

MAKALAH
KOMUNIKASI BISNIS DIDUNIA PENDIDIKAN

Disusun Untuk Memenuhi Tugas Akhir Semester Komunikasi Bisnis



Dosen Pengampu :
Yenni Cahyani SE, M.M

Disusun oleh :
Iqbal Mustafid (18101120178)

FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI AKUNTANSI
UNIVERSITAS PAMULANG
2020

KATA PENGANTAR

Puji syukur ke hadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya kepada kami sehingga dapat menyelesaikan tugas ini dengan baik dan tepat pada waktunya. Selama proses penyusunan tugas ini, penyusun mendapat banyak bantuan dari berbagai pihak.

Dalam kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih kepada Semua pihak yang baik secara langsung maupun tidak langsung telah membantu penyusunan. Semoga seluruh amal dan kebaikan yang diberikan dapat diterima dan mendapatkan ridho dari Allah SWT, Amiin.

Kami menyadari bahwa dalam tugas ini masih banyak terdapat kekurangan, untuk itu saran dan kritik dari berbagai sumber yang dapat membangun sangat kami harapkan sehingga menjadi lebih baik untuk nanti ke depannya.

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI.....	iii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	2
BAB II PEMBAHASAN.....	3
2.1 Pengertian Komunikasi Bisnis	3
2.2 Fungsi-Fungsi Komunikasi.....	4
2.3 Hambatan Komunikasi Bisnis	5
BAB III PENUTUP	7
3. 1 Kesimpulan	7
3. 2 Kritik dan Saran	7
DAFTAR PUSTAKA	8

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam kehidupan sehari-hari yang terpenting yang dilakukan setiap manusia adalah komunikasi. Setiap manusia tentu memerlukan komunikasi untuk menjalankan aktivitas sehari-hari. Dalam berkomunikasi seseorang tentu memerlukan alat untuk berkomunikasi, yaitu anggota tubuh seperti mulut, wajah dan gestur. Komunikasi sangat diperlukan untuk menyampaikan pesan dari seseorang kepada orang lain.

Komunikasi biasa dilakukan setiap orang pada tempat dan waktu tertentu. Komunikasi yang paling sering dilakukan yaitu komunikasi dengan anggota keluarga. Dalam kegiatan bermasyarakat, komunikasi juga memiliki peran yang sangat kuat dalam mengatur dan membina kehidupan sosial agar tercipta sebuah tatanan masyarakat yang harmonis dan dinamis.

Komunikasi digunakan seseorang tidak hanya sekedar untuk berbicara dengan orang lain saja. Dalam dunia usaha atau biasa disebut dengan dunia bisnis, komunikasi digunakan untuk mencapai tujuan suatu bisnis. Sebuah bisnis akan tercapai tujuannya bila komunikasinya dilakukan secara efektif. Artinya konsumen memahami dan merasa membutuhkan terhadap produk atau jasa yang diciptakan produsen, sehingga konsumen mau menggunakan produk atau jasa tersebut.

Tidak hanya pada dunia bisnis, komunikasi yang baik dan efektif juga sangat diperlukan dalam dunia pendidikan. Salah satunya komunikasi dalam proses pembelajaran. Proses belajar mengajar dapat dikatakan proses komunikasi dimana terjadi proses penyampaian pesan tertentu dari guru atau seorang instruktur kepada penerima pesan yaitu peserta didik dengan tujuan agar pesan atau pelajaran tertentu dapat diterima oleh peserta didik dengan baik dan mudah untuk dipahami.

Melihat pentingnya peran komunikasi dalam kehidupan maka akan dibahas selanjutnya dengan lebih jelas pada pembahasan makalah ini.

1.2 Rumusan Masalah

Untuk lebih memahami tentang komunikasi bisnis ada beberapa hal yang harus kita ketahui diantaranya :

1. Apa itu komunikasi bisnis ?
2. Apa fungsi komunikasi ?
3. Apa saja hambatan komunikasi bisnis ?

BAB II PEMBAHASAN

2.1 Pengertian Komunikasi Bisnis

Komunikasi adalah suatu proses penyampaian dan penerimaan pesan atau informasi diantara dua orang atau lebih dengan harapan terjadinya pengaruh yang positif atau menimbulkan efek tertentu yang diharapkan. Dalam ilmu ekonomi, bisnis adalah suatu organisasi yang menjual barang atau jasa kepada konsumen atau bisnis lainnya, untuk mendapatkan laba. Secara historis kata bisnis dari bahasa Inggris *business*, dari kata dasar *busy* yang berarti "sibuk" dalam konteks individu, komunitas, ataupun masyarakat. Dalam artian, sibuk mengerjakan aktivitas dan pekerjaan yang mendatangkan keuntungan.

Hasim Nantjik (1969: 8) mengemukakan bahwa *All means of communication to the public news and opinion, cuation and beliefs, wetherbay newspaper, magazines or books, by radio broadcast, by television or by film.* (Segala alat digunakan untuk komunikasi kepada publik, baik berupa berita atau pendapat, apakah dikomunikasikan melalui surat kabar, majalah-majalah, ataukah buku-buku, melalui siaran radio, melalui tlevisi atau melalui film).

Ada lima komponen yang penting untuk diperhatikan dalam proses komunikasi, yaitu :

- a. Pengirim pesan (*sender* atau komunikator).
- b. Pesan yang dikirimkan (*message*).
- c. Bagaimana pesan tersebut disampaikan (*delivery channel* atau media).
- d. Penerima pesan (*receiver* atau komunikan).
- e. Umpan balik (*feedback*) atau *effect*.

Kelima komponen penting yang harus diperhatikan dalam proses komunikasi diatas tidak hanya berlaku untuk komunikasi bisnis, tetapi dalam dunia pendidikan kelima komponen tersebut juga penting untuk diperhatikan. Hal itu diperlukan untuk mencapai sebuah tujuan belajar yang diharapkan melalui komunikasi yang efektif. Komunikasi yang efektif dalam pembelajaran banyak ditentukan oleh keaktifan selama proses belajar berlangsung yaitu adanya bentuk komunikasi dalam bentuk timbal balik berupa pertanyaan dan jawaban pertanyaan dari sebuah proses belajar mengenai topik tertentu yang dibahas dalam proses belajar tersebut.

Dalam komunikasi bisnis terdapat enam unsur pokok, yaitu :

1. Memiliki tujuan, artinya komunikasi bisnis harus memiliki tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya sejalan dengan tujuan organisasi.
2. Pertukaran, dalam hal ini melibatkan paling tidak dua orang atau lebih yakni komunikator dan komunikan.
3. Gagasan, opini, informasi, instruksi merupakan isi dari pesan yang bentuknya beragam tergantung tujuan, situasi, dan kondisinya.
4. Menggunakan saluran personal atau impersonal yang mungkin bersifat tatap muka, menggunakan media tertentu atau melalui media yang menjangkau jutaan orang secara bersamaan.
5. Menggunakan simbol atau sinyal yang merupakan alat atau metode yang dapat dimengerti atau dipahami oleh penerima untuk menyampaikan pesan.
6. Pencapaian tujuan organisasi: salah satu karakteristik yang membedakan organisasi atau lembaga formal dari informasi adalah adanya tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya oleh manajemen.

Unsur-unsur komunikasi tersebut juga diperlukan dalam komunikasi dalam bidang pendidikan. Hanya saja yang membedakannya adalah tujuan yang akan dicapai disesuaikan dengan kebutuhan dunia pendidikan.

2.2 Fungsi-Fungsi Komunikasi

Dalam dunia pendidikan, komunikasi mempunyai beberapa fungsi. Hal ini sebagaimana yang telah dikemukakan oleh Affandi bahwa fungsi komunikasi adalah sebagai berikut:

- a. Fungsi Informatif (menyampaikan informasi).

Komunikasi berfungsi untuk memberikan keterangan, data, maupun informasi lain yang berguna bagi kehidupan manusia. Dengan melalui komunikasi, seorang pendidik dapat menyampaikan apa saja yang ingin disampaikan kepada peserta didiknya baik melalui lisan maupun tulisan.

- b. Fungsi Edukatif

Komunikasi berfungsi mendidik masyarakat, mendidik setiap orang dalam menuju pencapaian kedewasaan mandiri. Seseorang bisa banyak tahu karena banyak mendengar, banyak membaca, dan banyak berkomunikasi.

c. Fungsi Persuasif (mempengaruhi dan dipengaruhi orang)

Komunikasi sanggup membujuk orang untuk berperilaku sesuai dengan kehendak yang diinginkan oleh komunikator. Membangkitkan pengertian dan kesadaran komunikan, baik bersifat motivasi maupun bimbingan, bahwa apa yang kita sampaikan akan memberikan perubahan sikap, tetapi berubahnya adalah atas kehendak diri sendiri (bukan hasil pemaksaan). Perubahan tersebut diterima atas kesadaran sendiri.

d. Fungsi Rekreatif

Dapat menghibur orang pada saat yang memungkinkan. Seperti mendengarkan dongeng atau membaca bacaan ringan. Hal ini dapat memberikan refleksi kepada pikiran para peserta didik yang mungkin jenuh dengan pelajaran yang dianggap mereka berat.

2.3 Hambatan Komunikasi Bisnis

Komunikasi seringkali terganggu atau bahkan dapat menjadi buntu sama sekali. Faktor hambatan yang biasanya terjadi dalam proses komunikasi, dapat dibagi dalam 3 jenis sebagai berikut :

1. Hambatan Teknis

Hambatan jenis ini timbul karena lingkungan yang memberikan dampak pencegahan terhadap kelancaran pengiriman dan penerimaan pesan. Dari sisi teknologi, 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 serta lebih efisien.

2. Hambatan Semantik

Gangguan semantik menjadi hambatan dalam proses penyampaian pengertian atau ide secara efektif. Definisi semantik adalah studi atas pengertian, yang diungkapkan lewat bahasa. Suatu pesan yang kurang jelas akan tetap menjadi tidak jelas bagaimanapun baiknya transmisi. Untuk menghindari miss komunikasi semacam ini, seorang komunikator harus memilih kata-kata yang tepat dan sesuai dengan karakteristik komunikannya, serta

melihat dan mempertimbangkan kemungkinan penafsiran yang berbeda terhadap kata-kata yang digunakannya.

3. Hambatan Manusiawi

Hambatan jenis ini muncul dari masalah-masalah pribadi yang dihadapi oleh orang-orang yang terlibat dalam komunikasi, baik komunikator maupun komunikan. Menurut Cruden dan Sherman, hambatan ini mencakup hambatan yang berasal dari perbedaan individual manusia, seperti perbedaan persepsi, umur, keadaan emosi, status, keterampilan mendengarkan, pencarian informasi, penyaringan informasi. Hambatan yang ditimbulkan oleh iklim psikologis dalam organisasi atau lingkungan sosial dan budaya, seperti suasana dan iklim kerja serta tata nilai yang dianut.

Singkatnya ada 5 hambatan dalam komunikasi, yaitu :

- 1) Jenis Kelamin
- 2) Usia
- 3) Budaya
- 4) Pekerjaan
- 5) Waktu

BAB III PENUTUP

3.1 Kesimpulan

Komunikasi bisnis adalah proses pertukaran pesan atau informasi untuk mencapai efektivitas dan efisiensi produk kerja di dalam struktur dan sistem organisasi. Dalam kegiatan komunikasi bisnis, pesan hendaknya tidak hanya sekedar informatif tetapi juga haruslah persuasif, agar pihak lain bersedia menerima suatu paham atau keyakinan atau melakukan suatu perbuatan atau kegiatan.

Dalam dunia bisnis peran komunikasi bisnis menjadi semakin sangat penting, yaitu kemampuan membaca, menafsirkan laporan dan informasi dari lingkungan. Dan dalam dunia pendidikan peran komunikasi yang efektif wajib diterapkan untuk pencapaian tujuan pendidikan yang maksimal. Komunikasi dikatakan efektif jika pesan yang dalam hal ini adalah materi pelajaran dapat diterima dan dipahami, serta menimbulkan umpan balik yang positif oleh siswa. Komunikasi efektif dalam pembelajaran harus didukung dengan keterampilan komunikasi antar pribadi yang harus dimiliki oleh seorang guru.

3.2 Kritik dan Saran

Makalah ini masih banyak kekurangan maka demi terciptanya sebuah karya tulis yang bermanfaat dan menambah ilmu pengetahuan yang terus menerus mengalami perkembangan yang sangat cepat maka penulis dengan senang hati menerima kritik dan saran para pembaca, agar bisa terciptanya sebuah ilmu yang selalu mengikuti perkembangan ilmu pendidikan maupun dunia komunikasi.

DAFTAR PUSTAKA

http://id.wikipedia.org/wiki/Komunikasi_bisnis

<http://id.wikipedia.org/wiki/Bisnis>

<http://aurajogja.files.wordpress.com>

Modul Komunikasi Bisnis, 2013. STIE “AMA” Salatiga.