

Pengantar Komunikasi

Pengertian Komunikasi

Sebagai makhluk sosial manusia senantiasa ingin berhubungan dengan manusia lainnya ia ingin mengetahui lingkungan sekitarnya, bahkan ingin mengetahui apa yang terjadi dalam dirinya. Rasa ingin tahu ini memaksa manusia perlu berkomunikasi. Oleh karenanya komunikasi sangat dibutuhkan dalam segala aspek kehidupan, sehingga dengan kata lain komunikasi mempunyai arti yang luas.

Kata komunikasi atau communication dalam bahasa Inggris berasal dari kata latin yaitu communis yang berarti “sama”, commonico, communication, atau communicare yang berarti “membuat sama” (to make common). Istilah pertama (communis) paling sering disebut sebagai asal kata komunikasi, yang merupakan akar dari kata-kata latin lainnya yang mirip. Komunikasi menyarankan bahwa suatu pikiran, suatu makna atau suatu pesan dianut secara sama. Menurut Rogers yang dikutip oleh Hafied Cangara dalam buku pengantar ilmu komunikasi :

“Komunikasi adalah proses di mana suatu ide dialihkan dari sumber kepada suatu penerima atau lebih, dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka” (2002 : 20)

Intinya apa yang disampaikan Rogers suatu pesan yang disampaikan dari penyampai pesan tersebut bahwa pesan yang akan disampaikan kepada salah satu orang ataupun lebih sehingga pesan tersebut sampai kepada penerima pesan tersebut sehingga menimbulkan efek bagi si penerima pesan tersebut.

Kemudian, Menurut Rogers dan Kincaid pada 1981 dalam Pengantar Ilmu Komunikasi karya Cangara bahwa :

“Komunikasi adalah suatu proses dimana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi dengan satu sama lain – nya, yang pada gilirannya akan tiba pada saling pengertian yang mendalam” (2006 : 19)

mencoba mengspesifikasikan hakikat suatu hubungan dengan adanya suatu pertukaran informasi (pesan) dimana ia menginginkan adanya perubahan sikap dan tingkah laku serta kebersamaan dalam menciptakan saling pengertian dari orang – orang yang ikut serta dalam suatu proses komunikasi.

Definisi yang disampaikan oleh para pakar komunikasi yang disampaikan diatas, dapat disimpulkan bahwa komunikasi adalah penyampaian informasi dan pengertian dari seseorang kepada orang lain. Komunikasi hanya bisa terjadi bila seseorang memiliki pesan yang akan disampaikan kepada orang lain dengan mempunyai maksud dan tujuan tertentu.

Untuk memahami pengertian komunikasi tersebut sehingga dapat dilancarkan secara efektif dalam Effendy dalam bukunya Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktek bahwa para peminat komunikasi sering kali mengutip paradigma yang dikemukakan oleh Harold Lasswell dalam karyanya, The Structure and Function of Communication in Society. Lasswell mengatakan bahwa:

“Cara yang baik untuk untuk menjelaskan komunikasi ialah dengan menjawab pertanyaan sebagai berikut: Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect?” (1998:19)

Paradigma Lasswell di atas menunjukkan bahwa komunikasi meliputi lima unsur sebagai jawaban dari pertanyaan yang diajukan itu, yaitu:

- Komunikator (siapa yang mengatakan?)
- Pesan (mengatakan apa?)
- Media (melalui saluran/ channel/media apa?)
- Komunikan (kepada siapa?) - Efek (dengan dampak/efek apa?)

Proses Komunikasi

Proses komunikasi menurut Komala adalah sebagai berikut :

“proses komunikasi terjadi manakala manusia berinteraksi dalam aktivitas komunikasi, menyampaikan pesan mewujudkan mitif komunikasi.” (2009:83)

Suprpto mengutip Joseph A. Devito mengemukakan bahwa sebagai berikut :

“ komunikasi adalah transaksi, dengan transaksi di maksudkan bahwa komunikasi merupakan suatu proses di mana komponen – komponennya saling terkait, dan bahwa para komunikatornya beraksi dan beraksi sebagai suatu kesatuan dan keseluruhan.” (2011 : 5)

Sehingga dari pengertian-pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa proses komunikasi merupakan suatu proses berinteraksi dengan maksud dimana komponen – komponennya saling terkait dan para komunikator beraksi dan bereaksi.

Menurut Effendy dalam bukunya Ilmu Komunikasi Teori dan Praktik proses komunikasi adalah sebagai berikut:

“Berlangsungnya penyampaian ide, informasi, opini, kepercayaan, perasaan sebagainya dengan menggunakan lambang, misalnya bahasa, gambar, warna dan sebagainya yang mempunyai syarat.” (1989 : 63-64)

Hasil akhir yang di harapkan dari proses komunikasi yakni supaya tindakan atau pun perubahan sikap penerima sesuai dengan keinginan pengirim. Akan tetapi makna suatu pesan dipengaruhi bagaimana penerima merasakan pesan itu sesuai konteksnya. Oleh sebab itu, tindakan atau perubahan sikap selalu didasarkan atas pesan yang di sarankan.

Adanya umpan balik menunjukkan bahwa proses komunikasi terjadi dua arah, artinya individu atau kelompok dapat berfungsi sebagai pengirim sekaligus penerima dan masing-masing berinteraksi. Interaksi ini memungkinkan pengirim dapat memantau seberapa baik pesan-pesan yang dikirimkan dapat diterima atau apakah pesan yang disampaikan telah ditafsirkan secara benar sesuai yang diinginkan.

Komunikasi Bisnis

Komunikasi bisnis dapat diartikan sebagai proses pengiriman dan penerimaan pesan antara individu atau kelompok dalam lingkungan bisnis. Menurut Rosenblatt komunikasi bisnis adalah suatu

tindakan pertukaran informasi, ide, gagasan, instruksi, dan sebagainya, yang disampaikan secara personal maupun non-personal melalui simbol atau sinyal untuk mencapai tujuan dalam sebuah organisasi. Simbol atau sinyal tersebut dapat berupa informasi, instruksi, atau bahkan pesan motivasi dalam bekerja untuk kemajuan perusahaan.

Dalam komunikasi bisnis, pengirim pesan harus memastikan bahwa pesan yang disampaikan dapat dimengerti dengan jelas oleh penerima pesan. Beberapa manfaat dari komunikasi bisnis adalah meningkatkan kepuasan pelanggan, memperkuat hubungan dengan mitra bisnis, dan meningkatkan efisiensi dalam organisasi. Kemampuan untuk berkomunikasi dengan jelas dan efektif adalah keterampilan penting yang harus dimiliki oleh setiap individu yang bekerja di dunia bisnis. Oleh karena itu, memiliki pemahaman yang kuat tentang teknik komunikasi bisnis dan kemampuan menggunakan teknologi informasi secara efektif dapat membantu perusahaan dalam mencapai kesuksesan.

Tujuan Komunikasi Bisnis

Tujuan dari komunikasi bisnis adalah untuk menjalin hubungan kerja yang baik, dan juga meningkatkan produktivitas dalam lingkungan kerja. Melalui komunikasi yang efektif, seseorang dapat menyampaikan pesan secara jelas dan menghindari kesalahpahaman antara pengirim dan penerima pesan. Tujuan lain dari komunikasi bisnis adalah untuk memotivasi karyawan dan membangun kepercayaan antara rekan bisnis.

Komunikasi bisnis merupakan hal yang sangat penting dalam dunia bisnis, karena tanpa adanya komunikasi yang baik antara individu atau kelompok dalam lingkungan bisnis maka dapat menyebabkan adanya ketidaksepahaman atau kesalahpahaman yang dapat merugikan bisnis.

Jenis-Jenis Komunikasi Bisnis

Setiap jenis komunikasi memiliki cara dan tujuan yang berbeda-beda. Terdapat beberapa jenis komunikasi bisnis seperti komunikasi horizontal, vertikal dan diagonal seperti penjelasan berikut.

1. Komunikasi Horizontal

Komunikasi horizontal adalah jenis komunikasi antara orang yang memiliki posisi atau level yang sama di dalam perusahaan. Jenis komunikasi ini terjadi antara dua manajer departemen yang berbeda atau antara dua karyawan yang bekerja di departemen yang sama. Komunikasi horizontal dapat membantu memfasilitasi koordinasi dan kolaborasi antar departemen atau tim.

2. Komunikasi Vertikal

Komunikasi vertikal adalah jenis komunikasi antara orang yang memiliki posisi atau level yang berbeda di dalam perusahaan, seperti antara karyawan dan manajer. Jenis komunikasi ini dapat membantu karyawan memperoleh umpan balik dan mendapatkan arahan dari manajer, sementara manajer dapat memantau dan mengawasi kinerja karyawan.

3. Komunikasi Diagonal

Komunikasi diagonal adalah jenis komunikasi antara orang yang memiliki posisi atau level yang berbeda di dalam perusahaan yang tidak secara langsung terkait, seperti antara karyawan di departemen yang berbeda. Jenis komunikasi ini dapat membantu meningkatkan keterbukaan dan memfasilitasi kolaborasi antar departemen atau tim yang berbeda.

Teknik Komunikasi Bisnis

Untuk mencapai tujuan komunikasi bisnis yang efektif, individu harus memiliki teknik komunikasi yang baik. Berikut ini beberapa teknik komunikasi bisnis yang dapat diterapkan:

1. Mendengarkan Aktif

Mendengarkan aktif merupakan salah satu teknik komunikasi bisnis yang sangat penting. Dengan mendengarkan aktif, seseorang dapat memahami pesan yang disampaikan dengan baik dan dapat memberikan respon yang tepat. Selain itu, dengan mendengarkan aktif, seseorang dapat membangun hubungan yang baik dengan rekan bisnis dan karyawan.

2. Menggunakan Bahasa yang Tepat

Penggunaan bahasa yang tepat dalam komunikasi bisnis sangat penting untuk memastikan bahwa pesan yang disampaikan dapat dimengerti dengan jelas oleh penerima pesan. Oleh karena itu, penggunaan bahasa formal dan jelas harus diterapkan dalam komunikasi bisnis.

3. Menjaga Kontak Mata

Menjaga kontak mata saat berbicara dengan rekan bisnis dan karyawan dapat membantu membangun hubungan kerja yang baik dan menunjukkan rasa hormat terhadap lawan bicara.

4. Menjaga Emosi

Dalam situasi yang sulit atau menegangkan, seseorang harus dapat menjaga emosi dan tidak terlalu mudah tersinggung. Hal ini dapat membantu membangun hubungan yang baik dengan rekan bisnis dan karyawan.