkan kegagalan tersebut sama sekali.

g. Komunikasi Horizontal

Komunikasi Horizontal adalah komunikasi yang terjadi antara bagian-bagian yang memiliki posisi sejajar/sederajat dalam suatu organisasi. Tujuan komunikasi horizontal antara lain untuk melakukan persuasi, mempengaruhi, dan memberi informasi kepada bagian atau departemen yang memiliki kedudukan sejajar.

Komunikasi horizontal bersifat koordinatif di antara mereka yang memiliki posisi sederajat, baik di dalam satu departemen maupun di antara beberapa departemen.



Bagan : komunikasi Horizontal/Lateral

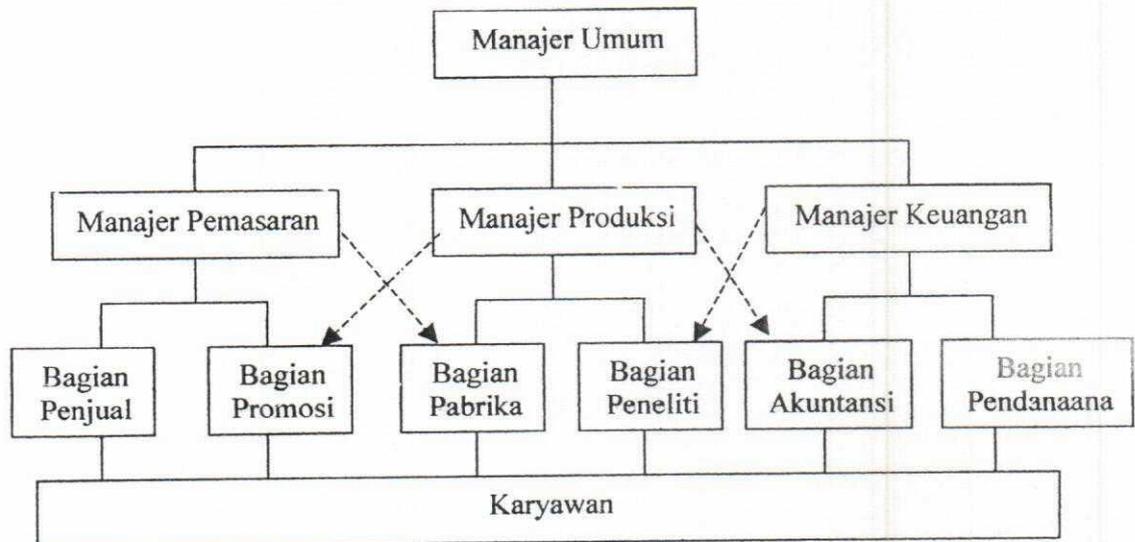
h. Komunikasi Diagonal

Komunikasi diagonal (*diagonal Communications*) melibatkan komunikasi antara dua tingkat (level) organisasi yang berbeda. Contohnya adalah, komunikasi formal antara manajer pemasaran dengan bagian pabrik, antara manajer produksi dengan bagian promosi.

Bentuk komunikasi diagonal memiliki beberapa keuntungan antara lain:

1. Penyebaran informasi bisa menjadi lebih cepat ketimbang bentuk komunikasi tradisional.

2. Memungkinkan individu dari berbagai bagian atau departemen ikut membantu menyelesaikan masalah dalam organisasi.

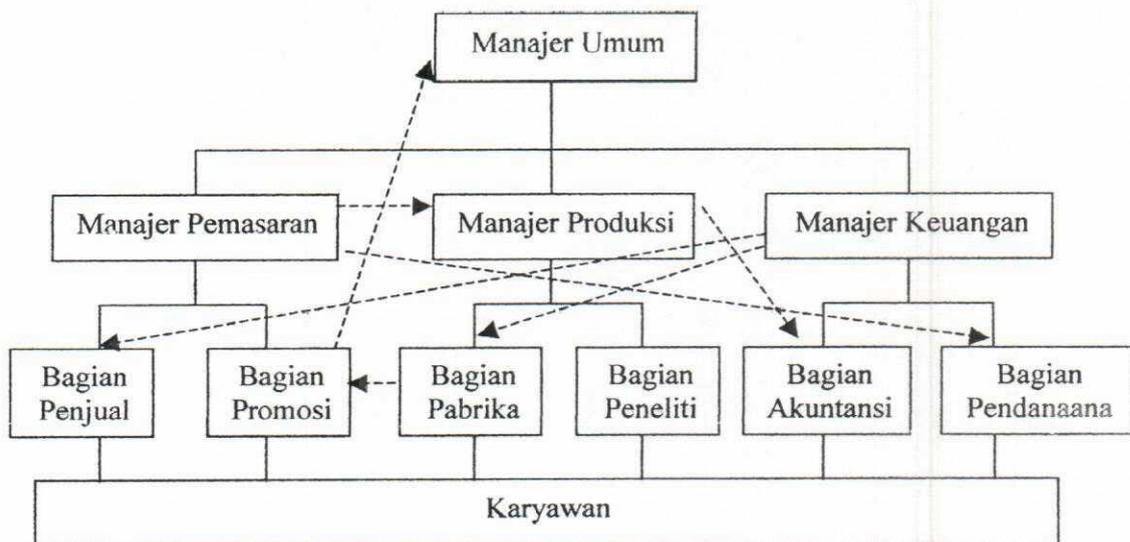


Baagan : Komunikasi Diagonal

i. Saluran Komunikasi Informal

Bagan organisasi formal dapat menggambarkan bagaimana informasi yang ada ditransformasikan dari satu bagian ke bagian yang lain sesuai dengan jalur hierarki yang ada. Namun, dalam praktek nampaknya garis-garis dan kotak-kotak yang tergambar dalam struktur organisasi tidak mampu mencegah orang-orang dalam suatu organisasi untuk saling bertukar informasi.

Dalam jaringan komunikasi informal, orang-orang yang ada dalam organisasi tanpa memperdulikan jenjang hierarki, pangkat dan kedudukan/jabatan, dapat berkomunikasi secara luas (lihat bagan).



Bagan : Jaringan Komunikasi Informal

A. CARA MENGELOLA KOMUNIKASI

Ada dua hal yang perlu diperhatikan untuk mengelola komunikasi, *pertama*: bagaimana menangani pesan-pesan yang bersifat rutin; *kedua* bagaimana menangani krisis komunikasi. Kedua hal tersebut dapat dijelaskan berikut ini.

1. Penanganan Pesan-pesan rutin

Penanganan pesan – pesan rutin :

- a. Mengurangi jumlah pesan
- b. Memberi instruksi yang jelas
- c. Mendelegasikan sebagai tanggung jawab.
- d. Memberi pelatihan bagi petugas

2. Penanganan Krisis Komunikasi

Krisis komunikasi memerlukan penanganan segera. Ada dua falsafah dalam komunikasi yaitu: (1) bersikap diam, tidak mengatakan sesuatu atau (2) katakan apa yang terjadi dengan segera. Kepada para karyawannya,

untuk memikirkan jalan keluar yang terbaik, pikiran yang jernih dan tidak emosional.

B. CARA MENINGKATKAN KETERAMPILAN KOMUNIKASI

Keterampilan komunikasi yang diperlukan dalam komunikasi bisnis:

- Membaca
- Mendengarkan
- Membuat atau melakukan percakapan yang menarik
- Melakukan wawancara
- Berhubungan dengan kelompok-kelompok kecil
- Berpidato dan melakukan presentasi
- Menulis surat, memo dan laporan.

BAB III

WAWANCARA (INTERVIEW)

Pengertian Wawancara

Ada 3 karakter wawancara yang membedakan wawancara dengan percakapan biasa. Secara umum adalah:

1. Lebih mempunyai tujuan dari pada percakapan biasa karena tujuan ini telah ditetapkan lebih dahulu, maka wawancara cenderung lebih formal.
2. Lebih berstruktur
Pembicaraan biasa sering kali tidak mempunyai struktur, tetapi wawancara mempunyai tahap-tahap yang tersusun.
3. Lebih ditekankan untuk mendapat informasi apapun tujuan spesifiknya.

Wawancara merupakan cara yang paling berguna dalam berkomunikasi dengan manusia dan mempunyai berbagai macam tujuan. Dan juga wawancara selalu berhubungan dengan kebutuhan akan informasi. Misal : wawancara pendidikan, diagnosa dll.

Dalam lingkungan Interen Organisasi (Perusahaan), wawancara dapat sebagai :

1. Salah satu tahap seleksi Penerimaan pegawai
2. Salah satu cara untuk memecahkan masalah pegawai dalam perusahaan.
3. Untuk mengevaluasi pelaksanaan pekerjaan seorang pegawai secara teratur.
4. dapat mengetahui alasan yang jelas bila seseorang pegawai mengundurkan diri.

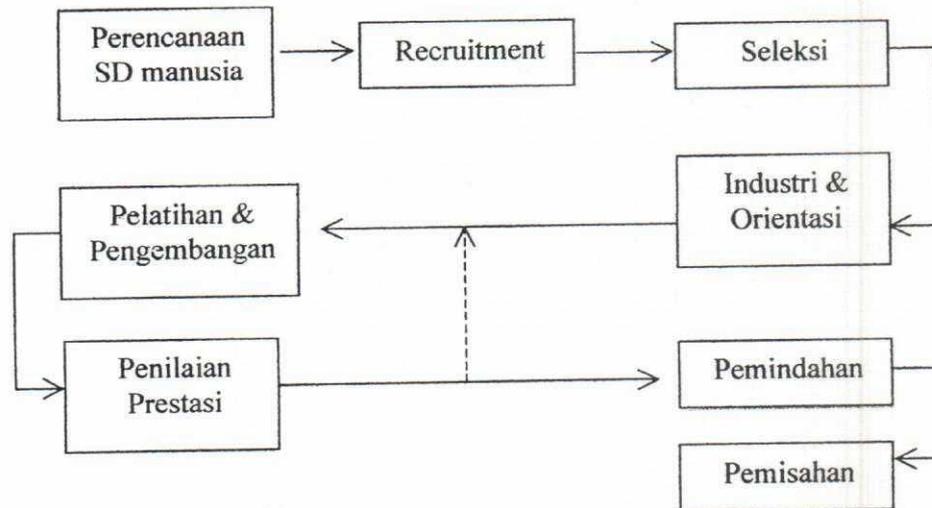
Karena itu wawancara merupakan bagian penting dalam management karena melalui wawancara manager dapat memperoleh dan menyampaikan informasi penting bagi kelancaran pekerjaan.

Wawancara dihubungkan dengan calon-calon karyawan baru dalam suatu perusahaan, berarti melihat kepada posisi yang sangat penting dari kegiatan wawancara dalam proses kegiatan perusahaan.

Kegiatan ini dilakukan oleh manager dalam ruang lingkup personalia, dengan tujuan untuk mendapatkan orang yang tepat dan menempatkannya pada tempat yang tepat pula. (*The Right man on the right Place*).

Salah satu tugas penting personalia adalah menjalankan fungsi Staffing.

Proses Staffing dalam Organisasi



Proses Seleksi

Proses seleksi bagi perusahaan adalah menyangkut pengambilan keputusan bersama.

Maksudnya :

- Organisasi memutuskan untuk mengajukan (atau tidak mengajukan) suatu tawaran kerja dan seberapa menariknya tawaran itu seharusnya.
- Calon karyawan memutuskan apabila organisasi / perusahaan yang bersangkutan dan tawaran kerja itu akan cocok / tidak cocok dengan kebutuhan dan tujuannya.

Seandainya lapangan kerja terbatas dan calon cukup banyak maka seleksi akan di perketat dengan persyaratan-persyaratan yang berat melalui proses sepihak dari perusahaan/organisasi.

Proses seleksi pun akan bersifat sepihak (dari calon) bilaman calon adalah eksekutif/profesional yang sangat cakap yang mungkin diperlukan oleh beberapa organisasi/perusahaan.

Proses Seleksi (Tergantung Polycy / disesuaikan dengan kebijaksanaan perusahaan)



Tujuan/Sasaran Wawancara

1. Menyesuaikan pekerjaan yang sesuai bagi pelamar dengan melihat kualifikasinya.
2. Memberikan kenyataan-kenyataan yang penting mengenai pekerjaan dan perusahaan kepada pelamar.
3. menanamkan saling pengertian dan kepercayaan kepad pelamar
4. mempromosikan Good Will perusahaan (khusus bagi mereka yang kecewa karena lamarannya ditolak)

Persiapan wawancara bagi pewawancara (Interviewer)

1. Mempersiapkan dengan bijaksana seperti menyiapkan suatu pembicaraan penting
2. Mempunyai gambaran tentang struktur organisasi, Analisa Jabatan, Lingkungan kerja dll. Menguasai informasi detail tentang pekerjaan yang akan ditawarkan.
3. Memutuskan area yang di cakup :
 - a. Persyaratan – persyaratan fisik suatu pekerjaan.
 - b. Karakter, Personality
 - c. Bagaimana pelamar mendemonstrasikan keahliannya (misal: menggunakan peralatan)
 - d. Bagaimana hubungan dengan minat dan hobi.

4. Mempertimbangkan pengaturan fisik suatu ruangan
 - Lay out ruangan
 - Ruang tunggu untuk pelamar dll.
5. Menentukan dan menginformasikan tempat dan waktu (jadwal) pelaksanaan.

Struktur wawancara / Tahap-tahap wawancara

1. Perencanaan
2. Mengadakan hubungan / komunikasi
Pada saat wawancara.
 - Menerima pelamar sama dengan menerima tamu dikantor.
 - Jangan menciptakan situasi Gap dengan pelamar.
 - Perlihatkan bahwa pewawancara menghargai minat pelamar.
3. Jelaskan tujuan-tujuan yang diharapkan perusahaan pada saat wawancara (sering kali masalah timbul karena pewawancara mengasumsikan bahwa tujuan-tujuan yang diharapkan sudah jelas)
4. Tanya Jawab
Berdasarkan urutan-urutan pertanyaan (kronologis pertanyaan) a.l:
 - Latar belakang pendidikan dan aktifitasnya
 - Latar belakang pekerjaan dan aktivitasnya
 - Kualifikasi teknis (kemampuan untuk melakukan pekerjaan)
 - Motivasi dan Aspirasi (kemauan untuk melakuakn pekerjaan)
 - Efektifitas sosial dan keseimbangan emosi
 - Sifat yang dapat dipercaya
 - Kesehatan
 - Keluarga, dll.

Evaluasi Informasi

Setelah memperoleh informasi tentang pelamar:

1. Membuat pendapat pelamar secara keseluruhan pada saat wawancara berlangsung.
2. Lengkapi dengan faktor yang penting dari sumber-sumber lain.

Indikator yang berguna bagi pewawancara sebagai evaluasi informasi

1. Perangai dan tanda-tanda secara psikologis

Positif:

- Kedatangan sebelum waktu yang ditentukan
- Kesiapan, sikap yang responsif.
- Sikap tegas/relax
- Nonverbal / senyum

Negatif:

- Kedatangan yang terlambat
- Kurang perhatian, sikap bosan
- Rendah diri, bersikap pendiam
- Tegang, Gelisah, gemetaran
- Non verbal yaitu bermuka masam

2. Tanda-tanda Verbal

Positif:

- Respon yang relevan
- Presentasi yang tersusun baik
- Jawaban yang spontan
- Berbicara bijaksana saat membicarakan orang lain, dan terus terang.

Negatif :

- Merubah-ubah subjek jawaban.
 - Terlalu mendetail
 - Respon kurang relevan
 - Mengkritik orang lain
 - Berbicara dengan memaafkan diri sendiri/menutupi
-
- Sesudah wawancara berlangsung, pewawancara akan mempersiapkan laporan tertulis mengenai hal-hal yang berhubungan dengan wawancara ditambah dengan fakta-fakta yang didapat dari sumber-sumber lain.

Misal: Referensi, test tertulis dll.

- Kemudian pewawancara / organisasi memutuskan, apakah pelamar diterima atau mengikuti wawancara lanjutan atau pelamar ditolak.

Persiapan – persiapan yang dilakukan interviewee / Pelamar

1. Ketahuilah diri anda sebelumnya.

- Pekerjaan apa yang anda inginkan
- Persyaratan-persyaratan apa yang dibutuhkan
- Kualifikasi-kualifikasi apa yang anda miliki (termasuk kelebihan & kelemahan)

2. Lakukan beberapa riset

Informasi – informasi penting yang perlu diketahui dari perusahaan:

- Keadaan perusahaan
- Bidang usaha/kegiatan
- Lokasi
- Penawaran, dll

3. Persiapan-persiapan pertanyaan dan jawaban

Bila pewawancara tidak memberikan informasi-informasi tersebut yang antara lain :

- Berhubungan dengan pelatihan yang disediakan perusahaan, bila diterima bekerja
- Kebijakan perusahaan tentang keikut sertaannya keluarga
- Manajemen yang digunakan.
- Rata-rata usia eksekutif
- Gaji dan benefit lainnya.

4. Perhatikan penampilan

Penampilan disesuaikan dengan kondisi pekerjaan karena hal ini akan mempengaruhi perilaku perusahaan.

5. Periksa tempat & waktu

Kedatangan pada awal wawancara dapat menggambarkan persiapan yang baik yang pelamar lakukan.

Perilaku selama wawancara

- Seorang pewawancara akan memperhatikan calon, mulai saat masuk sampai meninggalkan ruangan.
- Pewawancara akan menilai pelamar tentang apa yang pelamar katakan dan lakukan.
- Untuk mendapatkan kesan yang baik, beberapa hal yang perlu diperhatikan antara lain:
 1. Perlihatkan minat anda
 - dapat dilakukan dengan cara duduk, cara memandang, kontak mata dan pertanyaan yang anda ajukan.
 2. Bersikap sopan
 - Jangan langsung duduk sebelum dipersilahkan
 - Jangan mengunyah permen karet/merokok, kecuali di persilahkan oleh pewawancara.
 3. Bersikap jujur dan bersungguh-sungguh
 - Jika anda mulai menyatakan secara berlebihan, maka pewawancara akan mempertimbangkan bahwa anda bukanlah calon yang baik.
 4. Berlakulah wajar

Jangan berpura-pura karna terlihat bahwa anda senang/tidak dengan kondisi yang ditawarkan.
 5. Jadilah Pendengar yang baik

Dengan melakukan hal ini, maka anda akan selalu siap untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan (khusus untuk pertanyaan-pertanyaan kunci)
 6. Menghindari sikap, gerakan dan jawaban yang negatif.

Jawaban negatif

 - Tidak dapat
 - Tidak bisa
 - Tidak akan
 - Tidak mampu
 - Gagal.
 - Dll

BAB IV

MEETING (RAPAT)

Pengertiannya:

- Suatu bentuk pertemuan tatap muka baik dalam wujud kecil atau besar, yang merupakan proses kegiatan organisasi antara lain:
 - Membicarakan masalah-masalah intern
 - Dan terutama masalah-masalah yang dari luar dengan koordinasi yang terstruktur.
- Suatu proses kegiatan dari suatu organisasi yang dilaksanakan untuk mendapatkan masukan –masukan untuk mencapai tujuan organisasi sesuai dengan program yang telah digariskan.

Pentingnya suatu rapat dilaksanakan karena merupakan suatu alat yang dapat membantu manajemen untuk :

1. - Mengumpulkan informasi (saran, Pendapat, kritik, dll)
 - Menyampaikan informasi (memperkenalkan teknik-teknik baru untuk memperbaiki produktivitas, menyebarkan hasil R&D, dll)
2. Untuk memecahkan masalah (volume penjualan menurun dan tidak mencapai target).
3. untuk pengambilan keputusan :
 - Menyelenggarakan kampanye periklanan / promosi
 - Diversifikasi produk
 - Expansi, dll.
4. Membuat karyawan turut berpartisipasi pada masalah-masalah perusahaan (merasa memiliki – sense of belongings)
5. sebagai koordinasi yang baik antara karyawan dalam perusahaan (good relationships)

Manfaatnya (*The Main Benefits*)

1. Up to date dengan perkembangan (info & skill, pengetahuan)
2. Mengajukan karier (kualitas berpikir dan mengeluarkan ide).

3. Dapat berkomunikasi / kontak dengan orang lain yang mempunyai karier yang sama / tidak.
4. Sebagai peluang bisnis
5. Dll.

Sifat dari Meeting (Rapat)

1. Rapat formal
 - Ada pemberitahuan secara formal sebelumnya kepada orang-orang yang terlibat dalam rapat tersebut (ada undangan).
 - Ada agenda rapat yang sudah dipersiapkan dengan baik.
2. Rapat Informal (mendadak dan mendesak)
 - dilakukan karena ada sesuatu hal yang terjadi secara tiba-tiba.
 - Panggilan dapat dilakuakn secara langsung.
 - Tidak ada agenda dan catatan yang terstruktur.

Rapat Formal :

- Rutin (Intern), antara :
 - Atasan – bawahan
 - Para atasan
 - Para bawahan
- Non rutin (Extern)

Melibatkan pihak luar, dalam bentuk: Seminar, Conference, diskusi panel, dll.

 - Speaker :
 - Tokoh masyarakat - Dunia perguruan tinggi
 - Profesional - Pejabat
 - Pengusaha - Dll
 - Attendance (peminat)
 - Konsumen
 - Langganan
 - Karyawan
 - Sepropesi (para salesman)
 - Undangan lainnya

Prinsip Dasar Menyiapkan Rapat

- **WHY** - Mengapa Rapat perlu di selenggarakan?
- Karena Rapat itu penting dan merupakan alat bantu atau sarana bagi Management
- **WHAT** - Hal/masalah apa yang akan dibicarakan?
- Sesuai dengan tujuan/kepentingan dan mempunyai kaitan dengan penyediaan agenda.
- **WHO** - Siapa yang akan diundang/ yang hadir?
- Mereka yang paling cocok dengan masalah yang akan dibicarakan/tujuan rapat
- **WHERE** • Diamna rapat sebaiknya diselenggarakan ?
• Dipilih tempat yang paling ideal untuk para peserta.
- **WHEN** • Kapan sebaiknya rapat diselenggarakan
• Menyangkut waktu (tgl/hari, bulan, tahun, jam)
- **HOW** • Bagaimana sebaiknya rapat diselenggarakan?
• Apakah sekali seminggu (periodic/berkala)
• Bagaimana cara penyelenggaraannya?
• Tertutup (intern)
• Terbuka (ekstern)

Persiapan Sebelum Rapat

1. Menetapkan tujuan rapat
Misal : Meningkatkan program promosi
2. Menentukan topik yang akan dibahas
Misal : Sales Promotion, Publicity, Pameran, dll.
3. Merancang pertanyaan-pertanyaan yang akan diajukan
- baik dari pihak Chairman maupun member's (Partisipan)
4. Membuat daftar peserta.
5. Memilih tempat dan waktu
Misal : Menetapkan tgl, hari, jam (jam kantor/diluar jam kantor)
6. Memeriksa sarana fisik yang diperlukan
Seperti : OHP, Video, Film/Slide, Papan tulis, gedung dll.

7. Budget / Anggaran

- Panitia
- Biaya pembicara
- Makalah / Hand out / Brosur
- Spanduk
- Konsumsi
- Conference Pers (Publicity)
- Pameran
- Media Ligison (Membangun hubungan dengan media lain)

8. Chairperson / Chairman dan Sekretaris

- Pembuatan agenda sampai dengan bagian agenda
- Pembuatan tata tertib
- dll

9. Notulis dan Perlengkapan

Chairman

Memimpin rapat adalah tanggung jawab Chairman.

- ★ Untuk bentuk rapat yang sifatnya informal (tanpa prosedur formal atau peraturan tertulis), peranan Chairman sangat longgar, hanya sebagai pendorong diskusi dan pertukaran ide.
- ★ Untuk bentuk rapat yang bersifat formal, tanggung jawabnya lebih kompleks, antara lain:
 1. Harus melaksanakan peraturan tertulis yang ada (baik tata tertib maupun agenda yang dibuat)
 2. Mengikuti prosedur-prosedur yang telah ditetapkan
 3. Dengan bijaksana dan tegas dapat mengendalikan peserta rapat yang kadang-kadang lepas kontrol.
 4. Harus dapat memutuskan suatu masalah atas inisiatifnya sendiri.
 5. Tugas Utama, bertanggung jawab atas jalannya rapat yang disampaikannya.

Keterampilan seorang Chairman (Keterampilan sosial)

1. Mempunyai kemampuan untuk memimpin dan mengendalikan rapat.
2. Dapat menciptakan suasana kerja yang baik, dengan jalan:
 - Tidak kaku/monoton
 - Memberikan kesempatan yang sama setiap peserta.
3. Dapat memancing ide-ide dari setiap peserta.
4. Dapat berbicara dengan bijaksana dan Diplomatis, dll.

Yang Seharusnya Di lakuakn oleh Chairman

1. Menerangka ide
2. Membuat peserta setuju menyokong apa yang dikatakan oleh Chairman
3. Membuat peserta menyatakan idenya
4. Menerima ide
5. Menghentikan peserta yang terlalu lama bicara.
6. Membuat peserta yang diam menjadi aktif

Yang Seharusnya Tidak di lakukan Chairman

1. Jangan menggunakan kekuasaan / kedudukan anda untuk memaksa suatu persetujuan.
2. Jangan terlalu banyak bicara.
3. Jangan menjalankan rapat terlalu cepat.
4. Jangan melewati waktu istirahat
5. Jangan sampai hilang kesabaran
6. Jangan membuang waktu untuk hal-hal di luara agenda.
7. Jangan terlambat memulai rapat.
8. dll.

Sekretaris Rapat

Dalam suatu aktivitas organisasi / kepanitian, ada 2 sasaran utama, yaitu:

1. Hasil yang akan dicapai dari kegiatan ini.
2. mekanisme pengorganisasian (tata kerja yang baik, teratur dan rapih)

Kedua hal inilah yang dijalankan oleh sekretaris (tugasnya)

Jabatan sekretaris merupakan suatu kedudukan yang sangat menarik dan strategis, karena :

1. Kelancaran dan efisiensi suatu kegiatan tergantung padanya.
2. Merupakan poros yang memutarakan berbagai macam kegiatan
3. Lebih banyak menentukan kegiatan praktis dari suatu organisasi / kepanitiaan.
4. Seorang sekretaris yang kurang cakap / terampil, dapat menghambat kelancaran suatu kegiatan.

Seorang sekretaris yang baik, harus memiliki sifat-sifat pribadi yang baik antara lain:

- ★ Pandai berorganisasi
- ★ Rapi dan teratur
- ★ Tenang dan berpikir jernih
- ★ Pandai bergaul dan ramah tamah.

Tugas-tugas Sekretaris Rapat (Orhanisasi dan Kepanitiaan)

Sebelum Rapat

1. Membuat NOTICE (Undangan rapat)
2. Mempersiapkan agenda rapat (untuk members dan chairman)
3. Mempersiapkan ruangan dan instrumennya (Sarana-sarana penunjang)
4. Mempersiapkan dokumen-dokumen penting dari peserta yang tidak hadir, tetapi diperlukan laporan-laporannya.
5. Lain-lain: - Hand Out / Laporan-laporan
 - Daftar hadir
 - Alat-alat tulis
 - Buku-buku referensi, diary, dll

Sementara rapat berlangsung

1. Pemeriksaan daftar hadir
2. Membantu Chairman sesuai dengan item-item yang ada dalam agenda.
3. Mencatat jalannya rapat (notulensi)

Sesudah Rapat

1. Membuat draf untuk penulisan minutes
2. Melihat kembali kepada hal-hal yang telah diputuskan dalam rapat.
3. Menyimpan dokumen / minutes untuk dipakai pada rapat mendatang (kalau dibutuhkan) atau sebagai file.

Agenda adalah daftar segala kegiatan / sesuatu yang harus diselesaikan dipecahkan didalam rapat.

Agenda dibuat untuk member's atau attendance dan untuk chairman.

Untuk Chairman, agenda pada prinsipnya sama dengan member's agenda, hanya dibubuhi beberapa catatan khusus untuk item-item yang penting. Hal ini untuk memudahkan chairman dalam memimpin rapat.

★ Agenda disiapkan oleh sekretaris melalui konsultasi dengan chairman

★ Notulensi / Notulen

Catatan-catatan penting dalam suatu rapat, sidang, konferensi, dll yang dinyatakan secara lisan oleh peserta rapat.

- Bentuk-bentuk Notulen : Laporan, Berita acara, dll.
- Bagian-bagian pembicaraan yang perlu diambil :
 1. Hal-hal yang mendapat perhatian
 2. Tanya jawab
 3. Saran (Usul)
 4. Kesimpulan
 5. Keputusan-keputusan
- Notulen sebaiknya diambil secara berurutan, untuk memudahkan penyusunan kembali.
- Notulen dapat diambil dengan cara:
 1. Tulisan Biasa
 2. Stegnografi
 3. Alat-alat elektronik.

Pada pertemuan-pertemuan formal perlu memiliki seorang penulis cepat / notulis, sedangkan pada umumnya tugas seorang sekretaris selama rapat berlangsung berfungsi sebagai notulis. Seorang notulis perlu mengetahui tujuan rapat.

★ Minutes adalah catatan hasil-hasil rapat (Resolusi)

- Fungsinya : sebagai Sumber referensi dan catatan tertulis
- Beberapa cara penulisan minutes:

1. Resolution Minutes

Dalam suatu minutes yang di catat hanya mengenai keputusan-keputusan yang dicapai dan tidak mengenai hal-hal lain.

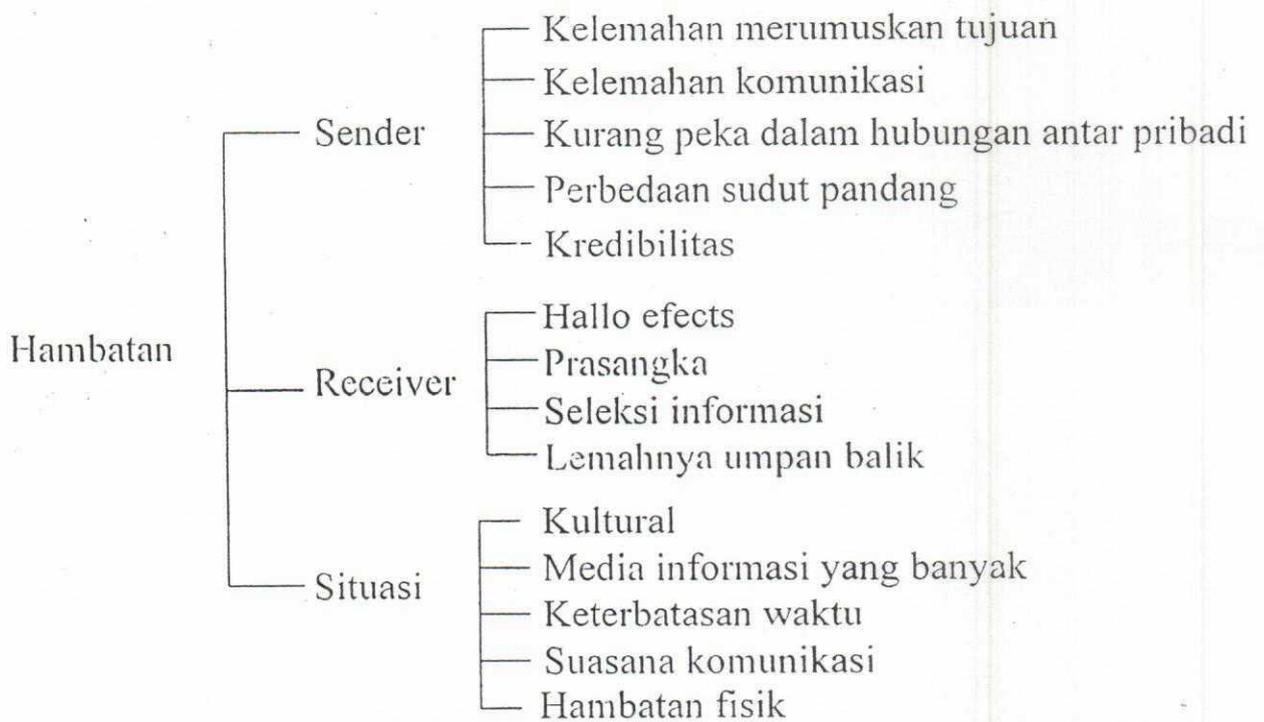
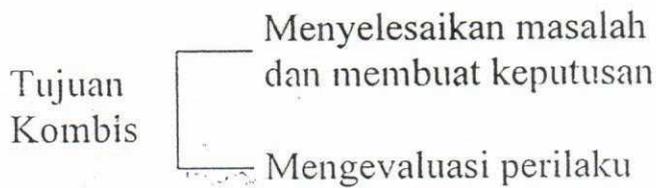
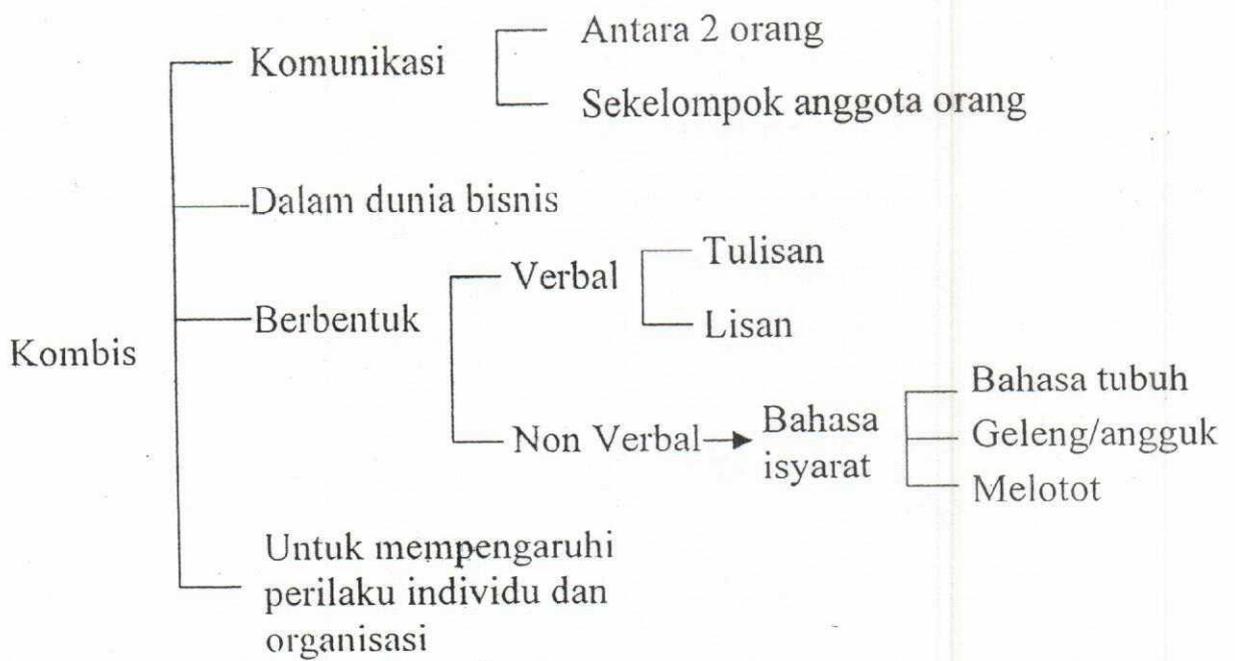
Misal : Perdebatan-perdebatan yang terjadi.

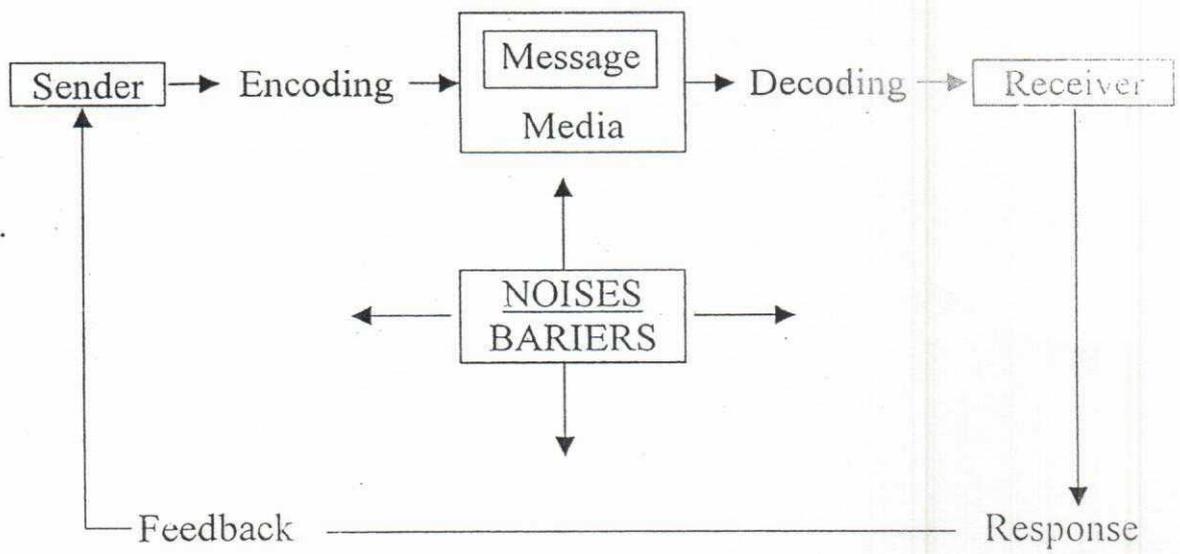
2. Narrative Minutes (lebih detail dan terperinci)

Memuat Tentang pendapat-pendapat peserta yang mempengaruhi jalannya pengambilan keputusan.

3. Action Minutes

Kombinasi antara 1 dan 2, yaitu ditulis secara resolusi (tetapi singkat) dan jalan ceritanya di tulis secukupnya (tidak seperti narrative minutes)





Alur Komunikasi

