

# KOMUNIKASI

- Peran Komunikasi
- Pengertian Komunikasi
- Proses Komunikasi
- Kontinum Komunikasi Dalam Perilaku Organisasi
- Media Komunikasi
- Komunikasi Nonverbal
- Komunikasi Antar Pribadi



# PENTINGNYA KOMUNIKASI

- Barnard dalam Luthans (2006:371) menyatakan, "komunikasi membuat sistem kooperatif organisasi menjadi lebih dinamis dan menghubungkan tujuan organisasi dengan semua manusia yang terlibat di dalamnya.
- Kontribusi aktivitas komunikasi pada efektivitas manajer (Luthans, 2006:370)
  1. Komunikasi *rutin/Routine communication* (44 % ),
  2. Pertukaran informasi/*Networking* (11 %),
  3. Manajemen tradisional/*Tradisional management* (19 %),
  4. *MSDM/ Human resources management* (26 %)

# Definisi Komunikasi

- ❑ Luthans (2006:372) "kebanyakan definisi komunikasi yang digunakan dalam buku perilaku organisasi menekankan *penggunaan simbol-simbol untuk mentransfer makna informasi (The use of symbols to transfer the meaning of information)*"
- ❑ Robbins (2008:5) Komunikasi meliputi transfer maupun pemahaman makna.
- ❑ Komunikasi adalah bentuk apa saja dari interaksi – kata-kata, senyuman, anggukan kepala, gerakan tangan, sikap badan, gerakan mata – yang berakibat diterimanya arti, sikap, atau perasaan yang sama.

# 1. Variable of Communication



# KOMUNIKASI

**Komunikasi adalah proses berbagi makna secara berkesinambungan dan dinamis di antara pelaku-pelaku komunikasi melalui lambang-lambang verbal maupun nonverbal, bermedia ataupun tidak, dimana masing-masing pihak dapat saling memberikan pengaruh secara timbal balik.**

# Komponen Komunikasi

Pengirim (*source, sender, encoder, communicator, who*)

Penerima (*receiver, audience, decoder, destination*)

Pesan (*message, speech, says what*)

Saluran (*channel, media*)

Konteks (*context, setting*)

Umpan balik (*feedback*)

Gangguan (*noise*)

Hasil akhir (*effect*)

# VARIABEL SOURCE/KOMUNIKATOR

(Dalam Komunikasi Pemasaran Terpadu)

## Ethos Komunikator

Kredibilitas

Atraksi

Kekuasaan

### *A. Kredibilitas (Credibility)*

- Keahlian (Expertness)
- Dapat Dipercaya (Trustworthiness)
- Keamanan (Safety)
- Dinamisme (Dynamism)
- Keterbukaan (Extroversion)
- Ketenangan (Poise)
- Koorientasi (Coorientation)
- Sosiabilitas (Sociability)
- Karisma (Charisma)
- Sungguh-Sungguh (Seriousness)



## B. Atraksi (Attractiveness)

- *Daya tarik fisik (Physical Attractiveness)*
- *Kesamaan (Similarity)*
- *Ganjaran (Reward)*
- *Kemampuan (Competence)*
- *Akrab/Dikenal (Familiarity)*
- *Kedekatan (Proximity)*
- *Keramahan (Friendship)*
- *Sederhana (Moderation)*

## C. Kekuasaan (Power)

- *Informational Power*
- *Reward Power*
- *Coersive Power*
- *Referent Power*
- *Legitimate Power*
- *Expert Power*



# VARIABEL RECEIVER

(Dalam Komunikasi Pemasaran)

## A. Demographic Variables

- Usia (Age)
- Agama (Religious)
- Pendidikan (Education)
- Politik, Ekonomi, Sosial, Budaya (Politic), (Economy), (Social), (Culture)
- Seks/Jenis Kelamin (Sex)
- Ras (Race)

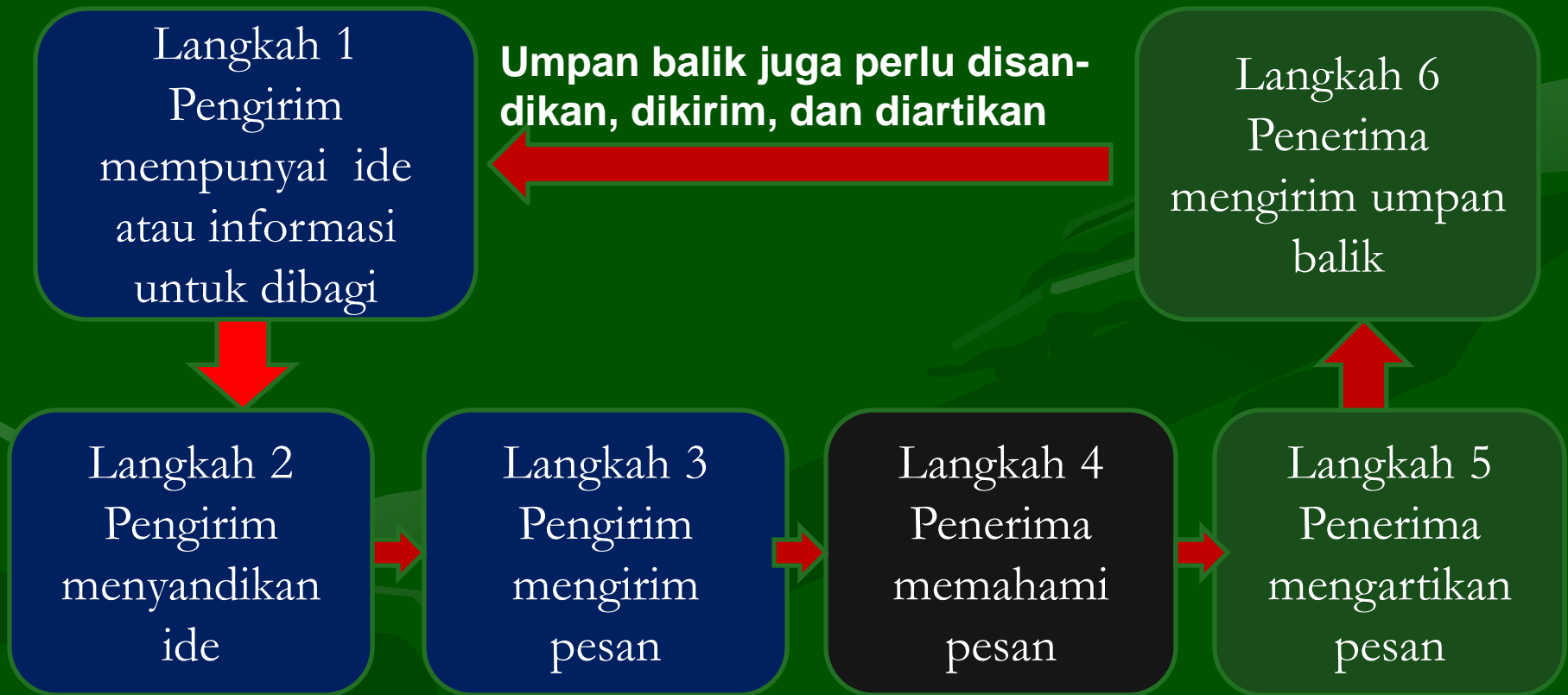
## B. Personality Variables

- Harga diri (Self Esteem)
- Kegelisahan (Anxiety)
- Kepercayaan (Dogmatism)
- Punya Kekuatan (Authoritarianism)
- Prejudis (Machiavellianism)

## C. Prior Commitment

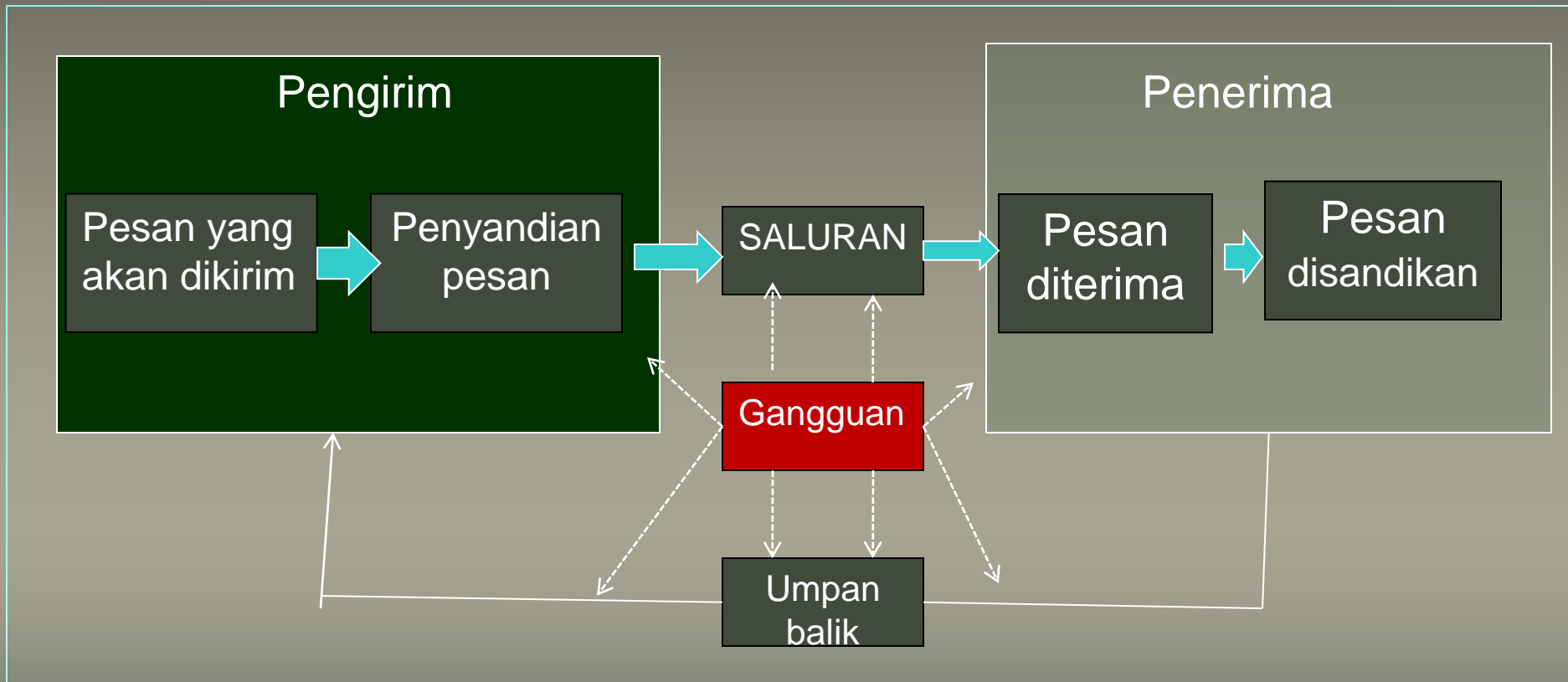
- Mendukung (Support)
- Menghalangi (Hinder)

# GAMBAR: 1.2 PROSES KOMUNIKASI



Sumber: Bovee & Thill, 2007, Komunikasi Bisnis, Jilid I. P T Indeks, Jakarta, hal. 12

# Gambar 8.1 Proses Komunikasi



Sumber: Robbins, Perilaku Organisasi, Buku 2 Salemba Empat, Jakarta, 2008, h.7

1. Pengirim (komunikator) mengirimkan pesan dengan cara menyandikan pemikirannya
  - Pesan adalah produk fisik aktual dari penyandian oleh komunikator; pembicaraan, tulisan, gerakan, ekspresi wajah adalah pesan.
2. Saluran merupakan perantara yang dipakai pesan dalam menempuh perjalanan
  - Saluran formal disediakan oleh organisasi, dan mengikuti rantai otoritas dalam organisasi
  - Saluran informal, diciptakan secara spontan dan muncul sebagai tanggapan terhadap pilihan-pilihan individual.
3. Penerima (komunikan) adalah obyek yg menjadi sasaran pesan.
  - Sebelum pesan diterima, dilakukan penerjemahan sandi sehingga simbol-simbol pesan dapat dipahami oleh komunikan
4. Gangguan, mewakili berbagai hambatan komunikasi yang mengacaukan kejelasan pesan
  - Baik datang dari pengirim, saluran, penerima maupun umpan balik.
5. Umpan balik, adalah sarana pengecekan apakah pesan telah diterima seperti yang dimaksudkan pada awalnya.

# KONTINUM KOMUNIKASI

Kontinum Komunikasi digunakan untuk mengidentifikasi kategori komunikasi yang secara khusus relevan dengan studi perilaku organisasi.

Diperlukan tinjauan media dan teknologi komunikasi serta pendekatan nonverbal untuk membahas *komunikasi interpersonal* dengan perspektif yang tepat.

Gambar 8.2. Kontinum Komunikasi dalam Perilaku Organisasi



# Media dan Teknologi Komunikasi

- Media komunikasi, saluran melalui mana pesan disampaikan.
- Luthans (2006:373) memilih media komunikasi yang tepat tergantung pada kapasitas media dalam membawa informasi.
- Media komunikasi antara lain meliputi:
  - Tatap muka
  - Telepon
  - Surat pribadi
  - Surat resmi
  - Numerik formal

# Media dan Teknologi Komunikasi

- Media komunikasi, saluran melalui mana pesan disampaikan.
- Luthans (2006:373) memilih media komunikasi yang tepat tergantung pada kapasitas media dalam membawa informasi.

Gambar 8.3 :Kemampuan Informasi pada Berbagai Media yg Berbeda

Kekayaan informasi	Media	Umpan balik	Saluran	Jenis komunikasi	Bahasa sumber
Tinggi	Tatap muka	Seketika	Visual, audio	Pribadi	Bahasa tubuh, alamiah
Tinggi/Sedang	Telepon	Cepat	Audio	Pribadi	Alamiah
Sedang	Surat pribadi	Lambat	Visual terbatas	Pribadi	Alamiah
Sedang/rendah	Surat resmi	Sangat Lambat	Visual terbatas	Umum	Alamiah
Rendah	Numerik formal	Sangat Lambat	Visual terbatas	Umum	Alamiah

# Teknologi Komunikasi

- Berhubungan erat dengan media komunikasi adalah teknologi komunikasi yang diterapkan melalui SIM.
- Teknologi komunikasi melalui komputer, telepon dan TV, anggota organisasi di lokasi yang sama atau tersebar di penjuru tempat dapat saling berkomunikasi.
- Walaupun SIM biasanya berhubungan dengan jaringan informasi terintegrasi yang mendukung pengambilan keputusan manajemen dan e-business, SIM juga dapat digunakan untuk perencanaan strategis, pengembangan layanan pelanggan.
- SIM juga mulai digunakan sebagai bagian dari sistem komunikasi interpersonal dan organisasi. Misalnya manajer memanfaatkan intranet dan internet perusahaan



# KOMUNIKASI NONVERBAL

- Ujung kontinum yang berlawanan dengan media dan teknologi komunikasi canggih adalah komunikasi nonverbal.
- Komunikasi nonverbal adalah penyampaian pesan tanpa kata, yang dikirim melalui gerak badan, ekspresi wajah, *gerak mata, gerak tangan, nada suara, dsb.*
  - Karena merupakan respon manusia tanpa kata, maka membutuhkan akurasi interpretasi perilaku nonverbal.
  - Komunikasi nonverbal dapat berdiri sendiri maupun bersama-sama /melengkapi pesan verbal.
- Bentuk komunikasi nonverbal antara lain;
  - Bahasa tubuh, yang mencakup ekspresi wajah, gerak mata, kaki, tangan, dan sikap badan.
  - Paralanguage, yang mencakup segala sesuatu seperti nada suara, kecepatan bicara, tertawa, ungkapan (“ah”, “uh”, “ah”)

# Fungsi Komunikasi Nonverbal

1. Repetisi, yaitu meyakinkan apa yang diucapkan. Misalnya setelah mengatakan penolakan, kita menggelengkan kepala.
2. Substitusi, yaitu menggantikan lambang-lambang verbal. Misalnya tanpa sepatah katapun kita menunjukkan persetujuan dengan mengangguk-anggukkan kepala.
3. Kontradiksi, menolak pesan verbal atau memberi makna yang lain thd pesan verbal. Misalnya anda 'memuji' prestasi teman dengan mencibirkan bibir, seraya berkata "Hebat, kau memang hebat."
4. Komplemen, yaitu melengkapi dan memperkaya makna pesan nonverbal. Misalnya, air muka anda menunjukkan tingkat penderitaan yang tidak terungkap dengan kata-kata.
5. Aksentuasi, yaitu menegaskan atau menggarisbawahi pesan verbal. Misalnya, anda mengungkapkan betapa jengkelnya anda dgn memukul meja.

# KOMUNIKASI ANTAR PRIBADI

- Komunikasi antar pribadi menekankan transfer informasi dari satu individu ke individu lain dan dilihat sebagai metode dasar yg mempengaruhi perubahan perilaku.
  - Komunikasi interpersonal adalah yang paling relevan dalam studi perilaku organisasi.
  - Komunikasi antar pribadi yang efektif tergantung pada umpan balik, karena umpan balik selain menciptakan komunikasi dua arah, juga dapat menguji bagaimana pesan diinterpretasikan.
  - Selain umpan balik, ada beberapa variabel lain seperti kepercayaan, perbedaan status.
- Salah satu kerangka untuk mempelajari komunikasi interpersonal adalah komunikasi ke bawah, ke atas, dan lateral.

# Pentingnya Umpan Balik

1. *Tujuan, umpan balik yang efektif diarahkan untuk membantu karyawan mencapai kinerja, bukan untuk meremehkan*
2. *Kekhususan (Specificity), informasi yang disampaikan hanya yang diperlukan agar mereka mengetahui apa yang seharusnya dilakukan, bukan yang umum*
3. *Deskripsi (Description), memberi gambaran mengenai hal-hal yang harus dilakukan, bukan yang evaluatif*
4. *Kegunaan (Usefulness), informasi yang disampaikan dapat digunakan karyawan untuk memperbaiki kinerja*
5. *Ketepatan waktu (Timeliness), informasi yang disampaikan harus tepat waktu, lebih cepat lebih baik.*
6. *Kesiapan (Readiness) – memperhatikan karyawan untuk memberikan umpan balik, bukan membuat karyawan defensif.*
7. *Kejelasan (Clarity) – umpan balik harus dapat dipahami secara jelas oleh karyawan.*
8. *Validasi (Validity) – informasi nya dapat dipercaya dan benar, bukan yang tidak akurat.*

# Komunikasi Bisnis

- Rosenblatt, et al., (1977: 3) mendefinisikan komunikasi bisnis sebagai “pertukaran gagasan, pendapat, informasi, instruksi dan sebagainya yang memiliki tujuan tertentu yang disajikan secara personal atau impersonal melalui simbol-simbol atau sinyal-sinyal untuk mencapai tujuan organisasi”

# Elemen komunikasi bisnis

- (1) bertujuan,
- berarti komunikasi bisnis harus memiliki tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya sejalan dengan pencapaian tujuan organisasi/lembaga.
- (2) pertukaran, kegiatan ini melibatkan paling tidak dua orang atau lebih yakni komunikator dan komunikan,
- (3) gagasan, opini, informasi, instruksi merupakan isi dari pesan yang bentuknya beragam bergantung tujuan, situasi dan kondisinya,
- (4) saluran personal atau impersonal yang mungkin bersifat tatap muka atau melalui siaran televisi yang menjangkau jutaan orang secara bersamaan,
- (5) simbol atau sinyal yang merupakan alat atau metode yang dapat dimengerti untuk menyampaikan atau mempertukarkan pesan.
- disampaikan bisa dimengerti dengan baik,
- (6) pencapaian tujuan organisasi.

# HAMBATAN KOMUNIKASI

## **Hambatan Teknis**

Hambatan jenis ini timbul karena lingkungan yang memberikan dampak pencegahan terhadap kelancaran pengiriman dan penerimaan pesan. Seperti keterbatasan fasilitas dan peralatan komunikasi,

## **Hambatan Semantik**

Semantik adalah pengertian, yang diungkapkan lewat bahasa. Suatu pesan yang kurang jelas, akan tetap menjadi tidak jelas bagaimanapun baiknya transmisi. Seorang komunikator harus memilih kata-kata yang tepat dan sesuai dengan karakteristik komunikannya

## **Hambatan Manusiawi**

Hambatan yang muncul dr masalah pribadi yg dihadapi, baik komunikator maupun komunikan. Hambatan ini mencakup baik yang berasal dari perbedaan individual manusia, seperti perbedaan persepsi, umur, keadaan emosi, maupun yang ditimbulkan oleh iklim psikologis dalam organisasi atau lingkungan, seperti iklim kerja serta tata nilai yang dianut.

**Sekian....!**

**TERIMA KASIH**