

**MAKALAH RANGKUMAN MATERI
PEMBELAJARAN MINGGU KE 8 - 14
INTERPERSONAL SKILL**



Disusun Oleh:

Kelompok 4 TIF B

1. Afriza Wahyu Ardiansyah (E41230771)
2. Beniqno Andi P.K (E41230557)
3. Safina Adelia Putri (E41230479)
4. Amalia Putri Nastiti (E41230769)

**PROGRAM STUDI TEKNIK INFORMATIKA
JURUSAN TEKNOLOGI INFORMASI
POLITEKNIK NEGERI JEMBER**

2024

KATA PENGANTAR

Puji syukur kami ucapkan kehadirat Allah SWT, karena atas karunia-Nya kami diberikan kesempatan menyelesaikan tugas makalah untuk memenuhi tugas mata kuliah “*Interpersonal Skill*” makalah ini disusun agar pembaca dapat memahami dan memperluas ilmunya tentang “*Interpersonal Skill*” yang disajikan berdasarkan pengamatan dari berbagai sumber.

Dalam penyusunan makalah ini kami banyak mendapatkan tantangan dan hambatan akan tetapi dengan bantuan dari berbagai pihak tantangan itu bisa teratasi. Oleh karena itu, kami mengucapkan terimakasih sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan makalah ini. Semoga bantuannya mendapat balasan yang setimpal dari Tuhan Yang Maha Esa.

Penulis menyadari bahwa makalah ini masih jauh dari kesempurnaan baik dari bentuk penyusunan maupun materinya. Kritik dan saran yang membangun dari pembaca sangat kami harapkan untuk kesempurnaan makalah ini selanjutnya. Akhir kata semoga makalah ini dapat memberikan manfaat kepada kita sekalian. Aamiin....

Jember, 03 Desember 2024

Penulis

Daftar Isi

| | |
|---|----|
| KATA PENGANTAR | 2 |
| Daftar Isi..... | 1 |
| BAB I PENDAHULUAN | 2 |
| BAB II PEMBAHASAN | 4 |
| Minggu 8 (Etika Komunikasi) | 4 |
| Minggu 9 (Manajemen Emosi) | 8 |
| Minggu 10 (Komunikasi Dalam Tim atau Organisasi)..... | 12 |
| Minggu 11 (Memecahkan Masalah dalam Tim)..... | 17 |
| Minggu 12 (Manajemen Krisis Komunikasi) | 20 |
| Minggu 13 (Negosiasi dan Public Speaking)..... | 27 |
| Minggu 14 (Kepribadian)..... | 33 |
| BAB III PENUTUP..... | 39 |
| Kesimpulan | 39 |
| Saran..... | 39 |
| DAFTAR PUSTAKA | 40 |

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Seperti yang telah diketahui pada masa sekarang kemampuan interpersonal (interpersonal skill) adalah hal yang paling penting dalam lingkungan sosial sehari-hari. Terutama jika seseorang yang akan memasuki dunia pekerjaan, kemampuan untuk beradaptasi, komunikasi, bersikap dan memimpin sangat berpengaruh terhadap kesuksesan dan perkembangan diri kita. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh beberapa ilmuwan di Harvard University Amerika Serikat menyatakan bahwasanya kesuksesan seseorang tidak ditentukan semata-mata oleh pengetahuan dan kemampuan teknis (hard skill) saja, melainkan dinilai juga dari kemampuan mengelola diri dan orang lain di sekitarnya (soft skill).

Dari hal itu bisa dilihat bahwasanya kesuksesan ditentukan dengan persentase sekitar 20% oleh hard skill dan sisanya 80% oleh soft skill yang dimiliki. Hampir semua perusahaan sekarang menerapkan persyaratan adanya kombinasi yang sesuai antara hard skill dan soft skill, apapun posisi karyawannya. Percuma jika seorang karyawan unggul di hard skill nya namun soft skill nya jelek atau buruk maka kinerja yang dilakukan kurang maksimal jika dilihat oleh orang lain atau pimpinan. Contohnya Team Work, kemampuan komunikasi dan Interpersonal relationship. Jika seseorang memiliki kemampuan tersebut maka akan mendapatkan nilai plus saat anda mendaftarkan diri untuk bergabung di pekerjaan tersebut

Keterampilan inilah yang akan mendorong untuk peningkatan kinerja seorang profesional di bagian apapun tempatnya atau posisi apapun yang dipegangnya. Dalam teamwork perlu dibutuhkan kemampuan dalam memiliki hubungan interpersonal yang akan memudahkan penyelesaian tugas sehari-hari. Karena sesulit apapun kita dalam membangun teamwork yang tangguh bila keterampilan interpersonal dan komunikasi ini tidak dimiliki oleh semua anggota maka otomatis sulit bekerja dalam tim. Apalagi disisi lain kemampuan interpersonal dan komunikasi akan tercermin dari penampilan sehari-hari

seseorang dalam perkembangan karirnya.

Oleh karena itu, hard skill adalah faktor penting dalam bekerja saat ini, namun keberhasilan seseorang dalam bekerja biasanya lebih ditentukan oleh soft skill nya yang baik dan lancar, bisa dikatakan dalam garis besar untuk mencapai kesuksesan selain mempunyai hardskill yang kompeten di bidangnya, seseorang juga wajib memiliki softskill yang berkenaan dengan sifat dan kepribadiannya

B. Rumusan Masalah

1. Apa yang dimaksud dengan Interpersonal Skill?
2. Apa yang mencerminkan seseorang memiliki kemampuan Interpersonal Skill?
3. Apa pentingnya Interpersonal Skill dalam Komunikasi?

C. Tujuan

Secara umum pembuatan makalah ini bertujuan untuk memenuhi tugas akhir semester mata kuliah “Interpersonal Skill”. Sedangkan secara rinci tertuang dalam beberapa point dibawa ini:

1. Mengetahui apa itu Interpersonal Skill
2. Mengetahui pentingnya Interpersonal Skill dalam Komunikasi
3. Memberikan wawasan terkait kemampuan berkomunikasi dan hubungan yang baik, kemampuan kepemimpinan, kemampuan bernegosiasi, Kemampuan berpresentasi dan kemampuan berkomunikasi di depan public

D. Manfaat

Dalam makalah ini, beberapa manfaat yang dapat diambil dari pengembangan Interpersonal Skill, yaitu:

1. Mempunyai skill berkomunikasi dengan orang lain untuk memperluas jaringan kerja
2. Mempunyai kesadaran terhadap tanggung jawab yang lebih besar dalam memperbaiki dirinya (*sense-of responsibility*)
3. Mempunyai keberanian dan kecakapan untuk menggunakan bakat yang dimiliki seseorang dalam segi berkomunikasi.

BAB II PEMBAHASAN

Minggu 8 (Etika Komunikasi)

A. Pengertian Etika Komunikasi

Etika komunikasi adalah prinsip dan norma yang mengatur cara individu berkomunikasi secara efektif, sopan, dan bertanggung jawab dalam berbagai konteks, baik secara verbal maupun non-verbal. Etika komunikasi mengatur perilaku seseorang dalam berkomunikasi untuk menciptakan hubungan yang harmonis. Hal ini berhubungan erat dengan moralitas, sopan santun, dan nilai sosial yang berlaku di masyarakat.

Dalam berkomunikasi, etika yang paling utama adalah kejujuran. Jujur disini artinya menyampaikan informasi dengan benar, tidak menyembunyikan fakta serta tidak menipu dan komunikasi juga akan meningkatkan kepercayaan antar individu komunikasi. Etika berkomunikasi juga diharuskan menggunakan bahasa yang sopan serta menghindari bahasa yang menyebabkan cemoohan, merendahkan bahkan kata-kata kasar. Selain itu kita juga harus mendengarkan dengan sabar, menghormati perbedaan serta menghindari kesalahpahaman.

B. Tujuan Etika Komunikasi

1. Membangun hubungan yang harmonis.
2. Meningkatkan kepercayaan dan saling pengertian.
3. Mencegah konflik akibat salah paham.
4. Menghormati hak dan privasi orang lain.

C. Pentingnya Etika dalam Komunikasi

Etika komunikasi membantu menjaga hubungan sosial yang baik, menghindari kesalahpahaman, serta memperkuat interaksi antar individu. Dalam dunia pendidikan, pemahaman etika ini penting untuk membantu mahasiswa berkomunikasi secara sopan dengan dosen, teman, dan staf akademik. Pentingnya etika komunikasi yaitu:

1. Membangun Kepercayaan: Etika komunikasi yang baik menciptakan kepercayaan antara individu atau kelompok.
2. Mengurangi Konflik: Dengan komunikasi yang sopan dan empatik,

potensi konflik dapat diminimalkan.

3. Mendukung Hubungan Jangka Panjang: Etika yang baik membantu membangun hubungan yang saling menghormati dan berkelanjutan.
4. Meningkatkan Profesionalisme: Dalam dunia kerja, etika komunikasi mencerminkan integritas dan kredibilitas seseorang.

D. Prinsip - Prinsip Etika Komunikasi

1. Kejujuran: Hindari kebohongan atau manipulasi informasi.
2. Sikap Hormat: Menghargai pendapat, budaya, dan latar belakang orang lain.
3. Kejelasan: Sampaikan informasi dengan jelas agar mudah dipahami.
4. Empati: Pahami perasaan dan perspektif lawan bicara.
5. Tanggung Jawab: Bertanggung jawab atas pesan yang disampaikan.
6. Kesesuaian Konteks: Sesuaikan gaya komunikasi dengan situasi, tempat, dan budaya.
7. Menjaga Ucapan: Hindari kebohongan, ucapan kasar, dan pilih kata dengan hati-hati.

E. Jenis - Jenis Komunikasi

Komunikasi dibedakan menjadi beberapa jenis berdasarkan dari media dan cara penyampaiannya. Lebih jelasnya berikut jenis komunikasi, yaitu:

1. Komunikasi Menurut Perilaku

Ada dua komunikasi menurut perilaku yakni formal dan informal.

- a. Komunikasi formal adalah komunikasi yang dilakukan dalam konteks profesional atau resmi yang biasanya dilakukan mengikuti aturan dan norma yang sudah ditetapkan. Biasanya pesan komunikasi ini disampaikan dalam presentasi di ruang rapat, laporan, dan sebagainya.
- b. Komunikasi informal merupakan komunikasi yang dilakukan spontan, cenderung santai serta tidak terikat pada norma tertentu. Komunikasi ini bisa ditemukan dengan mudah dalam obrolan di ruang istirahat atau dalam percakapan sehari-hari. Bahasa yang digunakan pun santai bahkan seringkali menggunakan bahasa slang

atau bahasa gaul.

2. Komunikasi berdasarkan dari cara penyampaian

Berdasarkan cara penyampiannya, komunikasi dibedakan menjadi 3 jenis yakni komunikasi lisan, tertulis dan visual.

- a. Komunikasi lisan adalah komunikasi yang tidak bisa dibatasi oleh jarak dan dilakukan secara langsung. Artinya komunikasi ini dilakukan dengan tatap muka.
- b. Komunikasi tertulis merupakan komunikasi yang disampaikan dalam bentuk tertulis baik berupa gambar, spanduk, foto, blangko, surat, pesan teks singkat dan sebagainya.
- c. Komunikasi visual merupakan komunikasi yang disampaikan melalui seni, gambar, bagan grafik, dan foto. Cara komunikasi ini biasanya dimanfaatkan ketika presentasi.

3. Komunikasi berdasarkan keberlangsungan

Ada 6 jenis komunikasi yang masuk dalam kategori ini yaitu:

- a. Komunikasi langsung yang merupakan komunikasi tanpa campur tangan pihak lain atau media komunikasi lain. Komunikasi ini juga tidak dibatasi dengan jarak.
- b. Komunikasi tidak langsung merupakan komunikasi dengan perantara baik itu alat komunikasi atau pihak ketiga.
- c. Komunikasi verbal merupakan jenis komunikasi yang melibatkan bahasa atau kata-kata secara langsung secara lisan atau bisa juga secara tertulis baik lewat email, pesan singkat atau lainnya. Dalam berkomunikasi verbal kita diharuskan untuk menggunakan tata bahasa dan struktur kalimat yang terstruktur dengan baik agar proses penyampaian pesan bisa jelas dan mudah dipahami.
- d. Komunikasi non-verbal merupakan komunikasi dengan bahasa isyarat seperti gerakan tangan, mimik wajah, kecepatan bicara atau bahkan intonasi suara.
- e. Komunikasi internal merupakan komunikasi yang berlangsung dalam satu lingkup seperti lingkup perusahaan atau organisasi. Di

Dalamnya bisa dilakukan dengan dua cara yakni formal dan informal.

- f. Komunikasi eksternal merupakan komunikasi yang terjadi ketika perusahaan berkomunikasi dengan pihak di luar perusahaan. Biasanya komunikasi ini digunakan untuk mendapatkan bantuan kerjasama dengan perusahaan lainnya.

F. Contoh Etika dalam Komunikasi

1. Secara Verbal

- a. Gunakan bahasa yang sopan dan tidak menyinggung.
- b. Hindari berbicara terlalu keras atau memotong pembicaraan orang lain.
- c. Berbicara secara aktif dan terbuka
- d. Menggunakan bahasa yang mudah dipahami dan tidak berbelit – belit

2. Secara Non-Verbal

1. Jaga kontak mata dengan sopan.
2. Gunakan ekspresi wajah yang sesuai dengan konteks pembicaraan.
3. Hindari gerakan tubuh yang menunjukkan ketidaksabaran atau merendahkan.

G. Kesimpulan

Pemahaman etika komunikasi adalah aturan penting untuk menciptakan hubungan yang harmonis, efektif, dan saling menghormati antar manusia. Setiap orang perlu memahami konsep ini untuk berperilaku sopan dan membangun komunikasi yang positif di kehidupan sehari-hari. Selain itu, etika komunikasi sangat menentukan sifat dan perilaku seseorang yang dapat memberi kenyamanan orang - orang yang berbicara dengan kita agar tidak tersinggung maupun tidak terjadi salah paham.

Minggu 9 (Manajemen Emosi)

A. Pengelolaan Emosi Marah

1. Pengertian Emosi

Menurut Walgito (2004) emosi merupakan keadaan yang ditimbulkan oleh situasi tertentu (khusus), dan emosi cenderung terjadi dalam kaitannya dengan perilaku yang mengarah (*approach*) atau menyingkir (*avoidance*) terhadap sesuatu, dan perilaku tersebut pada umumnya disertai adanya ekspresi kejasmanian Menurut Rahmat (2009) emosi adalah reaksi subjektif yang diekspresikan seseorang dan biasanya diasosiasikan atau berhubungan dengan perubahan fisiologis dan tingkah laku.

Menurut beberapa definisi dari beberapa ahli diatas, maka dapat disimpulkan bahwa emosi adalah suatu keadaan atau perasaan yang menjadikan perubahan-perubahan perilaku yang mengarah, perilaku tersebut ditimbulkan oleh situasi tertentu yang menjadikan perilaku tampak.

2. Marah

Suharman (1995) mengartikan bahwa marah adalah suatu emosi yang memiliki ciri-ciri aktifitas simpatetik yang tinggi dan adanya perasaan tidak suka yang sangat kuat yang disebabkan adanya kesalahan yang mungkin nyata atau mungkin pula tidak. Chaplin (2009) mendefinisikan marah suatu reaksi emosional akut yang ditimbulkan oleh sejumlah situasi yang merangsang termasuk ancaman agresi lahiriah, pengekangan diri serangan lisan, termasuk ancaman, dan kekecewaan. Menurut Safaria (2009) marah merupakan sesuatu yang bersifat sosial dan biasanya terjadi jika mendapat perlakuan tidak adil atau tidak menyenangkan didalam interaksi sosial.

Dari beberapa definisi marah menurut beberapa ahli diatas maka peneliti menyimpulkan marah adalah merupakan sublimasi dari perasaan yang tidak menyenangkan terhadap lingkungan dan kekuatan kekuatan

yang tidak enak yang didapat dari lingkungan sekitar sehingga seseorang mudah berperilaku emosional.

3. Pengelolaan emosi Marah

Menurut Mulyono dan Purwanto (2006) pengelolaan emosi marah adalah upaya pengelolaan suatu kondisi yang mengakibatkan timbulnya ketidak seimbangan psikologis, hal tersebut tersebut membutuhkan upaya untuk mencapai keseimbangan kembali. Menurut Arifin (2004) pengelolaan emosi marah adalah usaha pengendalian dari ketegangan fisik yang timbul akibat peningkatan energi yang terjadi akibat meningkatnya zat gula yang dikeluarkan oleh hati sehingga seseorang mengurangi atau menghilangkan tindakan agresif pada saat emosi marah berlangsung.

Dari berbagai definisi menurut para ahli diatas, maka dapat peneliti simpulkan bahwa pengelolaan emosi marah adalah suatu tindakan untuk mengatur pikiran, perasaan, ketika dalam kondisi marah dan bagaimana merespon emosi marah yang dirasakannya, sehingga dapat mencegah sesuatu yang buruk atau merugikan diri sendiri maupun orang lain.

4. Aspek Pengelolaan Emosi Marah

- 1) Mengenali emosi marah, emosi marah merupakan kemampuan untuk mengendalikan perasaan marah sewaktu perasaan marah itu muncul, sehingga seseorang tidak dikuasai oleh marah.
- 2) Mengendalikan marah, seseorang yang dapat mengendalikan marah tidak membiarkan dirinya dikuasai oleh marah, sehingga sehingga emosi marah tidak berlebihan dan tidak terjadi pada tingkat intensitas yang tinggi.
- 3) Meredakan marah, merupakan suatu kemampuan untuk menenangkan diri sendiri setelah individu marah.
- 4) Mengungkapkan marah secara asertif, orang yang asertif dapat mengungkapkan perasaan marahnya secara jujur dan tepat tanpa melukai perasaan orang lain.

5. Gejala-Gejala Emosi Marah

- a. Gejala dari aspek biologis
 - 1) Tekanan darah meningkat
 - 2) Frekuensi denyut jantung meningkat
 - 3) Wajah merah
 - 4) Pupil melebar
 - 5) Frekuensi pengeluaran pupil meningkat
- b. Gejala marah dari aspek emosional
 - 1) Merasa tidak nyaman
 - 2) Merasa tidak berdaya
 - 3) Jengkel
 - 4) Ingin berkelahi
 - 5) Mengamuk

6. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Emosi Marah

Purwanto dan Mulyono (2006) secara garis besar faktor yang mempengaruhi emosi marah terdiri atas faktor fisik dan psikis:

a. Faktor fisik

- 1) Kelelahan yang berlebihan, seseorang yang bertugas melayani jika kurang istirahat maka akan mudah merasa lelah. Dalam kondisi seperti itu akan lebih mudah marah dan mudah sekali tersinggung serta dapat menjadi penyebab utama menurunnya kondisi fisik pada seseorang sehingga rentan terhadap kecenderungan somatisasi.
- 2) Zat-zat tertentu yang dapat menyebabkan marah. Jika otak kurang mendapat zat asam, orang tersebut lebih mudah marah.

b. Faktor psikis

Faktor psikis yang menimbulkan marah erat kaitannya dengan kepribadian seseorang, terutama sekali yang menyangkut apa yang disebut "*self-concept* yang salah" yaitu anggapan seseorang terhadap dirinya sendiri yang salah. *Self-concept* yang salah menghasilkan pribadi yang tidak seimbang dan tidak matang. Hal ini karena seseorang

akan menilai dirinya sangat berlainan sekali dengan kenyataan yang ada. Beberapa *self concept* yang salah dapat dibagi menjadi 3.

- 1) Rasa rendah diri (MC= *Minderwaardigheid Complex*), yaitu menilai dirinya sendiri lebih rendah dari yang sebenarnya.
- 2) Sombong (*Superiority Complex*), yaitu menilai dirinya sendiri sangat penting melebihi kenyataan yang sebenarnya.
- 3) Egoistis atau terlalu mementingkan dirinya sendiri, yang menilai dirinya sangat penting melebihi kenyataan.

7. Dampak Negatif Emosi

- a. Hambatan kemampuan berfikir, karena berfikir adalah alat terbaik untuk memecahkan masalah tetapi juga menciptakan persoalan baru
- b. Emosi dapat mengganggu gangguan permanen tubuh
- c. Radang usus, disebabkan karena tekanan-tekanan emosi
- d. Penyakit kulit tekanan darah tinggi
- e. Ashma

8. Dampak Positif mengelola Emosi

- a. Lebih mampu mengungkapkan marah dengan tepat, tanpa berkelahi.
- b. Berkurangnya larangan
- c. Berkurangnya perilaku agresif atau merusak diri sendiri.
- d. Perasaan yang lebih positif tentang diri sendiri, keluarga.
- e. Berkurangnya kesepian dan kecemasan dalam pergaulan.

Minggu 10 (Komunikasi Dalam Tim atau Organisasi)

A. Pengertian Komunikasi

Komunikasi memiliki asal kata dari bahasa latin *communicatio* yang maknanya adalah membuat kesamaan, dimana hal ini diartikan sebagai kesamaan makna atau pemahaman dari proses penyampaian pesan yang dilakukan. selain sebagai proses penyampaian pesan, komunikasi juga diartikan sebagai suatu proses pembuatan dan penggunaan informasi oleh individu maupun kelompok untuk dapat terhubung satu sama lain atau dengan lingkungan sosial masyarakat, Ada tiga komponen yang menjadi kunci dalam proses komunikasi, yaitu pesan atau informasi, sumber atau pemberi pesan, dan penerima pesan.

Komunikasi adalah suatu proses di mana seseorang atau beberapa orang, kelompok, organisasi, dan masyarakat menciptakan, dan menggunakan informasi agar terhubung dengan lingkungan dan orang lain. Pada umumnya, komunikasi dilakukan secara lisan atau verbal yang dapat dimengerti oleh kedua belah pihak. Apabila tidak ada bahasa verbal yang dapat dimengerti oleh keduanya, komunikasi masih dapat dilakukan dengan menggunakan gerak-gerik tubuh atau menunjukkan sikap tertentu, misalnya tersenyum, menggelengkan kepala, dan mengangkat bahu. Cara seperti itu disebut dengan komunikasi dengan bahasa nonverbal.

B. Faktor Yang Mempengaruhi Komunikasi

1) Latar Belakang Budaya

Interpretasi suatu pesan akan terbentuk dari pola pikir seseorang melalui kebiasaannya, sehingga semakin sama latar belakang budaya antara komunikator dengan komunikan maka komunikasi semakin efektif.

2) Ikatan Kelompok atau Grup

Nilai-nilai yang dianut oleh suatu kelompok sangat mempengaruhi cara mengamati pesan.

3) Harapan

Harapan mempengaruhi penerimaan pesan sehingga dapat menerima pesan sesuai dengan yang diharapkan.

4) Pendidikan

Semakin tinggi pendidikan akan semakin kompleks sudut pandang dalam menyikapi pesan yang disampaikan.

5) Situasi

Perilaku manusia dipengaruhi oleh lingkungan/situasi.

C. Proses Komunikasi

Proses komunikasi adalah bagaimana komunikator menyampaikan pesan kepada komunikan, sehingga dapat menciptakan suatu persamaan makna antara komunikator dengan komunikan. Proses komunikasi dapat terjadi apabila ada interaksi antar manusia dan ada penyampaian pesan untuk mewujudkan motif komunikasi. Proses komunikasi adalah sebagai berikut:

1. Komunikator (sender)

Mengirimkan suatu pesan kepada orang yang dimaksud. Pesan yang disampaikan bisa berupa informasi dalam bentuk bahasa ataupun lewat simbol-simbol yang bisa dimengerti kedua belah pihak.

2. Pesan (message)

Media atau saluran baik secara langsung maupun tidak langsung. Contohnya berbicara langsung melalui telepon, surat, e-mail, atau media lainnya.

3. Media (channel)

alat yang menjadi penyampai pesan dari komunikator ke komunikan.

4. Komunikan (receiver)

Menerima pesan yang disampaikan dan menerjemahkan isi pesan yang diterimanya ke dalam bahasa yang dimengerti oleh komunikan itu sendiri dan memberikan umpan baik (feedback) atau tanggapan atas pesan yang dikirimkan kepadanya.

D. Komunikasi Organisasi

Organisasi adalah suatu sistem atau sekumpulan dari individu yang memiliki tingkatan atau susunan peran dan saling bekerjasama untuk meraih tujuan bersama, yang kemudian disebut sebagai tujuan organisasi. Syarat terbentuknya suatu organisasi secara sederhana ada dua, yaitu adanya jenjang

jabatan yang menunjukkan kedudukan dan status masing-masing individu atau anggota dalam organisasi. Setiap anggota memiliki tugas dan peranannya masing-masing, tergantung pada kedudukan dan posisinya dalam organisasi tersebut.

Komunikasi organisasi adalah pengiriman dan penerimaan berbagai pesan organisasi di dalam kelompok formal maupun informal dari suatu organisasi. Komunikasi formal adalah komunikasi yang disetujui oleh organisasi itu sendiri dan sifatnya berorientasi kepentingan organisasi. Ada dua perspektif utama yang akan mempengaruhi bagaimana komunikasi organisasi didefinisikan, yakni Perspektif Objektif dan Perspektif Subjektif.

1. Komunikasi Organisasi Perspektif Objektif

Perspektif Objektif menekankan sebagai pertunjukan dan penafsiran pesan diantara unit-unit komunikasi yang merupakan bagian dari suatu organisasi tertentu. Fokusnya dalam penanganan pesan, yakni menerima, menafsirkan, dan bertindak berdasarkan informasi dalam suatu peristiwa komunikasi organisasi.

2. Komunikasi Organisasi Perspektif Subjektif

Perspektif Subjektif mendefinisikan komunikasi organisasi sebagai proses penciptaan makna atas interaksi diantaranya unit-unit organisasi yang menciptakan, memelihara, dan mengubah organisasi. Fokusnya adalah bagaimana individu anggota organisasi berinteraksi dan kemudian memberi makna terhadap peristiwa komunikasi yang terjadi.

E. Faktor Hambatan Komunikasi

1. Hambatan Teknis

Hambatan teknis timbul karena lingkungan yang memberikan dampak pencegahan terhadap kelancaran pengiriman dan penerimaan pesan. Keterbatasan fasilitas dan peralatan komunikasi akan semakin berkurang dengan adanya temuan baru di bidang teknologi komunikasi dan sistem informasi, sehingga saluran komunikasi dalam media komunikasi dapat diandalkan menjadi lebih efisien.

2. Hambatan Semantik

Gangguan semantik menjadi hambatan dalam proses penyampaian pengertian secara efektif. Semantik adalah studi atas pengertian yang diungkapkan lewat bahasa. Bahasa atau pesan yang kurang jelas, akan tetap menjadi tidak jelas bagaimanapun baiknya transmisi. Hambatan semantik dibagi menjadi 3, diantaranya:

- a) Salah pengucapan kata atau istilah karena terlalu cepat berbicara.
contoh: partisipasi menjadi partisipasi.
- b) Adanya perbedaan makna dan pengertian pada kata-kata yang pengucapannya sama.
contoh: bujang (Sunda: sudah; Sumatera: anak laki-laki)
- c) Adanya pengertian konotatif
contoh: secara denotative, semua setuju bahwa anjing adalah binatang berbulu, berkaki empat. Sedangkan secara konotatif, banyak orang menganggap anjing sebagai binatang piaraan yang setia, bersahabat dan panjang ingatan.

3. Hambatan Manusiawi

Hambatan manusiawi muncul dari masalah-masalah pribadi yang dihadapi oleh orang-orang yang terlibat dalam komunikasi, baik komunikator maupun komunikan. Ada beberapa hambatan terhadap komunikasi yang efektif, yaitu:

a. Mendengar

Banyak hal atau informasi yang ada di sekeliling kita, namun tidak semua dapat didengar dan ditanggapi. Beberapa informasi yang bersangkutan saja yang dapat ditanggapi.

b. Mengabaikan informasi yang bertentangan dengan apa yang kita ketahui.

c. Persepsi yang berbeda

Komunikasi tidak akan berjalan dengan efektif jika persepsi pengirim pesan tidak sama dengan penerima pesan. Perbedaan ini

dapat menimbulkan masalah pertengkaran antara pengirim dan penerima pesan.

d. Pengaruh emosi

Pada keadaan emosi yang tidak stabil, seseorang akan kesulitan untuk menerima informasi dan dalam menanggapi.

e. Gangguan

Gangguan dapat berupa suara bising pada saat berkomunikasi, jarak yang jauh, dan lain sebagainya.

Minggu 11 (Memecahkan Masalah dalam Tim)

A. Pengertian Memecahkan Masalah Dalam Tim

Memecahkan masalah dalam tim merupakan proses untuk mengidentifikasi, menganalisis, serta mencari solusi terhadap masalah atau tantangan yang dihadapi oleh tim secara bersama-sama. Proses ini melibatkan pemanfaatan berbagai keterampilan, ide, serta perspektif anggota tim untuk mencapai solusi yang efektif.

Pemecahan masalah (problem solving) merupakan bagian dari keterampilan atau kecakapan intelektual yang dinilai sebagai hasil belajar yang penting dan signifikan dalam proses pendidikan. Signifikansi kecakapan pemecahan masalah dapat dilihat baik dari banyaknya perhatian berbagai aliran psikologi terhadap kecakapan intelektual ini, tingginya peringkat kecakapan dalam berbagai taksonomi hasil belajar, maupun dari posisi kecakapan ini dalam taksonomi desain

B. Manfaat Memecahkan Masalah Dalam Tim

1. Menawarkan sudut pandang solusi yang lebih inovatif dan kreatif.
2. Meningkatkan efektivitas dan efisiensi.
3. Memperkuat komunikasi dan kolaborasi.
4. Mengembangkan keterampilan individu
5. Manajemen konflik yang lebih baik.
6. Meningkatkan adaptabilitas dan fleksibilitas.
7. meningkatkan kinerja organisasi.

C. Konflik Dalam Tim

Ketika aktivitas organisasi dijalankan, terjadi interaksi antar individu dalam organisasi, yang berpotensi menimbulkan terjadinya konflik (Hasmawati, 2020). Konflik hampir selalu hadir dalam kehidupan termasuk dalam organisasi. Konflik adalah perjuangan antara kebutuhan; keinginan; gagasan; kepentingan individu yang berbeda karena adanya tujuan, nilai, pemikiran, perasaan, serta perilaku yang berbeda (Suryani & Yoga, 2018). Konflik muncul karena adanya tujuan yang sama, latar belakang yang beragam,

perasaan sensitif, pendapat yang tidak sama, serta salah pengertian (Hasibuan, 2011). Beberapa contoh konflik yang sering terjadi di dalam organisasi yaitu:

1. Perbedaan pendapat

Di dalam organisasi tentunya tiap individu memiliki pendapat dan pandangan yang berbeda-beda untuk menyelesaikan suatu permasalahan atau konflik yang terjadi untuk mencapai tujuan tim.

2. Persaingan Internal

Para anggota tim bersaing satu sama lain untuk mendapatkan pengakuan, penghargaan, atau promosi, juga dapat mengganggu kerjasama dan memicu konflik di dalam tim.

3. Ketidakcocokan interpersonal

Perbedaan kepribadian kerap muncul sebagai konflik antar individu perorangan. Ketidakcocokan kepribadian, gaya kerja, atau nilai-nilai antara anggota tim dapat menghambat komunikasi dan hubungan profesional.

4. Pembagian sumber daya yang tidak adil

Ketidaksetaraan dalam pembagian tugas, tanggung jawab, atau sumber daya memicu ketegangan dan ketidakpuasan dalam tim.

5. Kurangnya pemahaman tentang peran dan tujuan tim

Jika anggota tim tidak memiliki pemahaman yang jelas tentang peran dan tujuan tim, hal ini memicu ketidakjelasan dalam peran dan tanggung jawab bagi masing-masing anggota tim yang menyebabkan tumpang tindih, kebingungan, dan konflik antar anggota tim.

D. Solusi Penyelesaian Konflik

1. Cari akar masalah

Mencari dan memahami penyebab akar permasalahan terjadi dan seberapa berat konflik yang terjadi dari berbagai sisi dengan berpegangan pada fakta yang terjadi.

2. Meminta pendapat mediator atau pihak yang netral

Pihak netral atau mediator berperan penting untuk menyelesaikan konflik secara tepat dan tidak berlarut-larut. Mediator bisa membuat keputusan yang adil dan bisa diterima oleh kedua belah pihak.

3. Pembagian tanggung jawab secara adil

Mengklarifikasi dan membagi tanggung jawab secara adil di antara anggota tim dengan menghindari ketidakjelasan dan tumpang tindih tugas masing-masing individu dalam tim.

4. Pelatihan dan pengembangan tim

Melakukan pelatihan dan pengembangan tim secara rutin untuk membantu meningkatkan keterampilan komunikasi, manajemen konflik, dan kerjasama tim.

5. Mengagendakan team bonding

Membuat suasana yang jauh dari kesan kaku dengan melakukan team bonding dengan mengatur pertemuan rutin di mana anggota tim dapat berdiskusi secara bebas, membagikan informasi, dan menyelesaikan masalah untuk mengatasi konflik sebelum masalah menjadi lebih besar.

6. Fokus pada kepentingan bersama

Mengarahkan perhatian pada tujuan tim yang lebih besar untuk mengurangi egoisme dan mencari solusi yang saling menguntungkan kedua belah pihak.

7. Evaluasi dan komunikasi

Melakukan evaluasi untuk mencegah konflik serupa terjadi di kemudian hari. Komunikasi dengan baik untuk memastikan semua anggota bekerja sama untuk memenuhi tujuan bersama.

Minggu 12 (Manajemen Krisis Komunikasi)

A. Pengertian Manajemen Krisis Komunikasi

Krisis adalah sebuah kondisi atau situasi genting yang ditandai oleh permasalahan yang serius dalam berbagai aspek kehidupan sosial, ekonomi, politik, atau lingkungan yang dapat mengancam stabilitas, kesejahteraan, atau kelangsungan hidup individu, kelompok, atau bahkan masyarakat secara keseluruhan. Krisis sering kali dianggap sebagai suatu periode yang penuh ketidakpastian, ketegangan, dan potensi kerusakan yang besar.

Menurut salah satu karya dari Steven Fink yang berjudul "*Crisis Communication: Practical PR Strategies for Reputation Management and Company Survival*" Krisis komunikasi terjadi Ketika organisasi mengalami masalah dalam mengelola informasi dan berkomunikasi dengan pemangku kepentingan mereka selama situasi krisis. Krisis ini dapat merusak reputasi organisasi. Oleh karena itu, diperlukan tindakan untuk mengantisipasi adanya krisis komunikasi dengan adanya manajemen krisis komunikasi.

Manajemen krisis komunikasi adalah proses penanganan krisis yang dilakukan untuk mengelola komunikasi selama situasi krisis. Hal ini dilakukan untuk melindungi reputasi, hubungan, dan keberlanjutan organisasi. Krisis komunikasi terjadi ketika situasi tertentu mengancam citra atau operasi organisasi, sehingga membutuhkan tindakan cepat, terencana, dan terarah. Tujuannya adalah agar krisis tidak semakin memburuk dan dapat segera dipulihkan sebelum berdampak semakin parah dalam organisasi.

B. Proses Manajemen Krisis Komunikasi

Berikut merupakan tahapan dalam proses manajemen krisis komunikasi

1. Tahap Pra-Krisis

Tahap ini fokus pada persiapan dan pencegahan sebelum krisis terjadi.

- a. Identifikasi Risiko: Mengidentifikasi potensi ancaman atau krisis yang dapat memengaruhi organisasi.
- b. Perencanaan Krisis:
 - Menyusun rencana manajemen krisis, termasuk protokol tindakan.
 - Menentukan tim manajemen krisis dan tugasnya.

c. Latihan dan Simulasi:

Melatih tim dalam simulasi krisis untuk meningkatkan kesiapan.

Menguji rencana manajemen krisis untuk mengetahui kekurangannya.

2. Tahap Krisis

Tahap ini berfokus pada respons cepat dan efektif saat krisis terjadi.

a. Peringatan Dini:

Menyadari tanda-tanda awal krisis dan mengambil tindakan preventif.

b. Aktivasi Tim Krisis:

Mengaktifkan tim manajemen krisis untuk menangani situasi.

c. Komunikasi Awal:

Memberikan informasi yang jelas, akurat, dan cepat kepada pihak terkait untuk mengurangi kebingungan.

d. Manajemen Narasi:

Mengendalikan alur informasi untuk memastikan konsistensi pesan yang disampaikan.

3. Tahap Selama Krisis

Tahap ini melibatkan pengelolaan krisis secara aktif untuk menjaga reputasi dan operasional organisasi.

a. Komunikasi Berkelanjutan:

Memberikan pembaruan secara rutin kepada publik dan pemangku kepentingan.

b. Respons terhadap Isu:

Menjawab pertanyaan atau menangani spekulasi dari media dan pihak eksternal.

c. Koordinasi Internal:

Memastikan semua bagian organisasi memiliki pemahaman yang seragam tentang tindakan yang dilakukan.

4. Tahap Pasca-Krisis

Setelah krisis teratasi, fokusnya adalah pada evaluasi dan pemulihan.

a. Evaluasi dan Pembelajaran:

Menganalisis apa yang berhasil dan apa yang perlu diperbaiki.

Mendokumentasikan pengalaman untuk perbaikan di masa depan.

b. Pemulihan Reputasi:

Melakukan tindakan yang memulihkan kepercayaan publik, seperti program tanggung jawab sosial.

c. Revisi Rencana:

Memperbarui rencana manajemen krisis berdasarkan pelajaran yang didapat.

C. Prinsip - Prinsip Manajemen Krisis Komunikasi

Prinsip - prinsip dalam manajemen krisis komunikasi adalah sebagai berikut

1. Transparansi dan Keterbukaan

Transparansi dan keterbukaan adalah dua prinsip yang erat terkait dalam konteks manajemen komunikasi, terutama dalam manajemen krisis. Transparansi melibatkan penyediaan informasi yang jelas dan lengkap kepada pemangku kepentingan, sementara keterbukaan mencakup sikap dan perilaku yang jujur dan responsif terhadap kritik atau umpan balik. Kedua prinsip ini saling mendukung, di mana transparansi menciptakan dasar untuk keterbukaan yang efektif, dan keterbukaan memastikan bahwa organisasi menjalankan komunikasi dengan integritas. Bersama-sama, mereka membentuk landasan yang kuat untuk menjaga reputasi organisasi, membangun kepercayaan, dan merespons krisis dengan efektif, menghadapi tantangan yang muncul dengan integritas dan kemampuan untuk mempertahankan dukungan pemangku kepentingan.

2. Kecepatan dan Responsivitas

Menurut Coombs, W. T. (2007). Kecepatan dan responsivitas sangat penting dalam manajemen komunikasi krisis karena situasi krisis seringkali berkembang dengan cepat dan dapat mempengaruhi reputasi, keamanan, dan hubungan dengan pemangku kepentingan. Respons yang lambat atau tidak responsif dapat memperburuk dampak krisis dan merusak reputasi organisasi. Kecepatan dalam merespons krisis membantu mengurangi ketidakpastian dan memberikan kepercayaan kepada pemangku kepentingan bahwa organisasi mengatasi situasi dengan serius.

Dengan merespons krisis secara cepat dan responsif, organisasi dapat meminimalkan kerugian dan memulihkan reputasi lebih efektif.

3. Konsistensi dan koordinasi

Konsistensi dan koordinasi dalam konteks manajemen krisis komunikasi sangat penting. Konsistensi memastikan bahwa pesan yang disampaikan selama krisis tetap seragam, sehingga tidak ada kebingungan atau kontradiksi dalam informasi yang diberikan kepada berbagai pihak terkait. Sementara itu, koordinasi diperlukan untuk mengintegrasikan berbagai aspek komunikasi, seperti pesan kepada publik, media, dan pihak terkait lainnya, sehingga respons terhadap krisis dapat berjalan efisien dan efektif. Dalam manajemen krisis komunikasi, terjalannya konsistensi dan koordinasi membantu organisasi mengatasi situasi krisis dengan lebih baik dan meminimalkan dampak negatif pada reputasi dan operasionalnya. Konsistensi dalam pesan yang disampaikan selama krisis membantu membangun kepercayaan dan meminimalkan kebingungan di antara pemangku kepentingan. Koordinasi memastikan bahwa semua elemen komunikasi, termasuk pernyataan resmi, rilis pers, komunikasi internal, dan interaksi dengan media, terintegrasi dengan baik untuk memberikan respons yang efektif dan terarah. Manajemen krisis komunikasi yang baik harus menerapkan prinsip konsistensi dan koordinasi sebagai bagian integral dari upaya untuk mengatasi krisis dan mempertahankan reputasi organisasi.

4. Pengelolaan Isu-Isu Sensitif

Pengelolaan isu-isu sensitif dalam manajemen krisis komunikasi adalah suatu aspek penting yang memerlukan perhatian khusus. Isu-isu sensitif seringkali dapat memperburuk dampak krisis jika tidak dikelola dengan bijak. Beberapa langkah yang perlu diperhatikan dalam pengelolaan isu-isu sensitif meliputi Evaluasi Risiko, Penyusunan pesan yang bijak, Kepatuhan terhadap hukum dan etika, keterbukaan dan Transparansi, Konsultasi dengan para ahli dan respons cepat

D. Komunikasi dengan pihak-pihak terkait

1. Komunikasi dengan Media

Komunikasi dengan media dalam konteks manajemen krisis komunikasi adalah upaya strategis untuk mengelola dan mengendalikan informasi yang tersebar selama situasi krisis. Dalam situasi ini, organisasi atau individu yang terkena dampak krisis harus proaktif dalam memberikan informasi yang akurat, transparan, dan konsisten kepada media massa sebagai cara untuk mempengaruhi persepsi publik dan menghindari berita yang mungkin merugikan. Dengan membangun hubungan yang baik dengan media, organisasi dapat lebih efektif mengelola narasi krisis, meminimalkan dampak negatif, dan menjaga reputasi mereka. (Coombs, 2007)

Tujuan Komunikasi dengan Media dalam konteks manajemen krisis komunikasi adalah untuk mengendalikan aliran informasi yang akurat, transparan, dan konsisten selama situasi krisis sehingga organisasi dapat mempengaruhi persepsi publik, meminimalkan dampak negatif, dan menjaga reputasi mereka. Melalui media, organisasi berusaha memastikan bahwa pesan-pesan yang disampaikan sejalan dengan tujuan komunikasi krisis, menghindari penyebaran informasi yang salah, dan memberikan penjelasan yang diperlukan kepada publik. Ini membantu menciptakan kepercayaan dalam menghadapi krisis dan memastikan dukungan dari berbagai pemangku kepentingan.

2. Komunikasi dengan Karyawan

Komunikasi dengan karyawan merupakan bagian penting dari komunikasi krisis karena karyawan adalah salah satu pemangku kepentingan internal yang paling berpengaruh dan memiliki akses langsung ke informasi dan operasi organisasi. Mereka juga dapat menjadi duta merek yang kuat jika mereka memahami situasi krisis dengan baik dan merasa terlibat. Selain itu, karyawan sering kali merasa cemas dan ketakutan dalam situasi krisis, dan komunikasi yang baik dapat membantu meredakan kekhawatiran mereka, menjaga moral, serta memotivasi

mereka untuk berkontribusi dalam mengatasi masalah. (Coombs, & Holladay, 2006)

Menurut Fearn-Banks, K. (2007) tujuan komunikasi dengan karyawan dalam konteks manajemen komunikasi krisis adalah untuk memberikan informasi yang akurat, mengurangi ketidakpastian, dan memastikan karyawan memahami situasi krisis serta peran mereka dalam mengatasi masalah tersebut. Komunikasi yang efektif dapat membantu menjaga ketenangan dan kepercayaan karyawan dalam situasi krisis, serta memotivasi mereka untuk berkontribusi dalam pemecahan masalah dan menjaga kontinuitas operasional organisasi. Dengan melibatkan karyawan dan menjalin komunikasi terbuka, manajemen dapat membangun dukungan internal yang kuat dalam menghadapi krisis.

3. Komunikasi dengan Pihak Eksternal

Menurut Coombs, W. T. (2015) Membangun komunikasi dengan pihak eksternal dalam konteks manajemen komunikasi krisis penting karena pihak eksternal memiliki peran yang signifikan dalam pengaruh reputasi, citra, dan keberlanjutan organisasi. Dalam situasi krisis, pihak eksternal seperti media, pelanggan, mitra bisnis, pemegang saham, dan masyarakat umum akan mencari informasi dan memberikan reaksi terhadap kejadian tersebut. Dengan berkomunikasi dengan mereka secara transparan, organisasi dapat mengendalikan narasi krisis, memberikan klarifikasi, serta meminimalkan kemungkinan penyebaran informasi yang salah atau merugikan. Ini dapat membantu dalam membangun atau mempertahankan kepercayaan publik, mendukung pemulihan, serta memitigasi dampak negatif dari krisis tersebut.

Tujuan membangun komunikasi dengan pihak eksternal dalam manajemen komunikasi krisis adalah:

- a) Memberikan informasi yang akurat dan terkini tentang situasi krisis kepada pihak eksternal.
- b) Meminimalkan potensi kerusakan reputasi dan citra organisasi dengan menjaga transparansi dan integritas dalam komunikasi.

- c) Membangun atau memelihara dukungan dari pemangku kepentingan eksternal seperti pelanggan, mitra bisnis, dan pemegang saham.
- d) Memitigasi dampak negatif dan mempromosikan pemulihan yang cepat dan efektif dari krisis.

4. Komunikasi dengan publik

Dalam konteks manajemen komunikasi krisis, pemahaman tentang berbagai publik yang terlibat menjadi kunci penting. Identifikasi dan pemahaman yang baik terhadap publik internal seperti karyawan, serta publik eksternal seperti media, pelanggan, dan masyarakat umum, memungkinkan organisasi untuk merancang strategi komunikasi yang lebih efektif selama situasi krisis. Komunikasi yang baik dengan publik ini membantu organisasi untuk mengelola narasi krisis, menghindari penyebaran informasi yang salah, serta menjaga dukungan dari berbagai pemangku kepentingan. Oleh karena itu, manajemen komunikasi krisis perlu mempertimbangkan berbagai publik ini dalam perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi respons mereka terhadap situasi krisis.

Minggu 13 (Negosiasi dan Public Speaking)

A. Negosiasi

a. Pengertian Negosiasi

Stephen Robbins dalam bukunya “Organizational Behavior” (2006), mengatakan, negosiasi adalah proses pertukaran barang atau jasa antara 2 pihak atau lebih, dan masing-masing pihak berupaya untuk menyepakati tingkat harga yang sesuai untuk proses pertukaran tersebut. Sedang dalam komunikasi bisnis, negosiasi adalah suatu proses dimana dua pihak atau lebih yang mempunyai kepentingan yang sama atau bertentangan, bertemu dan berbicara untuk mencapai suatu kesepakatan. Sementara Fisher R dan William Ury berpendapat bahwa Negosiasi adalah komunikasi dua arah dirancang untuk mencapai kesepakatan pada saat kedua belah pihak memiliki berbagai kepentingan yang sama atau berbeda.

b. Karakteristik Negosiasi

Negosiasi memiliki beberapa karakteristik:

1. Senantiasa melibatkan orang
2. Memiliki ancaman terjadinya atau di dalamnya mengandung konflik
3. Menggunakan cara-cara pertukaran sesuatu
4. Hampir selalu berbentuk tatap muka langsung
5. Menyangkut hal-hal masa depan
6. Berujung pada kesepakatan yang diambil oleh kedua belah pihak.

c. Strategi dalam Bernegosiasi

Dalam melakukan negosiasi, kita perlu memilih strategi yang tepat, sehingga mendapatkan hasil yang kita inginkan. Strategi negosiasi ini harus ditentukan sebelum proses negosiasi dilakukan. Ada beberapa macam strategi negosiasi yang dapat kita Pilih, sebagai berikut:

1. *Win-win*

Strategi ini dipilih bila pihak-pihak yang berselisih menginginkan penyelesaian masalah yang diambil pada akhirnya menguntungkan kedua belah pihak. Strategi ini juga dikenal sebagai Integrative negotiation.

2. *Win-lose*

Strategi ini dipilih karena pihak-pihak yang berselisih ingin mendapatkan hasil yang sebesar-besarnya dari penyelesaian masalah yang diambil. Dengan strategi ini pihak-pihak yang berselisih saling berkompetisi untuk mendapatkan hasil yang mereka inginkan.

3. *Lose-lose*

Strategi ini dipilih biasanya sebagai dampak kegagalan dari pemilihan strategi yang tepat dalam bernegosiasi. Akibatnya pihak-pihak yang berselisih, pada akhirnya tidak mendapatkan sama sekali hasil yang diharapkan.

4. *Lose-win*

Strategi ini dipilih bila salah satu pihak sengaja mengalah untuk mendapatkan manfaat dengan kekalahan mereka.

d. **Proses Negosiasi**

Proses negosiasi terdiri dari 5 (lima) langkah yaitu:

1. Persiapan dan perencanaan;
2. Definisi dari aturan-aturan dasar;
3. Penjelasan dan pembenaran;
4. Tawar-menawar dan pemecahan masalah; serta
5. Penutupan dan pelaksanaan

e. **Praktek Negosiasi**

1. **Menentukan Tujuan**

Langkah pertama dalam perencanaan negosiasi adalah menentukan semua tujuan. Hanya setelah tahu apakah yang diharapkan dari negosiasi, selanjutnya disusun rencana yang memungkinkan untuk mencapai tujuan ini. Tujuan negosiasi jarang hanya satu, sama seperti ketika serikat pekerja menegosiasikan kenaikan upah anggotanya, juga menuntut jam kerja yang lebih manusiawi atau upah kerja akhir pekan yang lebih baik. Sebelum memasuki perundingan, buat daftar tujuan dan susun menurut prioritasnya, serta tentukan tujuan mana yang boleh dihapuskan. Bila

perlu berkompromi, sehingga tahu tujuan mana yang dapat dilepas dahulu.

2. Menggunakan sumber informasi resmi untuk memperkirakan tujuan lawan

Pelajari semua informasi resmi mengenai lawan, seperti artikel dalam majalah bisnis dan penerbitan lain yang merinci langkah langkahnya, informasi mengenai kondisi, riwayat, dan tujuan strategi saat ini.

3. Memahami peran-peran

Setiap tim negosiasi memerlukan peran-peran tertentu untuk berhasil dalam negosiasi. Peran-peran ini adalah pemimpin, orang baik, orang jahat, orang garis keras, dan penyapu. Peran lain bisa ditambahkan sesuai dengan keadaan. Tim negosiasi ideal harus punya 3-5 anggota dan semua peran kunci harus terwakili.

4. Menjadwalkan Agenda

Sebagian perundingan ditentukan batas waktunya Karena orang orang yang terlibat sangat sibuk. Perundingan lain mengharuskan pihak-pihak yang terlibat untuk duduk di meja perundingan hingga dicapai persetujuan. Tentukan selalu target waktu pertemuan dan jadwalkan diskusi agar sesuai dengan waktu. Jangan lupa, kebanyakan orang akan cepat marah bila rapat melewati jadwal.

5. Menentukan Suasana

Negosiasi itu mendengarkan dan mengamati, selain berbicara, harus peka akan suasana yang tiba-tiba berubah. Waspada itu meliputi penggunaan semua indera untuk menangkap apapun yang ditujukan orang lain. Selama negosiasi pelajari reaksi dan pernyataan lawan untuk melihat adanya inkonsisten

6. Mengenali Siasat

Mengenali taktik yang digunakan pihak lain untuk mempengaruhi negosiasi perlu dilatih. Untuk belajar mengenali dan mengatasi siasat tersebut tanpa resiko merugi, amati pihak lain dengan seksama dan

camkan bahwa taktik manipulatif biasanya punya 3 (tiga) sasaran utama yaitu sebagai berikut:

- a) Untuk mengalihkan perhatian tim lain, sehingga dapat mendominasi pembicaraan.
- b) Untuk mengubah penekanan pembicaraan, sehingga membentuk persetujuan yang sepenuhnya menguntungkan pihaknya.
- c) Untuk memanipulasi tim lain agar menutup negosiasi sebelum sepenuhnya puas dengan rincian yang diajukan.

B. Public Speaking

a. Pengertian

Public speaking adalah sebuah kemampuan yang dimiliki oleh seseorang untuk menyampaikan atau mempresentasikan secara lisan suatu masalah atau topik di depan khalayak. Public speaker yang baik mampu menyampaikan informasi di depan umum dengan jelas dan dapat diterima oleh audiensnya dengan baik.

b. Manfaat Public Speaking

Manfaat memiliki kemampuan public speaking yang baik adalah:

1. Meningkatkan Kepercayaan Diri. Dengan memiliki kemampuan public speaking yang baik, tidak akan gugup lagi ketika dihadapkan dengan audiens.
2. Mudah Bergaul. Tak hanya di bidang profesi, public speaking juga bermanfaat untuk kehidupan sosial sehari-hari. Biasanya, public speaker yang baik ini mampu membuka pembicaraan terhadap lawan bicaranya meskipun sebelumnya tidak kenal.
3. Membangun Relasi. Dengan public speaking yang baik, dapat dengan mudah mengenal orang lain dimanapun kita berada karena cara berkomunikasi mampu membuat orang lain merasa nyaman.
4. Mudah Berbisnis. Seperti yang dijelaskan tujuan dari public speaking ini salah satunya adalah untuk meyakinkan audiens. Artinya apabila public speaker yang baik menyakinkan audiens, maka lebih mudah pula untuk melakukan bisnis.

c. Metode Public Speaking

Menjadi public speaker yang baik membutuhkan latihan dan proses yang tidak mudah. Diperlukan latihan berulang-ulang agar mampu menguasai panggung. Berikut dijelaskan metode-metode yang dapat digunakan dalam public speaking:

1. Metode Impromptu yaitu metode yang digunakan pada saat insidental atau dibuat di tempat. Metode ini biasa dilakukan oleh profesional, jadi walau tanpa latihan sudah mampu menampilkan suasana nyaman.
2. Metode membaca naskah yaitu metode yang menggunakan persiapan berupa naskah yang baik untuk dibacakan.
3. Metode hafalan yaitu metode menghafal naskah yang telah disiapkan. Pada metode ini diharapkan speaker memiliki daya ingat yang kuat.
4. Metode using note and extempore yaitu metode dengan mengkombinasikan 3 metode sebelumnya.

d. Hal Dasar yang Harus Dipahami Seorang Public Speaker

Menurut Powers (2016:100), hal dasar yang harus dipahami oleh seorang speaker pada saat berbicara di depan umum adalah:

1. To Inform

Menyampaikan informasi yang dibutuhkan oleh audiens untuk memahami kodrat sehingga apa yang disampaikan tepat sasaran dan dirasakan oleh orang lain.

2. To Entertain

Menyenangkan atau memikat audiens dengan meletakkan mereka pada satu kerangka berfikir dan menyesuaikannya pada satu situasi yang berlangsung, sehingga audiens berada di zona kesukaaan.

3. To Persuade

Mempengaruhi keyakinan, perasaan atau mengarahkan orang-orang lain melakukan perubahan sehingga terjadi keselaraan menerima topik pembicaraan.

4. To Convince

Meyakinkan kepada audiens atas apa yang disampaikan.

5. To Actuate

Mewujudkan pernyataan dengan kesungguhan dan tindakan.

6. To Impress

menimbulkan perasaan tertentu pada audiens termasuk meneguhkan penghargaan terhadap norma-norma sosial serta hal besar.

e. Tips Ketika Berada di Panggung

1. Membangun Hubungan dengan senyum dan kontak mata dengan cara:
 - a) Sebelum berbicara lihat seluruh ruangan
 - b) Lihat dari satu sisi ke sisi lainnya dari depan ke belakang
 - c) Lakukan kontak mata sebanyak yang anda bisa untuk membangun hubungan dengan pendengar
 - d) Kontak mata harus ditujukan kepada hadirin secara proporsional
 - e) Hindari menatap ke langit-langit
 - f) Jangan melihat seorang yang sedang lewat di sekitar ruangan
2. Mengucapkan salam
3. Menarik perhatian hadirin (attention getter) misalnya membuka percakapan dengan cerita lucu, pantun atau kisah inspiratif.

Minggu 14 (Kepribadian)

A. Pengertian Kepribadian

Kepribadian adalah organisasi dinamis dalam diri individu sebagai sistem psiko-fisik yang menentukan caranya yang unik dalam menyesuaikan diri terhadap lingkungannya. Kata kunci dari pengertian kepribadian adalah penyesuaian diri. Schneider mengartikan penyesuaian diri sebagai suatu proses respons individu baik yang bersifat behavioral maupun mental dalam upaya mengatasi kebutuhan-kebutuhan dari dalam diri, ketegangan emosional, frustrasi, dan konflik, serta memelihara keseimbangan antara pemenuhan kebutuhan tersebut dengan tuntunan (norma) lingkungan. Kepribadian adalah ciri-ciri yang menonjol pada diri individu, seperti kepada orang yang pemalu dikenakan atribut “berkepribadian pemalu”. Kepada orang supel diberikan atribut “berkepribadian supel” dan kepada orang yang plin-plan, pengecut, dan semacamnya diberikan atribut "tidak punya kepribadian"

B. Gambaran Kepribadian

Kepribadian terbagi dalam beberapa karakteristik yang dapat dilihat maupun diukur. Dengan memahami karakteristik seseorang, maka kepribadian mereka akan dapat dikenali dan dipahami juga. Beberapa karakteristik penting dalam memahami seseorang yaitu:

1. Penampilan Fisik

Badan yang tegap, wajah yang rupawan, pakaian yang rapi, atau tubuh yang kurang sehat, wajah yang kuyu, pakaian yang kusut, semuanya menggambarkan kepribadian diri seseorang. Apakah ia berwibawa dan percaya pada diri atau kurang semangat dan mempunyai perasaan rendah diri?

2. Temperament

Suasana hati yang menetap dan khas pada seseorang. Misalnya pemurung, pemaarah, periang, dan sebagainya.

- a) Kecerdasan dan kemampuan aktualnya.
- b) Arah dan minat serta pandangan mengenai nilai-nilai.
- c) Sikap sosial.

d) Kecenderungan-kecenderungan dalam motivasinya.

Cara-cara pembawaan diri.

Misalnya sopan santun, banyak bicara, kritis, mudah bergaul, dan sebagainya. Cara pembawaan diri ini terlepas daripada isi atau materi yang dibawakan. Seseorang bicara tentang berita kematian, atau mengundang seorang ke perjamuan, atau menegur kesalahan orang, tetapi semuanya dilakukan dengan cara sopan santun.

3. Kecenderungan Patologis

Tanda-tanda adanya kelainan kepribadian seperti reaksi-reaksi psikopatik, neurosis, fobia, skizofrenia, dan sebagainya. Misalnya orang menjadi sukar tidur, gelisah, tidak tenang walaupun tidak jelas apa sebabnya, maka kemungkinan orang ini mengalami kecemasan yang bersifat neurosis.

C. Faktor Pendukung dan Penghambat Pengembangan Kepribadian

1. Faktor pendukung

Setiap orang pada dasarnya dapat mengembangkan diri, jika memiliki keinginan yang kuat untuk berubah dan berkembang ke arah yang lebih baik.

2. Faktor Penghambat Pengembangan Pribadi

a. Faktor yang berasal dari diri sendiri:

1. Tidak punya tujuan hidup yang jelas
2. Individu kurang termotivasi
3. Ada keengganan untuk menelaah diri sendiri (takut menerima kenyataan karena memiliki kekurangan/kelemahan)
4. Orang yang usianya sudah tua tidak melihat bahwa kearifan dan kebijaksanaan bisa dicapai
5. Merasa tidak ada tantangan
6. Merasa tidak mampu
7. Sudah merasa puas
8. Merasa tidak berharga

b. Faktor penghambat yang berasal dari lingkungan:

1. Sistem yang dianut (di lingkungan: pendidikan, pekerjaan, tempat tinggal)
2. Tanggapan, sikap, atau kebiasaan dalam lingkungan kebudayaan (kebiasaan atau tradisi)

c. Kepribadian seseorang dapat berkembang bila:

1. Menyadari perlu adanya perubahan/perbaikan
2. Memiliki motivasi yang kuat atau keinginan akan adanya perbaikan
3. Menginventarisasi/membuat daftar hal-hal yang perlu diperbaiki (kelemahan/kekurangan/sikap negatif)
4. Melakukan perbaikan secara bertahap

d. Hal-hal yang diperlukan untuk mengembangkan kepribadian:

1. Good appearance
2. Good behavior
3. Good character
4. Good capability

e. Kriteria kepribadian yang dibutuhkan dalam pelayanan

1. Percaya diri
2. Kepribadian yang matang
3. Pribadi yang tangguh/tidak mudah putus asa
4. Relationship skill

f. Kriteria umum untuk menetapkan pengembangan kematangan kepribadian seseorang:

1. Kemampuan untuk mengaktualisasikan dirinya
2. Kemampuan untuk menilai diri sendiri secara objektif
3. Kemampuan pandangan hidup
4. Menghargai orang lain dan sensitif terhadap perasaan orang lain
5. Menerima tanggung jawab
6. Mengekspresikan emosi pada hal-hal yang positif
7. Menerima kritik secara bijaksana

D. Tipologi Kepribadian

Tipe- tipe kepribadian yang dimiliki seseorang dikemukakan oleh Hipocratis dan Galinus, yaitu:

1. Kholeris

Ciri umum:

- a. Tipe kepribadian yang tegas, penuh percaya diri cenderung untuk memimpin.
- b. Bicara langsung, to the point, dia ingin segala sesuatunya cepat dan dilakukan saat itu juga, dia tidak bertele-tele.
- c. Cepat bosan dengan terlalu banyak hal yang bersifat detail d. Menyukai ide-ide baru dan inovatif

Kekuatan:

- a. Memiliki keinginan yang sangat kuat
- b. Rasa percaya diri membuat mereka sangat yakin pada kemampuan diri sendiri
- c. Sangat mandiri dan selalu berusaha untuk survive
- d. Lebih sering memberi perintah dan tidak suka diperintah
- e. Tidak menyukai orang yang pilihan, banyak bicara dan tidak produktif
- f. Memiliki jiwa kepemimpinan yang kuat

Kelemahan:

- a. Tidak bisa mengontrol amarahnya, sehingga bisa sarkastis (marah) jika Dikecewakan
- b. Kemarahan mengelolah kata menjadikan mereka bisa dengan mudah untuk menghancurkan orang lain hanya dengan kata- kata
- c. Penuh dengan temperamen, mudah marah, tetapi juga mudah memaafkan orang lain, dan mudah pula melepaskan kekesarahan.

2. Sanguinis

Ciri umum:

- a. Sangat mudah berkawan dan bergaul dengan siapa saja, dan dari semua golongan

- b. People oriented
- c. Kurang perhatian dengan yang detail dan cepat
- d. Bosan dengan yang detail
- e. Suka bersenang-senang dan banyak bicara

Kekuatan:

- a. Bisa bersahabat dengan siapa saja, dicintai dengan banyak orang karena rasa kepeduliannya yang sangat tinggi
- b. Mereka begitu ceria, humoris dan terlihat tidak memiliki beban sama sekali
- c. Tipe sempurna untuk dijadikan kawan

Kelemahan:

- a. Tidak disiplin dan tidak bisa menepati janji
- b. Memiliki rentang fokus yang cukup pendek
- c. Tidak mau mendengarkan pendapat orang lain
- d. Terlibat tidak stabil dan tidak disiplin
- e. Terlalu lebar atau suka membesar-besarkan keadaan sesuatu

3. Phlegmatis

Ciri Umum:

- a. suka melakukan segala sesuatu berdasarkan urutan yang telah diberikan.
- b. Tipe pengikut yang setia dan bisa dipercaya untuk memegang rahasia, sangat mudah diatur dan sangat toleran.
- c. cenderung diam dan mengelak, sering menghindari konflik.

Kekuatan:

- a. sangat mudah bergaul dan juga bisa diandalkan
- b. sangat menyukai rutinitas
- c. kurang begitu suka kejutan dan cukup berhati-hati
- d. bertipe diplomat, dapat melihat dari berbagai sudut pandang orang lain
- e. memiliki selera humor yang cukup, kesabaran yang cukup tinggi, dan bisa menjalin pertemanan yang lebih yang disenangi bawahan.

Kelemahan:

- a. sangat takut dengan hal baru yang belum ia kenal
- b. plin plan
- c. tipe penonton (suka berada di belakang layer) yang minim inisiatif dan kurang aktif
- d. cenderung tidak memiliki semangat, dan lebih suka diam jika tidak diberi pengarahan dan pengarah.

4. Melankolis**Ciri umum:**

- a. Mereka biasa berpenampilan rapi, efisien, dan lebih suka hal-hal yang terencana dan spontan
- b. Suka mencontoh pada ide/produk yang telah terbukti keberhasilannya
- c. Orang-orang melankolis lebih suka berorientasi pada data, fakta, dan angka, serta lebih menggunakan alasan daripada emosi.

Kekuatan:

- a. Sangat berbakat dan cerdas
- b. Para penemu/pengembang gagasan yang hebat dan juga analis
- c. Cukup perfeksionis dan ideal, tak kenal lelah menghasilkan pekerjaan yang baik, serta tekun dalam mengejar cita-citanya

Kelemahan:

- a. Sering memikirkan diri sendiri
- b. Temperamen mudah berubah-ubah
- c. Sering dikenal dengan sebutan "pencari kesalahan"
- d. Lebih sering mengemukakan teori dan mulas bersosialisasi
- e. Sangat pendendam

Tipologi koleris, sanguinis, melankolis dan phlegmatis, perlu diketahui adalah tidak ada satupun tipologi kepribadian ini yang lebih baik dari yang lainnya. Artinya semua orang mempunyai kadar dari keempat tipologi kepribadian ini. Di dalam diri orang ada unsur koleris, plegmatis, sanguinis dan melankolisnya. Hanya saja mana yang dominan dan itu yang membentuk dan membedakan kepribadian seseorang dengan orang lain.

BAB III PENUTUP

Kesimpulan

Pengertian dari komunikasi Interpersonal adalah suatu kegiatan yang dimana di dalamnya melibatkan proses penyampaian dan penerima pesan antara pengirim pesan dengan penerima yang terjadi secara langsung disuatu tempat maupun tidak langsung dan melibatkan perantara online seperti *Zoom* dan *Meet*. Dalam komunikasi interpersonal, *feedback* dapat langsung diketahui dengan segera dan diterima karena *feedback* tersebut akan terlihat saat jika salah seorang memberikan suatu pesan atau informasi kepada orang lain dan orang lain menerima informasi tersebut dengan memberikan respon. Feedback dapat berupa gestur tubuh, raut wajah atau juga berupa perasaan dalam seseorang. Berbeda dengan komunikasi yang dilakukan melalui online, feedback yang kita dapatkan lebih lambat karena komunikasi dilakukan melalui sebuah perantara sehingga kedua belah pihak tidak bisa merasakan feedbacknya secara langsung. Bisa merasakan, namun tidak sekuat dengan komunikasi yang dilakukan dengan orang lain secara offline di suatu tempat secara bersama-sama

Saran

Dari semua penjelasan diatas, kita dapat menarik beberapa saran yang akan dijadikan pertimbangan dalam menentukan kebijakan yang akan kita ambil di kemudian hari, yaitu:

1. Diharapkan bagi pembaca agar dapat lebih memahami komunikasi Interpersonal secara online maupun offline dengan baik dan bijak, serta diharapkan dapat diterapkan dalam kehidupan sehari-hari sesuai kebutuhan.
2. Diharapkan dalam penelitian selanjutnya agar bisa digunakan sebagai referensi atau bahan pertimbangan dalam memperdalam informasi wawasan kita kedepannya, sehingga orang lain dapat memahami juga apa itu Interpersonal Skill dan Komunikasi nya

DAFTAR PUSTAKA

BINUS University. (2024, June). Komunikasi: Pengertian, jenis, tujuan, dan etika berkomunikasi. Retrieved from <https://binus.ac.id/malang/2024/06/komunikasi-pengertian-jenis-tujuan-dan-etika-berkomunikasi/>

Dody Hermana, U. C. (n.d.). KOMUNIKASI DALAM ORGANISASI.

Dr. Dra. Marlinda Irwanti. S.E., M. (2023). MANAJEMEN KRISIS KOMUNIKASI Tinjauan Teoritis dan Praktis. (S. M. Dr. Elan Jaelani, Ed.) Widina Media Utama.

Hassa Nurrohim, L. A. (2009, 5). EFEKTIVITAS KOMUNIKASI DALAM ORGANISASI. Jurnal Manajemen, 7, 1 - 9.

Kurniawan, E. (n.d.). Pengelolaan Emosi Marah. 10 - 27.

Lenti Susanna Saragih, S. M. (2022). Komunikasi & Negosiasi Bisnis Berbasis HOTs. CV. Merdeka Kreasi Group.

Safrudin, S. M. (2018). PENGEMBANGAN KEPERIBADIAN DAN PROFESIONALISME BIDAN. Wineka Media.

Sari, A. F. (2020, 8 11). ETIKA KOMUNIKASI. TANJAK: Journal of Education and Teaching, 1(2), 127-135.

Solihat, M. M. (n.d.). Interpersonal Skill Tips Membangun Komunikasi dan Relasi.

Sulasamono, B. S. (2012, 12). PROBLEM SOLVING: SIGNIFIKANSI, PENGERTIAN, DAN RAGAMNYA. 28, 156 - 165.