


PROSES KOMUNIKASI

DALAM PERUSAHAAN

- ***KEGIATAN KOMUNIKASI DALAM PERUSAHAAN***
- ***PROSES KOMUNIKASI DALAM PERUSAHAAN***
- ***HUBUNGAN ANTAR MANUSIA***
- ***KOMUNIKASI UNTUK MENYELESAIKAN MASALAH***

A. KEGIATAN KOMUNIKASI DALAM PERUSAHAAN

Banyak prinsip manajemen yang harus diperhatikan, terlebih-lebih dalam membicarakan komunikasi yang diselenggarakan oleh suatu perusahaan. Sebagai suatu organisasi, setiap perusahaan mempunyai hierarchie (tingkatan) yang mengakibatkan komunikasi di dalamnya.

Semua ini mempunyai akibat terhadap penyelenggaraan komunikasi yang juga dapat mempengaruhi hubungan antar manusia di dalam dan di luar perusahaan. Hal ini berarti bahwa setiap kegiatan komunikasi senantiasa melibatkan orang lain. Apabila pada satu pihak kegiatan komunikasi menjadi suatu mekanisme sosialisasi, integrasi dan peningkatan kerjasama, maka pada pihak yang lain kegiatan itu merupakan pencerminan dari situasi sosialisasi dan kerjasama yang dimaksud. Dengan demikian, maka setiap kegiatan komunikasi mempunyai dua aspek, yaitu aspek aktif dan aspek pasif. Aspek aktif berupa kegiatan yang bertujuan mempengaruhi situasi dan dapat mengubahnya, sedangkan aspek pasif adalah pencerminan situasi sosial yang memanfaatkan komunikasi tersebut. Selain itu, kegiatan komunikasi merupakan suatu alat sosialisasi yang netral, yaitu dapat menimbulkan integrasi tetapi juga desintegrasi, dapat meningkatkan kerjasama tetapi juga pertentangan, dapat meningkatkan kerjasama internasional sebagai alat diplomasi, sebaliknya juga dapat menimbulkan awal sengketa atau peperangan.

Karena itu, pengaruh komunikasi tergantung dari sikap komunikator itu sendiri, yaitu untuk tujuan apa komunikasi itu dilakukan dengan maksud damai atau menimbulkan pertentangan.

B. PROSES KOMUNIKASI DALAM PERUSAHAAN

Setiap proses komunikasi sekurang-kurangnya mempunyai 5 komponen, yaitu :

1. ide atau kejadian yang akan diberitakan
2. komunikator yang mengadakan kegiatan perumusan berita
3. pesan yang dirumuskan dan disalurkan
4. menginterpretasikan pesan
5. tujuan kegiatan pemberitaan

Karena adanya garis wewenang dalam suatu perusahaan, dengan sendirinya pola komunikasi berimpit dengan pola garis wewenang (*structured*). Oleh sebab itu komunikasi terbanyak mengalir secara vertikal dari atas ke bawah. Melalui garis komunikasi diberikan segala petunjuk, instruksi dan sebagainya. Arus komunikasi sebaliknya, dari bawah ke atas membawa informasi untuk atasan yang kemudian menjadi bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan.

Dengan demikian jelaslah bahwa dalam struktur tidak bebas, peranan komunikasi atasan dan bawahan berbeda, atasan memberi petunjuk (yang mempunyai sanksi disiplin yang dituntut), sedangkan bawahan memberi informasi

Di samping itu memang terdapat pula komunikasi mendatar (*horisontal*) yang terjadi antar karyawan setingkat. Komunikasi inipun masih dalam kerangka struktur perusahaan, walaupun biasanya tidak ada sanksinya (kecuali apabila memasalahkan kerjasama dan tukar menukar informasi pekerjaan untuk merealisasi suatu tugas). Bilamana komunikasi mendatar lebih memperoleh arti penting daripada komunikasi vertikal, maka pimpinan suatu perusahaan mendapat saingan, karena informasi (sengaja atau tidak) akan banyak tidak sampai kepadanya.

Hal ini dapat pula menyebabkan keputusan yang akan diambil mungkin kurang tepat atau kurang bijaksana. Biasanya penyimpanan atau pembekuan suatu informasi terjadi dua tingkat di bawah seorang atasan, karena tingkat tersebut cukup jauh, akan tetapi juga masih dekat dengan atasan yang akan dihambatnya.

Isi komunikasi vertikal dari atas ke bawah biasanya mengandung unsur pengarahan, kritik terhadap pekerjaan yang kurang baik dilaksanakan bawahan, informasi yang penting, yang mendidik, meyakinkan dan diarahkan pada peningkatan partisipasi serta afiliasi atau kohesi (hubungan) karyawan perusahaan. Apakah pola komunikasi itu lebih banyak bersifat instruktif ataukah hanya sekedar tukar menukar informasi, hal ini sangat tergantung pada jenis informasi dan relevansinya dengan pekerjaan, yaitu hubungan kerja antara komunikator dengan komunikasi. Dalam hubungan ini perlu disebut pentingnya suatu bagan organisasi yang menjelaskan :

- garis hierarchie atau tingkatan
- wewenang
- hubungan kerja antar bagian

Dengan demikian pola komunikasi dapat diketahui melalui relevansi jenis dan materi pekerjaan. Hal ini akan menjelaskan sekaligus apabila ada orang-orang dari bagian lain yang kurang ada hubungannya satu dengan yang lain dalam bidang pekerjaan mempunyai hubungannya yang erat, bahwa ada sesuatu yang lebih penting daripada kepentingan pekerjaan yang mengikatnya. Selama tidak mengganggu kelancaran pekerjaan atau diadakan diluar jam kerja, komunikasi demikian dapat dihadapi dengan toleransi. Sehubungan dengan ini perlu disebut apa yang dinamakan “ grapevine “ (komunikasi desas-desus atau benalu komunikasi).

Desas-desus ini adalah saluran komunikasi yang memanfaatkan secara tidak jujur (bukan urusan hubungan kerja) untuk mengadakan komunikasi antar bagian dan menyampaikan berbagai hal yang biasanya diberi warna negatif atau memang bersifat demikian kepada pihak lain. Hal semacam ini biasanya merupakan saluran komunikasi tidak resmi dalam suatu perusahaan.

Makin tertutup sifat suatu perusahaan, makin banyak benalu komunikasi itu. Akibatnya hal-hal yang benar dan tidak benar seringkali tersebar keluar perusahaan. Untuk mengatasi komunikasi desas-desus (selalu ada dan sulit dicegah) yang membelit saluran-saluran komunikasi resmi dan mengisap segala informasi, pimpinan perusahaan biasanya mengadakan rapat-rapat bulanan untuk menyiapkan hal-hal yang perlu diketahui staf yang lebih rendah. Akan tetapi biasanya justru informasi tentang hal-hal yang tidak perlu dan kurang relevan dengan pekerjaan karyawan itulah yang dicari dan diisap benalu komunikasi , karenanya rapat-rapat bulanan itu dapat mengatasi wabah desas-desus tersebut.

Biasanya informasi yang disalurkan melalui benalu komunikasi adalah berita tentang hubungan atasan dengan bawahan. Memang dalam garis hierarchie inilah bibit ketegangan sering tumbuh, terutama karena seorang bawahan langsung biasanya tidak suka (tetapi perlu ditinjau dari segi organisasi) mengalami kontrol atasannya.

Dalam setiap perusahaan, kontrol merupakan unsur utama agar tujuan pokok perusahaan tidak dilalaikan. Bahwa kontrol itu tidak disukai setiap orang adalah nyata pula. Karena itu dalam komunikasi dari atas ke bawah seyogyanya diusahakan suatu sistem yang memperlunak situasi kontrol, misalnya dengan menggunakan kata-kata “ tolong “ atau “ terima kasih “ , bagaimana sekiranya , apakah tidak lebih baik jika dan sebagainya. Sekalipun demikian harus diingat bahwa dalam suatu lingkungan tradisional setiap kata dari atasannya selalu dilihat dan dinilai sebagai perintah yang harus dilaksanakan. Inilah yang dimaksud dengan usaha mencapai keselarasan

seperti tertera dalam bagan tadi, yaitu bahwa keselarasan kepentingan akan ditemukan komunikasi sehingga ia mau melaksanakan tugas diperintahkan oleh atasannya.

C. HUBUNGAN ANTAR MANUSIA

Suatu lembaga bisnis, entah itu kecil maupun besar harus mampu menciptakan komunikasi antar manusia (human relation) yang kondusif, baik yang bersifat internal (menjalin hubungan baik dengan anggota komunitas) maupun yang bersifat eksternal (menjalin hubungan dengan orang di luar komunitasnya).

Komunikasi antar manusia yang bersifat internal bertujuan mempertahankan integrasi secara psikologis maupun sosial. Efek dari stabilitas ini adalah tingkat produktivitas (baik kuantitas maupun kualitasnya) yang akan meningkat. Agar kepuasan, loyalitas dan integritas individu semakin baik, amat pentinglah bahwa dalam komunikasi antar manusia itu berlaku pengakuan eksistensi individu di dalam lingkungannya. Jika kita tahu cara yang sangat efisien, kita sesungguhnya tidak membutuhkan dana yang besar. Cukup ada jaminan untuk lebih banyak memperhatikan orang lain.

Sementara itu, komunikasi antar manusia yang bersifat eksternal diperlukan karena pusat pembelian biasanya terdiri atas beberapa orang dengan kedudukan, wewenang, empati dan sikap yang berbeda-beda. Maksudnya tentu saja bahwa diperlukan pendekatan komunikasi yang berbeda-beda agar dapat mncapai orang-orang itu.

Ada kalanya komunikasi interpersonal kurang mencukupi tuntutan bisnis, karena mempunyai target konsumen yang besar dengan segmentasi pasar yang secara geografis sangat luas dan tercerai berai (tidak mengelompok). Oleh karena itu tidak perlu ragu-ragu untuk menentukan strategi komunikasi massa.

Komunikasi massa adalah proses di mana organisasi media memproduksi pesan-pesan (message) dan mengirimkannya (transmit) ke publik yang besar (large publik). Dan melalui proses tersebut sejumlah pesan akan digunakan atau dikonsumsi oleh audiens. Sentral studi komunikasi massa adalah media. Bila dikatakan bahwa sistem media merupakan bagian dari sistem dalam konteks yang lebih besar, yaitu politik, ekonomi, dan institusi kekuasaan, studi komunikasi massa juga mempelajari kaitan sistem-sistem tersebut dengan keberadaan dan fungsi media massa dalam masyarakat. Oleh

karena studi komunikasi massa bersifat kompleks, analisis yang mendalam terhadap faktor-faktor terkait di seputar media dibutuhkan.

Hubungan masyarakat menjalankan fungsi dan tugas penerangan di dalam jaringan masing-masing. Peranannya sebagai wahana komunikasi ke dalam maupun keluar. Ke dalam berusaha menyelenggarakan ke dalam tubuh organisasi, keluar memberikan informasi kepada masyarakat dan lingkungan. Penyelenggaraan ke dalam dan keluar berfungsi menjangkau (filterisasi), mengelola, dan menyajikan informasi yang diperlukan sehingga sesuai dengan kebutuhan komunikasi dari kelompok sasaran yang dituju. Mengelola dan menyaring masukan dari luar menyelenggarakan komunikasi yang sehat kepada masyarakat sehingga mereka mendukung dan menyetujui apa yang diharapkan.

Hubungan masyarakat disebut juga public relation (purel) dengan ruang lingkup (scope) kegiatan yang menyangkut baik individu keluar dan semua kegiatan diselenggarakan dalam rangka pelaksanaan tugas dan fungsi masing-masing lembaga atau organisasi.

Tujuan hubungan masyarakat mengembangkan hubungan yang harmonis dengan pihak lain yaitu public (umum, masyarakat). Tujuan hubungan masyarakat adalah untuk menciptakan, membina dan memelihara sikap budi yang meluangkan bagi lembaga atau organisasi di suatu pihak dan dengan public di lain pihak dengan komunikasi yang harmonis dan timbal balik.

Fungsi hubungan masyarakat mengandung 3 (tiga) unsur, yaitu :

1. Mempengaruhi pendapat
2. Cara mempengaruhi dengan penyajian yang dapat diterima
3. Komunikasi yang digunakan dua orang atau timbal balik

Apabila kita memperhatikan ketiga unsur tersebut di atas maka akan tampak unsur yang pertama adalah unsur yang umum yang dipergunakan dalam komunikasi, sedangkan unsur kedua dan ketiga adalah unsur yang khusus dipergunakan dalam hubungan masyarakat (humas).

D. KOMUNIKASI UNTUK MENYELESAIKAN MASALAH

Tujuannya adalah untuk mempelajari kapan komunikasi tepat untuk berhubungan dengan masalah-masalah bisnis, untuk mempelajari bagaimana cara menciptakan suasana agar pertemuan-pertemuan dapat berhasil, untuk mempelajari bagaimana menyusun agenda rapat, untuk mempelajari bagaimana

menyusun sebuah kelompok diskusi, untuk mempelajari yang bersifat sebagai pimpinan dan untuk mengetahui keadaan suatu kelompok. Ini dimaksudkan untuk membantu meningkatkan kemampuan anda dalam memecahkan masalah ketika berhubungan dengan kelompok-kelompok kecil. Tegasnya, suatu pertimbangan mengikuti langkah-langkah akan sangat membantu untuk meningkatkan pertemuan-pertemuan kelompok yaitu yakin akan metode yang digunakan, ciptakan suasana yang menyenangkan, rencanakan jadwal, susunan pembahasan, gunakan gaya kepemimpinan yang tepat, mengikuti perkembangan kelompok dan tindak lanjut setelah pertemuan.

Metode yang digunakan adalah penting untuk berhati-hati didalam menentukan pilihan metode untuk membuat keputusan. Yakin bahwa metode ini adalah yang terbaik untuk mencapai tujuan. Sewaktu-waktu rapat kelompok tidak diperlukan dan komunikasi dapat lebih efektif dan efisien dengan langsung diputuskan atau menggunakan komunikasi tertulis. Banyak organisasi yang menggunakan metode kelompok secara luas untuk informasi komunikasi yang penting dan membuat keputusan-keputusan.

Ada keuntungan dan kerugian dalam metode kelompok. Alasan utama yang sering disebutkan untuk menggunakan metode-metode kelompok antara lain :

1. Keputusan yang berkualitas lebih baik. Sebagian besar para ahli setuju bahwa banyak kepala lebih baik daripada hanya satu, sedangkan kualitas keputusan sangat dipengaruhi oleh kualitas masing-masing, metode-metode kelompok sangat memperhatikan timbal balik, uraian, dan pengaruh arus balik itu penting untuk kualitas keputusan.
2. Keputusan kelompok membuat perkembangan dukungan yang lebih besar. Manajer yang membuat keputusan tanpa masukan dari bawahannya sering mengeluh tentang kekurangan dukungan dan memilih jalan yang mudah untuk keputusan baru. Para pegawai yang mencoba keputusan sendiri biasanya menerimanya dengan lebih lengkap. Manajer yang merasakan keluhan-keluhan dalam prosedur baru untuk menyeleksi waktu cuti akan melakukan dengan baik untuk membiarkan anggota kelompok menentukan cara mereka.
3. Keputusan kelompok dapat menghasilkan suatu tekad yang kuat untuk melaksanakan keputusan tersebut. Individu-individu yang terlibat dalam rapat akan mempunyai rasa yang kuat untuk melaksanakan keputusan tersebut karena individu yang terlibat merasa memberikan sebagian

keputusan termotivasi untuk melaksanakannya. Keputusan yang diambil adalah tanggung jawab mereka maka mereka mempunyai kepentingan atas keputusan yang telah diambil tersebut.

4. Metode rapat atau kelompok menimbulkan resiko yang lebih efektif dalam proses pengambilan keputusan. Bila dalam rapat membuat suatu keputusan, maka pembuat keputusan tersebut dalam dirinya akan timbul perasaan yang kuat untuk bertanggung jawab. Perasaan ini akan menimbulkan suatu kreativitas sehingga dapat menghasilkan suatu keputusan yang tepat. Mereka akan sangat mendukung itu karena menganggap bahwa keputusan itu merupakan hasil bersama.

Adapun kerugian metode kelompok ini ada sejumlah pembatasan untuk mempertimbangkannya :

1. Metode kelompok memakan waktu yang cukup panjang. Dalam mengambil keputusan sering terjadi salah paham dan kesepakatan sering sulit dicapai. Keuntungan dalam keputusan rapat harus dievaluasi dengan membandingkan waktu yang dibutuhkan untuk mempersiapkan rapat dengan kerugian atas hilangnya produktivitas perusahaan.
2. Metode kelompok atau rapat meminta keahlian atau keterampilan pemimpin. Dalam rapat sulit untuk dapat memenuhi seluruh keinginan para peserta rapat. Bila tidak ada keahlian pemimpin bisa menimbulkan rasa frustrasi, ini berarti bahwa manager sebagai pemimpin juga harus mempunyai pengetahuan dan keahlian berbicara dengan proses psikologi (konflik, perbedaan harapan, perbedaan status).
3. Keputusan kelompok kadang-kadang menggambarkan rata-rata keahlian dalam kelompok. Seringkali kompromi dan persetujuan cenderung didalam kelompok-kelompok yang berperan penting untuk sebuah keputusan yang kurang berharga.
4. Keputusan kelompok dapat membuat kesalahan dalam menghasilkan dugaan.

Contohnya tentang manager yang mengatakan kepada anggota kelompok bahwa pemasukan mereka penting dan meletakkan keputusan ditangan mereka, tetapi ketika mereka membuat keputusan yang tidak berkenan dengan dugaan manager, manager itu pergi dan membuat keputusan akhir.

Pembahasan ini tentang keuntungan dan kerugian metode kelompok yang menyarankan bahwa anda harus yakin metode ini adalah jalan yang terbaik untuk mencapai tujuan anda.

Salah satu cara terbaik untuk memudahkan kelompok yang efektif adalah dengan menciptakan suatu lingkungan yang baik dalam mencapai tujuan-tujuan. Ada beberapa faktor yang perlu diperhatikan, antara lain :

1. Motivasi

Sebuah kelompok akan mendapatkan awal yang baik jika para anggotanya mempunyai rasa saling memerlukan dan motivasi untuk mengadakan rapat. Dengan kata lain, para anggotanya harus merasa bahwa rapat sangat diperlukan. Seringkali rapat dijalankan dengan tidak memberikan pendapat akan perkara tersebut. Ini cara yang tepat untuk penyusunan atau pembentukan kelompok sebelum rapat dimulai.

2. Lokasi rapat

Dalam rapat sangatlah penting untuk mempertimbangkan lokasi rapat. Ditempat pertemuan-pertemuan dipegang dasar-dasar pikiran dimana para pegawai bekerja, sehingga mereka mendapatkan keuntungan dengan menyesuaikan diri.

3. Merencanakan rapat

Perencanaan adalah salah satu elemen pokok untuk suatu kesuksesan rapat kelompok.

Banyak pimpinan mengeluarkan sebuah perjanjian besar seperti pengaturan-pengaturan fisik dan tak seorangpun mengetahui apa yang akan benar-benar terjadi dalam rapat.

Mereka dengan jelas berpikir bahwa mereka akan setuju dengan persoalan-persoalan rapat di pertemuan.

Kelompok komunikasi lebih efektif untuk menyelesaikan masalah bisnis. Salah satu jalan yang terbaik untuk memudahkan pertemuan kelompok yang efektif adalah menciptakan disiplin, peraturan dan lain-lain dalam tujuan dari kelompok. Pimpinan yang efektif juga harus menjadi komunikator yang efektif, contohnya hubungan antar pribadi dimana kepemimpinan dalam kelompok menunjukkan kemampuan pemakaian komunikasi yang efektif.