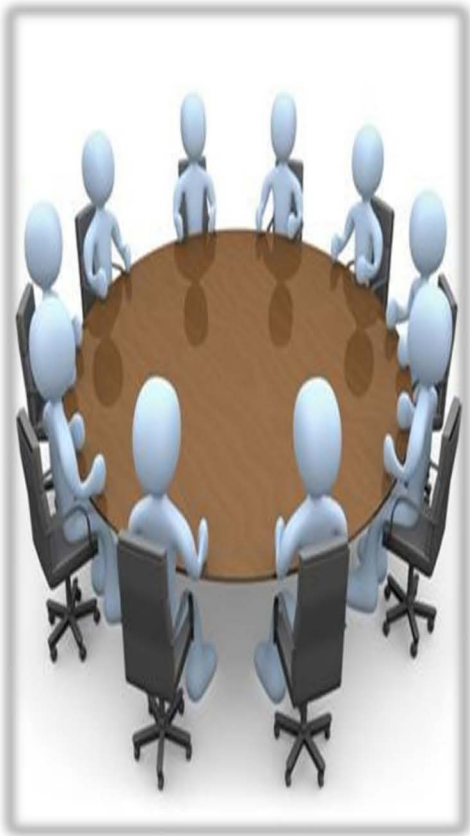


KOMUNIKASI BISNIS



Dwi Astuti, SE., M.Si

Nazrantika Sunarto, SE., MM

Tri Handayani, SE., M.Si

KOMUNIKASI BISNIS

KOMUNIKASI BISNIS

Dwi Astuti, SE., M.Si
Nazrantika Sunarto, SE., MM
Tri Handayani, SE., M.Si



KOMUNIKASI BISNIS

© Penerbit Perkumpulan Rumah Cemerlang Indonesia (PRCI)

Penulis:

Dwi Astuti, SE., M.Si
Nazrantika Sunarto, SE., MM
Tri Handayani, SE., M.Si

Editor:

Siti Fatimah

Cetakan Pertama: September 2022

Cover: Rusli

Tata Letak: Tim Kreatif PRCI

Hak Cipta 2022, pada Penulis. Diterbitkan pertama kali oleh:

Perkumpulan Rumah Cemerlang Indonesia
ANGGOTA IKAPI JAWA BARAT

Pondok Karisma Residence Jalan Raflesia VI D.151
Panglayungan, Cipedes Tasikmalaya – 085223186009

Website: www.rcipress.rcipublisher.org

E-mail: rumahcemerlangindonesia@gmail.com

Copyright © 2022 by Perkumpulan Rumah Cemerlang Indonesia
All Right Reserved

- Cet. I –: Perkumpulan Rumah Cemerlang Indonesia, 2022

Dimensi : 15,5 x 23 cm

ISBN: 978-623-448-224-9

Hak cipta dilindungi undang-undang

Dilarang memperbanyak buku ini dalam bentuk dan dengan
cara apapun tanpa izin tertulis dari penulis dan penerbit

Undang-undang No.19 Tahun 2002 Tentang

Hak Cipta Pasal 72

Undang-undang No.19 Tahun 2002 Tentang Hak Cipta
Pasal 72

Barang siapa dengan sengaja melanggar dan tanpa hak melakukan perbuatan sebagaimana dimaksud dalam pasal ayat (1) atau pasal 49 ayat (1) dan ayat (2) dipidana dengan pidana penjara masing-masing paling sedikit 1 (satu) bulan dan/atau denda paling sedikit Rp.1.000.000,00 (satu juta rupiah), atau pidana penjara paling lama 7 (tujuh) tahun dan/atau denda paling banyak Rp.5.000.000.000,00 (lima miliar rupiah).

Barang siapa dengan sengaja menyiarkan, memamerkan, mengedarkan, atau menjual kepada umum suatu ciptaan atau barang hasil pelanggaran hak cipta terkait sebagai dimaksud pada ayat (1) dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun dan/atau denda paling banyak Rp.500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).

KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillah dipersembahkan kepada Allah SWT, shalawat dan salam buat baginda Nabi Muhammad SAW, serta ucapan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam pembuatan modul ajar ini, terutama untuk semua narasumber yang ada di dalam daftar pustaka/referensi, Manajemen Politeknik Negeri Bengkalis, Rekan Dosen dan mahasiswa Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Bengkalis, serta keluarga tercinta.

Modul ajar Komunikasi Bisnis ini dimaksudkan untuk membantu mempelajari tentang komunikasi bisnis secara mudah dan efektif dengan menggunakan bahasa yang relatif sederhana dan mudah dicerna. Namun modul ajar ini, masih terdapat kekurangan dan ketidaksempurnaan. Masukan dan saran dari semua pihak sangat diharapkan agar dapat meningkatkan kualitas modul ini di masa datang. Semoga modul ini memberikan manfaat demi kemajuan ilmu pengetahuan dan semua pihak yang membutuhkan. Amin.....

Bengkalis, Februari 2018

Tim Penyusun

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI	ii
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
MODUL 1 PENGENALAN MATA KULIAH.....	1
A. Identitas Modul	1
B. Komponen Modul	1
C. Materi Modul	2
1. Deskripsi Singkat Mata Kuliah	2
2. Tujuan Instruksional Umum (TIU).....	3
3. Referensi	3
4. Pokok Bahasan.....	3
5. Aturan Perkuliahan	4
D. Rangkuman	4
E. Evaluasi.....	5
MODUL 2 MEMAHAMI KOMUNIKASI BISNIS	7
A. Identitas Modul	7
B. Komponen Modul	7
C. Materi Modul	8
1. Pengertian Komunikasi dan Komunikasi Bisnis.....	8
2. Bentuk Dasar Komunikasi	10
3. Proses Komunikasi.....	15
4. Munculnya Kesalahpahaman Komunikasi.....	16
5. Bagaimana Memperbaiki Komunikasi.....	17
D. Rangkuman	18
E. Evaluasi.....	19
MODUL 3 KOMUNIKASI ANTARPRIBADI	21
A. Identitas Modul	21
B. Komponen Modul	21
C. Materi Modul	22
1. Pengertian Komunikasi Antarpribadi.....	22
2. Tujuan Komunikasi Antarpribadi	24

3. Macam-macam Gaya Kepemimpinan.....	26
4. Teori Kebutuhan Manusia.....	29
5. Mendengarkan Sebagai Keahlian Berkomunikasi Antarpribadi	32
D. Rangkuman	34
E. Evaluasi.....	35
 MODUL 4 KOMUNIKASI DALAM ORGANISASI.....	37
A. Identitas Modul	37
B. Komponen Modul	37
C. Materi Modul	38
1. Hubungan komunikasi dalam suatu organisasi.....	38
2. Pola komunikasi dalam suatu organisasi	41
3. Mengelola komunikasi.....	45
4. Cara meningkatkan keterampilan komunikasi	46
D. Rangkuman	47
E. Evaluasi.....	48
 MODUL 5 KOMUNIKASI BISNIS LINTAS BUDAYA.....	49
A. Identitas Modul	49
B. Komponen Modul	49
C. Materi Modul	50
1. Pengertian Komunikasi Bisnis Lintas Budaya.....	51
2. Pentingnya Komunikasi Bisnis Lintas Budaya.....	52
3. Memahami Budaya dan Perbedaannya.....	53
4. Komunikasi dengan Orang Berbudaya Asing.....	57
D. Rangkuman	60
E. Evaluasi.....	61
 MODUL 6 PERENCANAAN PESAN-PESAN BISNIS	63
A. Identitas Modul	63
B. Komponen Modul	63
C. Materi Modul	64
1. Tiga Tahapan Dalam Proses Komposisi	64
2. Tujuan Penulisan Pesan-Pesan Bisnis.....	66
3. Analisis Audiens	67
4. Memenuhi Kebutuhan Informasi Audiance.....	69

5. Seleksi Saluran dan Media Komunikasi	70
D. Rangkuman	72
E. Evaluasi	72
 MODUL 7 PENGORGANISASIAN DAN REVISI PESAN-PESAN	
BISNIS	75
A. Identitas Modul	75
B. Komponen Modul	75
C. Materi Modul	77
1. Pengorganisasian Pesan-Pesan Bisnis.....	77
2. Revisi Pesan-Pesan Bisnis	82
D. Rangkuman	88
E. Evaluasi	89
 MODUL 8 PENULISAN DIRECT REQUEST	
A. Identitas Modul	91
B. Komponen Modul	91
C. Materi Modul	92
1. Pengertian <i>Direct Request</i>	92
2. Pengorganisasian <i>Direct Request</i>	93
3. Permintaan Informasi Rutin	94
4. Menulis <i>Direct Request</i> untuk Pengaduan	95
5. Surat Undangan, Pesanan dan Reservasi	96
6. Permintaan Kredit	96
D. Rangkuman	97
E. Evaluasi	97
 MODUL 9 PENULISAN PERMINTAAN PESAN-PESAN RUTIN	
DAN POSITIF	99
A. Identitas Modul	99
B. Komponen Modul	99
C. Materi Modul	100
1. Pengertian Pesan-pesan Rutin dan Positif.....	100
2. Strategi Penulisan untuk Permintaan Pesan-pesan Rutin dan Pesan-pesan Positif	101
3. Pesan-pesan <i>Good News</i> dan <i>Good Will</i>	103
4. Menulis Jawaban Positif	105

5. Menangani Permintaan Kredit Rutin	106
6. Surat Rekomendasi dan Pemberitahuan.....	107
D. Rangkuman	108
E. Evaluasi.....	108
 MODUL 10 PENULISAN BERITA BURUK (<i>BAD NEWS</i>)	109
A. Identitas Modul	109
B. Komponen Modul	109
C. Materi Modul	111
1. Pengertian Berita Buruk (<i>Bad News</i>).....	111
2. Strategi Pengorganisasian Pesan-pesan <i>Bad News</i>	111
3. Mengkomunikasikan Informasi dan Jawaban Negatif...	114
4. Penyampaian <i>Bad News</i> ke Pelanggan	115
5. <i>Bad News</i> tentang Orang.....	116
D. Rangkuman	117
E. Evaluasi.....	118
 MODUL 11 PENULISAN PESAN PERSUASIF	119
A. Identitas Modul	119
B. Komponen Modul	119
C. Materi Modul	120
1. Pengertian Pesan Persuasif	120
2. Mengembangkan Pesan-pesan Persuasif	121
3. Menulis permintaan persuasif	124
4. Penulisan pesan-pesan penjualan dan permohonan dana	124
D. Rangkuman	126
E. Evaluasi.....	127
 MODUL 12 DASAR-DASAR KORESPONDENSI BISNIS.....	129
A. Identitas Modul	129
B. Komponen Modul	129
C. Materi Modul	130
1. Pengertian Korespondensi, Surat dan Surat Bisnis	130
2. Peran Korespondensi dalam Bisnis.....	131
3. Pihak-pihak yang Terlibat dalam Korespondensi	132
4. Fungsi Surat Bisnis dan Pengelompokan Surat	133
5. Bagian-Bagian Surat	135

6. Bentuk Surat.....	139
7. Bahasa Surat.....	139
8. Format Lipatan Surat dan Amplop.....	139
9. Contoh-contoh Surat Bisnis	142
D. Rangkuman	145
E. Evaluasi	146

MODUL 13 PENULISAN SURAT LAMARAN KERJA DAN

WAWANCARA KERJA	147
A. Identitas Modul	147
B. Komponen Modul	147
C. Materi Modul	149
1. Pendekatan AIDA	149
2. Pengorganisasian Surat Lamaran Kerja	150
3. Tips untuk Pelamar Kerja	150
4. Arti Penting Wawancara Kerja	151
5. Persiapan Wawancara Kerja	152
6. Cara Mengenali Pekerjaan dan Perusahaan	152
7. Pertanyaan Penting dalam Wawancara Kerja	153
8. Ucapan Terima Kasih.....	153
9. Surat Penerimaan Pegawai dan Surat Penerimaan Kerja	154
10. Surat Penolakan Kerja.....	154
D. Rangkuman	155
E. Evaluasi.....	156

MODUL 14 PRESENTASI BISNIS

A. Identitas Modul	157
B. Komponen Modul	157
C. Materi Modul	158
1. Tujuan Presentasi Bisnis	158
2. Persiapan Presentasi Bisnis	159
3. Analisis Audiens	160
D. Rangkuman	161
E. Evaluasi	162

MODUL 15 NEGOSIASI

A. Identitas Modul	163
--------------------------	-----

B. Komponen Modul	163
C. Materi Modul	164
1. Pengertian Negosiasi.....	164
2. Proses Bernegosiasi	165
3. Keterampilan Bernegosiasi	168
4. Tipe Negosiator.....	169
D. Rangkuman	170
E. Evaluasi.....	170
GLOSARIUM	171

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Perbedaan antara Komunikasi Antarpribadi dengan Komunikasi Bisnis.....	10
Tabel 3.1 Asumsi Teori X dan Y	27
Tabel 3.2 Komponen Teori Dua-Faktor	32
Tabel 6.1 Komunikasi Lisan dan Tertulis	71
Tabel 7.1 Tabel Empat Rencana Organisasional untuk Pesan- pesan Singkat	82

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Proses Komunikasi	16
------------------------------------	----



MODUL 1

PENGENALAN MATA KULIAH

A. Identitas Modul

IDENTITAS MODUL

Perguruan Tinggi	: Politeknik Negeri Bengkalis	Pertemuan ke	: 1
Jurusan/ Program Studi	: Administrasi Niaga/ DIII Administrasi Bisnis	Modul ke	: 1
Kode Mata Kuliah	: ADB 208	Jumlah Halaman	: 5
Nama Mata Kuliah	: Komunikasi Bisnis	Mulai Berlaku	: 2017

B. Komponen Modul

1. Judul Modul

MODUL I PENGENALAN MATA KULIAH

2. Kompetensi Dasar

Memahami tentang materi-materi yang akan dipelajari dalam mata kuliah Komunikasi Bisnis beserta tujuan instruksional umumnya, sumber referensi yang digunakan, pokok bahasan, dan pembuatan kesepakatan/kontrak perkuliahan. Pengenalan ini menjadi dasar untuk mengetahui dan mempelajari lebih dalam lagi mengenai pentingnya komunikasi yang baik dan tepat di dalam dunia bisnis.

3. Pokok Bahasan dan Sub Pokok Bahasan

- Deskripsi singkat mata kuliah
- Tujuan Instruksional Umum (TIU)

- c. Referensi
- d. Pokok bahasan
- e. Aturan perkuliahan.

4. Indikator Pencapaian

Setelah menyelesaikan perkuliahan pada modul ini, mahasiswa diharapkan akan mampu :

- a. Memahami deskripsi singkat perkuliahan
- b. Memahami Tujuan Instruksional Umum (TIU)
- c. Mengetahui referensi yang digunakan
- d. Memahami pokok bahasan secara garis besar
- e. Mengetahui dan menyepakati aturan dan kontrak perkuliahan

5. Referensi

Feriyanto, Andri dan Endang Shyta Triana. 2015. Komunikasi Bisnis: Strategi Komunikasi dalam Mengelola Bisnis. Mediatara. Yogyakarta

Peraturan Akademik Politeknik Negeri Bengkalis. 2012. Politeknik Negeri Bengkalis. Bengkalis.

Purwanto, Djoko. 2006. Komunikasi Bisnis, Edisi Ketiga. Erlangga. Jakarta

C. Materi Modul

Pengenalan Mata Kuliah

1. Deskripsi Singkat Mata Kuliah

Mata kuliah ini berisi tentang bagaimana memahami komunikasi bisnis, komunikasi antar pribadi, komunikasi dalam organisasi, komunikasi bisnis lintas budaya, perencanaan pesan-pesan bisnis, pengorganisasian pesan-pesan bisnis, revisi pesan-pesan bisnis, penulisan direct request, penulisan permintaan pesan-pesan rutin dan positif, menulis pesan berita buruk dan menulis pesan persuasif, dasar-dasar korespondensi bisnis, penulisan surat lamaran kerja,

wawancara kerja, presentasi bisnis, dan negosiasi.

2. Tujuan Instruksional Umum (TIU)

Setelah mata kuliah ini berakhir diharapkan mahasiswa dapat memahami komunikasi bisnis, komunikasi antar pribadi, komunikasi dalam organisasi, komunikasi dalam organisasi, komunikasi bisnis lintas budaya, perencanaan pesan-pesan bisnis, pengorganisasian pesan-pesan bisnis, revisi pesan-pesan bisnis, penulisan direct request, penulisan permintaan pesan-pesan rutin dan positif, menulis pesan berita buruk dan menulis pesan persuasif, dasar-dasar korespondensi bisnis, penulisan surat lamaran kerja, penulisan surat lamaran kerja, wawancara kerja, persentasi bisnis, dan negosiasi.

3. Referensi

Beberapa judul buku berikut nama penulisnya yang digunakan sebagai bahan referensi untuk mata kuliah Komunikasi Bisnis, diantaranya:

- a. Komunikasi Bisnis: Strategi Komunikasi dalam Mengelola Bisnis, oleh: Andri Feriyanto dan Endang Shyta Triana.
- b. Komunikasi Bisnis, Edisi Ketiga, oleh: Djoko Purwanto.
- c. Komunikasi Bisnis, oleh: Sutrisna Dewi.
- d. 15 Menit Membuat Surat Lamaran Kerja yang Efektif.

4. Pokok Bahasan

Pokok Bahasan dalam mata kuliah Komunikasi Bisnis yang akan dipelajari selama satu semester adalah sebagai berikut:

- a. Memahami Komunikasi Bisnis
- b. Komunikasi Antarpribadi
- c. Komunikasi Dalam Organisasi
- d. Komunikasi Lintas Budaya
- e. Perencanaan Pesan-pesan Bisnis
- f. Pengorganisasian dan Revisi Pesan-pesan Bisnis
- g. Penulisan *Direct Request*
- h. Penulisan Permintaan Pesan-pesan Rutin dan Positif
- i. Penulisan *Bad News*
- j. Penulisan Pesan-pesan Persuasif

- k. Dasar-dasar Korespondensi Bisnis
- l. Penulisan Surat Lamaran dan Wawancara Kerja
- m. Presentasi Bisnis
- n. Negosiasi

5. Aturan Perkuliahan

Aturan selama perkuliahan untuk mata kuliah Komunikasi Bisnis dibuat dan bersumber dari Peraturan Akademik Politeknik Negeri Bengkalis yang akan disepakati bersama dosen dan mahasiswa, serta didokumentasikan dalam bentuk sebuah kontrak perkuliahan. Kontrak perkuliahan akan mengatur beberapa hal berikut:

- a. Identitas mata kuliah
- b. Manfaat mata kuliah
- c. Deskripsi mata kuliah
- d. Standar kompetensi dan kompetensi dasar
- e. Strategi pembelajaran
- f. Materi pokok
- g. Bahan bacaan
- h. Tugas-tugas
- i. Kriteria dan standar penilaian
- j. Tata-tertib mahasiswa dan dosen
- k. Jadwal kuliah
- l. Lain-lain

D. Rangkuman

Komunikasi bisnis secara garis besar akan membahas mengenai bagaimana memahami komunikasi bisnis, komunikasi antar pribadi, komunikasi dalam organisasi, komunikasi bisnis lintas budaya, perencanaan pesan-pesan bisnis, pengorganisasian pesan-pesan bisnis, revisi pesan-pesan bisnis, penulisan direct request, penulisan permintaan pesan-pesan rutin dan positif, menulis pesan berita buruk dan menulis pesan persuasif, dasar-dasar korespondensi bisnis, penulisan surat lamaran kerja, wawancara kerja, presentasi bisnis, dan negosiasi. Referensi yang digunakan adalah beberapa sumber buku dengan judul Komunikasi Bisnis yang ditulis oleh berbagai pihak,

baik akademisi maupun praktisi di bidang komunikasi bisnis. Aturan perkuliahan selain dimuat dalam peraturan akademik, dibuat juga dalam bentuk sebuah Kontrak Perkuliahan yang disepakati oleh dosen dan mahasiswa.

E. Evaluasi

Cari tulisan, artikel atau teori (bisa dari internet) yang ada hubungannya dengan pentingnya komunikasi dalam dunia bisnis.



MODUL 2

MEMAHAMI KOMUNIKASI BISNIS

A. Identitas Modul

IDENTITAS MODUL

Perguruan Tinggi	: Politeknik Negeri Bengkalis	Pertemuan ke	: 2 dan 3
Jurusan/ Program Studi	: Administrasi Niaga/ DIII Administrasi Bisnis	Modul ke	: 2
Kode Mata Kuliah	: ADB 208	Jumlah Halaman	: 13
Nama Mata Kuliah	: Komunikasi Bisnis	Mulai Berlaku	: 2017

B. Komponen Modul

1. Judul Modul

MODUL II MEMAHAMI KOMUNIKASI BISNIS

2. Kompetensi Dasar

Menjelaskan pengertian komunikasi dan komunikasi bisnis, membedakan bentuk dasar komunikasi, proses komunikasi khususnya dalam bisnis, mengidentifikasi sebab-sebab munculnya kesalahpahaman beserta cara memperbaiki komunikasi dan cara meningkatkan keterampilan berkomunikasi.

3. Pokok Bahasan dan Sub Pokok Bahasan

- Pengertian Komunikasi dan Komunikasi Bisnis
- Bentuk Dasar Komunikasi
- Proses Komunikasi

- d. Munculnya Kesalahpahaman Komunikasi
- e. Bagaimana Memperbaiki Komunikasi

4. Indikator Pencapaian

Setelah menyelesaikan perkuliahan pada modul ini, mahasiswa diharapkan akan mampu:

- a. Menjelaskan pengertian komunikasi dan komunikasi bisnis.
- b. Membedakan komunikasi verbal dengan komunikasi nonverbal.
- c. Menjelaskan proses terjadinya komunikasi.
- d. Mengidentifikasi sebab-sebab munculnya kesalahpahaman dalam komunikasi
- e. Menjelaskan cara memperbaiki komunikasi serta bagaimana cara meningkatkan keterampilan berkomunikasi.

5. Referensi

- Feriyanto, Andri dan Endang Shyta Triana. 2015. Komunikasi Bisnis: Strategi Komunikasi dalam Mengelola Bisnis. Mediatara. Yogyakarta
- Purwanto, Djoko. Komunikasi Bisnis, Edisi Ketiga. 2006. Erlangga. Jakarta

C. Materi Modul

MEMAHAMI KOMUNIKASI BISNIS

1. Pengertian Komunikasi dan Komunikasi Bisnis

Komunikasi atau *communication* berasal dari bahasa Latin *communis* yang berarti ‘sama’. *Communico*, *communicatio* atau *communicare* yang berarti membuat sama (*make to common*). Secara sederhana, Feriyanto (2015) menyatakan jika komunikasi dapat terjadi apabila ada kesamaan antara penyampaian pesan dan orang yang menerima pesan. Oleh sebab itu, komunikasi bergantung pada

kemampuan kita untuk dapat memahami satu dengan yang lainnya (*communication depends on our ability to understand one another*).

Menurut Himstreet dan Batty dalam Purwanto (2006), komunikasi adalah suatu proses pertukaran informasi antarindividu melalui suatu sistem yang biasa (lazim), baik simbol-simbol, sinyal-sinyal, maupun perilaku atau tindakan. Sementara itu menurut Bovee (Purwanto, 2006), komunikasi adalah suatu proses pengiriman dan penerimaan pesan.

Pada intinya, di dalam pengertian komunikasi tersebut paling tidak melibatkan dua orang atau lebih, dan proses pemindahan pesannya dapat dilakukan dengan menggunakan cara-cara berkomunikasi yang biasa dilakukan oleh seseorang melalui percakapan, surat-menyurat, maupun sinyal-sinyal dan perilaku nonverbal.

Bentuk-bentuk komunikasi di dalam dunia praktis (Purwanto, 2006), terdiri dari:

a. Komunikasi antarpribadi (*inter-personal communications*)

Komunikasi antarpribadi merupakan bentuk komunikasi yang dilakukan oleh dua orang atau lebih dengan menggunakan bahasa yang mudah dipahami kedua belah pihak dan cenderung lebih fleksibel (luwes) dan informal. Komunikasi tersebut biasa dijumpai dalam kehidupan sehari-hari, contohnya komunikasi yang dilakukan antar anggota keluarga, antarteman, antarkaryawan, dan antarsejawat.

b. Komunikasi lintas budaya (*intercultural/cross-cultural communications*)

Komunikasi lintas budaya merupakan bentuk komunikasi yang dilakukan antara dua orang atau lebih, yang masing-masing memiliki budaya yang berbeda karena perbedaan geografis tempat tinggal. Misalnya komunikasi yang dilakukan oleh orang-orang yang berasal dari daerah, wilayah, dan negara yang berbeda, sehingga memerlukan penyesuaian di antara mereka.

c. Komunikasi bisnis (*business communications*)

Komunikasi bisnis adalah komunikasi yang digunakan dalam dunia bisnis yang mencakup berbagai macam bentuk komunikasi, baik komunikasi verbal maupun komunikasi nonverbal untuk mencapai tujuan tertentu.

Dalam dunia bisnis, seorang komunikator yang baik di samping harus memiliki kemampuan berkomunikasi yang baik, juga harus mampu menggunakan berbagai macam atau alat komunikasi yang ada untuk menyampaikan pesan-pesan bisnis kepada pihak lain secara efektif dan efisien, sehingga apa yang menjadi tujuan dari komunikasi bisnis tersebut dapat tercapai.

Berikut ini disajikan beberapa perbedaan antara komunikasi antarpribadi dengan komunikasi bisnis dilihat dari berbagai sisi.

Tabel 2.1 Perbedaan antara Komunikasi Antarpribadi dengan Komunikasi Bisnis

Uraian	Komunikasi Antarpribadi	Komunikasi Bisnis
❖ Orientasi/tujuan	➤ Kepentingan pribadi	➤ Kepentingan bisnis
❖ Pokok bahasan	➤ Masalah pribadi	➤ Masalah bisnis
❖ Bahasa yang digunakan	➤ Informal, bahasa campuran	➤ Formal, baku
❖ Format penulisan	➤ Tidak standar, fleksibel	➤ Standar
❖ Gaya penulisan	➤ Tidak standar	➤ Standar
❖ Kertas surat yang digunakan	➤ Tanpa kop surat	➤ Dengan kop surat
❖ Stempel/cap	➤ Tanpa Stempel	➤ Dengan stempel
❖ Contoh	➤ Surat keluarga	➤ Surat bisnis

Sumber : Purwanto (2006)

2. Bentuk Dasar Komunikasi

Secara umum, terdapat dua bentuk komunikasi yang lazim digunakan dalam dunia bisnis, yaitu komunikasi verbal dan nonverbal. Berikut penjelasan secara singkat dari kedua bentuk komunikasi tersebut.

a. Komunikasi Verbal

Purwanto (2006) mendefinisikan komunikasi verbal sebagai salah satu bentuk komunikasi yang lazim digunakan dalam dunia bisnis untuk menyampaikan pesan-pesan bisnis kepada pihak lain baik secara tertulis (*written*) maupun lisan (*oral*). Bentuk komunikasi verbal ini memiliki struktur yang teratur dan terorganisasi dengan baik, sehingga tujuan penyampaian pesan-pesan bisnis dapat tercapai

dengan baik.

Contoh komunikasi verbal dalam dunia bisnis, misalnya:

- 1) Membuat dan mengirim surat pengantar barang ke suatu perusahaan.
- 2) Membuat dan mengirim surat penawaran barang kepada pihak lain.
- 3) Membuat dan mengirim surat konfirmasi barang kepada pelanggan.
- 4) Membuat dan mengirim surat pemesanan barang (order) kepada pihak lain.
- 5) Membuat dan mengirim surat pengaduan kepada pihak lain.
- 6) Membuat dan mengirim surat ucapan terima kasih ataupun ucapan berduka cita kepada mitra bisnis.
- 7) Berdiskusi dalam suatu kerja tim.
- 8) Membuat dan mengirim surat edaran ke media massa.
- 9) Memberi informasi kepada pelanggan yang meminta informasi tentang produk perusahaan.
- 10) Mengadakan pengarahan (*briefing*) untuk staf karyawan dalam suatu perusahaan.
- 11) Melakukan negosiasi dengan pelaku bisnis lain.
- 12) Melakukan presentasi proposal tentang pengembangan perusahaan di hadapan tim penguji.
- 13) Melakukan konferensi jarak jauh melalui komputer (*teleconference*) dengan perusahaan/pihak lain.
- 14) Melakukan *chatting* dengan teman sejawat di Internet.

Komunikasi bisnis yang efektif sangat bergantung pada keterampilan seseorang dalam mengirim maupun menerima pesan. Secara umum, untuk menyampaikan pesan-pesan bisnis, seseorang dapat menggunakan tulisan maupun lisan, sedangkan untuk menerima pesan-pesan bisnis, seseorang dapat menggunakan pendengaran dan bacaan.

b. Komunikasi Nonverbal

Bentuk komunikasi yang paling mendasar dalam komunikasi bisnis adalah komunikasi nonverbal. Komunikasi nonverbal merupakan komunikasi yang dilakukan dengan menggunakan

gerakan-gerakan tubuh (bahasa isyarat), bahasa tubuh/*body language* (ekspresi wajah), sandi, simbol-simbol, pakaian seragam, warna, dan intonasi suara sebagai alat untuk berkomunikasi dengan orang lain.

Berikut ini adalah beberapa contoh perilaku yang menunjukkan komunikasi nonverbal.

- 1) Menggertakkan gigi untuk menunjukkan kemarahan.
- 2) Mengerutkan dahi untuk menunjukkan sedang berpikir keras.
- 3) Membuang muka untuk menunjukkan sikap tidak senang ataupun antipati terhadap orang lain.
- 4) Menggelengkan kepala untuk menunjukkan sikap menolak atau keheranan.
- 5) Tersenyum dan berjabat tangan dengan orang lain untuk mewujudkan senang, simpati dan penghormatan.
- 6) Telapak tangan yang terbuka untuk menunjukkan kejujuran.
- 7) Gerakan kaki dan tangan secara tidak teratur, bagaikan orang yang kedinginan, yang menunjukkan bahwa seseorang sedang grogi.
- 8) Simbol dilarang merokok yang terpasang di ruang tamu untuk menunjukkan bahwa tamu dilarang merokok.

Singkatnya, dalam komunikasi nonverbal orang dapat mengambil suatu kesimpulan tentang berbagai macam perasaan orang, baik rasa senang, benci, cinta, rindu, maupun berbagai macam perasaan lainnya. Komunikasi nonverbal juga lebih bersifat spontan dibandingkan dengan komunikasi verbal dalam hal penyampaian suatu pesan. Bentuk komunikasi nonverbal memiliki sifat yang kurang tersruktur sehingga sulit untuk dipelajari.

c. Pentingnya Komunikasi Nonverbal

Komunikasi nonverbal sering tidak terencana atau kurang terstruktur. Namun demikian, komunikasi nonverbal memiliki pengaruh yang lebih besar daripada komunikasi verbal. Isyarat-isyarat dalam komunikasi nonverbal memiliki peranan penting, terutama untuk menyampaikan perasaan dan emosi seseorang.

Apa kebaikan atau keunggulan dari komunikasi nonverbal? Berikut ini penjelasannya:

- 1) Kesahihannya (Reabilitas)

Salah satu kebaikan komunikasi nonverbal adalah kesahihannya (reabilitas). Hal ini berkaitan dengan tingkat kepercayaan yang tinggi terhadap kebenaran pesan-pesan yang disampaikan dengan menggunakan bahasa isyarat.

2) Sulit Dimanipulasi

Secara umum, orang akan mudah menipu orang lain dengan menggunakan kata-kata baik lisan maupun tulisan dari pada menggunakan gerakan tubuh atau bahasa isyarat. Komunikasi dengan menggunakan kata-kata akan lebih mudah dikendalikan daripada dengan menggunakan bahasa isyarat (gerakan badan/tubuh) atau ekspresi wajah. Hal ini disebabkan oleh sifat komunikasi nonverbal yang spontan.

Ketika seseorang mendengar berita yang menyenangkan, ekspresi wajahnya nampak cerah ceria, seolah-olah tanpa beban. Namun, bila seseorang mendengar berita yang kurang menyenangkan yang menyangkut diri sendiri, keluarga atau kolega, maka dengan begitu cepat ekspresi wajahnya akan mudah berubah menjadi murung, lesu, lemah, tak bergairah dan sedih.

3) Mudah Mendeteksi Kecurangan atau Kejujuran Orang Lain

Dengan memperhatikan isyarat nonverbal, seseorang dapat mendeteksi kecurangan atau menegaskan kejujuran orang lain. Maka, tidaklah mengherankan bila seseorang lebih percaya pada pesan-pesan yang disampaikan melalui isyarat nonverbal ketimbang pesan-pesan yang disampaikan melalui isyarat verbal. Seseorang dapat saja menutup-nutupi kecurangan dengan isyarat verbal (seperti tulisan). Namun, ia tidak dapat sepenuhnya menutupi apa yang sedang terjadi pada dirinya karena hal itu tercermin dalam ekspresi wajahnya. Manakala wajah seseorang murung atau cemberut, maka dapat diduga bahwa seseorang sedang menghadapi suatu masalah, mungkin masalah pribadi, keluarga, atau masalah bisnis di kantornya.

4) Efisien

Komunikasi nonverbal sangatlah penting, artinya bagi pengirim dan penerima pesan, karena sifatnya yang efisien. Suatu pesan nonverbal dapat disampaikan tanpa harus berpikir panjang dan pihak audien juga dapat menangkap artinya dengan cepat. Coba perhatikan para petugas penyaji makanan dan minuman di suatu

acara resepsi yang sedang melakukan tugasnya. Pada umumnya mereka memiliki bahasa-bahasa isyarat tertentu yang dapat dipahami oleh teman-teman mereka untuk menunjukkan tempat-tempat mana yang sudah maupun yang belum mendapat jamuan makanan atau minuman. Contoh lain, ketika seorang karyawan berusaha memanggil temannya yang sedang asyik mengobrol di suatu tempat yang agak jauh. Ia dapat menggunakan isyarat nonverbal seperti bertepuk tangan sambil melambaikan tangan untuk memanggil temannya tersebut.

d. Tujuan Komunikasi Nonverbal

Meskipun bisa berdiri sendiri, komunikasi non verbal sering sekali berkaitan erat dengan komunikasi verbal berupa lisan (ucapan). Dengan demikian, sering terjadi penggabungan antara komunikasi verbal dan komunikasi non verbal dalam suatu situasi tertentu. Kata-kata yang diucapkan dalam suatu percakapan hanya membawa sebagian dari suatu pesan, sedangkan sisanya disampaikan melalui isyarat-isyarat non verbal. Sebagai contoh, orang yang sedang sangat marah, selain mengungkapkan kemarahan melalui kata-kata yang tajam, seringkali disertai muka merah, mata melotot dan bahasa tubuh lainnya.

Apa sebenarnya yang menjadi tujuan dari penggunaan komunikasi nonverbal? Menurut Thil dan Bovee (Purwanto, 2006), komunikasi non – verbal mempunyai beberapa tujuan, yaitu:

- 1) Menyediakan/memberikan informasi.
- 2) Mengatur alur suara percakapan.
- 3) Mengekspresikan emosi.
- 4) Memberikan sifat, melengkapi, menentang, atau mengembangkan pesan-pesan verbal.
- 5) Mengendalikan atau mempengaruhi orang lain.
- 6) Mempermudah tugas-tugas khusus.

Bagaimana relevansi komunikasi nonverbal dalam dunia bisnis? Relevansi komunikasi nonverbal dalam dunia bisnis antara lain dapat membantu menentukan kredibilitas dan potensi kepemimpinan seseorang. Jika seorang pemimpin dapat belajar mengelola pesan yang dilengkapi dengan komunikasi nonverbal, misalnya intonasi

suara, ekspresi wajah, gerak tubuh, penampilan, dan lain-lain, maka ia dapat melakukan komunikasinya dengan baik. Seorang manajer haruslah menjadi seorang komunikator yang baik, baik secara verbal maupun nonverbal. Ia harus memahami bagaimana menyampaikan pesan-pesan bisnis kepada bawahannya, atasan, supplier, mitra perusahaan, konsumen/klien dan lain-lain. Jika seseorang dapat belajar membaca tanda-tanda non-verbal yang disampaikan orang lain, maka ia akan dapat menafsirkan maksud pesan secara tepat dan akurat. Oleh karena itu, saat berhubungan dengan bawahan, atasan, pemasok atau pelanggan/klien, perhatikan tanda-tanda nonverbal mereka di samping mendengar mereka. Jika seorang pelanggan atau klien merasa kecewa atau senang dengan pelayanan komunikasi verbal perusahaan, maka tanda-tanda nonverbal mereka akan menunjukkan sikap seperti itu. Misalnya saat mereka mengatakan terima kasih atas pelayanan kita, konsumen yang benar-benar puas mungkin akan menunjukkan mukanya yang berseri-seri atau bersahabat, dengan tatapan mata yang berbinar-binar. Namun jika pelanggan mengatakan terima kasih sambil memalingkan muka, dengan muka yang masam, mungkin ucapan terima kasih-nya itu hanya basa-basi belaka.

3. Proses Komunikasi

Proses komunikasi merupakan suatu proses bagaimana komunikator menyampaikan pesan kepada komunikannya, sehingga dapat menciptakan suatu persamaan makna antara komunikan dengan komunikatornya. Proses komunikasi ini bertujuan untuk menciptakan komunikasi yang efektif (sesuai dengan tujuan komunikasi pada umumnya). Sebagai suatu proses, komunikasi mempunyai persamaan dengan bagaimana seseorang mengekspresikan perasaan, hal-hal yang berlawanan, yang sama (selaras, serasi), serta meliputi proses menulis, mendengarkan dan mempertukarkan informasi.

Menurut Thill dan Bovee (Purwanto, 2006), proses komunikasi terdiri atas enam tahap, yaitu:

- a. Pengirim mempunyai suatu ide atau gagasan.
- b. Pengirim mengubah ide menjadi suatu pesan.
- c. Pengirim menyampaikan pesan.