

Bab 5

Komunikasi Organisasi Kewirausahaan

Komunikasi intrapersonal merupakan pondasi untuk melakukan komunikasi interpersonal dalam mengembangkan Organisasi Kewirausahaan.

TUJUAN PEMBELAJARAN

Setelah mengikuti perkuliahan ini, diharapkan mahasiswa dapat memahami; hakikat motivasi, model motivasi, kebutuhan kemanusiaan

memotivasi anggota-anggota organisasi, hubungan konsep diri dan motivasi dalam kewirausahaan

POKOK BAHASAN

- Hakikat Motivasi
- Model Motivasi
- Kebutuhan Kemanusiaan
- Memotivasi Anggota-anggota Organisasi
- Hubungan Konsep Diri dan Motivasi dalam Kewirausahaan

TOPIK BAHASAN

A. Kosep Dasar Komunikasi dalam Organisasi

Di dalam sebuah organisasi komunikasi pasti akan terjadi, baik itu dari atas ke bawahan, dari bawahan ke atasan, maupun sesama bawahan. Komunikasi juga tergantung pada persepsi sebaliknya, Persepsi sangat tergantung kepada komunikasi. Persepsi timbul karena adanya dua faktor baik internal maupun eksternal. Faktor internal tergantung pada proses pemahaman sesuatu termasuk di dalamnya system nilai, tujuan, kepercayaan, dan tanggapannya terhadap hasil yang dicapai, sedangkan factor eksternal berupa lingkungan. Kedua faktor ini menimbulkan persepsi karena didahului oleh sesuatu proses yang dikenal dengan komunikasi.

Adanya komunikasi yang sehat dan baik antara sub kerja yang satu dengan yang lain, diharapkan akan turut membantu perkembangan kinerja guru di sekolah.

1. Definisi Komunikasi Organisasi

Komunikasi didefinisikan Sopiah, (2008), sebagai penyampaian atau pertukaran informasi dari pengirim kepada penerima, baik secara lisan, tertulis maupun menggunakan alat komunikasi.

Komunikasi memegang peranan penting dalam organisasi. Tanpa komunikasi, organisasi akan “mandek” (berhenti), karena tidak ada dinamika yang berjalan dalam organisasi itu. Organisasi yang di dalamnya terdapat orang-orang dan bagian-bagian serta fungsi-fungsi tidak dapat melaksanakan fungsinya dengan baik tanpa adanya komunikasi satu sama lain.

Komunikasi adalah proses menghasilkan, menyalurkan, dan menerima pesan-pesan dalam keseluruhan proses organisasi. Dalam komunikasi, kemampuan komunikator, keakuratan pesan, proses penyandian, ketepatan saluran dan penerima pesan merupakan komponen yang sangat penting. Terganggunya semua komponen itu akan membawa komunikasi tidak dapat berjalan

dengan semestinya.

Menurut Hendyat Soetopo, (2010: 189), komunikasi bertujuan untuk memberi dan menerima informasi, untuk mempengaruhi orang lain, membantu orang lain (misalnya para pelanggan), menyelesaikan masalah, membuat keputusan, dan mengevaluasi perilaku secara efektif.

Komunikasi suatu faktor yang penting bagi perkembangan hidup manusia sebagai makhluk social. Tanpa mengadakan komunikasi, individu manusia tidak mungkin dapat berkembang dengan normal dalam lingkungan socialnya oleh karena tak adainvidu manusia yang hidup berkembang dengan tanpa berkomunikasi dengan manusia lainnya (Arifin, 1999: 11).

2. Makna Komunikasi dalam Organisasi

Veithzal Rivai dan Deddy Mulyadi (2012), mengkasifikasikan komunikasi organisasi, ke dalam dua hal, berikut:

a. Komunikasi Keorganisasian

Komunikasi memegang peran yang sangat penting dalam pengintegrasian dan pengkordinasian semua bagian dan aktivitas dalam organisasi.

b. Komunikasi Antarpribadi

Komunikasi antar pribadi berorientasi pada perilaku hingga penekanannya sampai kepada proses informasi, dari satu orang kepada orang lain. Komunikasi antarpribadi bisa efektif, apa bila memerhatikan:

- 1) Keterbukaan bagi setiap orang untuk berinteraksi
- 2) Empaty, mencoba merasakan dalam cara yang sama dengan orang lain
- 3) Ada dukungan dengan orang lain
- 4) Perhatian positif dikomunikasikan
- 5) Ada kesamaan di antara orang yang berkomunikasi

Dari uraian di atas, maka komunikasi merupakan proses penting dalam wadah organisasi atau lembaga. Jika seorang pemimpin berhasil dalam berkomunikasi, merupakan jaminan kesuksesan dalam usaha pencapaian.

3. Fungsi Komunikasi Organisasi

Menurut Sopiah (2008: 142), ada empat fungsi komunikasi, yaitu:

- a. Komunikasi berfungsi sebagai pengendali perilaku anggota. Fungsi ini berjalan jika karyawan diwajibkan untuk

- menyampaikan keluhan terkait dengan pelaksanaan tugas kewajiban karyawan itu didalam perusahaan.
- b. Komunikasi berfungsi untuk membangkitkan motivasi karyawan. Fungsi ini berjalan ketika manajer ingin meningkatkan kinerja karyawan, misalnya manajer menjelaskan atau menginformasikan seberapa baik karyawan telah bekerja dan dengan cara bagaimana karyawan dapat meningkatkan kinerjanya.
 - c. Komunikasi berperan sebagai pengungkapan emosi. Fungsi ini berperan ketika kelompok kerja karyawan menjadi sumber pertama dalam interaksi social. Komunikasi yang terjadi di dalam kelompok ini merupakan mekanisme fundamental di mana masing-masing anggota dapat menunjukkan kekecewaan ataupun rasa puas mereka.
 - d. Komunikasi berperan sebagai pertimbangan dalam pengambilan keputusan di mana komunikasi memberikan informasi yang diperlukan individu dan kelompok untuk mengambil keputusan dengan penyajian data guna mengenali dan menilai berbagai alternative keputusan.

B. Komunikasi Organisasi

1. Aliran Komunikasi dalam Organisasi

Aliran komunikasi dalam organisasi merupakan pedoman ke mana seseorang dapat berkomunikasi. Menurut Sopiah (2008: 149), aliran komunikasi formal dalam organisasi dapat dibedakan menjadi empat bagian, yaitu:

a. Komunikasi dari atas ke bawah

Komunikasi dari atas ke bawah merupakan aliran komunikasi dari tingkat atas ke tingkat bawah melalui hierarki organisasi. Bentuk aliran komunikasi dari atas ke bawah berupa prosedur organisasi, instruksi tentang bagaimana melakukan tugas, umpan balik terhadap prestasi bawahan, penjelasan tentang tujuan organisasi.

Menurut Aminatul Zahroh (2013: 51), pada lembaga pendidikan komunikasi ini terjadi antara pimpinan dengan bawahan yakni antara kepala Kewirausahaan dan guru. Sebagai contoh seorang kepala Kewirausahaan yang kembali mengintruksikan kepada para dewan guru untuk meningkatkan kinerja demi tercapainya visi dan misi Kewirausahaan. Karena lembaga pendidikan yang baik adalah pendidikan yang mampu mengimplementasikan visi dan misi pendidikan secara nyata

(riil).

b. Komunikasi dari bawah ke atas

Komunikasi dari bawah ke atas dirancang untuk menyediakan umpan balik tentang seberapa baik organisasi telah berfungsi. Bawahan diharapkan member informasi tentang prestasinya, praktik serta kebijakan organisasi. Komunikasi dari bawah keatas dapat berbentuk laporan tertulis maupun lisan, kotak saran, pertemuan kelompok, dsb.

c. Komunikasi horizontal

Komunikasi horizontal merupakan aliran komunikasi kepada orang-orang yang memiliki hirarki yang sama dalam suatu organisasi, misalnya dalam dunia pendidikan adaah komunikasi yang terjadi antara wakasek kurikulum dengan wakasek kesiswaan. Mereka sama-sama wakasek.

d. Komunikasi diagonal

Komunikasi diagonal merupakan aliran komunikasi dari orang-orang yang memiliki hierarki yang berbeda dan tidak memiliki hubungan kewenangan secara langsung.

4. Proses dan Unsur-unsur Komunikasi Organisasi

Menurut Sopiah (2008), proses komunikasi terdiri dari delapan unsur utama, yaitu:

a. Pengirim

Pengirim adalah orang yang memiliki informasi dan kehendak untuk menyampaikannya kepada orang lain. Pengirim atau komunikator dalam organisasi bisa karyawan dan bisa juga pemimpin.

b. Penyandian (encoding)

Penyandian merupakan proses mengubah informasi ke dalam isyarat-isyarat atau symbol-simbol tertentu untuk ditransmisikan. Proses penyandian ini dilakukan oleh pengirim.

c. Pesan

Pesan adalah informasi yang hendak disampaikan pengirim kepada penerima. Sebagian besar pesan dalam bentuk kata, baik berupa ucapan maupun tulisan. Akan tetapi beraneka ragam perilaku non-verbal dapat juga digunakan untuk menyampaikan pesan, seperti gerakan tubuh, raut muka dan lain sebagainya.

d. Saluran

Saluran atau sering juga disebut dengan media adalah alat dengan mana pesan berpindah dari pengirim ke penerima. Saluran merupakan jalan yang dilalui infoormasi secara fisik. Saluran yang paling mendasar dari komunikasi antarpribadi

adalah komunikasi berhadapan muka secara langsung. Beberapa saluran media utama seperti televisi, radio, jaringan komputer, surat kabar, majalah, buku dan lain sebagainya.

e. Penerima

Penerima adalah orang yang menerima informasi dari pengirim. Penerima melakukan proses penafsiran atas informasi yang diterima dari pengirim.

f. Penafsiran

Penafsiran (decoding) adalah proses menerjemahkan (menguraikan sandi-sandi) pesan dari pengirim, seperti mengartikan huruf morse dan sejenisnya. Sebagian besar proses decoding dilakukan dalam bentuk menafsirkan isi pesan oleh pengirim.

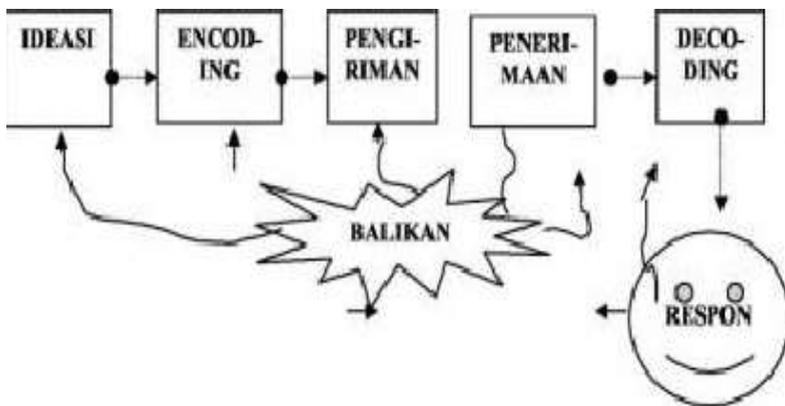
g. Noice (Gangguan)

Adalah faktor yang menimbulkan gangguan, kebingungan terhadap komunikasi.

h. Umpan balik

Umpan balik (feedback) pada dasarnya merupakan tanggapan penerima atas informasi yang disampaikan pengirim. Umpan balik hanya terjadi pada komunikasi.

Kedelapan unsur proses komunikasi di atas, di proyeksikan pada gambar, 5.1, berikut:



Gambar: 5.1. Proses Komunikasi

Sumber: Veithzal Rivai dan Deddy Mulyadi (2012: 336)

Adapun gambaran umum proses komunikasi dijelaskan sebagai berikut:

a. Tahap Ideasi (Ideation), yaitu tahap proses penciptaan

- gagasan, pesan atau informasi. Pada umumnya ideasi muncul karena ada rangsangan dari luar atau ada kebutuhan untuk berkomunikasi pada diri peserta.
- b. Tahap Penyandian (Encoding), yaitu proses penyusunan gagasan atau pesan menjadi suatu bentuk informasi (simbol, lambang, sandi) yang akan dikirimkan; termasuk pemilihan dan penentuan cara maupun media untuk menyampaikannya. Agar dapat ditransmisikan melalui media transmisi, informasi dilakukan pengodean yaitu mengubah pesan menjadi suara, tulisan atau kode tertentu
 - c. Tahap Pengiriman (Transmitting), merupakan kegiatan penyampaian pesan atau informasi yang terjadi di antara peserta komunikasi. Pengiriman pesan ini dapat dilakukan dengan cara berbicara (verbal/lisan), atau non-verbal dengan tulisan, gambar, warna atau gerakan; disampaikan secara langsung atau melalui media tertentu.
 - d. Tahap Penerimaan (Receiving), yakni proses penerimaan atau pengumpulan pesan yang terjadi pada para peserta komunikasi. Penangkapan atau pengumpulan pesan ini dapat terjadi dengan cara mendengarkan, membaca, mengamati atau memperhatikan, tergantung pada cara dan alat yang digunakan dalam berkomunikasi tersebut.
 - e. Tahap Penafsiran (Decoding), yakni usaha pemberian arti terhadap informasi/pesan di antara peserta komunikasi. Peserta komunikasi yang berkepentingan, melalui proses berpikir, berusaha menginterpretasikan atau menafsirkan informasi yang telah terkumpul dalam pikirannya.
 - f. Gangguan (Noise), yakni ketika informasi ditransfer melalui saluran komunikasi, dapat terjadi gangguan yaitu distorsi terhadap informasi yang dikirim tersebut. Misalnya, komunikasi yang ditransfer melalui telepon genggam tidak jelas diterima karena cuaca buruk. Informasi yang ditransfer melalui email tidak dapat diterima karena listrik mati.
 - g. Tahap Respon (Pemberian Tanggapan), merupakan tindak lanjut dari penafsiran yang telah dilakukan, yakni pemberian reaksi terhadap pesan yang telah disampaikan. Jadi para peserta komunikasi menggunakan arti atau makna suatu pesan sebagai dasar untuk memberikan reaksi. Apabila respon/reaksi yang diberikan sesuai dengan maksud pengirim

pesan berarti terjadi komunikasi yang efektif; dan sebaliknya apabila tidak sesuai berarti terjadi *mis-communication*.

- h. Tahap Balikan (Feedback), berlangsung seiring dengan tahap-tahap komunikasi lainnya, yang berupa gejala atau fenomena yang dapat dijadikan petunjuk keberhasilan atau kegagalan suatu proses komunikasi. Jadi pengertian *feedback* ini harus dibedakan dengan hasil (respon).

2. Menciptakan Komunikasi yang Efektif di Lembaga Organisasi

Kedudukan dan fungsi komunikasi dalam membangun komunikasi yang efektif kaitannya dengan menciptakan Komunikasi yang Efektif di Lembaga Organisasi Pendidikan, yaitu:

a. Kedudukan, peran dan Fungsi Komunikasi dalam Organisasi

Organisasi tidak akan efektif apabila interaksi diantara orang-orang yang tergabung dalam suatu organisasi tidak pernah ada komunikasi. Komunikasi menjadi sangat penting karena merupakan aktivitas tempat pimpinan mencurahkan waktunya untuk menginformasikan sesuatu dengan cara tertentu kepada seseorang atau kelompok orang. Dengan Komunikasi, maka fungsi manajerial yang berawal dari fungsi perencanaan, implementasi dan organisatoran dapat dicapai.

Komunikasi tergantung pada persepsi, dan sebaliknya persepsi juga tergantung pada komunikasi. Persepsi meliputi semua proses yang dilakukan seseorang dalam memahami informasi mengenai lingkungannya. Baik buruknya proses komunikasi tergantung persepsi masing-masing orang yang terlibat di dalamnya. Ketidaksamaan pengertian antara penerima dan pengirim informasi akan menimbulkan kegagalan berkomunikasi.

b. Perperan komunikasi dalam menciptakan dan memelihara otoritas yang objektif dalam organisasi

Dalam hal ini Barnard (1968), mengemukakan tentang faktor komunikasi yang berperan dalam menciptakan dan memelihara otoritas yang objektif dalam organisasi sebagai berikut:

- 1) Saluran komunikasi harus diketahui secara pasti
- 2) Seyogyanya harus ada saluran komunikasi formal pada setiap anggota organisasi
- 3) Jalur komunikasi seharusnya langsung dan sependek mungkin

- 4) Garis komunikasi formal hendaknya dipergunakan secara normal
- 5) Orang-orang yang bekerja sebagai pusat pengatur komunikasi haruslah
- 6) orang-orang yang berkemampuan cakap
- 7) Garis komunikasi seharusnya tidak mendapat gangguan pada saat organisasi sedang berlangsung
- 8) Setiap komunikasi haruslah disahkan.

c. Peran Komunikasi dalam perilaku organisasi

Dalam memahami komunikasi menurut perilaku organisasi bahwa komunikasi adalah suatu proses antar orang atau antar pribadi yang melibatkan suatu usaha untuk mengubah perilaku. Perilaku yang terjadi dalam suatu organisasi adalah merupakan unsur pokok dalam proses komunikasi tersebut.

Perkembangan teknologi komunikasi yang sangat cepat, tidaklah mengurangi arti pentingnya komunikasi diantara orang yang tergabung dalam organisasi. Komunikasi antara orang dengan orang tidak selalu tergantung pada teknologi, akan tetapi tergantung dari kekuatan dalam diri orang dan dalam lingkungannya. Komunikasi merupakan suatu proses interaksi antara orang itu sendiri.

d. Peran Komunikasi antar pribadi

Secara sederhana komunikasi dapat dirumuskan sebagai proses pengoperasian isi pesan berupa lambang-lambang dari komunikator ke komunikan. Sekarang timbul pertanyaan, apa yang dinamakan komunikasi antar pribadi?

Dimensi komunikasi organisasi mencakup pula komunikasi antar pribadi. Efektivitas komunikasi antarpribadi sangat tergantung pada pribadi penerima maupun pengirim pesan seperti yang dijelaskan oleh De Vito (1976), sebagai berikut:

- 1) Keterbukaan, mencakup aspek keinginan untuk terbuka bagi setiap orang yang berinteraksi dengan orang lain, dan keinginan untuk menanggapi secara jujur semua stimulus yang datang kepadanya
- 2) Empati, yaitu merasakan sebagaimana yang dirasakan oleh orang lain atau mencoba merasakan dalam cara yang sama dengan perasaan orang lain
- 3) Dukungan, adakalanya perlu diucapkan namun dapat juga tidak diucapkan

- 4) Kepositifan, mencakup adanya perhatian yang positif terhadap diri seseorang, suatu perasaan positif itu dikomunikasikan, dan mengefektifkan kerjasama
- 5) Kesamaan, mencakup kesamaan suasana dan kedudukan antara orang-orang yang berkomunikasi.

Keberhasilan komunikasi merupakan kunci keberhasilan dalam mencapai tujuan hubungan Kewirausahaan dengan masyarakat (*communication is a key to successful team effort*). Artinya kalau organisator Kewirausahaan ingin berhasil dalam memberdayakan masyarakat untuk berpartisipasi dalam penyelenggaraan pendidikan di Kewirausahaan, maka kunci pertama yang harus dikuasai adalah kemampuan berkomunikasi. Organisator harus mampu membangun komunikasi efektif.

5. Posisi peranan Komunikasi Organisator

Posisi peranan organisator lembaga/Kewirausahaan dalam jaringan arus informasi akan mempengaruhi, terhadap:

- a. Tingkat kekuasaan (*power*), hubungan sosial, atau pengaruh individual dalam organisasi.
- b. Partisipasi dalam pelaksanaan tugas (intensitas dan kuantitas kegiatan organisasi, yang dapat berimbas pada peningkatan keterampilan/ keahlian).
- c. Kepuasan terhadap arus informasi.
- d. Konsep diri.

Keterampilan dan sikap dalam berkomunikasi akan sangat menentukan bagaimana pengembangan kualitas pendidikan oleh organisator Kewirausahaan. Terutama dalam membentuk jaringan kemitraan dengan *share/stake holder* dan tim kerjasama untuk melayani pelanggan.

Jaringan kemitraan yang kuat dan saling menguntungkan yang dilayani oleh anggota tim kerjasama yang saling melayani, sudah pasti akan memperlancar pengembangan kualitas pendidikan. Organisator yang berpengalaman dan memiliki pengetahuan memadai dapat menyelesaikan berbagai masalah di lapangan. Masalah komunikasi antara lain disebabkan oleh pola birokrasi dan hubungan yang kaku sehingga tidak terpelihara situasi sesuai harapan organisator maupun pihak-pihak yang disupervisi.

C. Model Komunikasi Intrapersonal Organisasi

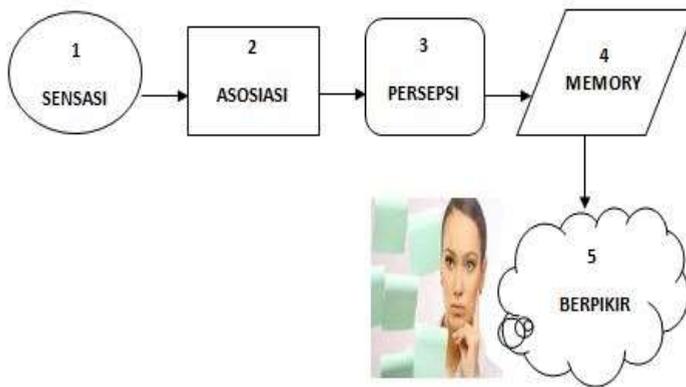
1. Makna Komunikasi Intrapersonal

Dijelaskan oleh Devito (1997), komunikasi intrapersonal atau komunikasi intrapribadi merupakan komunikasi dengan diri sendiri dengan tujuan untuk berpikir, melakukan penalaran, menganalisis dan merenung. Sedangkan menurut Nina (2011) menjelaskan komunikasi intrapersonal adalah komunikasi yang terjadi pada diri manusia, meliputi proses sensasi, asosiasi, persepsi, memori dan berpikir. Sedangkan menurut Effendy seperti yang dikutip oleh Rosmawaty (2010) mengatakan bahwa komunikasi intrapersonal atau komunikasi intrapribadi merupakan komunikasi yang berlangsung dalam diri seseorang. Orang itu berperan baik sebagai komunikator maupun sebagai komunikan. Dia berbicara kepada dirinya sendiri. Dia berdialog dengan dirinya sendiri. Dia bertanya dengan dirinya sendiri dan dijawab oleh dirinya sendiri.

Selanjutnya Rakhmat seperti dikutip oleh Rosmawaty (2010) mengatakan komunikasi intrapersonal adalah suatu proses pengolahan informasi, meliputi sensasi, persepsi, memori, dan berpikir. Dari konsep tentang komunikasi intrapersonal dari beberapa ahli komunikasi penulis mensintesis bahwa komunikasi intrapersonal adalah komunikasi dengan diri sendiri meliputi proses sensasi, asosiasi, persepsi memori dan berpikir dengan tujuan untuk berpikir, melakukan penalaran, menganalisis dan merenung.

Dalam komunikasi intrapersonal, seorang komunikator (encoder) melakukan proses komunikasi intrapersonal dengan menggunakan seluruh energi yang dimilikinya agar pesan yang akan disampaikan kepada komunikan (decoder) dapat diterima dengan jelas, dan komunikan pun dapat melakukan umpan balik (*feedback*) terhadap pesan tersebut.

Adapun proses komunikasi intrapersonal tampak pada gambar 5.2, berikut:



Gambar 5.2

Proses komunikasi Intrapersonal

Sumber: Rosmawaty (2010)

Gambar 5.2, menunjukkan bahwa komponen proses komunikasi intrapersonal, terdiri atas:

a. Sensasi

Sensasi adalah proses pencerapan informasi (energy/stimulus) yang datang dari luar melalui panca indra. Sebagai contoh: Ketika kita sedang mendengarkan permasalahan yang disampaikan oleh seseorang. Di sini terjadi proses pencerapan informasi dengan melalui indera pendengaran.

b. Asosiasi

Asosiasi adalah pengalaman dan kepribadian yang mempengaruhi proses sensasi. Thorndike seperti yang dikutip oleh Nina (2011) mengemukakan bahwa terjadinya asosiasi antara stimulus dan respons ini mengikuti hukum-hukum berikut, yaitu:

- 1) Hukum latihan (*law of exercise*), yaitu apabila asosiasi antara stimulus dan respons sering terjadi, asosiasi itu akan terbentuk semakin kuat. Interpretasi dari hukum ini adalah semakin sering suatu pengetahuan yang telah terbentuk akibat terjadinya asosiasi antara stimulus dan respons dilatih (digunakan), maka asosiasi tersebut akan semakin kuat.
- 2) Hukum akibat (*law of effect*), yaitu apabila asosiasi yang terbentuk antara stimulus dan respon diikuti oleh suatu kepuasan, maka asosiasi akan semakin meningkat. Ini

berarti (idealnya), jika suatu respon yang diberikan oleh seseorang terhadap suatu stimulus adalah benar dan ia mengetahuinya, maka kepuasan akan tercapai dan asosiasi akan diperkuat.

Dari pendapat Thorndike ini , kita dapat mengetahui bahwa sering terjadinya pengalaman yang terjadi terhadap suatu peristiwa, maka semakin menguatkan asosiasi dan pada gilirannya akan semakin menguatkan sensasi kita terhadap peristiwa tersebut. Selain itu penguatan asosiasi juga terbentuk karena akibat dari suatu peristiwa (asosiasi stimulus dan respon).

c. Persepsi

Persepsi adalah pemaknaan/arti terhadap informasi (energy/stimulus) yang masuk ke dalam kognisi manusia. Persepsi adalah pengalaman tentang objek, peristiwa, atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Persepsi ialah memberikan makna pada stimuli indrawi (sensory stimuli). Sensasi adalah bagian dari persepsi. Meskipun demikian Desiderato seperti yang dikutip oleh Nina (1976) menafsirkan makna informasi indrawi tidak hanya melibatkan sensasi, tetapi juga atensi (perhatian), ekspektasi, motivasi, dan memori. Memori

Memori adalah stimuli yang telah diberi makna, direkam, dan kemudian disimpan dalam otak manusia. Secara singkat memori meliputi 3 proses, yaitu:

- 1) Perekaman (encoding) yaitu pencatatan informasi melalui reseptor indra dan sirkuit syaraf internal.
- 2) Penyimpanan (storage) yang menentukan berapa lama informasi itu berada beserta kita, dalam bentuk apa, dan di mana. Penyimpanan bisa bersifat aktif atau pasif.
- 3) Pemanggilan (retrieval), yang dalam sehari-hari disebut mengingat kembali adalah menggunakan informasi yang disimpan.

d. Berpikir

Berpikir adalah akumulasi dari proses sensasi, asosiasi, persepsi, dan memori yang dikeluarkan untuk mengambil keputusan. Selain itu berpikir juga diartikan sebagai kegiatan yang dilakukan untuk memahami realitas dalam rangka mengambil keputusan (decision making), memecahkan persoalan (problem solving) dan menghasilkan sesuatu yang baru (creativity).

Salah satu fungsi berfikir adalah menetapkan keputusan. Keputusan yang kita ambil sangatlah beraneka ragam. Adapun tanda-tanda umumnya adalah:

- 1) Keputusan merupakan hasil berpikir, dan merupakan hasil usaha intelektual.
- 2) Keputusan merupakan pilihan berbagai alternatif.
- 3) Keputusan selalu melibatkan tindakan nyata, walaupun pelaksanaannya boleh ditangguhkan atau dilupakan.

Adapun faktor-faktor personal yang sangat menentukan terhadap apa yang diputuskan, antara lain:

- 1) Kognisi: Kualitas dan kuantitas pengetahuan yang dimiliki.
- 2) Motif; Biasa disebut konatif/konasi, dorongan, gairah yang amat memengaruhi pengambilan keputusan.
- 3) Sikap; Disebut juga afektif/afeksi/emosi yang menjadi faktor penentu lainnya.

2. Membangun Keterampilan Komunikasi Efektif

Mengembangkan keterampilan berkomunikasi bagi pengembangan lembaga organisasi Kewirausahaan dapat dilakukan dengan memperhatikan:

- a. Manfaat dan pentingnya komunikasi
- b. Penguasaan perilaku individu
- c. Komponen-komponen komunikasi,
- d. Praktek keterampilan berkomunikasi
- e. Bantuan orang lain
- f. Latihan yang terus-menerus
- g. Partner berlatih, untuk meningkatkan kemampuan adaptif berkomunikasi.

3. Membangun jaringan komunikasi yang sehat

Mengembangkan organisator lembaga/Kewirausahaan dalam membangun jaringan komunikasi yang sehat, baik dengan, pihak Kewirausahaan, dunia usaha, maupun lembaga mitra lain.

Analisis jaringan komunikasi dapat dilakukan untuk

mengetahui:

- a. Peranan individu (karyawan) dalam penyaluran informasi organisasi, yang sekaligus juga menunjukkan pola interaksi antara individu tersebut dengan individu lain
- b. Bentuk hubungan atau koneksi orang-orang dalam organisasi dan kelompok tertentu (klik)
- c. Keterbukaan/ketertutupan individu atau kelompok.

Organisator Kewirausahaan dalam suatu jaringan komunikasi dapat berperan sebagai:

- a. *Opinion leader*, individu yang diakui menguasai informasi (kuantitas dan kualitas) dan dengan informasi tersebut mampu mempengaruhi perilaku dan keputusan-keputusan yang diambil oleh individu, kelompok, atau organisasi. *Opinion leader* tidak selalu memiliki otoritas formal, bahkan pada umumnya merupakan pimpinan informal.
- b. *Gate keepers*, individu yang mengontrol arus informasi di antara anggota organisasi. Individu yang menentukan apakah suatu informasi itu *penting* atau *tidak* untuk diteruskan/diberikan kepada pimpinan atau pegawai organisasi.
- c. *Cosmopolites*, individu yang menghubungkan organisasi dengan lingkungannya. Mengumpulkan informasi dari berbagai sumber di lingkungan dan menyampaikan informasi organisasi kepada lingkungan.
- d. *Bridge*, anggota kelompok atau klik dalam suatu organisasi yang menghubungkan kelompok itu dengan kelompok lain.
- e. *Liaison*, individu penghubung antar kelompok, dan bukan sebagai anggota salah satu kelompok tersebut.
- f. *Isolate*, anggota organisasi yang mempunyai kontak minimal dengan orang lain dalam organisasi.

Komunikasi intrapersonal merupakan pondasi untuk melakukan komunikasi interpersonal. Mampu berdialog dengan diri sendiri berarti mampu mengenal diri sendiri. Suatu hal yang penting bagi seseorang untuk mengenal diri sendiri. Belajar mengenai diri sendiri berarti belajar bagaimana kita berpikir, merasakan, dan bagaimana kita mengamati, menginterpretasikan dan mereaksi lingkungan kita. Dengan memahami komunikasi intrapersonal memudahkan kita untuk mengenal pribadi kita.

G. Wiseman dan L. Barker dalam karyanya "*speech-interpersonal communication*" seperti yang dikutip oleh Rosmawaty (2010) menjelaskan mengenai proses komunikasi intrapersonal yang terjadi pada diri komunikator. Pada prinsipnya komunikasi intrapersonal dipengaruhi oleh perangsang internal dan perangsang eksternal. Perangsang internal dipengaruhi oleh kondisi psikologis atau fisiologis, misalnya rasa lapar atau gelisah. Sedangkan perangsang eksternal datang dari lingkungan sekitar komunikator baik secara terbuka dan sengaja atau secara tertutup dan tidak disadari.

4. Mengembangkan Komunikasi Intrapersonal

Bagi seorang komunikator, melakukan komunikasi intrapersonal amat penting sebelum ia berkomunikasi dengan orang lain. Dengan komunikasi intrapersonal seorang komunikator berupaya untuk memformulasikan pesan yang akan disampaikan kepada komunikan, sehingga komunikasi akan efektif sesuai dengan tujuan. Berdasarkan pembahasan di atas, kita dapat menganalisa permasalahan yang timbul pada kasus Pak Bram. Meskipun beliau memiliki pengetahuan teknik komunikasi efektif yang cukup, tetapi ternyata kepribadian beliau yang buruk temperamen, sombong, sinis, merupakan salah satu faktor internal yang berpengaruh pada proses komunikasi intrapersonalnya.

Kepribadian berpengaruh terhadap proses ideasi seseorang (pemikiran, perencanaan dan pengorganisasian) pesan yang akan disampaikan kepada lawan bicara. Kepribadian yang buruk akan berpengaruh terhadap proses ideasi yang pada akhirnya akan menghasilkan pesan yang buruk. Dengan kata lain Pak Bram bermasalah pada komunikasi intrapersonalnya. Kepribadian buruk Pak Bram berpengaruh terhadap komunikasi intrapersonalnya yang pada akhirnya berpengaruh terhadap pesan yang disampaikan ketika berkomunikasi interpersonal.

5. Membangun Komunikasi Efektif bagi pimpinan

Menurut Ma'ruf Abdullah (2012), menciptakan komunikasi efektif bagi pimpinan merupakan keterampilan penting karena perencanaan, pengorganisasian, dan fungsi pengendalian dapat berjalan hanya melalui aktivitas komunikasi. Komunikasi juga merupakan faktor penting dalam menggerakkan karyawan untuk mencapai tujuan organisasi. Hal

itu terbukti dari kenyataan lebih dari 70 % waktu seorang pemimpin (manajer) dihabiskan untuk berkomunikasi dengan orang-orang yang ada dalam koordinasitugasnya.

Komunikasi efektif bagi pimpinan, merupakan keterampilan penting karena perencanaan, pengorganisasian, dan fungsi pengendalian dapat berjalan hanya melalui aktivitas komunikasi.

Dalam beberapa situasi di dalam organisasi, kadangkala muncul sebuah pernyataan di antara anggota organisasi, apa yang kita dapat adalah kegagalan komunikasi. Pernyataan tersebut mempunyai arti bagi masing-masing anggota organisasi, dan menjelaskan bahwa yang menjadi masalah dasar adalah komunikasi, karena kemacetan atau kegagalan komunikasi dapat terjadi antar pribadi, antarpribadi dalam kelompok, atau antar kelompok dalam organisasi.

Komunikasi bagi pimpinan merupakan aspek pekerjaan yang penting sebagai bagian dari fungsi organisasi. Masalah bisa berkembang serius manakala pengarahan menjadi salah dimengerti; gurauan yang membangun dalam kelompok kerja malah menyulut kemarahan; atau pembicaraan informal oleh pimpinan terjadi distorsi (penyimpangan). Dengan kata lain bahwa masalah komunikasi dalam organisasi adalah *apakah anggota organisasi dapat berkomunikasi dengan baik atau tidak?*

Komunikasi merupakan keterampilan dasar seorang organisator Kewirausahaan, dan merupakan elemen penting dalam pelayanan, karena menyangkut kompetensi organisator Kewirausahaan sebagai orang yang melayani kepentingan dan kebutuhan Kewirausahaan, utamanya kepala Kewirausahaan dan guru. Keterampilan dasar berkomunikasi bagi seorang organisator Kewirausahaan adalah:

- a. Mampu saling memahami kelebihan dan kekurangan individu
- b. Mampu mengkomunikasikan pikiran dan perasaan
- c. Mampu saling menerima, menolong, dan mendukung
- d. Mampu mengatasi konflik yang terjadi dalam komunikasi
- e. Saling menghargai dan menghormati.

D. Komunikasi Intrapersonal Pondasi Komunikasi Interpersonal

1. Makna Komunikasi Interpersonal

Menurut Stephen P. Robbins dan Mary Coulter (2013), *“interpersonal communication is communication between two*

Bab 5 Komunikasi dalam Kewirausahaan | 147

or more people". Maksudnya: "Komunikasi interpersonal adalah komunikasi antara dua atau lebih orang".

Devito (2007) menyatakan bahwa:

".....interpersonal communication is the communication that takes place between two persons who have an established relationship; the people are in some way connected". Often interpersonal communication takes place face to face: This is the type of interaction that probably comes to mind when you think of conversation. Because of technological advances, however, much conversation now takes place on line. The four major online types of conversation-e-mail, the mailing list group, instant messaging, and that chat group-differ from one another and from face to face interaction in important way.

Maksudnya adalah: ".....Komunikasi interpersonal adalah komunikasi yang terjadi antara dua orang yang memiliki hubungan yang mapan; orang-orang saling terhubung ". Seringkali komunikasi interpersonal terjadi tatap muka: . . Ini adalah jenis interaksi yang mungkin terlintas dalam pikiran ketika Anda memikirkan percakapan. Karena kemajuan teknologi, bagaimanapun, banyak percakapan sekarang dilakukan secara online. Empat jenis percakapan online utama-e-mail, grup milis, pesan instan, dan grup obrolan-berbeda dari satu sama lain dan dari interaksi tatap muka dengan cara yang penting.

Menurut Ivancevich, Konopaske dan Matteson (2008), *"interpersonal communication is communication that flows individual to individual in face to face and group setting"*. Maksudnya: "Komunikasi interpersonal adalah komunikasi yang mengalir individu ke individu lain dalam tatap muka dan pengaturan kelompok".

Menurut Slocum/Hellriegel (2009), pengertian komunikasi interpersonal adalah sebagai berikut: *An interpersonal communication network is the pattern of communication flows, relationships and understanding developed over time among people, rather than focusing on the individual and whether a specific message is received as intended by the sender.*

Sedangkan menurut Robbins and Judge (2010) mengatakan bahwa *"interpersonal communication is how do group members transfer meaning between and among each*

other? They essentially rely on oral, written, and nonverbal communication". Maksudnya: Jaringan komunikasi antarpribadi adalah pola arus komunikasi, hubungan dan pemahaman yang berkembang dari waktu ke waktu di antara orang-orang, daripada berfokus pada individu dan apakah pesan tertentu diterima sebagaimana dimaksud oleh pengirim.

Robbins dan Judge (2010) menyatakan bahwa "komunikasi interpersonal adalah bagaimana anggota kelompok mentransfer makna antara dan di antara satu sama lain? Mereka pada dasarnya mengandalkan komunikasi lisan, tertulis, dan nonverbal".

Dari konsep-konsep komunikasi interpersonal di atas, dapat disintesis komunikasi interpersonal adalah penyampaian dan penerimaan pesan antara dua orang secara tatap muka langsung atau melalui berbagai media dengan menggunakan bahasa verbal dan non verbal dengan indikator (1) penyampaian pesan antara dua orang secara berduaan saja atau dalam kelompok (2) penerimaan pesan antara dua orang secara berduaan saja atau dalam kelompok.

2. Tujuan Komunikasi Interpersonal

Devito (2007) menyampaikan mengenai tujuan komunikasi interpersonal diantaranya sebagai berikut untuk pembelajaran, untuk membina hubungan, untuk mempengaruhi, untuk bermain dan untuk membantu. Komunikasi interpersonal penting dipahami. Hal ini terjadi karena komunikasi interpersonal :

- 1) Dapat meningkatkan hubungan dari tidak kenal (impersonal) menjadi hubungan yang bersifat pribadi atau sebaliknya.
- 2) Menyampaikan emosi dan perasaan kita.
- 3) Melatih diri komunikator maupun komunikan menjadi pribadi yang peka, peduli dan empati pada pasangan komunikasi, sehingga dari berorientasi pada diri sendiri (*self oriented*) menjadi berorientasi kepada pihak lain.

3. Alur Komunikasi Interpersonal

Alur komunikasi Interpersonal sebagai berikut:

- a. Rangsangan baik internal maupun eksternal itu diterima oleh organisme sebagai getaran-getaran syaraf yang disampaikan kepada otak dan ini pada gilirannya memutuskan perangsang

mana yang diperhatikan dan diperkirakan (proses diskriminasi).

- b. Perangsang-perangsang yang dipilih pada tahap diskriminasi itu kemudian dikelompokkan lagi yaitu ditata menjadi beberapa susunan yang bermakna bagi komunikator. Sekali dikelompokkan, perangsang-perangsang yang didiskriminasi disandi balik ke dalam lambang (symbol decoded) diubah menjadi lambang-lambang pikiran di dalam diri komunikator, suatu tahap yang diperlukan jika perangsang akan diberi makna.
- c. Setelah penyandibalikan (decoding), proses bergerak menuju proses ideasi (ideation) pemikiran, perencanaan, dan pengorganisasian pikiran. Di sini lambang-lambang yang datang dihubungkan dengan pengetahuan dan pengalaman terdahulu, maka terumuskan pesan yang direncanakan komunikator untuk dilontarkan.
- d. Tahap ini diikuti oleh inkubasi (incubation), apabila ide-ide dibagikan menetas menjadi bentuk-bentuk tertentu. Pada titik ini lambang-lambang pikiran siap untuk disandi (encoded) diubah menjadi kata atau kial (gesture) yang bermakna.
- e. Pada tahap transmisi (transmission) yang terakhir, lambang-lambang kata atau kial yang disandi, secara fisik dipancarkan, dalam bentuk ucapan, tulisan, dan lain-lain, yang dapat diterima dan dimengerti oleh komunikan yang dituju. Terjadilah komunikasi interpersonal.

4. Pemanfaatan Komunikasi Intrapersonal Melalui Presentasi

a. Makna, Hakika dan Tujuan Presentasi

Presentasi adalah sebuah bentuk komunikasi. Komunikasi Presentasi dilakukan secara terpadu, lewat suara, gambar, dan bahasa tubuh (Nur Muhamad, 2011:27).

Diterangkan bahwa presentasi adalah sebuah keterampilan komunikasi yang perlu dimiliki oleh setiap pekerja profesional saat ini. Presentasi dapat didefinisikan sebagai komunikasi langsung antara penyaji dengan sekelompok pendengar dalam situasi teknis, saintifik atau profesional untuk satu tujuan tertentu dengan menggunakan teknik sajian dan media yang terencana. Presentasi pada dasarnya merupakan suatu kegiatan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan tujuan untuk menyampaikan, memperkenalkan,

menuntun, meyakinkan atau dengan kata lain mengkomunikasikan sesuatu kepada orang lain.

Dalam konteks pembelajaran kewirausahaan selain tujuan menyampaikan dan mengkomunikasikan ide/gagasan perusahaan yang dirancang, presentasi juga dimaksudkan untuk mengetahui dan memberikan evaluasi terhadap kemampuan mahasiswa peserta dalam menguasai ide/gagasan yang telah dituangkan dalam rancangan usaha yang telah disusunnya.

b. Unsur-unsur Presentasi

Sebagai salah satu cara mengkomunikasikan sesuatu (pengetahuan, keterampilan, ide/gagasan dan sebagainya), presentasi memiliki 4 (empat) unsur penting. Unsur-unsur ini sangat menentukan keberhasilan dalam proses presentasi, yakni:

1) Presenter

Merupakan orang yang menyampaikan sesuatu yang akan dikomunikasikan kepada pihak lain (audiens) secara langsung.

2) Materi

Merupakan bahan yang akan dikomunikasikan kepada audiens.

3) Media

Terdiri dari sarana yang digunakan untuk mengemas materi sehingga menarik audiens serta peralatan yang digunakan untuk menyampaikan materi. Syarat media untuk efektif digunakan adalah mudah, murah, praktis, aman, sesuai bahan dengan metode penyajian, sesuai media dengan karakteristik peserta, tepat dan tersedia.

4) Audiens

Merupakan pihak yang menerima sesuatu yang akan dikomunikasikan. Berhasil tidaknya suatu presentasi dapat dilihat dari reaksi yang ditunjukkan oleh audiens.

c. Teknik Presentasi

1) Mempersiapkan Presentasi

Keberhasilan presentasi sangat ditentukan oleh berbagai hal, baik yang berasal dari diri sendiri, maupun dari luar. Presentasi dapat berhasil apabila kita dapat melakukan hal-hal berikut:

2) Menentukan sasaran yang ingin dicapai

Penentuan sasaran presentasi sangat menentukan keberhasilan presentasi. Presentasi yang tidak jelas sasarannya akan membuat kegiatan presentasi menjadi tidak terarah dan membuat audien menjadi bingung dan malah presentasi yang kita lakukan terkesan membosankan. Untuk itu, perlu ditentukan sasaran-sasaran presentasi lalu dibuat kerangka sasarannya. Ajukan pertanyaan-pertanyaan berikut pada diri masing-masing:

- 1) Mengapa saya memberikan presentasi ini?
- 2) Mengapa mesti saya yang mempresentasikan?
- 3) Apa yang ingin saya capai dari presentasi ini?
- 4) Bagaimana saya dapat membuat presentasi yang menarik?
- 5) Seberapa banyak yang telah diketahui audiens tentang pokok permasalahan yang akan dipresentasikan?
- 6) Apakah audiens memiliki latar belakang pengetahuan yang diperlukan terkait dengan materi presentasi?

3) Menyusun Kerangka Presentasi

Penyajian presentasi seharusnya terstruktur, agar audiens tertarik mendengarkan apa yang kita presentasikan. Olehnya itu, presenter sebaiknya menyusun pokok-pokok yang disampaikan beserta hubungan logis di antara pokok-pokok tersebut. Pokok-pokok materi dapat diperoleh dengan memecah sasaran yang telah ditetapkan menjadi sebuah daftar sasaran-sasaran, dan daftar inilah yang menjadi kerangka presentasi. Kerangka presentasi merupakan serangkaian bagian yang saling terjalin dan secara logis dapat berdiri sendiri. Bagian-bagian yang saling terjalin, pada akhirnya harus saling berkaitan dengan sasaran yang ingin dicapai. Olehnya itu, dalam menyusun struktur presentasi, hal-hal yang perlu direncanakan adalah:

(a) Struktur Pokok Pembahasan

Pembicaraan pada presentasi akan lebih efektif apabila presenter menyampaikan tema tunggal yang konsisten, sasarannya jelas, serta bagian-bagiannya dapat didefinisikan dan dapat dipahami oleh audiens. Untuk itu, sebelum melakukan presentasi, presenter perlu membuat skema yang terkait dengan pokok pembahasan. Skema dapat dibuat dengan pola *mind mapping* atau garis besar (outlining). Lakukan diskusi dengan diri sendiri dan bantuan rekan-rekan untuk mendapatkan informasi yang dapat membantu dalam pembuatan skema.

(b) Struktur Bagaimana Mempresentasikannya

Sebelum melakukan presentasi, presenter perlu pula menyusun rencana presentasi dengan struktur:

- (1) **Introduksi (awal)**, meliputi cara kontak dengan audiens, mengintroduksi pokok pembicaraan dan menyatakan tema utama.
- (2) **Pengembangan (tengah)**, meliputi cara menyampaikan dan menjelaskan tema utama dan argumen-argumennya.
- (3) **Kesimpulan (akhir)**, meliputi mcara merangkum tema utama dan jika perlu cara memberikan rekomendasi.

4) Mengenal Audiens

Terdapat beberapa hal yang perlu dipertimbangkan oleh presenter dalam menghadapi audiens, yakni suasana hati dan keterbukaan serta hubungan sosial dengan audiens.

(a) Suasana Hati

Audiens yang hadir mengikuti presentasi memiliki tipe yang berbeda-beda, ada yang hadir dengan kesadaran sendiri, ada pula yang hadir karena terpaksa, atau malah kombinasi dari keduanya. Olehnya itu, sebagai seorang presenter perlu mengetahui kategori yang mana yang mendominasi tipe audiens yang hadir. Teknik yang dapat digunakan untuk memahami tipe audiens, adalah:

- 1) Gunakan menit-menit awal untuk memahami audiens
- 2) Gunakan pendekatan yang berbeda-beda untuk mengetahui respon audiens Memancing pertanyaan atau komentar audiens
- 3) Lanjutkan presentasi berdasarkan umpan balik

(b) Keterbukaan dan Hubungan Sosial

Menyangkut pertimbangan membagai kelompok orang yang mungkin menjadi *audien* presentasi. Kelompok-kelompok tersebut dapat dikategorikan, sebagai berikut:

- (1) **Atasan** merupakan kelompok audiens yang mungkin paling menakutkan, karena pertimbangan-pertimbangan psikologis bahwa audiens adalah orang yang lebih tinggi kelasnya dari pada presenter. Olehnya itu, ada beberapa tips yang perlu dilakukan:
 - Ingat kelebihan yang dimiliki, bidang keahlian, waktu

yang diberikan untuk mempersiapkan diri, dukungan dari atasan agar dapat menyajikan presentasi dengan baik

- Benar-benar siap
 - Yakinlah
 - Menyajikan dengan ringkas
 - Akurat
 - Jujur dan jangan berlagak
 - Bersikap positif
 - Jangan mengharapkan ucapan selamat atau persetujuan di akhir presentasi
- (2) Sejawat/selevel merupakan kelompok yang mungkin paling sulit, karena bisa jadi mereka memiliki kepentingan tertentu yang dapat digunakan untuk menjatuhkan citra diri presenter, terutama terkait dengan persaingan. Tips yang dapat dilakukan:
- Bersikap profesional
 - Melakukan persiapan yang matang, bukan untung-untungan
 - Jangan memberi kesan bahwa presenter tahu banyak mengenai suatu bidang, namun kenyataannya tidak yakin akan fakta-faktanya.
 - Bila memiliki dasar yang jelas, bersikap positiflah tanpa agresif dan terlalu protektif.
- (3) Bawahan merupakan kelompok yang menentukan pendekatan terhadap masalah presentasi. Tips yang perlu dilakukan dalam menghadapi kelompok ini, adalah:
- Jangan menilai mereka seperti biasanya (sehari-hari)
 - Jangan mengira bahwa hanya sedikit yang harus dipelajari Profesional
 - Antusias
 - Bersikap wajar tanpa merendahkan

d. Menentukan Pendekatan Presentasi

Pendekatan yang digunakan dalam presentasi perlu pula direncanakan sebelum presentasi dilaksanakan. Pendekatan yang digunakan tergantung kondisi audiensnya, namun yang umum adalah bersikap wajar dan tulus, jangan bersikap sebagai orang lain, berbicaralah berdasarkan pengalaman pribadi, bersikap antusias, bersikap menyenangkan dan bersahabat, dan gunakan humor pada tempatnya. Hal lain yang perlu diperhatikan adalah menyangkut waktu presentasi, komentar yang diperlukan,

informasi data statistik yang mendukung, penggunaan kalimat pembuka yang efektif, bahasa dan gaya bahasa, pilihan kata, serta adanya keterkaitan antara data yang disajikan dengan fakta. Untuk itu, sebelum melakukan presentasi, presenter perlu membuat catatan-catatan kecil dan terus berlatih.

1) Sebelum Melakukan Presentasi

Pada hari dimana presentasi akan dilaksanakan, seorang presenter perlu melakukan persiapan-persiapan. Apa saja yang perlu dipersiapkan? Untuk menjawab pertanyaan ini, maka berikut ini diuraikan beberapa tips yang perlu diperhatikan:

2) Sebelum Berangkat Ke Lokasi Presentasi

- Perjelas alamat tempat/lokasi presentasi
- Persiapkan naskah presentasi dan catatan-catatan penting lainnya
- Persiapkan perlengkapan yang perlu di bawa dari rumah
- Penampilan, meskipun presenter tidak dinilai dari penampilannya, namun sering kata-kata yang diucapkan akan didengar dan diterima tergantung bagaimana presenter berpenampilan. Olehnya itu, gunakan pakaian yang nyaman sesuai dengan situasi, bersih dan rapih, tidak menggunakan sesuatu yang dapat membuyarkan perhatian audiens (seperti asesoris yang berlebihan, parfum yang menyengat, pakaian yang menyolok), serta tidak menggunakan sesuatu yang dapat menimbulkan bahwa presenter mempunyai kebiasaan buruk dalam sesuatu hal.

3) Setelah sampai di lokasi presentasi

Adalah sangat penting memberikan suasana nyaman dalam ruangan tempat melakukan presentasi, olehnya itu perlu diperiksa suhu dan sirkulasi udara ruangan, pengaturan tempat duduk (terkait dengan jumlah, letak, dan kenyamanan), pencahayaan ruangan, gangguan dari suara lain, serta media audio visual yang akan digunakan.

Sebelum melakukan presentasi, sering presenter diliputi oleh kegelisahan dan kecemasan yang luar biasa. Olehnya itu kegelisahan dan kecemasan perlu dikendalikan. Pada dasarnya kegelisahan dan kecemasan adalah hal yang wajar, karena kelenjar adrenalin bekerja yang berarti bahwa pikiran dan tubuh

bekerja dengan baik. Justru yang menjadi masalah ketika tidak ada kegelisahan dan kecemasan, karena ini berarti bahwa tidak ada kesungguhan dalam melaksanakan tugas presentasi. Sebaliknya kegelisahan dan kecemasan yang berlebihan membuat presenter terganggu pada saat presentasi yang dapat dilihat dari penampilan fisik berupa tangan gemetar, suara serak, kering dan tidak meyakinkan, salah tingkah pikiran kosong dan kadang lupa diri.

Olehnya itu, kegelisahan dan kecemasan ini perlu dikendalikan, karena pada dasarnya kegelisahan dan kecemasan akan meningkatkan kualitas apa yang akan diucapkan dan bagaimana mengucapkannya. Beberapa tips mengendalikan kecemasan dan kegelisahan:

- Sebelum berdiri menyajikan presentasi, cobalah mengatakan sesuatu yang tidak ada hubungannya dengan presentasi
- Aturlah pernapasan
- Hilangkan rasa tegang pada leher dan wajah
- Pandanglah sekeliling, bangun kontak mata dan tersenyumlah
- Berlatih

e. Pelaksanakan Presentasi

Pada saat presentasi dilaksanakan, beberapa hal yang perlu diperhatikan oleh presenter, yaitu:

1) Penampilan

Penampilan pada saat melaksanakan presentasi juga sangat mempengaruhi kesuksesan pelaksanaan presentasi. Olehnya itu, kembangkanlah gaya atau penampilan diri sendiri dengan segala cara, namun tetap berpedoman pada aturan main untuk bersikap profesional yang telah diterima umum. Hal-hal yang perlu diperhatikan, yaitu:

- a) Berdiri dan tataplah audiens
- b) Jika melakukan aktifitas membalikkan badan (menulis atau menatap ke tempat lain), jangan melakukannya sambil berbicara lancar.
- c) Usahakan tidak membungkuk, bersandar dan menggerakkan tangan/lengan bila tidak perlu.
- d) Hindari gerakan-gerakan yang akan mengganggu perhatian audiens Tataplah mata audiens satu per satu secara

bergantian

2) Penyajian Informasi Visual

Penyajian informasi yang jelas dan ringkas akan memudahkan audiens memahami apa yang disampaikan oleh presenter. Informasi visual dapat menggunakan bentuk tampilan berupa tulisan dan gambar. Gambar yang ditampilkan dapat berupa tabel, diagram, grafik, peta atau karikatur terkait dengan materi yang disampaikan.

Informasi visual yang disajikan sebaiknya bersifat informatif (relevan dengan keterangannya, sesuatu hal yang baru, dan menonjolkan sesuatu yang ingin ditekankan), manusiawi (menjaga perasaan siapa saja yang hadir) dan konsisten (materi yang dibagikan kepada audiens sama dengan yang disajikan).

Penyajian secara visual akan memberikan nilai lebih kepada presentasi melalui beberapa cara, yaitu:

- a) Memperkuat komentar
- b) Mempertahankan fokus perhatian audiens dengan memberi variasi
- c) Membuat kata-kata mudah dimengerti
- d) Mengurangi jumlah kata yang harus diucapkan

3) Penggunaan Media audio Visual

Kegiatan presentasi sebaiknya memanfaatkan sarana media audio visual yang tersedia. Media audio visual dapat berupa OHP, LCD, flipchart, papan tulis, maket dan sebagainya. Penggunaan sarana presentasi akan memudahkan presenter dalam menyajikan materinya, mengkomunikasikan konsep-konsep yang sulit, memperluas jangkauan pokok bahasan, memberi nilai tambah bagi informasi, disamping itu akan memudahkan audiens dalam memahami apa yang disampaikan oleh presenter dan tentunya dapat mempersingkat waktu. Dalam penggunaan media audio visual, perlu diperhatikan jumlah dan kompleksitas informasi yang akan disajikan, jumlah dan komposisi audiens, serta fasilitas yang tersedia di tempat presentasi.

2) Penggunaan Bahasa Tubuh

Bahasa tubuh meliputi ekspresi wajah yang dapat menggambarkan perasaan, postur tubuh yang dapat menggambarkan kecenderungan sikap dan keadaan emosi, serta

gerakan anggota tubuh yang dapat menggambarkan tekanan pada apa yang ingin disampaikan. Perhatikan bahasa tubuh audiens, karena bahasa tubuh audiens akan memberitahu apakah sikap berkomunikasi yang kita lakukan efektif atau tidak.

Beberapa contoh bahasa tubuh dan artinya diuraikan, sebagai berikut:

- (a) Bersedekap = santai sekaligus angkuh, tinggi rasa percaya diri
- (b) Kedua tangan di samping = sigap, memberi kesan siap menerima perintah
- (c) Alis terangkat = ramah dan gembira mengajak orang bicara dan meminta respon Jari telunjuk menyentuh ibu jari = mengkomunikasikan sesuatu yang penting Gerakan tangan seolah-olah memukul bagian sisi telapak tangan = menegaskan sesuatu yang harus dilakukan
- (d) Menganggukkan dan menggelengkan kepala = setuju/tidak setuju
- (e) Mengusap-usap wajah/menggaruk-garuk kepala/mengusap-usap dagu = perasaan terancam/kurang percaya diri/kehabisan kata-kata
- (f) Bola mata bergerak ke atas = berkonsentrasi untuk memberi jawaban
- (g) Mengepalkan kedua tangan di meja = sikap yang tidak bisa ditawar mengenai pokok pembicaraan.

3) Penggunaan Suara

Suara presenter juga mempengaruhi keberhasilan presentasi. Hal-hal yang terkait dengan penggunaan suara saat presentasi yang perlu dipahami oleh presenter yang dikenal dengan PAPERS, diuraikan sebagai berikut:

- (a) *Prof ection*/Proyeksi
 - Suara terdengar (terarah) sampai ke belakang tanpa berteriak
 - Meninggikan suara pada saat memberikan penekanan pada sesuatu
- (b) *Arti culation*/Artikulasi
 - Bicara yang jelas
 - Berilah perbedaan yang jelas pada kata-kata yang kedengarannya sama ketika diucapkan, padahal artinya lain sama sekali

(c) *Pronunciation*/Lafal ucapan

- Setiap orang memiliki logat sendiri-sendiri dan menjadi daya tarik tersendiri. Dengan sedikit variasi untuk menjadikan suara lebih hidup, asal tidak menggunakan dialek daerah, perhatian audiens akan tetap terjaga
- Hati-hati mengucapkan kata yang sulit diucapkan (misalnya kata asing)

(d) *Enunciation*/Pengucapan

- Berilah tekanan pada kata-kata kunci, suku-suku kata dan frase-frase
- Ucapkan huruf hidup dengan amat panjang untuk menambah warna serta menekankan otoritas terhadap apa yang harus dikatakan. Misalnya: baaaaaaiiiiik.....

(e) *Repetition*/Pengulangan

- Jangan ragu untuk mengulangi kata-kata, terutama jika menggunakan irama dan nada yang berbeda
- Pengulangan bertujuan untuk penekanan kata

(f) *Speed*/Kecepatan

- Kecepatan yang baik adalah sekitar 110 kata/menit
- Hindari mengucapkan kata: .. .eng... di antara kalimat yang diucapkan Gunakan jeda yang tepat (tidak terlalu lama)

PENUNTUP

Komunikasi merupakan sendi dasar terjadinya sebuah interaksi sosial, antara yang satu dengan yang lainnya saling tolong menolong, saling ketergantungan, saling memberi dan menerima. Komunikasi sudah menjadi bagian dari kehidupan manusia, seperti halnya manusia membutuhkan udara untuk bernafas. Maka dari itu, karena komunikasi menjadi hal yang lumrah dan biasa terjadi, sehingga tanpa disadari sebagian orang kurang memperhatikan bagaimana seharusnya berkomunikasi dengan baik, dan akibatnya seringkali seseorang mengalami kegagalan dalam berinteraksi dengan sesamanya, sehingga menimbulkan kesalah pahaman atau salah pengertian antara satu dengan yang lain.

Menciptakan komunikasi efektif bagi pimpinan merupakan keterampilan penting karena perencanaan, pengorganisasian, dan fungsi pengendalian dapat berjalan hanya melalui aktivitas komunikasi. Komunikasi juga merupakan faktor penting dalam menggerakkan karyawan untuk mencapai

tujuan organisasi. Kajian terhadap komunikasi organisasi merupakan hal yang paling relevan untuk menampilkan peranan masing-masing individu dan kelompok. Begitu jugaterhadap organisasi formal sebagai usaha untuk menggambarkan karakteristik organisasi dan melahirkan kualitas yang bersifat unik sebagai wahana pengelompokan manusia masing-masing.

Adanya komunikasi yang sehat dan baik antara sub kerja yang satu dengan yang lain, diharapkan akan turut membantu perkembangan kinerja guru di sekolah.

Persepsi sangat tergantung kepada komunikasi, sebaliknya komunikasi juga tergantung pada persepsi. Persepsi pada hakikatnya adalah proses kognitif yang dialami oleh setiap orang didalam memahami informasi tentang lingkungannya, melalui penglihatan, pendengaran, penghayatan, perasaan dan penciuman.

Komunikasi intrapersonal merupakan pondasi untuk melakukan komunikasi interpersonal. Mampu berdialog dengan diri sendiri berarti mampu mengenal diri sendiri. Suatu hal yang penting bagi seseorang untuk mengenal diri sendiri. Belajar mengenai diri sendiri berarti belajar bagaimana kita berpikir, merasakan, dan bagaimana kita mengamati, menginterpretasikan dan mereaksi lingkungan kita. Dengan memahami komunikasi intrapersonal memudahkan kita untuk mengenal pribadi kita.

Umumnya dari berbagai presentasi yang dilakukan oleh mahasiswa, berdasarkan pengamatan dan pengalaman menggunakan teknik presentasi sebagai metode pembelajaran, mahasiswa telah merasa sudah siap melakukan presentasi apabila materinya telah dituangkan ke dalam tampilan slide *power point*. Menuliskan apa yang harus dibaca ketika melakukan presentasi. Jika demikian, apa bedanya presenter dengan pembaca berita di stasiun televisi yang menggunakan *telefronter*?

Kemampuan mempresentasikan ide/gagasan merupakan modal yang sangat penting untuk meyakinkan pihak lain. Dengan mempresentasikan ide/gagasan akan memudahkan pihak lain untuk memahaminya dan memberikan tanggapan atau persetujuan.

RANGKUMAN

1. Komunikasi memegang peranan penting dalam organisasi. Tanpa komunikasi, organisasi akan “mandek” (berhenti), karena tidak ada dinamika yang berjalan dalam organisasi itu. Organisasi yang di dalamnya terdapat orang-orang dan bagian-bagian serta fungsi-fungsi tidak dapat melaksanakan fungsinya dengan baik tanpa adanya komunikasi satu sama lain.
2. Komunikasi merupakan proses penting dalam wadah organisasi atau lembaga. Jika seorang pemimpin berhasil dalam berkomunikasi, merupakan jaminan kesuksesan dalam usaha pencapaian. Aliran komunikasi dalam organisasi merupakan pedoman ke mana seseorang dapat berkomunikasi. Aliran komunikasi formal dalam organisasi dapat dibedakan menjadi empat bagian, yaitu: (a) Komunikasi dari atas ke bawah merupakan aliran komunikasi dari tingkat atas ke tingkat bawah melalui hierarki organisasi. Bentuk aliran komunikasi dari atas ke bawah berupa prosedur organisasi, instruksi tentang bagaimana melakukan tugas, umpan balik terhadap prestasi bawahan, penjelasan tentang tujuan organisasi. (b) Komunikasi dari bawah ke atas dirancang untuk menyediakan umpan balik tentang seberapa baik organisasi telah berfungsi. Bawahan diharapkan member informasi tentang prestasinya, praktik serta kebijakan organisasi. Komunikasi dari bawah ke atas dapat berbentuk laporan tertulis maupun lisan, kotak saran, pertemuan kelompok, dsb. (c) Komunikasi horizontal merupakan aliran komunikasi kepada orang-orang yang memiliki hirarki yang sama dalam suatu organisasi, misalnya dalam dunia pendidikan adaah komunikasi yang terjadi antara wakasek kurikulum dengan wakasek kesiswaan. Mereka sama-sama wakasek, dan (d) Komunikasi diagonal merupakan aliran komunikasi dari orang-orang yang memiliki hierarki yang berbeda dan tidak memiliki hubungan kewenangan secara langsung.
3. Model Komunikasi Intrapersonal dan Komunikasi Interpersonal dalam Organisasi menjadi penting dan merupakan pondasi untuk melakukan komunikasi interpersonal. Mampu berdialog dengan diri sendiri berarti mampu mengenal diri sendiri. Suatu hal yang penting

bagi seseorang untuk mengenal diri sendiri. Belajar mengenai diri sendiri berarti belajar bagaimana kita berpikir, merasakan, dan bagaimana kita mengamati, menginterpretasikan dan mereaksi lingkungannya. Dengan memahami komunikasi intrapersonal dapat memudahkan untuk mengenal pribadi kita, dan orang lain.

4. Sebagai seorang wirausahawan, kemampuan mempresentasikan ide/gagasan merupakan modal yang sangat penting untuk meyakinkan pihak lain. Dengan mempresentasikan ide/gagasan akan memudahkan pihak lain untuk memahaminya dan memberikan tanggapan atau persetujuan. Selain itu, dalam kaitannya dengan pembelajaran Kewirausahaan-1 ini, salah satu aspek yang dievaluasi adalah presentasi gagasan usaha. Olehnya itu, gagasan usaha yang dirancang tidak hanya dituangkan ke dalam bentuk laporan, namun juga perlu dipresentasikan. Dengan presentasi, dosen/tutor pendamping dapat melakukan evaluasi terhadap penguasaan terhadap tugas-tugas pembelajaran yang telah diberikan dalam setiap minggu dan aspek-aspek lain yang merupakan penilaian dalam kegiatan presentasi.

LATIHAN

1. Apa yang dimaksud dengan Komunikasi Organisasi motivasi?
2. Bagaimana peran dan fungsi penting komunikasi dalam organisasi?
3. Jelaskan Proses dan Unsur-unsur Komunikasi?
4. Untuk apa model komunikasi Komunikasi Intrapersonal dan Komunikasi Interpersonal dalam Organisasi?.
5. Dari sudut mana anda melihat Komunikasi intrapersonal merupakan pondasi untuk melakukan komunikasi interpersonal?.
6. Bagaimana caranya membangun komunikasi yang efektif dalam organisasi?
7. Persiapkan materi rancangan usaha/proosal Anda untuk dipresentasikan di hadapan peserta mata kuliah yang lain, dosen dan atau tutor pendamping.

PUSTAKA

- Abdullah, M. Ma'ruf. 2012. *Manajemen Berbasis Syariah*. Yogyakarta: Aswaja. Pressindo.
- Aminatul Zahroh, 2013, *Total Quality Management Teori dan Praktik Manajemen Untuk Mendongkrak Mutu Pendidikan*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.
- Arifin, Anwar, 1999, *Ilmu Komunikasi: Sebuah Pengantar Ringkas*, Jakarta: Raja Gafindo Persada.
- Barnard, C. I. 1968. *The Function of the Executive (30th Anniversary Edition)*. Cambridge: Harvard University Press.
- Basyuni, A. 2009. *Teknik Presentasi Efektif*. Materi yang disampaikan pada Diklatpim IV RRI pada tanggal 19 Februari 2017 di Jakarta. (www.elearningrri.net/materipimiv/pres_efektif.pp)
- DeVito, Joseph. A. 1976. *Komunikasi Antarmanusia*. Edisi Kelima. Alih Bahas a oleh Ir.Agus. Maulana MSM. Jakarta: Profesional Books.
- Hendyat Soetopo, 2010. *Perilaku Organisasi Teori dan Praktik di Bidang Pendidikan*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset, hlm. 189.
- Ivancevich, Konopaske, Matteson. 2008. *Organizational Behavior and Management* Eight Edition. New York: Mc Graw-Hill Companies Inc.
- Miftah Thoha, 1990. *Perilaku Organisasi: Konsep Dasar dan Aplikasinya*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Nur Muhammad, 2011. *Presentasi Memukau*. (www.google.co.id/search?q) diunduh tanggal 1April 2017.
- Veithzal Rivai dan Deddy Mulyadi, 2012. *Kepemimpinan dan Perilaku Organisasi Edisi Ketiga*, Jakarta: Rajawali Pers.
- Robbins, Stephen P., dan Timothy A. Judge. 2011. *Organizational Behavior* Fourteenth Edition. New Jersey: Pearson Education Inc.
- Robbins, Stephen P., Marry Coulter. 2013. *Management* Eleventh Edition. England: Pearson Horizon.
- Rosmawaty. 2010. *Mengenal Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Widya Padjajaran.
- Shermerhorn, John R. 2010. *Introduction to Management* 10th Edition. Asia: John Wiley & Sons Inc.
- Slocum, Herriegel. 2009. *Principles of Organizational Behavior* Twelfth Edition. Canada: South Western.

Sopiah, 2008. *Perilaku Organisasi*, Yogyakarta: Andi Offset.
Syam, M.S. Nina W. 2011. *Psikologi Sebagai Akar Ilmu Komunikasi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.