

PENUGASAN

Nomor : 187-D/586/FE-UNTAR/III/2021

Sehubungan dengan Surat Ketua Jurusan Manajemen Nomor : 026-KJM/584/FE-UNTAR/III/2021, Perihal : Permohonan Penugasan, dengan ini Pimpinan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara menugaskan:

PURNAMA DHARMAWAN, S.E., M.Si.
(Penulis Tunggal)

Sebagai Penulis Buku “ **Seri Kuliah Ringkas : Komunikasi Bisnis** “ (cetak). Penerbit : Erlangga ber-ISBN 007-384-006-0/978-623-266-394-7.

Demikian Surat Tugas ini dibuat untuk dilaksanakan dengan sebaik-baiknya dan yang bersangkutan melaporkan hasil penugasan tersebut kepada Pimpinan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara sesuai ketentuan yang berlaku.

19 Maret 2021

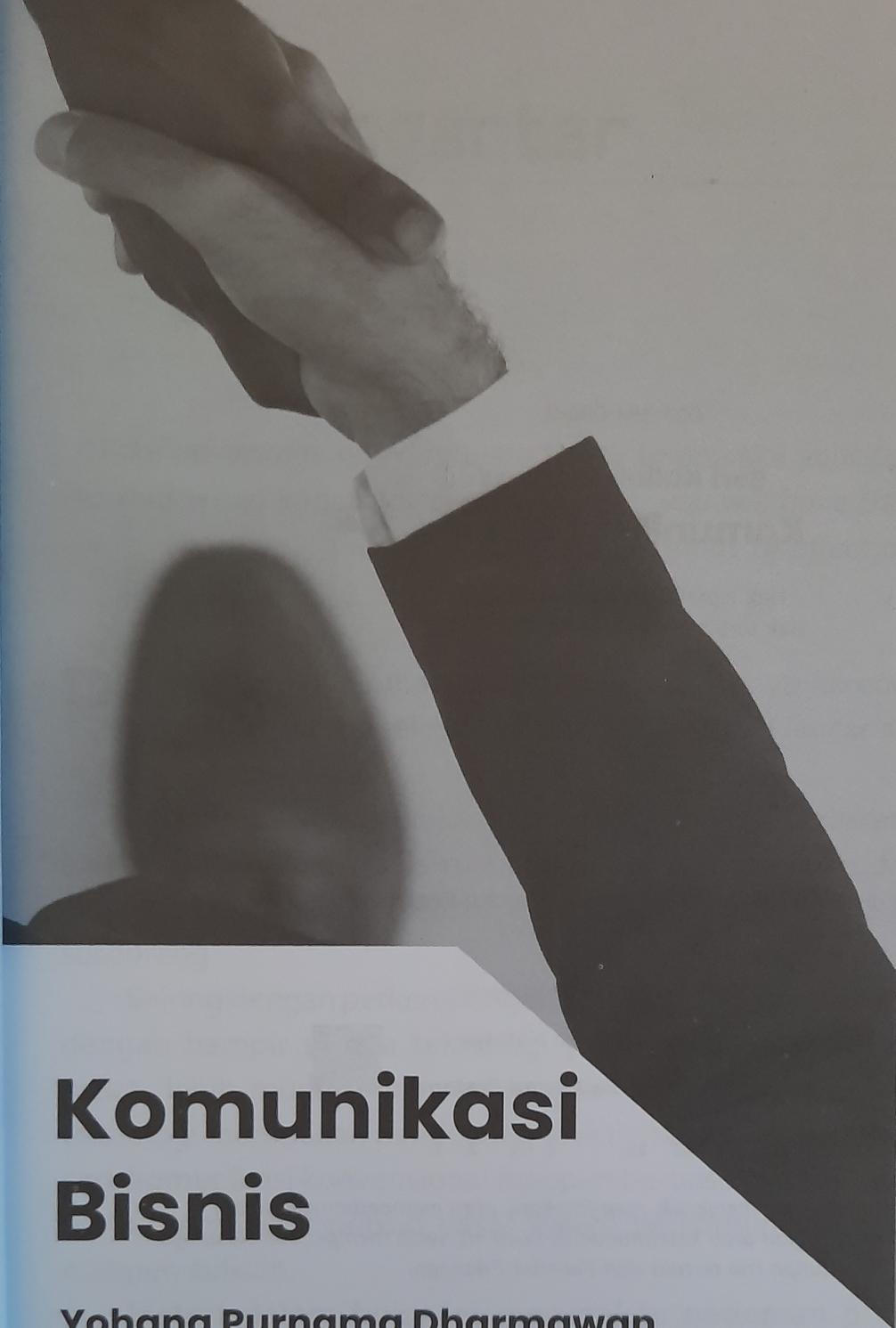
Dekan,



Dr. Sawidji Widoatmodjo, S.E., M.M., M.B.A.

Tembusan :

1. Wakil Dekan
2. Kajur. Manajemen
3. Kaprodi. S1 Manajemen
4. Kabag. Tata Usaha



Komunikasi Bisnis

Yohana Purnama Dharmawan



PENERBIT ERLANGGA
Jl. H. Baping Raya No. 100
Ciracas, Jakarta 13740
Website: www.erlangga.co.id
(Anggota IKAPI)



Komunikasi Bisnis

**Seri
Kuliah
Ringkas**

**UNDANG-UNDANG REPUBLIK INDONESIA
NOMOR 19 TAHUN 2002
TENTANG HAK CIPTA**

**PASAL 72
KETENTUAN PIDANA
SANKSI PELANGGARAN**

1. Barangsiapa dengan sengaja dan tanpa hak mengumumkan atau memperbanyak suatu Ciptaan atau memberikan izin untuk itu, dipidana dengan pidana penjara paling singkat 1 (satu) bulan dan/atau denda paling sedikit Rp1.000.000,00 (satu juta rupiah), atau pidana penjara paling lama 7 (tujuh) tahun dan/atau denda paling banyak Rp5.000.000.000,00 (lima miliar rupiah).
2. Barangsiapa dengan sengaja menyerahkan, menyiarkan, memamerkan, mengedarkan, atau menjual kepada umum suatu Ciptaan atau barang hasil pelanggaran Hak Cipta atau Hak Terkait sebagaimana dimaksud pada ayat (1), dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun dan/atau denda paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).

Komunikasi Bisnis

Yohana Purnama Dharmawan



PENERBIT ERLANGGA
Jl. H. Baping Raya No. 100
Ciracas, Jakarta 13740
Website: www.erlangga.co.id
(Anggota IKAPI)

**Seri
Kuliah
Ringkas**

007-384-006-0

Seri Kuliah Ringkas
Komunikasi Bisnis

Hak cipta © 2021 pada Penulis
Hak terbit pada **Penerbit Erlangga**

Penulis
Yohana Purnama Dharmawan

Editor:
Oktaviani Mutiara Dwiasri

Buku ini diset dan dilayout oleh bagian produksi **Penerbit Erlangga**
dengan Power MacPro

Setting & Layout: Divisi Perti

Desain Sampul: Edith Natasya

Percetakan: **PT Gelora Aksara Pratama**

24 23 22 21 4 3 2 1

Dilarang keras mengutip, menjiplak, memfotokopi, atau memperbanyak dalam bentuk apa pun, baik sebagian atau keseluruhan isi buku ini, serta memperjualbelikannya tanpa izin tertulis dari Penerbit Erlangga.

© HAK CIPTA DILINDUNGI OLEH UNDANG-UNDANG

Kata Pengantar

"Take advantage of every opportunity to practice your communication skills so that when important occasions arise, you will have the gift, the style, the sharpness, the clarity, and the emotions to affect other people."

—Jim Rohn

Puji syukur pada Tuhan Yang Maha Esa. Hanya karena kasih karunia-Nya buku ini dapat terselesaikan dengan baik dan lancar sehingga dapat hadir di hadapan pembaca.

Keterampilan komunikasi yang baik sangat diperlukan oleh semua orang, baik di lingkungan bisnis maupun sosial. Kemampuan dalam berkomunikasi akan memengaruhi persepsi orang lain terhadap citra diri dan profesionalisme seseorang.

Seiring dengan perkembangan teknologi, dunia bisnis juga terus beradaptasi dengan hampir semua teknologi yang membuat komunikasi menjadi lebih cepat, lebih mudah, dan menjangkau wilayah yang lebih luas. Penggunaan teknologi merupakan pendukung efektivitas proses komunikasi. Menggunakan cara komunikasi konvensional maupun berbasis internet, seorang komunikator perlu memahami prinsip dasar dalam berkomunikasi, baik komunikasi lisan maupun tulisan.

Materi dalam buku ini merupakan pedoman praktis, yang disusun berdasarkan kerangka yang bertujuan untuk membantu pembaca memahami prinsip dasar dalam berkomunikasi di lingkungan bisnis sehingga pembaca dapat berkomunikasi secara efektif, baik secara lisan, tulisan, maupun ketika berbicara di depan publik. Untuk mencapai tujuan tersebut, pembahasan buku ini dibagi dalam 5 (lima) bagian.

Bagian pertama membahas dasar-dasar komunikasi bisnis, dasar untuk dapat berkomunikasi secara efektif. Pada bagian ini, pembaca dapat menemukan pembahasan tentang proses komunikasi, dasar-dasar komunikasi (komunikasi verbal dan komunikasi nonverbal), bagaimana menjadi pendengar yang baik, dan hal apa saja yang perlu diketahui tentang penerima pesan.

Bagian kedua menerangkan tentang komunikasi di lingkungan bisnis, baik komunikasi antarpribadi maupun komunikasi bisnis. Ketika berkomunikasi di lingkungan bisnis, penting untuk memperhatikan etiket dan sopan santun kita, terlepas dari tujuan komunikasi, dengan siapa kita berkomunikasi, dan di mana pun kita berkomunikasi. Mengomunikasikan kesan pertama yang positif dan profesional dapat dipelajari di bagian ini.

Bagian ketiga membahas cara menulis pesan bisnis yang efektif. Pembahasan pada bagian ini meliputi dasar penulisan surat dan memo bisnis serta menulis surat yang berisi berita baik dan berita buruk.

Bagian keempat merupakan bagian penting bagi pembaca yang akan masuk dunia kerja. Terbagi dalam tiga bagian, bab-bab pada bagian keempat ini membahas cara menulis surat lamaran kerja yang efektif, cara membuat CV atau resume yang dapat menerangkan tentang siapa penulisnya, dan cara memenangkan diri dalam menghadapi wawancara kerja.

Bagian kelima membahas cara bicara di depan publik secara profesional dan efektif. Mulai dari mengatasi demam panggung, hingga menyiapkan dan membuat materi maupun alat bantu visual yang baik. Cara mengaplikasikan komunikasi verbal dan nonverbal serta etiket dan sopan santun ketika berbicara di depan publik pun turut dibahas pada bagian ini.

Tiap-tiap bagian saling berkaitan, dan tiap-tiap bab mengandung contoh-contoh praktis yang mempermudah pembaca untuk mempelajari buku ini. Harapan penulis, buku ini dapat digunakan untuk mengembangkan keterampilan pembaca dalam berkomunikasi karena komunikasi adalah keterampilan yang dapat dipelajari dan dilatih.

Penulis berterima kasih kepada Penerbit Erlangga atas kepercayaannya kepada penulis dan juga berbagai pihak yang telah mendukung penyusunan buku ini. Tidak ada yang sempurna, begitu pula buku ini. Oleh karena itu, masukan dari pembaca untuk penyempurnaan buku ini sangat diharapkan agar penulis dapat menyajikan karya yang lebih baik lagi yang dapat digunakan dan membantu pembaca mengembangkan keterampilan komunikasi yang baik di dunia bisnis.

Jakarta, Januari 2021

Penulis

Tentang Penulis

Yohana Purnama Dharmawan adalah Dosen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara. Berpengalaman sebagai pembicara publik selama lebih dari 25 tahun dalam bidang *soft skills*, yaitu komunikasi, *business etiquette*, *personal development*, dan *service management*. Pernah menduduki posisi manajerial di beberapa perusahaan dan pernah bekerja dalam bidang sekolah pengembangan kepribadian, konsultan manajemen, *factory* serta retail—*department store*. Menamatkan Pendidikan Sarjana Ekonomi di Universitas Tarumanagara dan Magister Ilmu Komunikasi (Komunikasi Stratejik) di STIKOM InterStudi. Salah satu buku yang ditulisnya adalah *Public Speaking* dan *Professional Business Etiquette*.

Daftar Isi

Kata Pengantar	v
Tentang Penulis.....	vii
Daftar Isi	viii

BAGIAN I DASAR-DASAR KOMUNIKASI BISNIS

Bab 1 Proses Komunikasi, Komunikasi Verbal, dan

Komunikasi Nonverbal	1
<i>Tujuan Pembelajaran</i>	2
Proses Komunikasi.....	3
Bentuk Dasar Komunikasi Bisnis.....	5
<i>Rangkuman</i>	16
<i>Pertanyaan Penguji Pemahaman</i>	17
<i>Latihan</i>	17
<i>Istilah Penting</i>	18
<i>Referensi Lanjutan</i>	18

Bab 2 Keterampilan dalam Mendengarkan dan Memahami Siapa

Penerima Pesan.....	19
<i>Tujuan Pembelajaran</i>	19
Keterampilan dalam Mendengarkan	20
Kenali Penerima Pesan Anda	22
<i>Rangkuman</i>	24
<i>Pertanyaan Penguji Pemahaman</i>	25
<i>Latihan</i>	25
<i>Istilah Penting</i>	26
<i>Referensi Lanjutan</i>	26

BAGIAN II KOMUNIKASI DI LINGKUNGAN BISNIS

Bab 3 Komunikasi Antarpribadi dan Komunikasi Bisnis	28
<i>Tujuan Pembelajaran</i>	28
Komunikasi Antarpribadi	29
Komunikasi Bisnis	32
<i>Rangkuman</i>	41
<i>Pertanyaan Penguji Pemahaman</i>	41
<i>Latihan</i>	42
<i>Istilah Penting</i>	42
<i>Referensi Lanjutan</i>	42
Bab 4 Etiket dan Sopan Santun dalam Komunikasi Bisnis	43
<i>Tujuan Pembelajaran</i>	43
Etiket dan Sopan-Santun dalam Komunikasi Tertulis	44
Komunikasi Antarpribadi di Lingkungan Bisnis	46
Kesan Pertama yang Positif dan Profesional	47
Topik Diskusi yang Baik	49
<i>Rangkuman</i>	53
<i>Pertanyaan Penguji Pemahaman</i>	56
<i>Latihan</i>	56
<i>Istilah Penting</i>	57
<i>Referensi Lanjutan</i>	57

BAGIAN III PENULISAN PESAN BISNIS

Bab 5 Surat dan Memo Bisnis	60
<i>Tujuan Pembelajaran</i>	60
Surat Bisnis	61
Memo Bisnis	72
<i>Rangkuman</i>	74
<i>Pertanyaan Penguji Pemahaman</i>	75
<i>Latihan</i>	75
<i>Istilah Penting</i>	76
<i>Referensi Lanjutan</i>	76
Bab 6 Merencanakan, Mengorganisasikan, dan	
Merevisi Pesan Bisnis	77
<i>Tujuan Pembelajaran</i>	77
Merencanakan Pesan Bisnis	78
Mengorganisasikan Pesan Bisnis	82

Merevisi Pesan Bisnis	83
<i>Rangkuman</i>	84
<i>Pertanyaan Penguji Pemahaman</i>	85
<i>Latihan</i>	86
<i>Istilah Penting</i>	87
<i>Referensi Lanjutan</i>	87
Bab 7 Penulisan Pesan Rutin, Pesan Positif, dan Pesan Negatif ..	88
<i>Tujuan Pembelajaran</i>	88
<i>Rangkuman</i>	95
<i>Pertanyaan Penguji Pemahaman</i>	95
<i>Latihan</i>	96
<i>Istilah Penting</i>	96
<i>Referensi Lanjutan</i>	96
BAGIAN IV MEMPERSIAPKAN DIRI MEMASUKI DUNIA KERJA	
Bab 8 Penulisan Surat Lamaran Kerja	98
<i>Tujuan Pembelajaran</i>	98
Apa Itu Surat Lamaran Kerja?	100
Menulis Surat Lamaran Kerja yang Baik	100
Lampiran pada Surat Lamaran Kerja	109
<i>Rangkuman</i>	111
<i>Pertanyaan Penguji Pemahaman</i>	113
<i>Latihan</i>	114
<i>Istilah Penting</i>	114
<i>Referensi Lanjutan</i>	115
Bab 9 Curriculum Vitae atau Resume	116
<i>Tujuan Pembelajaran</i>	116
Perbedaan CV dan Resume	117
Komponen Pembentuk CV	118
Surat Referensi	125
Resume	126
<i>Rangkuman</i>	129
<i>Pertanyaan Penguji Pemahaman</i>	130
<i>Latihan</i>	131
<i>Istilah Penting</i>	131
<i>Referensi Lanjutan</i>	131

Bab 10 Komunikasi dalam Wawancara Kerja	132
<i>Tujuan Pembelajaran</i>	132
Menerima Panggilan Wawancara	133
Wawancara Kerja	135
Pertanyaan yang Sering Diajukan Pewawancara	145
Pertanyaan yang Boleh dan Tidak Boleh Ditanyakan pada Pewawancara	149
<i>Rangkuman</i>	151
<i>Pertanyaan Penguji Pemahaman</i>	152
<i>Latihan</i>	153
<i>Istilah Penting</i>	154
<i>Referensi Lanjutan</i>	154

BAGIAN V BICARA DI DEPAN PUBLIK

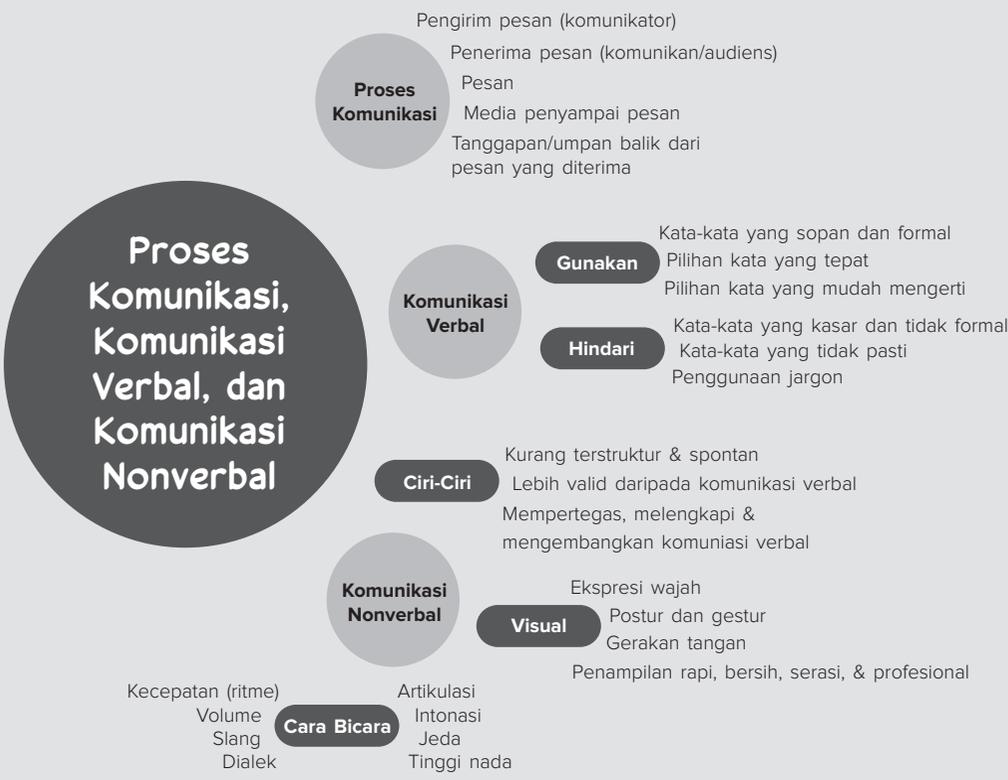
Bab 11 Demam Panggung, Tujuan, Bentuk, dan Persiapan Bicara di Depan Publik	156
<i>Tujuan Pembelajaran</i>	156
Demam Panggung	158
Tujuan dan Bentuk Bicara di Depan Publik	161
Persiapan Sebelum Bicara di Depan Publik	163
<i>Rangkuman</i>	167
<i>Pertanyaan Penguji Pemahaman</i>	168
<i>Latihan</i>	168
<i>Istilah Penting</i>	169
<i>Referensi Lanjutan</i>	169
 Bab 12 Menyusun Materi dan Alat Bantu Visual	 170
<i>Tujuan Pembelajaran</i>	170
Menyusun Materi	171
Struktur Public Speaking	172
Alat Bantu Visual	181
<i>Rangkuman</i>	184
<i>Pertanyaan Penguji Pemahaman</i>	185
<i>Latihan</i>	186
<i>Istilah Penting</i>	187
<i>Referensi Lanjutan</i>	187

Bab 13 Bicara di Depan Publik dan <i>Virtual Public Speaking</i>	188
<i>Tujuan Pembelajaran</i>	188
Cara Bicara	189
Postur dan Gestur	197
Virtual Public Speaking	198
<i>Rangkuman</i>	200
<i>Pertanyaan Penguji Pemahaman</i>	200
<i>Latihan</i>	201
<i>Istilah Penting</i>	201
<i>Referensi Lanjutan</i>	201
Indeks	202

BAGIAN I

**Dasar-Dasar
Komunikasi
Bisnis**

Proses Komunikasi, Komunikasi Verbal, dan Komunikasi Nonverbal



Tujuan Pembelajaran

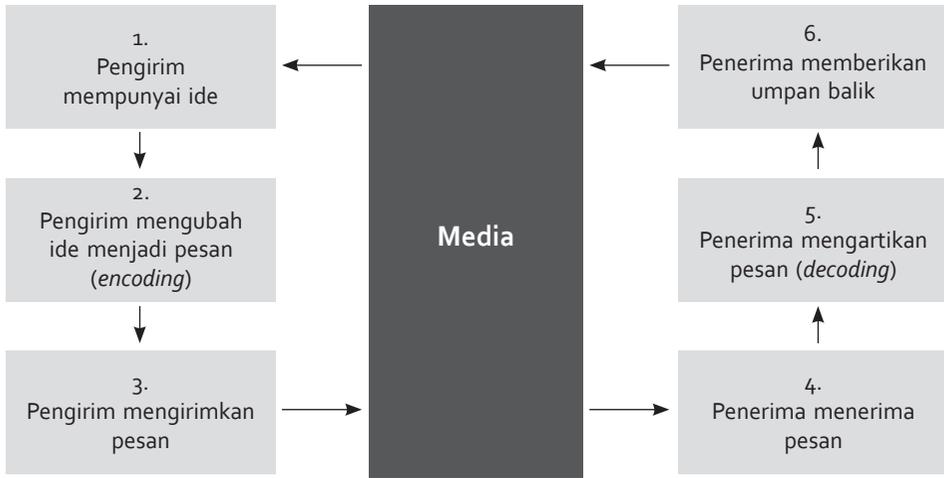
Setelah mempelajari bagian ini, pembaca dapat:

- Memahami tentang enam langkah dalam proses komunikasi.
- Memahami dasar-dasar komunikasi dalam komunikasi bisnis, yaitu komunikasi verbal dan komunikasi nonverbal.
- Mengaplikasikan komunikasi verbal dan nonverbal secara efektif.

►► Proses Komunikasi

Kita berkomunikasi, berinteraksi, dan berbicara dengan orang lain setiap hari, mulai dari memberi salam dengan cara menyapa, tersenyum dan/atau menganggukkan kepala, ataupun menanyakan kabar; menyampaikan pesan; berdiskusi; memberi petunjuk; memerintah; menyampaikan ide; memotivasi; mengungkapkan perasaan; hingga sekadar berbagi cerita. Setidaknya ada dua orang yang terlibat dan ada pesan yang disampaikan. Menurut Bovee (2013), komunikasi adalah suatu proses pengiriman dan penerimaan pesan. Guffey, Rhodes, dan Rogin (2005) menyatakan komunikasi adalah pengiriman informasi dan makna dari satu individu atau kelompok ke individu atau kelompok lainnya. Sementara menurut Himstreet dan Baty, komunikasi adalah suatu proses pertukaran informasi antarindividu melalui suatu sistem yang biasa (lazim), baik dengan simbol-simbol, sinyal-sinyal, maupun perilaku atau tindakan. Sementara itu, menurut Purwanto (2019), komunikasi paling tidak melibatkan dua orang atau lebih, dan proses pemindahan pesannya dapat dilakukan dengan menggunakan cara-cara berkomunikasi yang biasa dilakukan oleh seseorang melalui lisan, tulisan, maupun sinyal-sinyal nonverbal. Komunikasi adalah sebuah proses pengiriman pesan dari satu pihak, yaitu pengirim pesan (komunikator), kepada pihak yang lain, yaitu penerima pesan (komunikat atau audiens). Komunikasi bisa dilakukan secara tatap muka maupun tertulis dan menggunakan media tertentu. Komunikasi yang efektif terjadi bila pihak pengirim pesan dapat menyampaikan pesan dengan baik dan pesan diterima dengan tepat seperti apa yang ingin disampaikan.

Mengapa kita perlu mengetahui proses komunikasi? Karena pada praktiknya, ada peluang pesan hilang ataupun terjadi salah paham dalam proses komunikasi yang terjadi. Hal itu tentunya mengakibatkan pesan tidak tersampaikan dengan sempurna. Seorang komunikator yang baik tentunya tidak ingin hal ini terjadi. Strategi yang bisa dilakukan agar berhasil berkomunikasi secara efektif di lingkungan bisnis maupun sosial adalah dengan mempelajari dan memahami proses komunikasi, memperbaiki keterampilan dasar komunikasi (komunikasi verbal dan komunikasi nonverbal), menjadi pendengar yang baik agar dapat memberikan umpan balik yang tepat, dan memahami siapa audiens atau penerima pesan. Model proses komunikasi di bawah ini dapat membantu kita untuk memahami bagaimana pesan berpindah dari pengirim pesan ke penerima pesan.



Gambar 1.1 Proses Komunikasi

Seperti yang sudah kita lihat pada Gambar 1.1, terdapat enam langkah dalam proses komunikasi. Pertama-tama, pengirim pesan memiliki ide yang ingin disampaikan kepada penerima pesan. Ide tersebut kemudian diubah menjadi sebuah pesan melalui proses yang disebut sebagai *encoding*. Pesan yang ingin disampaikan tersebut dapat berupa kata-kata, gambar, bahasa tubuh, ataupun kombinasi ketiganya. Perubahan bentuk ide ini bertujuan memudahkan penerima pesan untuk memahami keseluruhan isi ide yang ingin disampaikan pengirim pesan. Setelah itu, pengirim menyampaikan pesan tersebut melalui saluran-saluran atau media-media yang ada kepada penerima pesan. Pesan dapat disampaikan secara lisan (berbicara) maupun tulisan (surat atau media komunikasi tulis lainnya). Media penyampaian pesan kini kian beragam, mulai dari media konvensional (tatap muka, sambungan telepon, korespondensi) hingga media komunikasi modern berbasis internet (telekonferensi, konferensi video, surat elektronik, aplikasi pesan singkat). Saluran komunikasi yang digunakan akan memengaruhi efektivitas penyampaian pesan.

Pesan kemudian diterima oleh penerima pesan, yang kemudian melakukan proses *decoding* untuk mengartikan pesan yang diterimanya. Pesan baru dapat diartikan dengan benar jika penerima pesan telah memahami isi pesan seperti yang dimaksudkan pengirim pesan. Kemudian, penerima pesan memberi tanggapan dan umpan balik ke pengirim pesan. Pengirim pesan dapat menilai efektivitas suatu pesan dari umpan balik yang disampaikan penerimanya.

Umpan balik yang diberikan bisa bermacam-macam. Misalnya saja dalam komunikasi tatap muka. Selain mendengar kata-kata, pengirim pesan dapat melihat bahasa tubuh penerima pesan. Bahasa tubuh yang dimaksud dapat berupa ekspresi wajah, senyum, tawa, anggukan kepala, raut wajah murung, atau kerynitan di dahi penerima pesan. Bahasa-bahasa tubuh tersebut dapat diartikan sebagai rasa senang, kecewa, tidak setuju, ataupun tidak paham. Sementara itu, pengirim pesan dapat mengartikan umpan balik penerima pesan melalui kata-kata dan intonasi atau nada suara penerima pesan. Dalam komunikasi tertulis, penerima pesan harus menunggu balasan tertulis dan kemudian membaca isi pesan dari pihak penerima pesan.

Agar komunikasi efektif, pengirim pesan harus dapat mengubah ide menjadi pesan dengan sangat hati-hati, menyampaikan dengan cara yang benar, dan menggunakan media yang tepat. Sebaliknya, pendengar harus dapat fokus mendengarkan agar dapat memahami isi pesan dan memberikan umpan balik dengan benar.

Setelah kita mengetahui proses-proses yang terjadi di dalam suatu komunikasi, selanjutnya kita akan mempelajari bentuk dasar komunikasi, khususnya dalam komunikasi bisnis, agar kita dapat mengubah ide menjadi pesan dengan baik.

Bentuk Dasar Komunikasi Bisnis

Bentuk dasar komunikasi yang biasa digunakan dalam dunia bisnis adalah komunikasi verbal dan komunikasi nonverbal. Komunikasi verbal adalah bentuk penyampaian pesan menggunakan kata-kata, sedangkan komunikasi nonverbal adalah bentuk penyampaian pesan menggunakan media lain selain kata.

Komunikasi Verbal

Komunikasi verbal adalah bentuk penyampaian pesan dengan menggunakan kata-kata dan biasa digunakan untuk menyampaikan pesan secara lisan maupun tertulis (berbicara, mendengar, membaca, dan menulis). Terdapat beberapa hal yang harus diperhatikan dalam komunikasi verbal.

Untuk menjalin komunikasi bisnis yang baik, gunakanlah kata-kata yang sopan dan formal. Pemilihan kata-kata yang sopan dan formal menunjukkan bahwa kita menghormati orang yang diajak bicara. Topik yang dibicarakan pun

penting untuk diperhatikan. Kita pun perlu mengingat bahwa sifat pertemuan bisnis itu formal sehingga kita sebaiknya bersikap sopan dan formal. Lihatlah sikap sopan dan formal secara universal dan dari sudut pandang penerima pesan.

Selain memilih kata-kata yang sopan dan formal, pilihlah kata yang tepat. Penggunaan kata yang tepat dapat mempermudah penerima pesan memahami tujuan komunikasi, menghindari terjadinya konflik, dan dapat mencerminkan profesionalisme pengirim pesan. Contoh, penggunaan kata 'kita' dan 'kami'. Banyak orang menggunakan kata 'kita' untuk menyatakan dirinya sebagai pengganti kata 'saya', padahal 'kita' berarti saya dan pihak yang diajak berbicara, sementara 'kami' berarti saya dan orang-orang dari pihak saya (tidak termasuk pihak yang diajak berbicara). Kata yang juga sering salah digunakan adalah 'absen' dan 'hadir'. Dalam suatu pertemuan resmi, tidak jarang kita mendengar kalimat, "Tolong isi absennya," padahal seharusnya, "Tolong isi daftar hadirnya," atau "Tolong isi presensinya."

Selain itu, untuk menghindari kesalahan dalam mengartikan pesan, lihatlah dari sudut pandang penerima pesan. Contoh, menyatakan waktu tunggu dengan kata 'sebentar' bisa berarti beda menurut pengirim pesan dan penerima pesan. Seseorang bertanya, "Prosesnya lama tidak, ya?" yang kemudian dijawab, "Sebentar, Pak." Pengirim pesan menganggap 'sebentar' sebagai 'kurang lebih satu jam', tetapi pihak penerima pesan dapat mengartikannya sebagai 'lima menit'. Sehingga bila dalam waktu lima menit ternyata belum ada jawaban, pihak penerima pesan akan merasa kecewa atau marah. Sebaiknya, jawablah pertanyaan tersebut dengan estimasi waktu, seperti, "Kurang lebih satu jam, Pak." Kata berikutnya adalah kata 'dekat'. Setibanya di bandara, seorang ibu bertanya kepada pihak penjemput, "Apakah dari bandara sudah dekat ke lokasi acara?" yang kemudian dijawab, "Sudah dekat, Bu." Maka ibu tersebut memperkirakan perjalanan akan memakan waktu tidak lebih dari 30 menit, tetapi ternyata sudah hampir satu jam perjalanan ia belum juga sampai di lokasi. Kata 'dekat' menurut pengirim pesan adalah perjalanan ditempuh selama kurang lebih satu jam. Karena pihak penjemput biasa mengantar tamu hingga lebih dari tiga jam, berarti perjalanan satu jam baginya adalah dekat, sementara pihak yang belum terbiasa merasa perjalanan itu lama sekali. Oleh karena itu, gunakanlah kata yang tepat agar tidak terjadi salah persepsi. Tidaklah sulit untuk mengatakan, "Kurang lebih satu jam perjalanan, Bu."

Jika kita sudah menggunakan kata-kata yang sopan dan tepat, perhatikan pula apakah kata yang dipilih tersebut mudah dimengerti atau tidak.

Penggunaan kata-kata yang sulit dimengerti akan menurunkan efektivitas komunikasi yang sedang berjalan. Oleh karena itu, gunakanlah kata-kata yang umum.

Dalam komunikasi bisnis, sopan santun penting sekali untuk dijaga. Sopan santun seseorang tercermin dari penggunaan kata-katanya. Hindari penggunaan kata-kata kasar dalam komunikasi bisnis. Mungkin beberapa orang terbiasa menggunakan kata-kata kasar dalam berkomunikasi. Ada pula yang tidak sengaja melontarkan kata-kata kasar karena emosi yang meluap-luap. Ubahlah kebiasaan Anda berbicara kasar dan latihlah manajemen amarah Anda agar Anda dapat mengendalikan pemilihan kata dalam berkomunikasi. Dari mana kita tahu apakah suatu kata itu kasar atau sopan? Lihatlah nilai makna kata tersebut dari sudut pandang pendengar dan masyarakat umum. Penggunaan kata-kata kasar bukan hanya akan membuat citra diri menjadi negatif, tetapi juga dapat membuat orang tersinggung, menimbulkan konflik, memperburuk hubungan dengan orang lain sehingga dapat mengakibatkan kehilangan bisnis, rekan kerja, dan sahabat. Hapus semua kata-kata kasar dari perbendaharaan kata Anda.

Bahasa yang tidak formal dan bahasa gaul biasanya hanya digunakan dalam komunikasi yang sifatnya tidak formal, seperti pertemuan sosial dan komunikasi antarpribadi. Contoh beberapa bahasa tidak formal:

- Penggunaan kata 'bro' dan 'sis' untuk menyapa.
- Penggunaan kata 'lu-gua' untuk kata ganti 'Anda' dan 'saya'.
- Penggunaan kata 'ngga' untuk kata 'tidak'.
- Penggunaan kata 'kalo' untuk kata 'kalau'.
- Penggunaan kata 'he'eh' untuk kata 'ya'.
- Penggunaan kata 'belum' untuk kata 'belum'.
- Penggunaan kata 'pengen' untuk kata 'ingin'.
- Penggunaan kata 'betul banget' untuk mengatakan 'betul sekali'.
- Bahasa gaul lainnya, seperti 'mantul', 'julid', 'mager', 'santuy', 'otw', 'tajir', dan lainnya.

Seperti yang telah dijabarkan sebelumnya, penggunaan kata 'sebentar' ataupun 'dekat' sering kali memunculkan kesalahan persepsi di antara pengirim pesan dan penerima pesan. Untuk menghindari adanya kesalahan persepsi tersebut, hindarilah kata-kata yang tidak pasti tersebut. Selain itu, penggunaan kata 'mungkin' juga sering kali menimbulkan kesalahan persepsi. Bagi penerima pesan, kata 'mungkin' dapat diartikan tidak ada kepastian. Contohnya ketika

pimpinan bertanya, "Kapan laporan bisa diselesaikan?" Apabila karyawan menjawab, "Mungkin besok pagi sudah bisa selesai," kemungkinan pimpinan Anda akan menganggap laporan tersebut belum tentu selesai besok pagi meskipun maksud Anda sebenarnya adalah laporan yang diminta dapat selesai besok pagi. Dalam kasus tersebut, sebaiknya katakan, "Besok pagi paling lambat jam 10, Pak."

Hal terakhir yang sebaiknya kita hindari dalam komunikasi bisnis adalah penggunaan jargon. Jargon adalah kosakata khusus yang biasanya digunakan di bidang industri atau perusahaan, profesi atau komunitas tertentu, yang belum tentu dipahami oleh pihak penerima pesan. Jargon hanya digunakan pada waktu berkomunikasi dengan orang-orang yang memiliki latar belakang pengetahuan, pendidikan, atau pengalaman di bidang yang sama atau dengan latar belakang profesi dan komunitas yang sama. Jika kata-kata tersebut ingin atau perlu digunakan dalam komunikasi dengan orang yang memiliki latar belakang yang berbeda, sebaiknya terjemahkan atau jelaskan maksud dari jargon yang digunakan agar tidak menimbulkan kesalahpahaman.

Komunikasi Nonverbal

Komunikasi nonverbal adalah bentuk komunikasi, di mana pesan disampaikan tidak dengan kata-kata, tetapi menggunakan bahasa tubuh, sinyal-sinyal pesan lainnya, penampilan, dan melalui cara bicara. Komunikasi nonverbal sifatnya kurang terstruktur dan lebih bersifat spontan, tetapi memiliki pengaruh yang lebih besar daripada komunikasi verbal karena komunikasi nonverbal memiliki keunggulan dalam hal kebenaran atau validitasnya.

Tidak seperti komunikasi verbal, di mana kata-kata yang diucapkan lebih mudah diatur, komunikasi nonverbal disampaikan secara spontan sesuai dengan apa yang sedang dirasakan dan dipikirkan. Misalnya ketika Anda mencium aroma yang kurang sedap, tangan Anda secara tidak sadar akan bergerak menutup hidung. Atau pada waktu mendengar cerita yang lucu, secara spontan kita akan tersenyum atau tertawa. Anna Jaskolka (2012) menyatakan bagaimana kita mengetahui siapa yang berbohong adalah dengan melihat bahasa tubuhnya. Seseorang tanpa sadar mungkin akan mengusap atau menyentuh ujung hidungnya ketika berbohong. Itulah mengapa dalam komunikasi bisnis, seseorang seringkali lebih memercayai isyarat nonverbal daripada kata-kata yang disampaikan. Dapat disimpulkan bahwa dengan memperhatikan komunikasi nonverbal, kita dapat memahami bahasa isyarat yang disampaikan,

memahami makna dibalik kata-kata yang disampaikan, bahkan mendeteksi kejujuran seseorang. Selain itu, sebagai seorang komunikator, kita harus belajar bagaimana menggunakan bahasa tubuh dengan baik.

Komunikasi nonverbal erat kaitannya dengan komunikasi verbal. Selain kata-kata yang diucapkan, suatu pesan juga disampaikan melalui sinyal-sinyal nonverbal. Contoh, ketika seseorang mengatakan “Senang berjumpa dengan Ibu.” Selain kata-kata yang diucapkan, kita dapat melihat ekspresi wajahnya yang menunjukkan rasa senang, pandangan mata yang berbinar, senyum lebar yang tulus, dan genggaman jabat tangan yang erat sehingga komunikasi nonverbal dapat digunakan untuk mempertegas, melengkapi, dan mengembangkan komunikasi verbal.

Karena sinyal-sinyal nonverbal tersebut bersifat universal, komunikasi nonverbal dinilai lebih efisien karena pihak-pihak yang terlibat dalam suatu komunikasi dapat memahami arti pesan yang disampaikan dengan lebih cepat. Komunikasi nonverbal tidak selalu terikat dengan komunikasi verbal, yaitu melalui penggunaan bahasa isyarat. Contoh, kita ingin menyampaikan sesuatu ketika rapat tengah berlangsung. Kita cukup mengangkat tangan dan pihak moderator pun paham bahwa kita ingin bertanya atau menyampaikan sesuatu sehingga ia akan memberi kesempatan untuk berbicara atau bertanya pada kita. Tersenyum menandakan rasa bahagia, menggelengkan kepala menandakan tidak, menganggukkan kepala menandakan setuju atau paham, bertopang dagu dengan tatapan kosong menandakan seseorang sedang melamun, dan masih banyak bentuk komunikasi nonverbal lainnya. Komunikasi nonverbal juga dapat digunakan sebagai tanda, seperti simbol dilarang merokok, wajib memakai masker, toilet pria/wanita, dilarang masuk, dan lainnya.

Komunikasi Nonverbal—Visual

"The most important thing in communication is hearing what isn't said."

—Peter Drucker

Beberapa hal yang harus diperhatikan dari komunikasi nonverbal—visual adalah segala sesuatu yang dapat terlihat pada waktu kita berbicara, seperti *body language* atau bahasa tubuh dan penampilan. Mari kita bahas satu per satu.

► Ekspresi Wajah

Sesuaikan ekspresi wajah dengan konten, yaitu apa yang sedang dibicarakan. Ketika mengomunikasikan hal yang menyenangkan, tunjukkanlah ekspresi

wajah gembira. Sebaliknya, untuk hal yang memprihatinkan atau berita sedih, tunjukkan wajah bersimpati atau sedih. Agar ekspresi wajah sesuai dengan konten, pahami apa yang sedang disampaikan, dengarkan pesan dengan baik dan penuh empati. Secara umum, tunjukkanlah ekspresi wajah ramah ketika berkomunikasi dan hindari ekspresi wajah yang menunjukkan rasa tidak suka, sinis, cemberut, kesal, genit, atau letih.

► **Kontak Mata**

Pada waktu berkomunikasi, jangan lupa untuk melakukan kontak mata, yaitu melihat mata rekan bicara. Adanya kontak mata menunjukkan kita sedang berkomunikasi dengannya, memperhatikan, dan mendengarkannya. Hindari pandangan mata yang kosong, mata terus berkedip, dan pandangan mata yang tidak fokus. Ketika berkomunikasi melalui konferensi video, arahkan pandangan mata ke kamera telepon genggam, laptop, atau komputer.

► **Postur**

Berdiri atau duduklah dengan punggung tegak, pandangan wajah lurus ke depan atau menghadap orang yang berbicara dengan kita. Postur yang tegak membantu kita menjadi lebih fokus, menunjukkan kepercayaan diri, tampak lebih energik, dan berpenampilan lebih baik. Hindari postur tubuh membungkuk karena hal itu memberi kesan malas, letih, dan tidak percaya diri. Ketika berdiri, sebaiknya jangan menggoyang-goyangkan badan dan ketika duduk, duduklah dengan sopan, tidak menggoyang-goyangkan kaki, berselonjor, ataupun mengangkat kaki. Untuk wanita, duduklah dengan posisi kaki rapat dan atur posisi baju Anda agar tidak memperlihatkan paha Anda.

► **Gestur**

Tampilkanlah gerak-gerik tubuh yang sopan. Tunjukkan kita menghargai orang yang berbicara dengan kita. Gestur yang baik dan sopan akan membuat pesan lebih jelas dan membuat orang yang berbicara dengan kita merasa lebih nyaman serta dihargai. Beberapa gestur yang sopan ketika berbicara dalam komunikasi bisnis adalah:

- berdiri dengan jarak yang cukup (jangan terlalu dekat ataupun terlalu jauh),
- ketika berdiri, posisikan tangan di depan tubuh dengan mengaitkan jari-jari tangan atau salah satu tangan memegang pergelangan tangan lainnya dan posisikan tangan Anda di pusar,
- ketika duduk, tangan diletakkan di pangkuan atau di atas meja.

Sementara itu, gestur yang kurang sopan dan harus dihindari adalah:

- posisi berdiri terlalu dekat dengan orang yang sedang berbicara dengan kita,
- tangan bersedekap,
- tangan dimasukkan ke dalam kantong,
- posisi tangan ke belakang,
- bertopang dagu,
- menunjuk-nunjuk dengan jari telunjuk (bila ingin menunjukkan sesuatu, sebaiknya gunakan telapak tangan kanan),
- menggaruk-garuk,
- memainkan alat tulis,
- sibuk dengan telepon genggam,
- menguap/batuk/bersin tanpa tutup mulut (sebaiknya tutup mulut dengan menggunakan punggung tangan kiri karena tangan kanan akan digunakan untuk bersalaman atau memegang dokumen kerja),
- menunjukkan sikap gelisah,
- memainkan jari tangan,
- mengetuk-ngetuk meja dengan jari tangan,
- menggerak-gerakkan kursi yang dapat diputar.

► Gerakan Tangan

Gerakan tangan biasanya digunakan untuk memperkuat komunikasi verbal. Pastikan gerakan tangan tepat, tidak berlebihan, dan sopan. Cobalah katakan 'merdeka' tanpa menggerakkan tangan, lalu sekali lagi ucapkan kata yang sama dengan menggenggam erat tangan kanan sambil dihentakkan. Berbeda bukan? Atau bayangkan situasi di mana Anda sedang menghadapi masalah, lalu coba katakan, "Saya kuat. Saya pasti bisa," dengan cara seperti di atas.

► Penampilan

Agar tercipta komunikasi bisnis yang baik, perhatikan penampilan Anda agar selalu rapi, bersih, serasi, dan profesional. Perhatikan kebersihan dan kerapihan penampilan dari ujung rambut hingga sepatu Anda. Rambut hendaknya ditata rapi dan selalu dalam kondisi bersih; wajah bersih dan bagi wanita, gunakan riasan wajah yang sederhana; tidak bau mulut; tidak bau badan; tidak bau kaki; kebersihan kuku tangan terjaga; dan potong pendeklah kuku Anda. Pastikan pakaian dalam kondisi baik, bersih, dan tidak bau; disetrika licin; dan dikenakan dengan rapi. Bila memakai seragam kantor, pakailah dengan rapi dan rawat

seragam dengan baik. Perhatikan pula kebersihan sepatu, apakah sol sepatu dalam keadaan baik, dan apakah sepatu dalam kondisi layak pakai.

Busana dan tampilan Anda adalah cermin diri Anda dan perusahaan. Sesuaikan busana dan penampilan secara keseluruhan dengan acara, tempat pertemuan, dan jabatan orang yang akan dijumpai. Cara berbusana dan menampilkan diri di lingkungan bisnis secara visual mengomunikasikan bagaimana kita menghargai diri sendiri, orang lain (orang yang berinteraksi dengan kita), dan pertemuan yang dihadiri. Bila kita ingin orang lain menghargai kita, mulailah dengan menghargai diri sendiri, yaitu dengan menyadari citra diri seperti apa yang ingin ditampilkan. Bila menghargai orang yang berinteraksi dengan kita, pasti kita akan memperhatikan penampilan yang terbaik dan bila mengetahui bahwa pertemuan yang dihadiri adalah pertemuan penting, pasti kita akan menampilkan diri sebaik mungkin, sesuai acara.

Komunikasi Nonverbal—Cara Bicara

"The right word may be effective, but no word was ever as effective as a rightly timed pause."

—Mark Twain

Setelah mengetahui komunikasi nonverbal yang tampak, pembahasan berikutnya adalah tentang keterampilan komunikasi nonverbal yang perlu dilatih agar komunikasi berjalan dengan efektif, yaitu cara bicara atau *vocal*, bagaimana suara kita terdengar ketika bicara. Terdapat beberapa hal yang perlu diperhatikan dari cara bicara kita.

► Artikulasi

Artikulasi adalah kejelasan dalam bicara; jangan berbicara seperti orang bergumam ataupun terlalu cepat. Ucapkan huruf dan kata dengan benar. Contoh:

- 'air' bukan 'aer'
- 'Indonesia' bukan 'Endonesia' apalagi 'Indonesa'
- 'Kamis' bukan 'Kemis'
- 'hujan' bukan 'ujan'
- 'hijau' bukan 'ijo'
- 'sebentar' bukan 'bentar'
- 'seribu' bukan 'serebu'.

Selain itu, beberapa huruf juga sering salah diucapkan, seperti huruf 'v' dan 'f' yang dibaca 'p'. Gunakan bibir, rahang, dan lidah untuk mengucapkan huruf dan kata-kata dengan jelas. Sebagai latihan, coba katakan: 'aman amin imun omen eman'. Lalu, coba katakan 'kacau balau'. Bila mulut atau bibir tidak dibuka dan lidah tidak digerakkan dengan baik, kata tersebut akan terdengar menjadi 'kaco balo'. Rahang serta lidah perlu digerakkan dengan baik agar tercipta pengucapan yang tepat. Jadi, artikulasi yang baik membantu kita untuk mengucapkan huruf dan kata dengan benar, serta mempermudah orang mendengar dan mengerti kata apa yang sedang diucapkan.

► Intonasi

Intonasi adalah irama suara ketika bicara. Kata atau kalimat dapat memiliki arti yang berbeda sesuai dengan intonasinya. Contoh: kata 'baik' bisa berarti 'ya' atau 'baik-baik saja' tergantung kalimat dan intonasinya.

A: "Yohana, tolong hubungi Bapak Dharmawan!"

B: "Baik." (diucapkan dengan tegas—nada menurun—berarti 'ya'.)

A: "Apa kabar Yohana?"

B: "Baik." (diucapkan dengan senang—nada meninggi—berarti 'baik-baik saja'.)

Oleh karena itu, agar kata dan kalimat yang disampaikan tidak disalahartikan dan mudah dipahami, pastikan kata dan kalimat diucapkan dengan intonasi yang tepat.

► Jeda

Jeda adalah berhenti sesaat sebelum melanjutkan kalimat, memberi waktu kepada penerima pesan untuk istirahat dan mencerna apa yang sedang didengarkan sekaligus memberi kesempatan pada penyampai pesan untuk berpikir sejenak sebelum mengucapkan kata atau merangkai kalimat berikutnya. Berbicara tanpa henti akan terdengar monoton dan melelahkan. Dengan memberi jeda, pembicara dapat menarik perhatian pendengar sebelum menyampaikan sesuatu yang penting ataupun sesuatu yang perlu diperhatikan atau diingat. Contoh menyampaikan pesan tanpa jeda: "Saudara-saudari terhitung mulai bulan September tahun 2021 uang makan dan transportasi akan dinaikkan menjadi Rp100.000 per hari." Bandingkan dengan penyampaian pesan yang sama namun diberikan jeda di antaranya: "Saudara-saudari / terhitung / mulai bulan September tahun 2021 / uang makan dan transportasi / akan dinaikkan menjadi / Rp100.000 per hari." Terlihat bahwa pesan yang

disampaikan dengan menyisipkan jeda di antaranya menjadi lebih jelas dan mudah dipahami serta diingat.

► **Tinggi Nada Suara (Pitch)**

Ketika berbicara, kita dapat menggunakan nada tinggi atau rendah, sesuai dengan kebutuhan penyampaian pesan. Nada suara tinggi membuat suara lebih nyaring dan keras, sebaliknya nada suara rendah membuat suara lebih dalam dan pelan. Nada suara tinggi digunakan untuk memberi semangat atau memanggil seseorang yang posisinya cukup jauh dari kita. Contoh: ketika bicara dalam acara seminar motivasi, kita akan menyemangati peserta dengan berteriak, "Apa kabar semuanya?"; atau ketika ingin memanggil teman yang posisinya cukup jauh, kita akan berteriak dengan nada suara tinggi, "Rina! Rin!" Sementara itu, nada suara rendah biasanya digunakan untuk menyampaikan sesuatu yang serius atau penting dengan kecepatan bicara yang sedikit lambat. Contoh, bila kita ingin memberitahukan kesalahan seseorang, "Saya tahu rumah Saudara cukup jauh dari kantor, tapi bukan alasan untuk datang terlambat. Saya percaya Saudara bisa datang lebih awal." Apabila pesan tersebut disampaikan dengan nada suara rendah dan kecepatan bicara lambat, pesan tersebut pasti akan lebih bermakna dibandingkan bila pesan yang sama disampaikan dengan nada suara tinggi dan cara bicara yang cepat.

► **Kecepatan atau Ritme Bicara**

Variasikan kecepatan berbicara agar tidak monoton. Selain sulit untuk dipahami, bicara terlalu cepat membuat pendengar cepat merasa lelah dan memberi kesan si pembicara kurang percaya diri. Terlebih bila dibarengi dengan suara nafas yang terengah-engah, pembicara berkesan tidak bisa mengendalikan emosinya sehingga kurang nyaman didengar. Bicara terlalu lambat pun akan membuat pendengarnya bosan dan mengantuk. Bicara terlalu cepat atau terlalu lambat secara terus-menerus membuat konsentrasi pendengar terpecah. Sebaiknya variasikan kecepatan bicara agar pesan dapat lebih mudah dimengerti dan nyaman didengar. Hal-hal yang umum bisa disampaikan dengan lebih cepat, sedangkan hal yang penting atau kalimat yang perlu dicerna oleh pendengar disampaikan dengan lambat. Contoh: "Sesuai hasil rapat Direksi / diputuskan / kantor cabang S u r a b a y a / akan diresmikan tanggal / d u a J a n u a r i d u a r i b u d u a p u l u h s a t u." Kata 'Surabaya' dan '2 Januari 2021' merupakan informasi yang penting sehingga pengucapannya diperlambat.

► Volume Suara

Volume suara adalah keras suara yang terdengar ketika berbicara. Pastikan suara kita bisa didengar dengan jelas, tidak perlu berteriak atau bicara terlalu keras, dan jangan juga bicara terlalu pelan. Perhatikan ruang dan lingkungan serta jarak bicara. Biasanya, bila berada di ruangan terbuka, kita cenderung bicara dengan suara yang lebih keras. Pada situasi ini, pekalah dengan suara kita. Perhatikan jarak dengan lawan bicara, bila jaraknya dekat, kita tidak perlu berbicara terlalu keras. Begitu pula ketika sedang berada di ruang publik.

► Slang

Dalam komunikasi nonverbal, slang dikenal dengan istilah filler words atau kata-kata selipan yang digunakan saat kita berpikir sejenak sebelum melanjutkan kalimat, atau pengisi jeda yang tidak ada artinya (seperti 'ee', 'mmm', 'apa namanya', 'nah'). Slang biasa digunakan di awal atau di akhir kalimat. Contoh: "Baik, presentasi akan dilakukan hari Senin pukul 9.00. Jangan lupa siapkan materi dan alat-alat pendukungnya, mmm, seperti proposal, laptop, proyektor. Nanti santai saja presentasinya, biar tidak tegang gitu."

► Dialek

Dialek adalah variasi bahasa menurut asal daerah pemakai. Setiap bahasa memiliki dialek yang menjadi ciri khas bagi warga, bangsa, atau suku tertentu. Gunakan dialek yang tepat sesuai dengan bahasa yang digunakan.



Rangkuman

- Komunikasi adalah sebuah proses pengiriman pesan dari satu pihak, yaitu pengirim pesan (komunikator), kepada pihak yang lain, yaitu penerima pesan (komunikasi atau audiens). Komunikasi bisa dilakukan secara tatap muka maupun tertulis dan menggunakan media tertentu. Komunikasi yang efektif terjadi bila pihak pengirim pesan dapat menyampaikan pesan dengan baik dan pesan diterima dengan tepat seperti apa yang ingin disampaikan.
- Strategi yang bisa dilakukan agar berhasil berkomunikasi secara efektif di lingkungan bisnis maupun sosial adalah dengan mempelajari dan memahami proses komunikasi, memperbaiki keterampilan dasar komunikasi (komunikasi verbal dan komunikasi nonverbal), menjadi pendengar yang baik agar dapat memberikan umpan balik yang tepat, dan memahami siapa audiens atau penerima pesan.
- Bentuk dasar komunikasi yang biasa digunakan dalam dunia bisnis adalah komunikasi verbal dan komunikasi nonverbal. Komunikasi verbal adalah bentuk penyampaian pesan menggunakan kata-kata, sedangkan komunikasi nonverbal adalah bentuk penyampaian pesan menggunakan media lain selain kata.
- Hal yang perlu diperhatikan dalam komunikasi verbal adalah penggunaan kata-kata yang sopan dan formal, pemilihan kata yang tepat, dan penggunaan kata yang mudah dimengerti. Sementara itu, untuk menjalin komunikasi verbal yang efektif, pembicara sebaiknya menghindari kata-kata yang kasar, tidak formal, tidak pasti, dan penggunaan jargon.
- Komunikasi nonverbal bersifat kurang terstruktur dan spontan sehingga dianggap lebih valid daripada komunikasi verbal. Komunikasi nonverbal dapat digunakan untuk melengkapi dan mengembangkan komunikasi verbal.



- Bentuk komunikasi nonverbal yang dapat terlihat adalah ekspresi wajah, kontak mata, postur, gestur, gerakan tangan, serta penampilan yang rapi, bersih, serasi, dan profesional.
- Cara bicara juga termasuk ke dalam komunikasi nonverbal. Oleh karena itu, perhatikan artikulasi, intonasi, jeda, tinggi nada, kecepatan atau ritme bicara, volume, slang, dan dialek ketika berkomunikasi.

Pertanyaan Penguji Pemahaman

1. Jelaskan bagaimana proses komunikasi terbentuk!
2. Ada dua bentuk dasar komunikasi yang biasanya digunakan dalam komunikasi bisnis. Apa yang dimaksud dengan komunikasi verbal dan nonverbal?
3. Jelaskan bentuk komunikasi nonverbal visual dan *vocal*!
4. Komunikasi nonverbal erat kaitannya dengan komunikasi verbal, jelaskan maksud dari pernyataan tersebut dan beri contoh!

Latihan

1. Latihan verbal: ucapkan huruf A sampai Z dengan artikulasi yang jelas.
2. Ucapkan kata-kata di bawah ini dengan intonasi yang berbeda sehingga memperdengarkan arti yang berbeda:
 - a. Selamat pagi (nada senang dan nada kesal/malas)
 - b. Terima kasih (nada gembira dan nada basa-basi)
 - c. Hati-hati (nada menyampaikan pesan untuk berhati-hati dan nada terkejut karena melihat kamera yang dipegang teman hampir jatuh)
 - d. Kamu bilang apa? (nada marah dan nada permintaan untuk mengulang pesan)
 - e. Bagus (nada pujian dan nada memanggil teman bernama 'Bagus')
3. Lakukan bersama seorang teman. Masing-masing pihak menuliskan pesan singkat dan ekspresi dari pesan tersebut di selembar kertas.

Setelah itu, peragakan pesan yang telah Anda tulis dan minta teman Anda untuk menebak apa maksud dari komunikasi nonverbal yang Anda peragakan. Apakah teman Anda dapat menebak dengan tepat? Bila teman Anda dapat menebak dengan tepat, berarti Anda dapat mengomunikasikan pesan dengan baik. Lakukan secara bergantian.

4. Kutip sebuah artikel pendek di media cetak yang ada keterangan tanggal, periode, nilai Rupiah atau Dolar, atau nama orang. Bacakan atau ceritakan kembali artikel tersebut kepada teman Anda. Setelah teman Anda mendengarkan, tanyakan poin-poin penting dari artikel tersebut, apakah teman Anda dapat mengingat hal-hal penting dari apa yang baru saja didengarnya? Lakukan secara bergantian.

Istilah Penting

audiens	intonasi	<i>pitch</i>
artikulasi	jargon	postur
bahasa tubuh	jeda	<i>slang</i>
<i>decoding</i>	komunikator	<i>vocal</i>
<i>encoding</i>	komunikasi nonverbal	volume suara
<i>filler words</i>	komunikasi verbal	
gestur	kontak mata	

Referensi Lanjutan

- Bovee, Cortland L., John V. Thill. 2013. *Komunikasi Bisnis Edisi ke-9*. Jakarta: Penerbit Indeks. h.13—14, 67.
- Dharmawan, Yohana Purnama, Hendriyani. 2014. *Public Speaking Edisi ke-2*. Jakarta: Penerbit Universitas Terbuka. h. 8.2—8.17, 8.47—8.55.
- Guffey, Mary Ellen, Kathleen Rhodes, Patricia Rogin. 2005. *Komunikasi Bisnis: Proses dan Produk Edisi ke-4*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat. h. 8—9.
- Jaskolka, Anna. 2012. *The Picture Book of Body Language*. Inggris: Foulsham. p.161—162.
- Purwanto, Djoko. 2019. *Komunikasi Bisnis Edisi ke-5*. Jakarta: Penerbit Erlangga. h. 5—14, 61—67.
- <https://kbbi.web.id/dialek>

Keterampilan dalam Mendengarkan dan Memahami Siapa Penerima Pesan



Tujuan Pembelajaran

Setelah mempelajari bagian ini, pembaca dapat:

- Memahami pentingnya menjadi pendengar yang baik dan mengetahui bagaimana mendengarkan dengan baik.
- Menjadi pendengar yang baik dalam proses komunikasi yang efektif.
- Mengetahui hal apa saja yang perlu diketahui tentang pihak penerima pesan agar komunikasi menjadi efektif.

Sebagaimana disampaikan di Bab 1, setidaknya ada dua pihak yang terlibat di dalam suatu komunikasi, yaitu pengirim pesan dan penerima pesan. Pesan dapat diterima dan direspons dengan tepat bila pihak pengirim menyampaikannya dengan komunikasi verbal dan nonverbal yang tepat dan pihak penerima mendengarkan pesan dengan baik. Mendengar berbeda dengan mendengarkan, mendengar jauh lebih mudah daripada mendengarkan karena mendengar hanya menangkap suara melalui telinga, sedangkan mendengarkan mencakup memperhatikan dan menyimak apa yang disampaikan seseorang. Untuk itu, agar komunikasi menjadi efektif, mari kita pelajari bagaimana menjadi pendengar yang baik.

►► Keterampilan dalam Mendengarkan

Seorang komunikator yang baik adalah seseorang yang memiliki keterampilan dalam mendengarkan. Mendengarkan bukan hanya mendengar kata-kata yang diucapkan atau komunikasi verbal, tetapi juga komunikasi nonverbal, bahasa tubuh, dan cara bicara atau penyampaian pesan. Demikian juga ketika mendengarkan, pihak penerima pesan menggunakan komunikasi nonverbal berupa bahasa tubuh untuk merespons apa yang didengarnya. Dengan demikian, pihak pengirim pesan dapat mengetahui apakah pesan yang disampaikan dipahami oleh penerima pesan, bagaimana reaksi penerima pesan atas pesan yang disampaikan, atau apakah penerima pesan ingin bertanya. Di lain sisi, penerima pesan juga dapat menilai apakah pesan yang didengar adalah fakta atau bohong, harus dijawab serius atau tidak, dan lainnya. Mendengarkan dengan baik membuat komunikasi menjadi efektif. Dalam komunikasi, ada beberapa tujuan mendengarkan:

- Mendengarkan isi berarti penerima pesan memahami dan menguasai pesan yang disampaikan.
- Mendengarkan dengan kritis berarti selain memahami pesan, penerima pesan juga mengevaluasi arti pesan yang disampaikan.
- Mendengarkan dengan empati berarti penerima pesan memahami perasaan, kebutuhan, dan keinginan pihak yang menyampaikan pesan.

Sehingga ada beberapa hal yang bisa dilakukan agar dapat mendengarkan dengan baik sesuai tujuannya.

Keterampilan dalam Mendengarkan dan Memahami Siapa Penerima Pesan

► Fokus dan Konsentrasi

Seorang pendengar yang baik harus fokus dan berkonsentrasi ketika mendengarkan. Tidak dapat dipungkiri, sering kali ada gangguan yang membuat kita tidak dapat fokus maupun berkonsentrasi. Gangguan tersebut bisa datang dari diri sendiri (ada sesuatu yang ingin disampaikan atau sedang memikirkan hal lain) dan dapat pula datang dari luar (suasana ramai atau suara bising di lokasi). Untuk itu, ada beberapa cara yang bisa kita lakukan agar dapat fokus dan berkonsentrasi pada waktu mendengarkan.

- **Mencatat.** Catat hal-hal penting dari apa yang disampaikan ketika komunikasi berlangsung.
- **Kontak mata.** Pandangan mata tertuju pada orang yang sedang bicara, berusaha untuk tidak terganggu dengan hal-hal yang ada di sekitar kita.
- **Tidak memikirkan hal lain.** Ketika pikiran sudah mulai tidak fokus, segera alihkan kembali untuk mendengarkan.
- **Hindari gangguan yang dapat membuat kita tidak bisa fokus.** Gangguan-gangguan tersebut dapat berupa telepon genggam atau laptop. Bila Anda adalah orang yang tidak bisa lepas dari perangkat elektronik tersebut, jauhkan atau tutup laptop dan atur telepon genggam dalam keadaan hening.

► Berpikiran Terbuka

Menerima ide atau pendapat orang lain. Terlalu cepat menolak pendapat seseorang membuat pikiran kita memikirkan hal lain sehingga tidak dapat mendengarkan semua yang sedang disampaikan.

► Melihat dari Sudut Pandang Pembicara

Ingat bahwa setiap orang memiliki latar belakang, pengalaman, tujuan, cara, dan kebiasaan yang berbeda dengan kita. Jangan berekspektasi setiap orang harus bicara sesuai dengan keinginan kita.

► Jangan Mengambil Kesimpulan Sebelum Pembicara Selesai Bicara

Bersabar dan dengarkan hingga pembicara selesai bicara agar kita dapat memahami apa yang disampaikan.

► Jangan Memikirkan Apa yang Akan Ditanyakan atau Apa yang Akan Saya Katakan Sebelum Pembicara Selesai Bicara

Otak kita bisa memikirkan sesuatu sementara kita sedang mendengar orang bicara. Namun ketika seseorang belum selesai bicara dan kita mulai memikirkan

pertanyaan atau sanggahan atas pernyataannya, kita tidak bisa mendengarkan secara lengkap apa yang disampaikan. Hasilnya, pertanyaan atau pernyataan kita kurang baik.

▶ **Jangan Memotong Pembicaraan**

Bila ingin bertanya atau menginterupsi, lakukanlah dengan sopan. Biasanya, Anda dapat mengangkat tangan atau berkata 'maaf' sambil mengangkat tangan. Ingat, lakukan interupsi hanya bila betul-betul perlu.

▶ **Jangan Memandang Rendah atau Tidak Suka terhadap Pembicara**

Ketika kita sudah mulai tidak percaya, merendahkan kemampuan seseorang, atau (dengan alasan tertentu) tidak menyukai orang yang sedang bicara, akan sulit bagi kita untuk bisa mendengarkan dengan baik.

▶ **Menyadari Tujuan Komunikasi Adalah untuk Menjalin Hubungan**

Dalam bisnis, penting bagi kita untuk dapat menunjukkan sikap respek dan hormat pada orang lain. Melalui mendengarkan dengan baik, seseorang akan merasa dihargai dan hubungan bisnis maupun antarpribadi dapat terjaga.

Dengan menjadi pendengar yang baik, kita dapat menjawab atau merespons dengan tepat sehingga komunikasi menjadi efektif. Selain itu, seorang komunikator harus fleksibel ketika berkomunikasi, ketahui siapa yang menerima pesan dan berusaha untuk menyesuakannya.

▶▶ **Kenali Penerima Pesan Anda**

Agar pengirim pesan dapat menyampaikan pesan dengan efektif, ia perlu mengetahui siapa orang yang akan menerima pesannya. Hal-hal yang harus diketahui tentang penerima pesan dalam komunikasi bisnis adalah usia; jenis kelamin; latar belakang pendidikan, pekerjaan, dan pengalamannya; status ekonomi dan gaya hidupnya; serta latar belakang budayanya.

▶ **Usia**

Apakah penerima pesan masih muda atau sudah senior? Mengetahui usia penerima pesan memudahkan komunikator untuk menyapanya. Dalam bisnis, biasanya kita menyapa rekan bisnis kita dengan sebutan 'Bapak' atau 'Ibu' untuk orang yang usianya lebih senior atau orang yang kita hormati. Kita

Keterampilan dalam Mendengarkan dan Memahami Siapa Penerima Pesan

dapat menyapa rekan bisnis dengan sapaan 'Saudara' atau 'Saudari' jika ia berusia lebih muda atau setara. Sebagai pelaku bisnis, tentunya kita perlu menunjukkan rasa hormat dan respek pada orang yang diajak bicara, terutama orang yang lebih senior.

► **Gender atau Jenis Kelamin**

Apakah penerima pesan pria atau wanita? Mengetahui jenis kelamin orang yang diajak berkomunikasi membuat kita tidak salah memilih kata sapaan. Pada situasi komunikasi tatap muka, sangat mudah bagi kita untuk dapat segera mengetahui siapa orang yang berbicara dengan kita. Namun ketika komunikasi terjadi melalui telepon atau surat, kita perlu mengetahui dengan tepat siapa penerima pesan agar tidak salah memilih kata sapaan.

► **Latar Belakang Pendidikan, Pekerjaan, dan Pengalaman**

Apakah penerima pesan memiliki latar belakang pendidikan, pekerjaan, atau pengalaman bekerja di bidang yang sedang dikomunikasikan? Contoh, seorang dokter dapat berkomunikasi dengan dokter lainnya menggunakan istilah-istilah kedokteran, tetapi ketika berkomunikasi dengan orang yang tidak memiliki latar belakang pendidikan, pekerjaan, maupun pengalaman dalam bidang kesehatan, perlu dipikirkan kembali bagaimana ia dapat menyampaikan dan menjelaskan pesan yang ingin disampaikan agar komunikasi menjadi efektif.

► **Strata Ekonomi dan Gaya Hidup**

Untuk seorang tenaga penjual atau dalam komunikasi antarpribadi, mengetahui strata sosial dan gaya hidup orang yang diajak berkomunikasi tidak hanya akan membuat komunikasi menjadi efektif, tetapi juga dapat membuat hubungan antarpribadi menjadi lebih baik.

► **Latar Belakang Budaya**

Budaya mencakup berbagai aspek kehidupan manusia, terutama yang berhubungan dengan dimensi hubungan antarmanusia. Pelajari bahasa, konsep waktu, cara berpakaian, makanan, agama, kepercayaan, etika, nilai dan hukum, satuan kerja, lembaga ekonomi dan bisnis, konteks budaya, konsep jarak komunikasi, bahasa tubuh, perilaku sosial, perilaku etis, serta perbedaan budaya perusahaan lawan bicara kita. Negara dengan konteks budaya tinggi, seperti Jepang, lebih banyak bergantung pada komunikasi nonverbal. Sementara negara dengan konteks budaya rendah, seperti Amerika Serikat, sangat bergantung pada komunikasi verbal.

Dengan mengetahui secara tepat siapa penerima pesan, pengirim pesan tidak akan salah menyapa serta tepat dalam menulis nama dan gelar akademik ketika berkirim surat. Pengirim pesan dapat menggunakan tata bahasa, istilah, atau contoh-contoh yang tepat dengan mengetahui latar belakang pendidikan, pekerjaan, dan pengalaman penerima pesan. Pemahaman gaya hidup dan strata atau tingkat ekonomi penerima pesan sangat berguna dalam menawarkan produk atau jasa sehingga perusahaan dapat menawarkan produk atau jasanya pada pelanggan dengan cara yang tepat. Mengetahui latar belakang budaya penerima pesan, khususnya budaya global, memudahkan pengirim pesan menyesuaikan bahasa, etiket, maupun komunikasi nonverbal yang digunakan.



Rangkuman

- Mendengar berbeda dengan mendengarkan, mendengar jauh lebih mudah daripada mendengarkan karena mendengar hanya menangkap suara melalui telinga, sedangkan mendengarkan mencakup memperhatikan dan menyimak apa yang disampaikan seseorang.
- Beberapa tujuan mendengarkan: (1) Mendengarkan isi berarti penerima pesan memahami dan menguasai pesan yang disampaikan; (2) Mendengarkan dengan kritis berarti selain memahami pesan, penerima pesan juga mengevaluasi arti pesan yang disampaikan; (3) Mendengarkan dengan empati berarti penerima pesan memahami perasaan, kebutuhan, dan keinginan pihak yang menyampaikan pesan.
- Ada beberapa hal yang bisa dilakukan agar dapat mendengarkan dengan baik sesuai tujuannya: (1) fokus dan konsentrasi; (2) berpikiran terbuka; (3) melihat dari sudut pandang pembicara; (4) jangan mengambil kesimpulan sebelum pembicara selesai bicara; (5) jangan memikirkan apa yang akan ditanyakan atau apa yang akan saya katakan sebelum pembicara selesai bicara; (6) jangan memotong pembicaraan; (7) jangan memandang rendah atau tidak

Keterampilan dalam Mendengarkan dan Memahami Siapa Penerima Pesan

suka terhadap pembicara; (8) menyadari tujuan komunikasi adalah untuk menjalin hubungan.

- Agar pengirim pesan dapat menyampaikan pesan dengan efektif, ia perlu mengetahui siapa orang yang akan menerima pesannya. Hal-hal yang harus diketahui tentang penerima pesan dalam komunikasi bisnis adalah usia; jenis kelamin; latar belakang pendidikan, pekerjaan, dan pengalamannya; status ekonomi dan gaya hidupnya; serta latar belakang budayanya.

Pertanyaan Penguji Pemahaman

1. Bagaimana cara untuk menjadi pendengar yang baik?
2. Apa yang sebaiknya dilakukan agar dapat fokus ketika mendengarkan?
3. Agar komunikasi menjadi efektif, sebaiknya komunikator mengetahui siapa pihak yang menerima pesan. Hal apa saja yang harus diketahui tentang pihak penerima pesan dalam komunikasi bisnis?

Latihan

1. Kutip sebuah artikel pendek di media cetak yang ada keterangan tanggal, periode, nilai Rupiah atau Dolar, atau nama orang. Bacakan atau ceritakan kembali artikel tersebut kepada teman Anda. Setelah teman Anda mendengarkan, tanyakan poin-poin penting dari artikel tersebut, apakah teman Anda dapat mengingat hal-hal penting dari apa yang baru saja didengarnya? Lakukan secara bergantian.
2. Lakukan aktivitas kelompok. Tonton film-film Korea, Jepang, Amerika, atau film pilihan lainnya bersama-sama. Perhatikan bagaimana cara mereka berpakaian, bahasa tubuh, cara makan, cara menghargai orang yang lebih tua, cara bekerja, dan hal-hal lainnya. Lalu diskusikan dengan kelompok Anda, apa perbedaan budaya yang terlihat dan dapat Anda pelajari dari aktivitas ini.

Istilah Penting

mendengar	mendengarkan dengan empati	mendengarkan isi
mendengarkan	mendengarkan dengan kritis	penerima pesan

Referensi Lanjutan

- Bovee, Cortland L., John V. Thill. 2013. *Komunikasi Bisnis Edisi ke-9*. Jakarta: Penerbit Indeks. h.13—14, 67.
- Dharmawan, Yohana Purnama, Hendriyani. 2014. *Public Speaking Edisi ke-2*. Jakarta: Penerbit Universitas Terbuka. h. 8.2—8.17, 8.47—8.55.
- Guffey, Mary Ellen, Kathleen Rhodes, Patricia Rogin. 2005. *Komunikasi Bisnis: Proses dan Produk Edisi ke-4*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat. h. 8—9.
- Jaskolka, Anna. 2012. *The Picture Book of Body Language*. Inggris: Foulsham. p.161—162.
- Purwanto, Djoko. 2019. *Komunikasi Bisnis Edisi ke-5*. Jakarta: Penerbit Erlangga. h. 5—14, 61—67.

BAGIAN II

Komunikasi di Lingkungan Bisnis

"Your ability to communicate with others will account for fully 85% for your success in your business and in your life."

—Brian Tracy

Bab 3

Komunikasi Antarpribadi dan Komunikasi Bisnis



Tujuan Pembelajaran

Setelah mempelajari bagian ini, pembaca dapat:

- Memahami perbedaan komunikasi antarpribadi dan komunikasi bisnis.
- Memahami tujuan komunikasi antarpribadi di lingkungan bisnis.
- Memahami tujuan komunikasi bisnis.
- Memahami pola komunikasi dalam perusahaan.
- Memahami dan dapat melakukan komunikasi secara efektif di lingkungan bisnis.
- Melakukan komunikasi yang sopan di lingkungan bisnis.

Komunikasi di lingkungan bisnis bertujuan untuk mencapai tujuan perusahaan dan membina hubungan baik. Dengan mengetahui etiket dan sopan santun dalam komunikasi di lingkungan bisnis, maka tujuan komunikasi dapat tercapai. Komunikasi dapat dilakukan secara lisan maupun tulisan dan pada pertemuan yang sifatnya formal maupun tidak formal. Contoh pertemuan yang bersifat formal adalah komunikasi dalam rapat, konferensi, dan pidato. Sedangkan contoh pertemuan yang tidak formal adalah komunikasi antarpribadi, seperti komunikasi dalam pertemuan sosial. Pesan formal dalam lingkungan bisnis bertujuan untuk membicarakan hal-hal bisnis, sementara pesan tidak formal bisa digunakan untuk membicarakan hal-hal yang berkaitan dengan bisnis, pribadi, maupun topik-topik umum yang bertujuan untuk memperlancar bisnis dan mempererat hubungan. Media yang digunakan bisa media konvensional dan media yang berbasis internet.

Komunikasi di lingkungan bisnis dapat dilakukan dengan pihak internal perusahaan, seperti antara atasan dengan bawahan, manajer antardepartemen, antarkaryawan; maupun dengan pihak eksternal perusahaan, seperti konsumen, supplier, relasi perusahaan, masyarakat, ataupun komunitas yang berhubungan dengan perusahaan, pihak pemerintahan, dan media. Etiket dan sopan santun sangat penting untuk diperhatikan dalam komunikasi di lingkungan bisnis.

Komunikasi Antarpribadi

Komunikasi antarpribadi adalah komunikasi yang dilakukan antara seseorang dan orang lain, atau komunikasi yang dilakukan oleh dua orang atau lebih, dalam suatu masyarakat maupun organisasi, bisnis maupun nonbisnis. Komunikasi dapat dilakukan secara tatap muka ataupun menggunakan media tertentu, baik media konvensional (telepon, surat, atau memo), maupun media internet (telepon seluler, aplikasi pesan singkat, panggilan video, konferensi video, dan surel). Bahasa yang digunakan biasanya tidak formal dan mudah dipahami, bisa menggunakan bahasa gaul, bahasa daerah, ataupun bahasa campuran, disesuaikan dengan siapa yang diajak bicara. Contoh, bila pihak yang diajak bicara berasal dari kota Surabaya dan kita bisa berbahasa 'Suroboyoan', kita bisa menggunakan bahasa tersebut untuk berkomunikasi agar hubungan menjadi lebih akrab.

Komunikasi antarpribadi yang dilakukan di masyarakat atau dalam pertemuan sosial bertujuan untuk membina hubungan baik dan lebih bersifat

personal (pribadi). Sementara itu, komunikasi antarpribadi yang terjadi di dalam organisasi atau perusahaan tidak hanya memiliki tujuan yang terkait dengan bisnis. Komunikasi antarpribadi yang terjadi pun dapat digunakan untuk membina hubungan baik dengan rekan kerja. Itu berarti, topik bahasan yang dapat diangkat dalam komunikasi antarpribadi di dalam organisasi atau perusahaan pun sangat bervariasi dan dapat disesuaikan dengan tujuan komunikasinya. Agar komunikasi antarpribadi dapat efektif, kedua belah pihak harus dapat saling menghargai, bertoleransi, dan bisa menjadi pendengar yang baik.

Dapat kita simpulkan bahwa cakupan tujuan komunikasi antarpribadi sangatlah beragam. Secara garis besar, komunikasi antarpribadi memiliki beberapa tujuan utama, yaitu menyampaikan informasi, berbagi pengalaman pribadi, menumbuhkan simpati, bekerja sama untuk mencapai satu tujuan, mengungkapkan isi hati, dan memberi motivasi.

▶ **Menyampaikan Informasi**

Contohnya, karena mengetahui bahwa film yang ditunggu-tunggu sudah tayang di bioskop, Anda menyampaikan informasi tersebut kepada sahabat atau rekan kerja yang sama-sama memiliki hobi menonton film dan selanjutnya merencanakan untuk menonton bersama.

▶ **Berbagi Pengalaman Pribadi**

Pengalaman yang dibagikan bisa berupa pengalaman menyenangkan maupun menyedihkan. Anda bisa saja berbagi cerita tentang liburan yang baru saja Anda lakukan, wawancara kerja yang paling berkesan, kisah perjalanan menulis skripsi, ataupun pengalaman ketika sakit. Biasanya, seseorang akan berbagi pengalaman pribadinya dengan orang yang sudah ia kenal dekat dan dipercaya. Jika rekan Anda membagikan pengalaman pribadinya dengan Anda, jagalah kepercayaan itu dan jangan seenaknya menceritakan kembali pengalaman rekan Anda. Kepercayaan sangatlah penting di dalam komunikasi bisnis.

▶ **Menumbuhkan Simpati**

Simpati yang terbentuk bisa berupa dukungan moral, bantuan, atau menjadi sukarelawan. Contoh, bila ada seorang teman yang tertimpa musibah, kita bisa menunjukkan rasa simpati dengan memberikan dukungan moral dengan mengunjunginya, memberikan bantuan dalam bentuk dana atau keperluan lainnya, atau memberi bantuan tenaga untuk meringankan bebannya. Untuk

menunjukkan simpati, kita perlu memperlihatkan komunikasi nonverbal yang sesuai agar pesan yang ingin disampaikan semakin kuat.

▶ **Bekerja Sama untuk Mencapai Suatu Tujuan**

Contohnya, dalam rangka menyiapkan acara kejutan untuk salah seorang manajer di hari ulang tahunnya, kita mengajak rekan-rekan kerja kita untuk membantu mendekorasi ruangan dan masak bersama. Atau, karena besok pagi di kantor akan ada acara kunjungan mahasiswa dari salah satu universitas di Jakarta, kita minta beberapa orang rekan kerja untuk bekerja sama membantu mengisi tas dengan hadiah dan brosur produk yang akan dibagikan kepada mahasiswa.

▶ **Mengungkapkan Isi Hati**

Apabila seseorang sedang menghadapi masalah, ia ingin mengungkapkan isi hatinya kepada orang lain yang dianggap dapat memberikan solusi atas masalah yang dihadapi. Contoh, Anda ingin menceritakan kekecewaan terhadap seorang teman yang tidak bertanggung jawab karena meminjam uang dan belum dikembalikan, padahal uang tersebut hendak dibelikan buku. Teman Anda berjanji akan mengembalikannya dalam waktu dua hari, tapi ternyata sudah hampir satu bulan belum dikembalikan dan yang bersangkutan tidak bisa dihubungi. Kita merasa takut sekali kalau uang yang dipinjam tersebut tidak kembali. Untuk tujuan ini, tentunya kita akan memilih orang yang kita anggap bijaksana guna memberikan solusi agar tujuan komunikasi bisa tercapai.

Adakalanya pun seseorang hanya butuh pendengar yang baik untuk mendengarkan keluh kesahnya. Pihak yang menerima pesan harus memahami apa yang diharapkan dari pengirim pesan agar komunikasi dapat berjalan secara efektif. Selain itu, pihak yang ingin menyampaikan pesan juga perlu memperhatikan waktu yang tepat untuk mencurahkan isi hatinya kepada penerima pesan agar tujuan komunikasi dapat tercapai.

▶ **Memberikan Motivasi**

Motivasi dapat diberikan untuk membuat seseorang menjadi bersemangat atau untuk menambah semangat seseorang. Untuk mencapai tujuan ini, kita bisa menyampaikan kata-kata yang sifatnya memberi semangat, memberi pujian atau pengakuan atas prestasi yang dicapai, ataupun dengan memberi saran atau kritik yang membangun.

Motivasi dapat diberikan pada orang yang merasa rendah diri, tidak yakin dengan apa yang dikerjakannya, ataupun putus asa. Ketika memberi motivasi

pada orang yang merasa rendah diri, misalnya, kita perlu mendengarkan dan mengetahui sebab ia merasa rendah diri agar kita dapat memberi motivasi dengan tepat. Contoh, seorang rekan menyampaikan bahwa ia merasa tidak percaya diri untuk mempresentasikan skripsinya di depan penguji karena ia tidak biasa bicara di depan dosen dan takut presentasinya buruk. Dalam kasus ini, kita bisa memotivasinya dengan mengatakan, "Kamu pasti bisa! Saya tahu kamu sudah menguasai isi skripsimu. Tidak perlu takut, dosennya baik. Ayo, semangat!"

Sama halnya dengan ketika kita ingin menunjukkan simpati, komunikasi nonverbal yang tepat pun sangat penting untuk memberi motivasi. Selain itu, kita juga perlu mengasah kemampuan mendengarkan agar dapat memberi respons yang sesuai.

►► Komunikasi Bisnis

Komunikasi bisnis adalah komunikasi yang dilakukan di lingkungan kerja, perusahaan, atau organisasi yang bertujuan untuk mencapai tujuan perusahaan atau organisasi. Komunikasi bisnis dapat dilakukan dengan pihak internal maupun eksternal perusahaan atau organisasi. Komunikasi yang terjalin, baik di lingkungan internal maupun eksternal perusahaan atau organisasi merupakan salah satu kunci keberhasilan perusahaan atau organisasi dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Setiap bentuk komunikasi pasti memiliki tujuan tersendiri. Begitu pula dengan komunikasi bisnis. Mari kita bahas satu per satu tujuan komunikasi di lingkungan bisnis.

► Menyampaikan Informasi

Komunikasi dilakukan untuk menyampaikan pesan yang perlu diketahui oleh pihak internal maupun pihak eksternal perusahaan. Contoh informasi untuk pihak internal perusahaan: pengumuman keputusan manajemen (Surat Keputusan) tentang peraturan baru atau perubahan peraturan di perusahaan, pengangkatan manajer, cuti bersama karyawan, karyawan baru, perubahan ruang kerja karyawan dan nomor ekstensi telepon, fasilitas kerja untuk karyawan, berita duka cita, dan lainnya. Contoh komunikasi yang disampaikan untuk diketahui oleh pihak internal maupun eksternal: pelayanan pelanggan, informasi mengenai produk atau jasa perusahaan, kualitas produk, tipe dan

variasi produk, produk atau jasa baru, cara mengoperasikan produk, penerapan harga baru, penerapan proses atau SOP pelayanan kepada pelanggan, sistem pembayaran, keluhan dan penanganan keluhan pelanggan, jam operasional kantor, hari libur kantor, dan lainnya. Komunikasi dapat dilakukan secara lisan maupun tulisan, tetapi kejelasan isi dan penyampaian informasi pada waktu yang tepat sangat penting untuk diperhatikan.

► Mengembangkan Karyawan

Agar karyawan lebih bersemangat dalam bekerja dan memiliki keinginan untuk meningkatkan kualitas kinerjanya, tentu perusahaan perlu mengembangkan karyawannya. Pengembangan karyawan dapat dilakukan dengan memberikan pengarahan, pelatihan, ataupun motivasi pada karyawan.

Pengarahan di tempat kerja mencakup komunikasi dengan atasan tentang cara mengerjakan atau menyelesaikan suatu pekerjaan, cara menggunakan fasilitas kantor, ataupun pemberian pujian dan masukan kepada karyawan atas kinerjanya. Pemberian pujian atau kritik kepada karyawan sebaiknya dilakukan secara spesifik agar karyawan mengetahui apa yang sudah baik dan apa yang masih harus diperbaiki dari kinerjanya. Contohnya, berilah pujian yang jelas pada karyawan yang mengerjakan laporan dengan sangat baik hingga tidak ada kesalahan ketik. Alih-alih hanya berkata 'bagus', akan lebih baik jika pujian tersebut diperjelas, "Kamu teliti. Tidak ada satu pun yang salah ketik. Bagus!" Dengan demikian, karyawan tahu bahwa ketelitiannya dihargai atasannya. Demikian pula ketika menyampaikan kritik. Jangan hanya berkata, "Laporannya banyak yang salah," karena karyawan akan kebingungan di mana letak kesalahannya. Sebaiknya, kita memerincinya seperti, "Laporannya sudah lengkap, formatnya sistematis, tetapi masih banyak kesalahan ketik. Tolong periksa kembali dan lebih teliti, ya." Dengan begitu, karyawan tahu bahwa kesalahan yang dimaksud adalah banyaknya kesalahan ketik, bukan pada sistematika laporan ataupun kurang lengkapnya konten laporan. Karyawan akan lebih memahami apa yang diharapkan perusahaan darinya melalui komunikasi yang baik. Jika karyawan memahami hal tersebut, ia akan mampu mengembangkan dirinya untuk menghasilkan kinerja yang lebih baik.

Pengembangan karyawan juga dapat dilakukan melalui pelatihan formal. Pelatihan formal dapat dilakukan oleh perusahaan di dalam perusahaan dan/atau mengikutsertakan karyawan dalam pelatihan di luar perusahaan yang diselenggarakan oleh lembaga pendidikan tertentu. Pelatihan yang dilakukan di dalam perusahaan bisa dilaksanakan di dalam kantor ataupun di luar kantor,

baik di dalam ruangan maupun di luar ruangan. Materi pelatihan sebaiknya disampaikan oleh atasan (manajer, supervisor) atau pelatih dari pihak eksternal yang ditunjuk perusahaan. Ketika memberikan pelatihan, pemateri tidak hanya perlu menguasai materi yang akan disampaikan, tetapi ia juga perlu mengetahui siapa peserta pelatihannya, masalah yang dihadapi peserta, alasan peserta diikutsertakan dalam pelatihan, tujuan perusahaan mengadakan pelatihan, dan cara menyampaikan materi secara efektif. Dengan mengetahui hal tersebut, tujuan diadakannya pelatihan (mengembangkan dan meningkatkan kualitas kinerja serta produktivitas karyawan) dapat tercapai.

Salah satu cara untuk mengembangkan karyawan adalah dengan menjaga motivasi karyawan agar selalu berkinerja baik dan produktif. Agar motivasi yang disampaikan tepat sasaran dan efektif, kita perlu memperhatikan aspek 5W+H, yaitu *who* (siapa), *what* (apa), *when* (kapan), *where* (di mana), *why* (mengapa), dan *how* (bagaimana).

- **Who.** Siapa yang memberi motivasi dan siapa yang dimotivasi. Pemberi motivasi harus memiliki integritas dan kepemimpinan yang kuat agar apa yang disampaikan dapat diikuti. Integritas adalah mutu, sifat, atau keadaan yang menunjukkan kesatuan yang utuh sehingga memiliki potensi dan kemampuan yang memancarkan kewibawaan; kejujuran. Seorang motivator harus dapat melakukan apa yang dikatakan dan bisa menjadi contoh. Pemberi motivasi juga perlu mengenali siapa yang dimotivasi. Mengenal dalam arti mengenal pribadinya, mengetahui kualitas kinerjanya, kelebihan dan kelemahan yang bersangkutan dalam bekerja.
- **What.** Apa yang perlu dimotivasi? Dengan mengenali siapa karyawan, atasan atau manajer dapat mengetahui aspek apa yang perlu dimotivasi. Apakah semangat kerja, kedisiplinan, kualitas kinerja, kerja sama dengan rekan kerja, kepercayaan diri, atau aspek-aspek lainnya.
- **When.** Kapan waktu yang tepat untuk memberi motivasi? Berikan motivasi pada waktu yang tepat agar dampaknya dapat langsung terasa dan bermanfaat. Sampaikan sesegera mungkin, jangan tunda penyampaian pesan positif terkait kinerja karyawan. Contohnya, ketika karyawan menyelesaikan pekerjaannya dengan sangat baik, manajer bisa mengomunikasikan rasa puas atas kinerja karyawan tersebut saat itu juga.
- **Where.** Di mana tempat yang tepat untuk memberikan motivasi? Motivasi yang bersifat pribadi sebaiknya dilakukan secara tertutup dengan tatap

muka langsung dengan yang bersangkutan. Contoh, kualitas kinerja seorang karyawan terus menurun dan ia pun sering terlambat datang ke kantor. Atasan dapat mengomunikasikannya di ruang tertutup dan bicara berdua sehingga atasan dapat mendengarkan alasan yang disampaikan karyawan dengan baik dan memotivasinya. Di sisi lain, karyawan pun tidak merasa dipermalukan, tetapi menyadari kesalahannya serta termotivasi untuk memperbaiki kesalahannya.

Lain halnya bila motivasi bisa dan perlu didengar oleh karyawan yang lain. Komunikasi bisa dilakukan ketika rapat atau pengarahan pagi (*morning briefing*) yang dapat didengar oleh banyak karyawan. Contoh, bila salah seorang staf penjualan berhasil menjual dua kali lipat dari target penjualan yang ditetapkan, manajer dapat mengomunikasikan hal ini di ruang rapat di hadapan karyawan bagian penjualan lainnya dengan tujuan memberi motivasi pada karyawan lain dan menyampaikan pujian, apresiasi, serta bonus pada yang bersangkutan.

Selain itu, bila ada karyawan yang melakukan suatu tindakan yang dianggap heroik, seperti menyelamatkan perusahaan dari upaya pencurian, manajer perlu menyampaikan hal ini di hadapan semua karyawan, biasanya disampaikan ketika pengarahan pagi agar dapat diketahui oleh semua karyawan. Dengan adanya kemajuan teknologi, peristiwa seperti ini juga dapat disaksikan oleh semua karyawan melalui video konferensi, termasuk oleh karyawan di kantor cabang. Manajer dapat menyampaikan bagaimana peristiwa itu terjadi, dan meminta karyawan yang heroik tadi menceritakan apa yang telah dilakukannya. Perusahaan dapat memberikan apresiasi, baik secara verbal melalui ucapan terima kasih, maupun nonverbal melalui pemberian plakat atau sertifikat dan sejumlah bonus pada yang bersangkutan.

- **Why.** Kenapa seseorang harus dimotivasi? Seseorang yang melakukan pekerjaan melebihi harapan perusahaan tentunya perlu diapresiasi. Dengan mengomunikasikan 'apa yang dilakukan benar, memberikan pujian atas kinerja yang melebihi harapan, dan memberi pesan bahwa kinerja yang baik ini perlu dipertahankan, bahkan ditingkatkan' akan membuat seseorang merasa upayanya dilihat, dinilai, dan dihargai sehingga ia termotivasi untuk tetap semangat dalam menjalani pekerjaannya.
- **How.** Bagaimana cara memotivasi? Motivasi yang efektif disampaikan menggunakan komunikasi verbal dan nonverbal yang tepat. Komunikasi

verbal yang biasanya digunakan adalah kata-kata pujian, seperti 'bagus', 'rapi', 'teliti', 'hebat', 'ide yang cemerlang', 'sangat baik, lanjutkan', 'luar biasa', 'top', 'seperti biasanya, ide kamu selalu kreatif dan inovatif', 'saya bangga dengan kamu', 'mantap', 'selalu melebihi standar', 'terima kasih, bagus', 'hasil kerjanya selalu dapat dipercaya, terima kasih' dan kata-kata positif lainnya. Komunikasi nonverbal yang dapat digunakan untuk memotivasi di antaranya mengacungkan ibu jari, menepuk bahu, bertepuk tangan, memberikan sertifikat, plakat, atau hadiah khusus.

► **Mendiskusikan Pekerjaan**

Komunikasi yang dilakukan untuk mencari solusi terbaik dari suatu permasalahan atau menyelesaikan suatu pekerjaan. Ketika ingin mendiskusikan sesuatu, sebaiknya sediakan data yang akurat dan aktual. Selain itu, sampaikan pendapat dengan baik dan tidak menyudutkan atau menyalahkan salah satu pihak. Contoh, bila kita ingin mendiskusikan cara terbaik untuk menangani keluhan pelanggan di toko, kita perlu memiliki data yang akurat mengenai siapa pelanggan yang mengeluh, penyebab keluhan pelanggan, kapan dan di mana peristiwa terjadi, dan apa yang sudah dilakukan atau disampaikan oleh pihak perusahaan kepada pelanggan sejauh ini, siapa yang menangani hal ini, serta siapa yang bertanggung jawab atas hal ini. Dengan memiliki data yang lengkap dan akurat, kita dapat memutuskan tindakan yang akan dilakukan dan cara terbaik untuk mengomunikasikan solusi kepada pelanggan. Contoh lainnya adalah ada karyawan yang ingin menyampaikan usulan untuk koreksi notula rapat yang dibuat oleh manajer. Dalam hal ini, sebelum karyawan tersebut berbicara dengan manajer, karyawan tersebut hendaknya sudah menyiapkan alasan mengapa notula tersebut sebaiknya diperbaiki dan bagaimana sebaiknya notula tersebut diperbaiki agar diskusi dapat berjalan lancar. Hindari cara komunikasi yang tidak jelas dan menyalahkan orang yang diajak bicara, seperti: "Maaf, Pak. Ini notulanya salah." Akan lebih baik jika kita berkata: "Maaf, Pak. Setelah saya baca notula Bapak, ada beberapa kalimat yang menurut saya bisa disalahartikan oleh pembaca, yaitu kalimat yang ini ... dan ini Saya khawatir bila kalimat tersebut akan diartikan Bagaimana menurut Bapak kalau kalimatnya diubah menjadi"

► **Bernegosiasi**

Negosiasi bisa dilakukan dengan pihak internal maupun dengan pihak eksternal perusahaan. Negosiasi yang terjadi di internal perusahaan dapat terjadi di

antara sesama karyawan ketika mendiskusikan waktu penyelesaian pekerjaan atau dalam pembagian kerja, misalnya.

A: "Apa laporannya bisa diselesaikan sebelum jam 12 siang?"

B: "Kalau jam 2 siang, bagaimana? Saya saat ini masih mengerjakan laporan untuk Bapak Budi."

A: "Tidak apa-apa. Kalau begitu, bagaimana kalau saya yang kumpulkan datanya terlebih dulu dan kamu yang membuat laporannya?"

B: "Boleh, kalau tidak merepotkanmu. Terima kasih, ya."

Negosiasi internal juga bisa terjadi antara manajer dan karyawan, ataupun sebaliknya. Contohnya, seorang manajer terus memberikan tugas pada sekretarisnya. Jika manajer tidak mengomunikasikan dengan baik pekerjaan mana yang menjadi prioritas, sekretaris pun tidak dapat mengetahui dengan pasti pekerjaan yang harus didahulukan dan itu akan membingungkan sekretaris. Dalam kasus ini, sekretaris dapat bertanya pada manajer ketika manajer memberikan tugas padanya.

A: "Tolong kirimkan ini ke kantor cabang Surabaya, ya."

B: "Baik, Ibu. Tapi, maaf. Saya sedang menyelesaikan laporan keluhan pelanggan yang Ibu minta. Apakah Ibu ingin saya kirimkan ini terlebih dahulu atau boleh saya selesaikan laporannya terlebih dahulu?"

A: "Kalau begitu, selesaikan laporannya terlebih dahulu, ya. "

Pada contoh di atas, sekretaris terlihat bernegosiasi dengan manajernya terkait urutan pekerjaan yang harus diselesaikannya. Dengan demikian, sekretaris dapat menyelesaikan pekerjaannya sesuai dengan harapan manajer. Contoh negosiasi internal lain antara manajer dan karyawan adalah ketika manajer meminta salah satu karyawannya untuk mengubah tanggal cutinya karena ada kegiatan penting di kantor dan kehadiran karyawan tersebut sangat dibutuhkan.

Negosiasi juga terjadi pada latar hubungan eksternal. Misalnya saja negosiasi antara bagian pembelian ketika akan membeli inventaris perusahaan. Tentu karyawan bagian pembelian akan bernegosiasi untuk mendapatkan harga terbaik, kualitas barang yang sesuai kualifikasi dan spesifikasi yang dibutuhkan, pengiriman barang tepat waktu, pembayaran sesuai sistem pembayaran di perusahaan, dan lainnya. Contoh lainnya adalah negosiasi karyawan bagian penjualan dengan pihak pembeli, kualitas barang versus harga, waktu

pengiriman barang, jumlah pesanan minimal, waktu pembayaran, pelayanan purnajual, surat referensi, dan lainnya. Penyelesaian keluhan pelanggan juga termasuk ke dalam negosiasi perusahaan dengan pihak eksternal perusahaan.

► **Memersuasi**

Persuasi adalah komunikasi yang digunakan untuk memengaruhi dan meyakinkan orang lain. Melalui persuasi, setiap individu berusaha memengaruhi kepercayaan dan harapan orang lain. Persuasi pada prinsipnya merupakan upaya penyampaian informasi dan interaksi antarmanusia dalam kondisi di mana kedua belah pihak sama-sama memahami dan sepakat untuk melakukan sesuatu yang penting bagi keduanya. Persuasi dapat dilakukan dalam komunikasi internal maupun eksternal, biasanya dilakukan untuk negosiasi dan motivasi. Dalam komunikasi bisnis, persuasi tentunya bertujuan untuk hal yang positif. Dengan mengaplikasikan dasar-dasar komunikasi bisnis secara baik, lebih mudah bagi seseorang untuk melakukan persuasi.

► **Pelayanan Pelanggan**

Karyawan yang berhubungan langsung dengan pelanggan perlu memiliki keterampilan dalam berkomunikasi. Keterampilan untuk mendengarkan pelanggan, menyampaikan informasi, menangani keluhan pelanggan, berkomunikasi dengan empati, dan menyampaikan harapan pelanggan kepada atasan. Ditambah dengan pemahaman tentang produk atau jasa, sistem operasional di perusahaan, dan pihak yang berkepentingan dengan pelayanan pelanggan akan membuat pelanggan merasa nyaman dan hubungan antara perusahaan dengan pelanggan menjadi baik sehingga tujuan perusahaan dapat tercapai. Contoh, seorang resepsionis atau *customer service* rumah sakit menerima telepon dari pasien yang meminta untuk segera dikirimkan ambulans ke rumahnya. Cara ia menjawab telepon ini tentu akan berbeda ketika ia menjawab telepon ketika ada pasien yang menanyakan jadwal praktik dokter. Demikian pula dengan seorang tenaga penjual, caranya berkomunikasi ketika merespons keluhan pelanggan dan ketika menawarkan produk baru kepada pelanggan pun akan berbeda.

► **Juru Bicara**

Juru bicara berperan sebagai perwakilan perusahaan untuk mengomunikasikan hal-hal terkait perusahaan melalui pidato, ataupun ketika berbicara dengan pihak media dan masyarakat. Pidato adalah bicara di depan publik untuk

menyampaikan pesan dan menyatakan pendapat. Contohnya, pidato untuk membuka dan meresmikan acara, pidato pimpinan dalam rangka peresmian kantor baru atau hari ulang tahun perusahaan, pidato ketua panitia dalam suatu acara, pidato dari seorang karyawan yang terpilih sebagai karyawan terbaik, dan lainnya.

Bicara dengan pihak media dilakukan dalam acara jumpa pers atau pada acara peluncuran produk baru yang diliput pihak media. Juru bicara juga diperlukan kehadirannya ketika perusahaan perlu memberikan penjelasan kepada masyarakat melalui media ketika terjadi krisis. Contoh, masyarakat di sekitar pabrik yang mengeluhkan polusi air yang disebabkan oleh limbah air pembuangan pabrik sehingga masyarakat gatal-gatal. Namun setelah dilakukan investigasi, ternyata masyarakat mengalami gatal-gatal bukan karena limbah pembuangan pabrik karena sistem pembuangan dan pengolahan limbah di pabrik tersebut sangat baik. Karena berita tersebut sudah tersebar hingga diberitakan di televisi dan media cetak, maka perusahaan menganggap mereka perlu mengundang media dan tokoh masyarakat di sekitar pabrik untuk menjelaskan sistem pembuangan dan pengolahan limbah di pabrik dan temuan investigasi yang dilakukan oleh perusahaan terkait sebab masyarakat di sekitar pabrik mengalami gatal-gatal. Dengan adanya informasi ini, diharapkan nama baik perusahaan dapat segera dipulihkan. Di sinilah juru bicara berperan. Seorang juru bicara yang baik harus dapat menyampaikan pesan yang sesuai untuk menjaga citra perusahaan.

Setelah mengetahui tujuan-tujuan yang terdapat di dalam komunikasi bisnis, ada baiknya bila kita juga memahami pola-pola komunikasi yang ada di dalam perusahaan. Terdapat empat pola komunikasi di dalam perusahaan, yaitu pola komunikasi dari atas ke bawah, bawah ke atas, horizontal, dan diagonal.

Pola komunikasi dari atas ke bawah adalah aliran komunikasi dari atasan kepada bawahan—dari CEO kepada direktur, direktur kepada manajer, manajer kepada penyelia, penyelia kepada staf—sesuai struktur organisasi perusahaan. Komunikasi ini bersifat formal dan bertujuan untuk menyampaikan informasi serta keputusan, dan memberikan perintah serta pengarahan yang berhubungan dengan pekerjaan. Komunikasi dapat dilakukan secara lisan maupun tulisan. Pola komunikasi berikutnya adalah pola komunikasi dari bawah ke atas, di mana aliran komunikasi terjadi dari karyawan kepada atasan—dari staf ke

penyelia, penyelia kepada manajer, manajer kepada direktur, direktur kepada CEO—sesuai struktur organisasi perusahaan. Komunikasi ini bersifat formal dan bertujuan untuk menyampaikan laporan, menginformasikan pekerjaan, masalah, atau kendala kerja, serta permohonan arahan atau solusi. Komunikasi dapat dilakukan secara lisan maupun tulisan.

Komunikasi horizontal adalah komunikasi yang dilakukan antarmanajer atau antarstaf departemen yang satu dengan departemen yang lainnya. Contoh, manajer departemen personalia berkomunikasi dengan manajer departemen pemasaran, atau manajer departemen pemasaran berkomunikasi dengan manajer produksi. Komunikasi bisa dilakukan secara formal maupun tidak formal, tertulis maupun lisan. Contoh komunikasi formal dalam rapat, manajer pemasaran berdiskusi dengan manajer personalia mengenai kebutuhan karyawan bagian promosi untuk acara pameran dagang, atau manajer bagian pemasaran berkomunikasi dengan manajer produksi untuk memberitahukan rencana peluncuran produk baru dan memastikan kesiapan bagian produksi untukantisipasi permintaan pasar. Contoh komunikasi tidak formal, staf departemen keuangan berkomunikasi dengan staf departemen pembelian untuk memberitahukan bahwa giro untuk pembayaran *supplier* alat tulis kantor sudah ada dan minta tolong untuk dihubungi agar giro bisa diambil. Atau staf bagian keuangan berkomunikasi dengan staf bagian penjualan untuk menanyakan laporan keuangan perjalanan dinas yang baru saja dijalani.

Kemudian, ada pula pola komunikasi diagonal. Komunikasi diagonal dilakukan antara manajer satu departemen dengan staf departemen lainnya, atau sebaliknya. Komunikasi bisa dilakukan secara formal maupun tidak formal. Contoh, manajer pabrik berkomunikasi dengan staf bagian pembelian untuk menanyakan jadwal kedatangan onderdil yang dipesan. Atau staf bagian personalia berkomunikasi dengan manajer penjualan untuk menanyakan jadwal wawancara calon karyawan.

Rangkuman

- Komunikasi antarpribadi adalah komunikasi yang dilakukan seseorang dengan orang lain dan bertujuan untuk membina hubungan baik. Komunikasi antarpribadi dapat terjadi pada latar bisnis maupun nonbisnis.
- Tujuan-tujuan komunikasi pribadi antara lain menyampaikan informasi, berbagi pengalaman pribadi, menumbuhkan simpati, bekerja sama untuk mencapai satu tujuan, mengungkapkan isi hati, dan memberikan motivasi.
- Komunikasi bisnis adalah komunikasi yang dilakukan di lingkungan kerja, perusahaan, atau organisasi untuk mencapai tujuan perusahaan atau organisasi.
- Tujuan-tujuan komunikasi bisnis adalah menyampaikan informasi, mengembangkan karyawan, mendiskusikan pekerjaan, bernegosiasi, memersuasi, pelayanan pelanggan, dan juru bicara.
- Terdapat empat pola komunikasi dalam komunikasi bisnis, yaitu pola komunikasi dari atas ke bawah, bawah ke atas, horizontal, dan komunikasi diagonal.

Pertanyaan Penguji Pemahaman

1. Jelaskan apa yang dimaksud dengan komunikasi antarpribadi di lingkungan bisnis.
2. Sebutkan dan jelaskan tujuan dari komunikasi antarpribadi. Berikan contoh dari kehidupan sehari-hari.
3. Dalam komunikasi untuk memotivasi, mengapa pihak yang memberi motivasi harus memiliki integritas?
4. Dalam memotivasi, seseorang harus memperhatikan 5W+H, jelaskan maksudnya.
5. Sebutkan tujuan komunikasi di lingkungan bisnis.
6. Ada beberapa pola komunikasi dalam organisasi atau perusahaan. Jelaskan.

Latihan

1. Lakukan bersama seorang teman. Perhatikan beberapa hal positif dari rekan Anda, lalu berikan motivasi agar rekan Anda dapat mempertahankan hal-hal baik yang ada di dirinya. Lakukan secara bergantian. Setelah itu diskusikan, apakah masukan yang diberikan sudah baik? Atau masih ada yang perlu diperbaiki? Jika ada, diskusikan masukan seperti apa yang sebaiknya diberikan.
2. Lakukan bersama seorang teman. Perhatikan beberapa hal negatif dari rekan Anda, lalu berikan masukan kepadanya agar dapat memperbaiki kebiasaan negatifnya. Lakukan secara bergantian. Setelah itu diskusikan, apakah masukan sudah baik? Atau masih ada yang perlu diperbaiki? Jika ada, diskusikan masukan seperti apa yang sebaiknya diberikan.
3. Pilih materi dari satu mata kuliah yang sangat Anda kuasai. Cobalah jelaskan kepada teman Anda seolah-olah teman Anda sama sekali tidak paham tentang hal tersebut. Setelah itu, minta masukan dari rekan Anda tentang cara Anda menjelaskan materi tersebut. Apakah penjelasan Anda mudah dipahami dan apa kelebihan serta kekurangan Anda dalam menyampaikan materi tersebut? Setelah mendapat masukan, coba sekali lagi dengan cara yang lebih baik. Lakukan secara bergantian.

Istilah Penting

5W+H: Who, What,
When, Where, Why.
How

Komunikasi antarpribadi

Komunikasi bisnis

Referensi Lanjutan

- Guffey, Mary Ellen, Kathleen Rhodes, Patricia Rogin. 2005. *Komunikasi Bisnis: Proses dan Produk Edisi ke-4*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat. h. 21—23.
- Purwanto, Djoko. 2019. *Komunikasi Bisnis Edisi ke-5*. Jakarta: Penerbit Erlangga. h. 24—26, 40—53.
- Post, Emily. 2011. *Etiquette, Manners For A New World 18th Edition*. New York: HapperCollins Publishers. p. 7—8.

Etiket dan Sopan Santun dalam Komunikasi Bisnis



Tujuan Pembelajaran

Setelah mempelajari bagian ini, pembaca dapat:

- Memahami dan mengaplikasikan etiket dalam komunikasi tertulis dan surat elektronik.
- Memahami etiket komunikasi lisan dalam komunikasi antarpribadi di lingkungan bisnis dan mengaplikasikannya.
- Mengomunikasikan kesan pertama yang positif dan profesional.
- Mengetahui topik-topik diskusi yang aman dan yang sebaiknya dihindari untuk diperbincangkan dalam komunikasi antarpribadi di lingkungan bisnis.

Etiket adalah tata cara (adat, sopan santun, dan sebagainya) dalam masyarakat beradab dalam memelihara hubungan baik antara sesama manusianya. Etiket dan sopan santun dalam komunikasi bisnis bertujuan membina hubungan baik antara pengirim pesan dan penerima pesan. Dengan memperhatikan etiket dan sopan santun saat berkomunikasi, masing-masing pihak akan merasa dihargai, dihormati, dan tidak dipermalukan. Menjaga etiket dan sopan santun dalam komunikasi di lingkungan bisnis dilakukan dalam komunikasi tertulis maupun komunikasi lisan.

►► Etiket dan Sopan Santun dalam Komunikasi Tertulis

Komunikasi tertulis dalam bisnis atau surat bisnis yang dikirim mencerminkan profesionalisme pengirimnya dan menunjukkan bagaimana pihak pengirim pesan atau penulis surat menghargai pihak penerima surat. Saat kita sudah menandatangani surat dan mengirimnya dan ternyata ada kesalahan, kita tidak dapat menyalahkan orang lain, misal menyalahkan sekretaris atau staf yang mengetik surat, karena kita pun tidak memeriksanya kembali sebelum menandatangani. Untuk itu, terdapat beberapa hal yang penting untuk diperhatikan ketika menulis dan mengirim pesan bisnis.

Baik pada surat yang dikirim secara cetak maupun yang dilampirkan dalam media elektronik, kita perlu memperhatikan ketepatan penulisan nama, pemilihan kata sapaan sesuai jenis kelamin penerima (Bapak/Ibu/Saudara/Saudari), gelar akademis, jabatan, nama perusahaan atau organisasi, dan alamat penerima pesan. Karena bagian ini adalah bagian yang pertama kali dilihat penerima pesan, pastikan tidak ada kesalahan.

Kemudian, kita juga harus memastikan tidak ada kesalahan ketik pada isi surat. Baca kembali surat yang sudah selesai diketik dengan teliti untuk memastikan tidak ada kesalahan ketik di dalamnya. Selain itu, perhatikanlah kebersihan surat. Apabila setelah dicetak ternyata ada sedikit kesalahan atau kotoran di surat tersebut, buat kembali surat tersebut. Jangan sampai ada kotoran atau coretan apa pun pada surat yang akan dikirim. Surat bisnis merupakan surat resmi dan karena itu, pastikan surat bisnis rapi dan tidak ada kerutan atau bekas gulungan sebelum dikirimkan.

Perhatikan pula apakah tinta mesin cetak masih dalam kondisi baik agar hasil cetaknya jelas. Gunakanlah tinta warna hitam untuk mencetak surat

bisnis. Bila ingin menyoroti kata tertentu, kita bisa menggunakan huruf tebal, cetak miring, atau membedakan warnanya—disarankan warna biru tua. Hindari penggunaan warna merah dan penulisan suatu kata dengan huruf kapital karena hal itu memberi kesan bahwa kita 'marah'.

Apabila kita hendak mengirimnya melalui jasa ekspedisi, pilihlah amplop yang bersih dan dalam kondisi baik. Sebaiknya, alamat penerima diketik dengan rapi untuk menghindari salah alamat karena penulisan alamat kurang jelas. Jika menggunakan kertas label, rekatkan label dengan rapi dan pastikan jangan sampai miring. Setelah itu, lipat surat dengan rapi dan masukkan surat ke dalam amplop dengan hati-hati.

Kita terkadang harus mengirimkan surat dengan lampiran yang cukup tebal. Jika demikian, gunakan amplop cokelat. Sesuaikan ukuran amplop dengan ukuran kertas dan tebal dokumen yang akan dikirimkan agar dokumen tetap rapi dan tidak tertekuk-tekuk.

Dalam komunikasi melalui surel, kita pun tetap harus memperhatikan etiket komunikasi bisnis. Salah satu etiket yang umum diketahui adalah gunakan alamat surel yang menunjukkan identitas Anda dan mudah ditulis. Jangan gunakan alamat surel dengan nama alias ataupun yang sulit ditulis. Subjek surel juga harus jelas agar penerima mengetahui apa yang hendak dikomunikasikan melalui surel tersebut dan tidak masuk ke folder 'spam'. Perhatikan pula format lampiran dan/atau ukuran lampiran agar surel tidak dikategorikan sebagai 'spam'.

Ketika menulis surel, pastikan tidak ada kesalahan ketik dan jangan pula disisipkan emotikon. Penggunaan emotikon hanya digunakan untuk komunikasi pribadi dan bersifat nonformal. Perhatikan pula tata bahasa yang digunakan di dalam surel. Pastikan surel ditulis dengan kaidah tata bahasa yang baku serta bersifat formal dan sopan. Jika isi pesan terlalu panjang dan/atau penting, sebaiknya pesan dibuat dalam satu dokumen terpisah untuk dilampirkan. Penerima pesan dikhawatirkan akan melewatkan isi pesan jika semuanya ditulis di dalam isi surel. Ingat, jika Anda mengirim surel untuk kepentingan pekerjaan, jangan gunakan surel tersebut untuk membicarakan hal yang sifatnya pribadi. Jika Anda ingin meneruskan surel berisi lampiran (dokumen, foto, atau video, misalnya), pastikan lampiran sudah berhasil diunggah. Jangan ganggu orang lain dengan pesan-pesan yang tidak penting, apalagi hal itu dikarenakan kekeledoran Anda. Karena alasan ini pulalah, janganlah kita mengirimkan surel ketika kita sedang panik dan/atau marah karena hal itu dapat mengakibatkan salah ketik,

pemilihan kata yang kurang baik, dan isi surel menjadi tidak jelas. Ketika mengirimkan surel, pesan yang disampaikan haruslah jelas sehingga penerima memahami tindakan apa yang diharapkan darinya. Beberapa dokumen mungkin perlu disahkan dengan tanda tangan pihak yang bersangkutan dan seiring perkembangan teknologi, hal ini dimungkinkan untuk dilakukan secara digital. Akan tetapi, ingatlah bahwa tanda tangan digital dibubuhi bila benar-benar perlu sehingga tidak disalahgunakan oleh pihak-pihak yang tidak bertanggung jawab.

►► Komunikasi Antarpribadi di Lingkungan Bisnis

Sebagaimana komunikasi bisnis tertulis, kita pun harus memperhatikan etiket-etiket tertentu ketika berkomunikasi lisan di lingkungan bisnis. Salah satu bentuk etiket dalam berkomunikasi lisan adalah dengan membiasakan diri untuk berkata 'tolong' ketika meminta seseorang mengerjakan sesuatu, 'terima kasih' setelah dibantu, 'permisi' bila hendak lewat di depan orang lain atau ketika hendak masuk ke ruang kerja orang lain, 'silakan' untuk mempersilakan seseorang mendahului kita, dan 'mohon' bila ingin meminta seseorang melakukan sesuatu (contoh, meminta pelanggan untuk menandatangani surat atau formulir dengan berkata, "Mohon ditandatangani di sebelah sini," sambil menunjukkan bagian yang harus ditandatangani dengan lima jari kanan atau dengan pena atau pensil). Jika melakukan kesalahan, segeralah minta maaf dengan tulus. Selain itu, biasakan untuk menyapa orang lain dengan sapaan 'selamat pagi/siang/sore/malam'. Perhatikan waktunya agar kita tidak salah menyapa. Berikut patokan umum terkait hal ini.

- Pukul 00.01 – 11.00 : Pagi
- Pukul 11.01 – 15.00 : Siang
- Pukul 15.01 – 18.00 : Sore
- Pukul 18.01 – 24.00 : Malam

Selain etiket-etiket di atas, tunjukkanlah sikap dan perilaku sopan santun ketika berbicara dengan orang lain. Sikap dan perilaku sopan santun dapat kita tunjukkan melalui sikap ramah dan senyum tulus; mengetuk pintu ruang kerja seseorang sebelum masuk; tidak berdiri di posisi yang menghalangi mobilitas orang lain (seperti di tengah koridor, depan pintu, atau ujung tangga);

memperhatikan etiket dalam menggunakan lift; selalu tepat waktu, terutama ketika menghadiri rapat atau pertemuan penting; dan atur telepon genggam dalam mode hening ketika menghadiri rapat, jamuan bisnis, atau pertemuan penting lainnya.

►► Kesan Pertama yang Positif dan Profesional

Ketika pertama kali bertemu dengan relasi bisnis, tentunya kita merasa senang dan ingin membina hubungan baik untuk jangka panjang. Tahap pertama yang bisa dilakukan adalah dengan menunjukkan kesan pertama yang positif dan profesional. Tunjukkan kredibilitas agar mendapat kepercayaan dari relasi bisnis sejak pertama kali kita bertemu dan berkenalan. Berikut cara kita menunjukkan kesan pertama yang positif dan profesional.

Hal pertama yang harus diperhatikan adalah komunikasi nonverbal, yaitu postur, gestur, ekspresi wajah, dan penampilan. Hal ini adalah hal-hal yang pertama kali dilihat dan relasi bisnis kita dapat langsung menilai siapa orang yang dilihatnya. Harus diakui, apa yang dinilai dari yang terlihat belum tentu benar, tetapi sebaiknya kita mengirimkan pesan positif dan profesional sejak pertama kali berjumpa dengan relasi bisnis. Contoh, postur bungkuk, jalan dengan menyeret sepatu, dan wajah yang terus menunduk atau ekspresi wajah letih akan membuat relasi bisnis kita berpikir, "Sepertinya orang ini pemalas. Atau mungkin dia sedang letih dan ini bukan waktu yang tepat untuk bicara? Atau mungkin sebetulnya dia tidak senang dengan pertemuan ini?" Sebaliknya, bila kita menunjukkan postur tegap, langkah kaki teratur dan tidak diseret, dan ekspresi wajah ramah, kita memberi kesan pertama yang positif kepada relasi bisnis kita dan tentunya detail kecil tersebut akan membuat relasi bisnis senang berinteraksi dengan kita.

Ketika berjabat tangan, sentuhan yang kita berikan akan mengirimkan pesan tentang 'seperti apa orang ini'; apakah dia adalah orang yang percaya diri atau menyenangkan, apakah dia senang berkenalan dengan saya, atau sebaliknya. Untuk menunjukkan kesan yang positif dan profesional, jabatlah tangan rekan bisnis dengan erat dan cukup ayunkan tangan Anda satu atau dua kali saja. Jaga agar postur tubuh Anda tegak, pandangan wajah dan mata fokus pada orang yang berjabat tangan dengan kita. Senyuman ramah akan memberi kesan Anda senang berjumpa dan berkenalan dengan rekan bisnis

Anda. Akan tetapi, jika Anda atau relasi bisnis Anda tidak ingin bersentuhan dengan lawan jenis karena kepercayaan yang dianutnya, katupkanlah dua tangan Anda dan letakkan di depan dada sambil menganggukkan kepala sebagai pengganti jabat tangan.

Jangan lupa untuk memperkenalkan diri ketika berjabat tangan. Perhatikan artikulasi dan volume suara ketika berbicara dan pastikan lawan bicara dapat mendengar suara Anda dengan jelas. Ketika menyebutkan nama Anda, sebutkan dengan jelas dan jangan terlalu cepat agar lawan bicara Anda dapat menangkap nama Anda dengan benar. Cara seseorang berbicara akan menunjukkan seperti apa ia; apakah orang itu percaya diri, tegas, ramah, ataukah ia pemalu, sombong. Oleh karena itu, perhatikan pula intonasi dan ekspresi suara. Setelah berkenalan, jangan lupa ekspresikan rasa senang atau terima kasih Anda telah berkenalan atau bertemu dengan relasi bisnis Anda. Salah satu caranya adalah dengan berkata, "Senang berjumpa dengan Bapak/Ibu", "Senang berkenalan dengan Bapak/Ibu", "Senang sekali Bapak/Ibu bersedia datang ke kantor kami", "Terima kasih atas waktu Bapak/Ibu", "Kedatangan Bapak/Ibu sudah kami tunggu cukup lama, terima kasih sudah meluangkan waktu Anda hari ini."

Dalam pertemuan bisnis, biasanya kita akan bertukar kartu bisnis. Kartu bisnis mengomunikasikan 'siapa pemiliknya' karena di sana tertera nama, jabatan, nama perusahaan atau organisasi, alamat kantor, nomor telepon kantor atau telepon genggam, alamat surel, bahkan ada juga perusahaan yang mencantumkan jenis produk dan jasa yang diperdagangkannya. Pastikan kartu bisnis dalam kondisi baik, tidak kotor, tidak tertekuk, dan tidak ada cetakan yang salah (contoh: salah dalam penulisan nama [Dharmawan ditulis Darmawan] atau jabatan [Sales Manager, tetapi masih menggunakan jabatan sebelumnya, Assistant Sales Manager]).

Kartu bisnis adalah representasi diri dan perusahaan atau organisasi. Oleh karena itu, simpanlah kartu bisnis dengan baik di dalam dompet kartu. Jangan menyimpannya di dompet uang karena hal itu tidak sopan. Ketika kita membuka dompet untuk mengambil kartu bisnis, isi dompet akan terlihat dan kartu bisnis juga akan berbau uang. Berikan kartu dengan sopan, yaitu dengan memegang kedua ujung kartu bisnis (bagian kiri dan kanan atas kartu) dengan nama menghadap penerima agar penerima dapat langsung membaca nama kita dan perusahaan atau organisasi. Demikian juga ketika kita menerima kartu. Tunjukkan sikap menghargai pada pemilik kartu dengan menerima

kartu dengan sopan (dengan kedua tangan, pegang bagian ujung kanan dan kiri bawah kartu). Cara bertukar kartu bisnis ini adalah budaya orang Jepang yang sudah diterima secara internasional dan dianggap sebagai cara yang paling sopan. Setelah menerima kartu, jangan langsung disimpan. Sebaiknya pegang dan lihat atau baca dahulu. Isi kartu bisnis dapat menjadi bahan perbincangan awal dengan relasi bisnis. (Contoh: "Ibu Yohana, kantornya di UNTAR, Kampus Dua. Ini posisinya yang di sebelah Mal Citra Land ya, Bu?") Jika rapat atau pertemuan diadakan di kantor, kartu bisnis bisa diletakan di hadapan kita sampai acara berakhir, setelah itu baru disimpan baik-baik di dompet kartu bisnis atau di laci meja.

Bila kita sudah mengenal seseorang yang ada di dalam suatu pertemuan bisnis, cukup jabat tangannya dan sapa ia dengan kata-kata sapaan seperti, "Apa kabar?", "Sudah lama tidak jumpa", "Sehat, Pak?", dan lain sebagainya.

►► Topik Diskusi yang Baik

Setelah berkenalan dengan relasi bisnis, tentu membutuhkan waktu untuk membentuk hubungan baik dan akrab satu sama lain. Agar hubungan kita dengan relasi bisnis tetap terjaga baik, sebaiknya kita memperhatikan topik diskusi yang dijadikan bahan perbincangan karena salah bertanya bisa mengakibatkan komunikasi tidak lancar dan ada pihak yang merasa tidak nyaman. Topik-topik yang aman untuk diperbincangkan adalah topik-topik yang bisa didiskusikan dengan menyenangkan, bersifat netral, dan nyaman untuk diperbincangkan. Contoh-contoh topik yang aman untuk diperbincangkan adalah sebagai berikut.

- **Lalu lintas.** Contoh:

A: "Bagaimana perjalanan dari kantor Bapak/Ibu ke sini? Lancar, Pak/Bu?"

B: "Lancar."

A: "Syukurlah kalau lancar. Biasanya kalau pagi di dekat perempatan jalan menuju ke sini sering macet karena jalannya menyempit."

Bila relasi yang baru datang dari luar kota.

A: "Bagaimana perjalanan di pesawat tadi, Pak/Bu? Apakah cuacanya baik?"

B: "Cuacanya baik dan perjalanannya pun lancar."

Hindari pertanyaan yang membingungkan, seperti “Tadi pesawatnya tertunda atau tidak, Pak/BU?” padahal Anda tahu pesawat relasi bisnis Anda berangkat dan tiba tepat waktu.

- **Cuaca.** Terutama bila berbicara dengan relasi yang datang dari luar kota. Kita bisa membuka diskusi dengan bertanya tentang cuaca di kota asalnya.
A: “Ibu Yohana, bagaimana cuaca di Jakarta? Apakah sudah mulai musim hujan seperti di Bandung?”
B: “Di Jakarta juga sudah mulai musim hujan.”

Bila relasi berasal dari kota yang sama, misalnya pertemuan diadakan di Jakarta Pusat dan kantor relasi bisnis ada di Jakarta Selatan, kita juga bisa menanyakan, “Bagaimana di Jakarta Selatan? Apa mendung juga seperti di sini? Di sini sudah mendung sejak pagi, tapi hujan belum turun juga.”

- **Hobi.** Kita bisa mendiskusikan aktivitas yang menjadi hobi. Bila hobi relasi bisnis berbeda dengan kita, hargailah hobinya dan jadikan hal tersebut sebagai bahan diskusi yang menyenangkan dengan bertukar informasi terkait hobi masing-masing. Contoh, “Oh, Bapak suka memancing. Biasanya memancing di mana, Pak? Suasana memancing menyenangkan ya, Pak. Tenang.”
- **Film.** Orang yang mempunyai hobi menonton pasti mengetahui film-film yang sedang beredar di bioskop maupun yang akan beredar. Memiliki hobi yang sama akan membuat diskusi mengalir dan menyenangkan. Akan tetapi, bila kita tidak suka menonton film dan tidak paham dengan film yang sedang beredar, sebaiknya kita cukup menjadi pendengar yang baik dan bertanya hal terkait informasi yang diberikan agar diskusi bisa berlanjut. Contohnya dengan berkata, “Saya sudah lama sekali tidak menonton di bioskop. Film apa yang bagus, ya?” atau “Filmnya bercerita tentang apa?”, “Siapa pemerannya?” Tidak perlu merasa malu karena tidak tahu.
- **Musik.** Mendiskusikan lagu dan musik adalah topik yang menyenangkan. Namun, perlu diingat bahwa selera musik seseorang bisa berbeda dengan kita. Apabila selera musik kita berbeda dengan relasi bisnis, hargailah perbedaan tersebut dan ubahlah arah diskusi dengan bertukar informasi terkait musisi atau penyanyi yang disukai masing-masing.

- **Olahraga.** Bagi kebanyakan eksekutif atau pelaku bisnis, olahraga adalah kegiatan yang tidak pernah ditinggalkan karena olahraga adalah kegiatan yang sangat baik untuk menjaga stamina dan kesehatan. Berawal dari bercerita tentang kegiatan olahraga yang sering dilakukan dapat berakhir dengan melakukan aktivitas bersama, yang akan membuat hubungan menjadi lebih baik. Contoh, membuka diskusi dengan menanyakan olahraga apa yang biasa dilakukan, bila kebetulan biasa melakukan kegiatan olahraga yang sama, diskusi dapat berkembang dengan mudah. Namun bila aktivitas olahraga berbeda, kita dapat mendengarkan dan menunjukkan ketertarikan dengan apa yang disampaikan, dan kita juga dapat menyampaikan aktivitas olahraga yang biasa kita lakukan. Selain itu, kita juga bisa mendiskusikan berbagai olahraga yang sedang disukai, seperti bersepeda, yoga, dan lainnya. Dengan demikian, komunikasi dapat berlanjut dengan menyenangkan.
- **Buku.** Buku-buku baru atau yang digemari dapat dijadikan bahan diskusi yang menarik. Terlebih, saat ini kita dapat mengakses informasi terkait buku yang menarik sehingga apabila salah satu pihak ada yang belum membaca atau mengetahui buku yang dibicarakan, kita dapat mencari informasi terkait di internet dan pembicaraan dapat terus berlangsung.
- **Kuliner.** Berbicara tentang kuliner memang tidak ada habisnya. Harga makanan atau masakan yang sedang diceritakan, jangan langsung memotong pembicaraan karena kita tidak menyukai masakan atau makanan yang sedang diceritakan. Contoh, relasi bisnis sedang menceritakan tentang mie ayam kesukaannya dan kita langsung memotong pembicaraannya dengan berkata, "Ih, mie ayam. Karbo itu, bikin gendut", atau "Ih, seleranya aneh." Tentu cara seperti ini akan membuat diskusi terhenti atau menimbulkan perdebatan dan membuat relasi bisnis merasa tidak nyaman. Akan lebih baik bila kita mengatakan, "Kedengarannya enak, tapi sekarang saya lagi diet karbo." Setelah itu, pembicaraan bisa bergulir ke topik yang lain, seperti diet, olahraga, restoran, *vlog* kuliner yang sedang viral, program acara masak di televisi, dan topik-topik lainnya.
- **Tempat wisata.** Bila kita sudah pernah bepergian ke berbagai tempat di Indonesia maupun di dunia, kita perlu berhati-hati dalam mengangkat topik pembicaraan ini, jangan sampai kita terkesan sombong. Selain itu, fokuslah untuk mendiskusikan hal-hal positif dari tempat wisata yang

sedang dibicarakan. Kalaupun kita ingin memberi tahu hal negatif tentang tempat wisata tersebut, sampaikan secara positif. Contohnya, “Melihat *sunset* di Pantai Kuta itu pengalaman yang luar biasa sekali. Sangat cantik. Tapi, akhir-akhir ini di televisi banyak berita tentang aktivis lingkungan yang sedang membersihkan pantai itu. Memang harus seperti itu, sih, agar pantai tetap bersih dan wisatawan nyaman berkunjung. Sayang sekali kalau pantai yang sangat indah itu kondisinya tidak terawat.” Dari pembicaraan ini, pembicaraan dapat berlanjut ke hal-hal lainnya.

Tidak ada alasan bagi kita untuk berkata bahwa kita tidak tahu apa yang ingin didiskusikan karena sejatinya, banyak sekali hal positif dan menarik di sekeliling kita yang bisa dijadikan bahan pembicaraan. Jika kita terus memperluas wawasan kita dengan banyak membaca atau mengikuti berita terkini, menghargai selera dan pemikiran orang lain, serta berpikir positif, kita bisa mengangkat berbagai hal menarik untuk diperbincangkan.

Seperti yang terlihat pada pembahasan sebelumnya, tentu ada pula topik-topik yang sebaiknya dihindari dalam komunikasi bisnis. Topik-topik tersebut adalah topik-topik yang sifatnya terlalu pribadi sehingga dapat membuat pihak yang ditanya menjadi tidak nyaman. Mari kita perhatikan hal-hal yang sebaiknya tidak didiskusikan berikut ini.

- **Hal yang bersifat pribadi**, seperti usia, status pernikahan, keluarga, ciri fisik, tempat tinggal, pendidikan, hal yang berhubungan dengan uang, dan terkait kepemilikan barang.
- **SARA (suku, agama, ras)**. Mendiskusikan hal-hal terkait suku, agama, atau ras dapat menimbulkan konflik, pro, dan kontra di antara pihak yang terlibat. Sebaiknya, kita juga tidak langsung menanyakan daerah asal relasi bisnis kita. Bila kita ingin tahu, bersabarlah karena setelah beberapa kali berjumpa, kita akan mengetahuinya.
- **Cerita yang menyedihkan**. Bila kita mengetahui seseorang sedang tertimpa musibah, tunjukkanlah empati. Tidak perlu meminta apalagi memaksa yang bersangkutan untuk menceritakan kesedihan yang sedang atau pernah dialami. Namun, bila yang bersangkutan ingin bercerita, jadilah pendengar yang baik.
- **Penyakit**. Sama seperti hal yang menyedihkan, sebaiknya kita tidak mendiskusikan penyakit yang dialami seseorang. Mendiskusikan tentang penyakit bisa membuat suasana menjadi kurang nyaman. Perlu diingat

pula apabila kita sedang makan bersama relasi atau rekan kerja, sebaiknya jangan mendiskusikan penyakit karena hal itu bisa mengurangi nafsu makan lawan bicara kita. Memang, ada pula orang yang tidak peduli dengan apa yang dibicarakan ketika sedang makan, tetapi kebanyakan orang merasa tidak nyaman untuk membicarakan penyakit ketika sedang makan. Contoh, ketika makan nasi padang atau makanan laut (kepiting, udang, misalnya), hindari bicara tentang kolesterol atau alergi.

- **Gossip** adalah obrolan tentang orang lain, cerita negatif tentang seseorang, atau pergunjangan. Dalam lingkungan bisnis, tidak baik jika kita bergossip. Jangan membicarakan orang lain, apalagi hal negatif tentangnya.



Rangkuman

- Etiket adalah tata cara (adat, sopan santun, dan sebagainya) dalam masyarakat beradab dalam memelihara hubungan baik antara sesama manusianya. Etiket dan sopan santun dalam komunikasi bisnis bertujuan membina hubungan baik antara pengirim pesan dan penerima pesan. Dengan memperhatikan etiket dan sopan santun saat berkomunikasi, masing-masing pihak akan merasa dihargai, dihormati, dan tidak dipermalukan.
- Komunikasi tertulis dalam bisnis atau surat bisnis yang dikirim mencerminkan profesionalisme pengirimnya dan menunjukkan bagaimana pihak pengirim pesan atau penulis surat menghargai pihak penerima surat.
- Dalam komunikasi tertulis, perhatikan ketepatan penulisan nama, pemilihan kata sapaan sesuai jenis kelamin penerima (Bapak/Ibu/Saudara/Saudari), gelar akademis, jabatan, nama perusahaan atau organisasi, dan alamat penerima pesan.
- Baca kembali surat yang sudah selesai diketik dengan teliti untuk memastikan tidak ada kesalahan ketik di dalamnya. Selain itu, perhatikanlah kebersihan surat dan pastikan surat bisnis rapi dan tidak ada kerutan atau bekas gulungan sebelum dikirimkan.
- Perhatikan pula apakah tinta mesin cetak masih dalam kondisi baik agar hasil cetaknya jelas. Gunakanlah tinta warna hitam



untuk mencetak surat bisnis. Bila ingin menyoroti kata tertentu, kita bisa menggunakan huruf tebal, cetak miring, atau membedakan warnanya—disarankan warna biru tua. Hindari penggunaan warna merah dan penulisan suatu kata dengan huruf kapital karena hal itu memberi kesan bahwa kita 'marah'.

- Apabila kita hendak mengirimnya melalui jasa ekspedisi, pilihlah amplop yang bersih dan dalam kondisi baik. Sebaiknya, alamat penerima diketik dengan rapi untuk menghindari salah alamat karena penulisan alamat kurang jelas. Jika menggunakan kertas label, rekatkan label dengan rapi dan pastikan jangan sampai miring. Setelah itu, lipat surat dengan rapi dan masukkan surat ke dalam amplop dengan hati-hati.
- Jika mengirimkan surat dengan lampiran yang cukup tebal, gunakan amplop cokelat. Sesuaikan ukuran amplop dengan ukuran kertas dan tebal dokumen yang akan dikirimkan agar dokumen tetap rapi dan tidak tertekuk-tekek.
- Gunakan alamat surel yang menunjukkan identitas Anda dan mudah ditulis. Subjek surel juga harus jelas agar penerima mengetahui apa yang hendak dikomunikasikan melalui surel tersebut dan tidak masuk ke folder 'spam'. Perhatikan pula format lampiran dan/atau ukuran lampiran agar surel tidak dikategorikan sebagai 'spam'.
- Ketika menulis surel, pastikan tidak ada kesalahan ketik dan jangan pula disisipkan emotikon. Penggunaan emotikon hanya digunakan untuk komunikasi pribadi dan bersifat nonformal. Jika isi pesan terlalu panjang dan/atau penting, sebaiknya pesan dibuat dalam satu dokumen terpisah untuk dilampirkan.
- Jika Anda ingin meneruskan surel berisi lampiran (dokumen, foto, atau video, misalnya), pastikan lampiran sudah berhasil diunggah.
- Janganlah mengirimkan surel ketika kita sedang panik dan/atau marah karena hal itu dapat mengakibatkan salah ketik, pemilihan kata yang kurang baik, dan isi surel menjadi tidak jelas.
- Pesan yang disampaikan haruslah jelas sehingga penerima memahami tindakan apa yang diharapkan darinya.



- Beberapa dokumen mungkin perlu disahkan dengan tanda tangan pihak yang bersangkutan, tapi ingatlah bahwa tanda tangan digital dibubuhi bila benar-benar perlu sehingga tidak disalahgunakan oleh pihak-pihak yang tidak bertanggung jawab.
- Salah satu bentuk etiket dalam berkomunikasi lisan adalah dengan membiasakan diri untuk berkata 'tolong' ketika meminta seseorang mengerjakan sesuatu, 'terima kasih' setelah dibantu, 'permisi' bila hendak lewat di depan orang lain atau ketika hendak masuk ke ruang kerja orang lain, 'silakan' untuk mempersilakan seseorang mendahului kita, dan 'mohon' bila ingin meminta seseorang melakukan sesuatu. Jika melakukan kesalahan, segeralah minta maaf dengan tulus.
- Sikap dan perilaku sopan santun dapat kita tunjukkan melalui sikap ramah dan senyum tulus; mengetuk pintu ruang kerja seseorang sebelum masuk; tidak berdiri di posisi yang menghalangi mobilitas orang lain (seperti di tengah koridor, depan pintu, atau ujung tangga); memperhatikan etiket dalam menggunakan lift; selalu tepat waktu, terutama ketika menghadiri rapat atau pertemuan penting; dan atur telepon genggam dalam mode hening ketika menghadiri rapat, jamuan bisnis, atau pertemuan penting lainnya.
- Ketika pertama kali bertemu dengan relasi bisnis, tentunya kita merasa senang dan ingin membina hubungan baik untuk jangka panjang. Tahap pertama yang bisa dilakukan adalah dengan menunjukkan kesan pertama yang positif dan profesional. Tunjukkan kredibilitas agar mendapat kepercayaan dari relasi bisnis sejak pertama kali kita bertemu dan berkenalan. Perhatikan komunikasi nonverbal, cara jabat tangan, cara berkenalan yang baik, dan cara bertukar kartu bisnis yang baik.
- Topik-topik yang aman untuk diperbincangkan adalah topik-topik yang bisa didiskusikan dengan menyenangkan, bersifat netral, dan nyaman untuk diperbincangkan. Contoh-contoh topik yang aman untuk diperbincangkan adalah lalu lintas, cuaca, hobi, film, musik, olahraga, buku, kuliner, dan tempat wisata.

- 
- Topik-topik yang sebaiknya tidak didiskusikan adalah hal yang bersifat pribadi (usia, status pernikahan, keluarga, ciri fisik, tempat tinggal, pendidikan, hal yang berhubungan dengan uang, dan terkait kepemilikan barang), SARA (suku, agama, ras), cerita yang menyedihkan, penyakit, dan gosip.

Pertanyaan Penguji Pemahaman

1. Dalam komunikasi tertulis dalam komunikasi bisnis, perlu diperhatikan beberapa hal yang menunjukkan profesionalisme penulis pesan dan sikap menghargai penerima pesan. Apa saja yang perlu diperhatikan penulis untuk menunjukkan kesan profesional dan sikap menghargai penerima pesan? Jelaskan.
2. Bagaimana menunjukkan kesan pertama yang positif dan profesional sewaktu berkenalan dengan seseorang?
3. Topik diskusi apa saja yang aman untuk diperbincangkan dan yang sebaiknya dihindari dalam komunikasi antarpribadi dengan orang yang baru kita kenal? Mengapa?
4. Dalam komunikasi bisnis, kita perlu memperhatikan sopan santun saat melakukan komunikasi antarpribadi. Jelaskan sopan santun dalam latar komunikasi bisnis.

Latihan

1. Bersama seorang teman, berlatihlah cara memperkenalkan diri, bersalaman, dan bertukar kartu bisnis. Anggaplah Anda baru pertama kali berjumpa dengan teman Anda tersebut.
2. Setelah itu, cobalah buka topik diskusi. Kembangkan diskusi dari satu topik ke topik yang lain sehingga pembicaraan tidak berhenti sampai selama kurang lebih 5 menit dan lanjutkan hingga 10 menit.
Catatan: Jangan hanya mendiskusikan satu topik, berusaha beralih ke topik-topik lainnya.

Istilah Penting

Emotikon

Kesan pertama

Referensi Lanjutan

- Guffey, Mary Ellen, Kathleen Rhodes, Patricia Rogin. 2005. *Komunikasi Bisnis: Proses dan Produk Edisi ke-4*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat. h. 21—23
- Purwanto, Djoko. 2019. *Komunikasi Bisnis Edisi ke-5*. Jakarta: Penerbit Erlangga. h. 24—26, 40—53.
- Post, Emily. 2011. *Etiquette, Manners For A New World 18th Edition*. New York: HapperCollins Publishers. p. 7—8.
- <https://kbbi.web.id/etiket>
- <https://kbbi.web.id/gosip>
- <https://kbbi.web.id/integritas>

BAGIAN III

Penulisan Pesan Bisnis

"Communication is the key for any global business."

—Anita Roddick

Bab 5

Surat dan Memo Bisnis

Surat dan Memo Bisnis

Ciri Surat Bisnis yang Baik

Susunan atau format menarik dan jelas agar mudah dibaca dan dipahami

Tidak bertele-tele dan berbelit-belit

Hanya berisi informasi penting

Menggunakan tata bahasa yang baik, benar, dan sopan

Berorientasi pada pembaca

Tidak menggunakan singkatan, kecuali singkatan baku

Tidak ada kesalahan ketik

Bersih, rapi, dan tidak kusut

Bagian-bagian Surat Bisnis

Kop surat

Bagian pembuka

Paragraf pembuka

Isi surat

Paragraf penutup

Bagian penutup

Memo Bisnis

Pesan Singkat yang Digunakan di Internal Perusahaan

Tujuan Pembelajaran

Setelah mempelajari bagian ini, pembaca dapat:

- Menulis surat bisnis dan memo bisnis dengan baik.
- Menggunakan surat atau memo sesuai kebutuhannya.
- Mengetahui beberapa bentuk surat bisnis.

Bentuk komunikasi tertulis dalam kegiatan bisnis, meliputi surat dan memo, merupakan alat komunikasi yang sangat penting. Dalam komunikasi bisnis, fungsi surat dan memo bukan hanya untuk menyampaikan pesan, tetapi juga sebagai alat bukti. Ketika pebisnis membuat keputusan dan komitmen secara lisan, maka perlu dibuat sebuah bukti tertulis yang sifatnya permanen sebagai konfirmasi atas hasil pembicaraan tersebut. Oleh karena itu, mari kita simak bentuk-bentuk dan fungsi memo dan surat bisnis serta cara menulis memo dan surat bisnis dengan baik.

►► Surat Bisnis

Sebagaimana telah dibahas di bab sebelumnya bahwa komunikasi dapat dilakukan secara lisan dan tulisan, surat merupakan sarana komunikasi untuk menyampaikan pesan melalui tulisan atau secara tertulis dari satu pihak kepada pihak yang lain. Pesan yang disampaikan sangat bervariasi, antara lain sebagai pengantar, menyampaikan informasi berupa pengumuman atau pemberitahuan, memberikan perintah atau tugas, permintaan, pesanan, konfirmasi, laporan, perjanjian, penegasan atas hasil putusan yang telah dikomunikasikan secara lisan, dan lainnya. Surat bisnis harus ditulis secara baik dan benar dengan memperhatikan efektivitas dari tujuan penulisan pesan.

Surat bisnis bisa ditujukan untuk pihak internal kantor maupun eksternal dengan berbagai tujuannya. Untuk kepentingan internal kantor, surat dibuat antara lain untuk diketahui oleh karyawan, baik yang bersifat rutin maupun khusus, seperti surat pengantar, pemberitahuan, pengumuman, keputusan, keterangan, penerimaan karyawan, penghargaan kepada karyawan, pemutusan hubungan kerja karyawan, referensi untuk karyawan, laporan kerja, dan lainnya. Untuk kepentingan pihak eksternal, surat biasanya bertujuan untuk penawaran atau pemesanan barang atau jasa, konfirmasi, persetujuan atau perjanjian kerja sama bisnis, pemutusan kerja sama, penolakan kerja sama, proposal kerja sama atau penjualan, menyampaikan keluhan atau komplain, referensi bagi perusahaan relasi bisnis, keputusan, pemberitahuan, keterangan, dan lainnya. Surat untuk pihak eksternal juga ada yang perlu diketahui oleh pihak internal perusahaan atau sebaliknya. Contoh, pengumuman perubahan jam kerja, hari libur kantor, jadwal pembayaran, prosedur pemesanan barang, dan lainnya. Untuk memenuhi kebutuhan tersebut, surat yang telah dibuat juga dikirimkan

(tembusan atau *cc—carbon copy*) kepada pihak-pihak yang perlu mengetahui isi surat tersebut agar mereka mengetahui atau menindaklanjutinya. Contoh salah satu surat kepada pihak eksternal yang ditembuskan kepada pihak internal dan perlu ditindaklanjuti oleh pihak internal adalah penanganan keluhan pelanggan mengenai pengiriman barang yang rusak. Menindaklanjuti isi surat tersebut, pihak internal perusahaan dapat mengirimkan surat permohonan maaf dan penggantian barang yang rusak kepada pelanggan, atau surat tersebut dapat pula ditembuskan kepada pihak yang mengurus pengiriman barang agar dapat ditindaklanjuti. Dengan demikian, pihak internal yang bertanggung jawab atas hal tersebut mengetahui apa yang harus dilakukan.

Akan tetapi, apa pun tujuannya dan ditujukan kepada siapa pun, surat bisnis harus ditulis dengan baik. Untuk menulis surat bisnis yang baik, kita perlu memperhatikan beberapa hal berikut.

- Surat dibuat dengan baik (coba lihat beberapa bentuk surat)
- Susunan atau format surat dibuat menarik dan jelas agar mudah dibaca dan dipahami.

Contoh:

Susunan yang Kurang Menarik	Lebih Menarik dan Jelas
<p>Sehubungan dengan acara wisata karyawan, dengan ini kami beri tahukan bahwa karyawan berkumpul di lobi kantor pukul 05.30 WIB untuk <i>briefing</i> sebelum berangkat dan bis akan diberangkatkan pukul 06.30 WIB. Karyawan mohon tidak lupa untuk memakai seragam dan membawa hadiah.</p>	<p>Sehubungan dengan acara wisata karyawan yang diadakan pada</p> <p>Hari, tanggal: Minggu, 20 Maret 2021</p> <p>Dengan ini, kami beri tahukan jadwal keberangkatan sebagai berikut.</p> <p>Pukul 05.30 WIB : Karyawan sudah berkumpul di lobi kantor untuk <i>briefing</i> dan persiapan</p> <p>Pukul 06.30 WIB : Berangkat dengan bis</p> <p>Mohon tidak lupa untuk:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Memakai kaos seragam yang telah dibagikan 2. Membawa hadiah untuk acara tukar kado

- Tidak bertele-tele dan berbelit-belit.
- Tidak memasukkan informasi yang tidak diperlukan.
- Hanya masukkan informasi yang penting.
- Menggunakan tata bahasa yang baik, benar, dan sopan sehingga isi surat mudah dipahami oleh penerima.
- Berorientasi pada pembaca, memandang masalah dari perspektif pembaca.
- Tidak menggunakan singkatan, kecuali singkatan yang baku seperti untuk ukuran.
- Tidak ada kesalahan ketik.
- Bersih dan rapi, tidak kusut.

Contoh surat bisnis yang bertele-tele dan menyertakan informasi yang tidak penting:

Setelah melewati masa pandemi yang begitu melelahkan, akhirnya minggu lalu saya dapat pergi wisata ke pulau yang sangat cantik, yaitu pulau Bali. Sungguh sangat menyenangkan bisa menikmati liburan bersama keluarga. Dan karena begitu gembiranya, waktu kembali ke Jakarta, saya baru menyadari sepatu kesayangan saya tertinggal di hotel.

Melalui surat ini, saya mohon bantuan Ibu atau Bapak agar sepatu saya dapat dikirim ke alamat saya. Bantuan Ibu/Bapak sangat saya hargai karena sepatu itu adalah sepatu kesayangan saya. Terima kasih banyak atas bantuannya.

Contoh surat di atas tidaklah efektif karena bertele-tele dan meninggalkan beberapa informasi penting, seperti tanggal menginap dan nomor kamar, ciri-ciri sepatu, serta alamat dan nomor telepon penerima. Bandingkan surat di atas dengan surat di bawah ini.

Perkenalkan, nama saya Melati. Minggu yang lalu, kami sekeluarga menginap di Hotel Holiday Bali dengan detail reservasi sebagai berikut:

Durasi Menginap : 8 sampai 11 Mei 2021

Nomor Kamar : 153

Pemesanan kamar atas nama Bapak Kusuma.

Melalui surat ini, saya ingin memberitahukan bahwa sepatu saya tertinggal di kamar tersebut. Adapun ciri-cirinya sebagai berikut:

Sepatu warna hitam, ukuran nomor 39, merek Bata.

Sepatu dibungkus dengan kantong kain berwarna hitam dan diletakkan di laci paling bawah di samping meja tulis.

Mohon bantuan Ibu/Bapak untuk mencarinya.

Saya berharap sekali sepatu masih ada di sana, dan bila ada, mohon dikirim ke:

Melati

Jl. Langit Biru, Gang V No. 7

Jakarta Pusat

Saya akan membayar biaya pengiriman sepatu tersebut. Ibu/Bapak dapat menghubungi saya di nomor telepon 0812 345 678.

Atas bantuan Ibu/Bapak, saya ucapkan terima kasih.

Surat kedua lebih jelas dan hanya mengandung informasi-informasi penting sehingga penerima surat akan lebih mudah memahami tujuan penulisan surat tersebut.

Surat yang baik terdiri dari beberapa bagian, yaitu kepala surat (kop surat), bagian pembuka, isi surat (tubuh surat), dan bagian penutup. Kepala surat (kop surat) memuat informasi berupa nama pengirim atau nama perusahaan, alamat, nomor telepon, alamat surel, logo perusahaan, dan keterangan lain tentang identitas pengirim atau perusahaan. Kepala surat penting untuk dicantumkan karena itu akan memudahkan penerima surat untuk mengetahui siapa pengirim surat yang diterimanya.

Bagian berikutnya adalah bagian pembuka. Berbeda dengan surat informal, surat yang ditulis untuk keperluan bisnis perlu mencantumkan beberapa hal di bagian pembukanya, yaitu:

- **Nomor surat.** Nomor surat berfungsi untuk memudahkan penyimpanan atau pengarsipan, selain juga sebagai referensi untuk surat-surat berikutnya. Adapun cara penulisan nomor surat ditetapkan oleh masing-masing perusahaan.

- **Tanggal surat.** Penulisan tanggal surat tidak perlu didahului dengan nama kota jika nama kota sudah tercantum pada kop surat. Sama halnya seperti nomor surat, tanggal juga berfungsi untuk kepentingan arsip dan referensi.
- **Lampiran.** Untuk tujuan tertentu, pengirim terkadang perlu melampirkan suatu dokumen atau materi penunjang lainnya, seperti proposal, brosur, dan lainnya.
- **Hal atau perihal.** Bagian ini memuat pokok atau inti dari surat yang dikirimkan.
- **Alamat surat.** Pada bagian ini, pengirim menuliskan kepada siapa surat itu dikirimkan. Bagian ini terdiri dari nama penerima—bisa dilengkapi dengan gelar akademis atau jabatan—nama perusahaan, alamat perusahaan, nama kota, dan kode pos penerima surat. Contoh:

Yth. Dr. Putera
Direktur Pemasaran
PT. Maju Terus
Jl. Laut Biru Kav. V No. 7
Jakarta Barat 11120

Atau:

Yth. Manajer Produksi
PT. Pasti Untung
Jl. Gunung Tinggi No. 3
Jakarta Selatan 12210

Selain cara penulisan alamat di atas, kita juga bisa memanfaatkan penulisan alamat menggunakan 'untuk perhatian' (u.p.). Perhatikan contoh di bawah ini.

Yth.
Direksi Bank DEFGHI
u.p. Bapak Djaya Dijaya
Direktur Perkreditan
Jl. Pohon Hijau Raya No. 5
Jakarta Timur 13210

Atau:

Kepada Yth.
 Direksi Bank DEFGHI
 Jl. Pohon Hijau Raya No. 5
 Jakarta Timur 13210
 u.p. Bapak Djaya Dijaya
 Direktorat Perkreditan

Kemudian, perhatikan penulisan nama penerima. Bila di depan nama tidak ada gelar akademis, bisa dicantumkan Ibu/Bapak/Saudara/Saudari, atau langsung nama. Contoh:

Yth. Ibu Pelangi Cantika, S.E, M.H. → Ibu, nama dan gelar akademis

Atau:

Yth. Pelangi Cantika, S.E, M.H. → nama dan gelar akademis

Bila di depan nama ada gelar akademis (contoh: Prof., Dr., dr., Ir., Dra., Drs.), kita tidak perlu mencantumkan Ibu/Bapak. Contoh:

Yth. Prof. Pelangi Cantika, M.Sc., Ph.D

- **Salam Pembuka.** Dalam surat bisnis, biasanya salam pembuka yang digunakan adalah 'Dengan hormat,' bukan 'Selamat Pagi,' dan seterusnya.

Setelah bagian pembuka, bagian surat bisnis berikutnya adalah paragraf pembuka. Paragraf pembuka berfungsi untuk mengantarkan pembaca pada pesan yang ingin disampaikan. Beberapa kalimat yang dapat menandai paragraf pembuka adalah:

- Dengan ini, kami beritahukan bahwa....
- Dengan ini, kami laporkan....
- Bersama ini, kami lampirkan....
- Bersama ini, kami kirimkan beberapa buku sebagai contoh....
- Menindaklanjuti pembicaraan melalui telepon....
- Sehubungan dengan....
- Dalam rangka peluncuran produk baru....
- Dalam rangka memperingati....
- Sesuai dengan Surat Pesanan Nomor....
- Berdasarkan Surat Keputusan....
- Surat Saudara nomor ... tertanggal ... telah kami terima,

Jika diperhatikan, surat bisnis menggunakan kata 'kami' sebagai kata ganti pihak yang mengirimkan surat. Kata 'kami' digunakan untuk mewakili perusahaan atau departemen pengirim surat, sedangkan kata ganti 'saya' hanya digunakan pada surat pribadi atau atas nama pribadi. Kemudian, perhatikan penggunaan frasa 'bersama ini' pada contoh di atas. Frasa 'bersama ini' hanya digunakan jika ada lampiran yang menyertai surat bisnis.

Setelah paragraf pembuka, kita dapat masuk ke dalam isi surat. Pada bagian ini, pengirim mengemukakan pesan yang ingin disampaikan. Isi surat merupakan bagian terpenting dari suatu surat bisnis. Oleh karena itu, usahakan agar isi surat jelas dan efektif. Periksa kembali apakah ada informasi penting yang tertinggal atautkah masih ada kalimat yang bertele-tele sehingga menyulitkan pembaca memahami isi surat.

Setelah pesan disampaikan pada paragraf isi, tutuplah surat bisnis dengan sebuah paragraf yang berisi kesimpulan, harapan, dan ucapan terima kasih pada penerima surat. Berikut beberapa contoh kalimat yang dapat digunakan dalam paragraf penutup:

- Atas perhatian dan kerja sama Bapak, kami ucapkan terima kasih.
- Atas bantuan dan kerja sama yang diberikan, kami ucapkan terima kasih.
- Demikian laporan kami, terima kasih.
- Jawaban dari Bapak/Ibu kami tunggu selambat-lambatnya hari/tanggal....
- Kehadiran Bapak/Ibu sangat kami nantikan. Terima kasih atas perhatian Bapak/Ibu.
- Terima kasih atas apresiasi yang diberikan pada produk kami.
- Atas kepercayaan yang diberikan, kami ucapkan terima kasih.
- Semoga kerja sama yang baik ini dapat terus berlanjut.

Bagian terakhir dari sebuah surat bisnis adalah bagian penutup. Berikut hal-hal yang terdapat pada bagian penutup surat bisnis.

- **Salam penutup.** 'Hormat kami' atau 'Salam kami, Wassalamu'alaikum wr. wb.'. Untuk surat pribadi, dapat digunakan 'Hormat saya'.
- **Tanda tangan pengirim.**
- **Nama lengkap pengirim.** Nama pengirim/penulis/penandatanganan surat, bisa pula disertai gelar akademis.
- **Jabatan pengirim.**
- **Tembusan atau cc.** Surat juga dikirim ke pihak atau departemen terkait.
- **Inisial.** Tanda pengenalan petugas yang membuat konsep dan mengetik surat.

Contoh: PC/AP atau pc/ap. PC adalah Putri Cantika, pembuat konsep, dan AP adalah Ananda Putera, pengetik surat.

Di awal bagian ini telah disampaikan bahwa surat bisnis yang baik itu harus dibuat dengan baik. Kita dapat merujuk format penulisan yang biasa dipakai dalam penulisan surat resmi, yaitu bentuk lurus penuh (*full block style*), bentuk lurus (*block style*), bentuk setengah lurus (*semi block style*) (a) dan (b), serta bentuk bertekuk (*indented*). Mari kita perhatikan bentuk-bentuk surat tersebut.

Bentuk Lurus Penuh (*Full Block Style*)

Bentuk lurus penuh adalah bentuk surat bisnis yang diketik dengan paragraf rata kanan dan kiri. Perhatikan Gambar 5.1.

Kop Surat
Tanggal pengiriman surat
Nomor Surat: _____
Lampiran: _____
Penerima surat
Yth. _____

Hal/Perihal: _____
Salam pembuka,
Paragraf pembuka (paragraf rata kiri dan kanan)

Isi surat

Paragraf penutup

Salam penutup,
<i>Tanda tangan</i>
Nama Pengirim
Jabatan Pengirim
Tembusan: _____
Inisial: ____/____

Gambar 5.1 Bentuk Lurus Penuh (*Full Block Style*)

Bentuk Lurus (*Block Style*)

Bentuk lurus adalah bentuk surat bisnis yang diketik dengan paragraf rata kiri. Mari kita perhatikan Gambar 5.2.

Kop Surat	
	Tanggal surat dikirimkan
Nomor Surat: _____	
Lampiran: _____	
Alamat yang dituju Yth. _____	

Hal/Perihal: _____	
Salam pembuka	
Paragraf pembuka	

Isi surat	

Paragraf penutup	

	Salam penutup,
	<i>Tanda tangan</i>
	Nama Pengirim
	Jabatan Pengirim
Tembusan: _____	
Inisial: ____/____	

Gambar 5.2 Bentuk Lurus (*Block Style*)

Bentuk Setengah Lurus (*Semi Block Style*) (a)

Bentuk setengah lurus adalah bentuk surat bisnis yang diketik dengan paragraf rata kanan dan kiri. Akan tetapi, penulisan tanggal, salam penutup, tanda tangan, nama, dan jabatan pengirim diketik dengan paragraf rata kanan. Mari kita perhatikan Gambar 5.3.

Kop Surat	
	Tanggal surat dikirimkan
Nomor Surat: _____	
Lampiran: _____	
Alamat yang dituju Yth. _____ _____	
Hal/Perihal: _____	
Salam pembuka	
Paragraf pembuka	

Isi surat	

Paragraf penutup	

	Salam penutup,
	<i>Tanda tangan</i>
	Nama Pengirim
	Jabatan Pengirim
Tembusan: _____	
Inisial: ____/____	

Gambar 5.3 Bentuk Setengah Lurus (*Semi Block Style*) (a)

Bentuk Setengah Lurus (*Semi Block Style*) (b)

Bentuk setengah lurus adalah bentuk surat bisnis yang diketik dengan paragraf rata kiri dan awal paragraf menjorok ke dalam sebanyak satu *tab*. Akan tetapi, penulisan tanggal, salam penutup, tanda tangan, nama, dan jabatan pengirim diketik dengan paragraf rata kanan. Mari kita perhatikan Gambar 5.4.

Kop Surat	
	Tanggal surat dikirimkan
Nomor Surat: _____	
Lampiran: _____	
Alamat yang dituju Yth. _____ _____	
Hal/Perihal: _____	
Salam pembuka	
Paragraf pembuka _____ _____	
Isi surat _____ _____	
Paragraf penutup _____ _____	
	Salam penutup, <i>Tanda tangan</i> Nama Pengirim Jabatan Pengirim
Tembusan: _____	
Inisial: ____/____	

Gambar 5.4 Bentuk Setengah Lurus (*Semi Block Style*) (b)

Bentuk Bertekuk (*Indented Style*)

Bentuk bertekuk adalah bentuk surat bisnis yang diketik dengan paragraf rata kanan dan kiri serta awal paragraf menjorok ke dalam sebanyak satu *tab*. Akan tetapi, alamat yang dituju, salam penutup, tanda tangan, nama, dan jabatan pengirim diketik dengan paragraf rata kanan. Mari kita perhatikan Gambar 5.5.

Kop Surat	
Tanggal surat dikirimkan	
Nomor Surat: _____	
Lampiran: _____	
Hal/Perihal: _____	
	Alamat yang dituju Yth. _____ _____ _____
Salam pembuka	
Paragraf pembuka	

Isi surat	

Paragraf penutup	

	Salam penutup, <i>Tanda tangan</i> Nama Pengirim Jabatan Pengirim
Tembusan: _____	
Inisial: ____/____	

Gambar 5.5 Bentuk Bertekuk (*Indented Style*)

▶▶ Memo Bisnis

Memo atau memorandum adalah surat yang berisikan pesan singkat, seperti pengantar, pemberitahuan, permintaan, undangan rapat, laporan singkat, atau hal-hal lain. Memo biasanya digunakan untuk menyampaikan pesan di internal perusahaan. Karena pesannya singkat, maka memo tidak membutuhkan salam pembuka, salam penutup, serta nama dan jabatan penandatangan.

Bagian pembuka memo terdiri dari nomor memo (untuk keperluan arsip dan dokumentasi surat-surat kantor), nama pihak yang dituju, pihak yang menulis pesan, tanggal memo dibuat, dan hal/perihal isi memo. Karena bersifat internal dan singkat, biasanya nama pengirim dan penerimanya tidak disertai gelar akademis, cukup dituliskan nama atau singkatan nama saja.

Perhatikan contoh memo undangan rapat dari Direktur Penjualan kepada seluruh staf bagian penjualan berikut ini.

Memo

Nomor: 123/MI/VI/21

Kepada : Seluruh Staf Bagian Penjualan
Dari : Amir Umar – Direktur Penjualan
Tanggal : 11 Juni 2021
Hal : Undangan Rapat – ‘Peluncuran Produk Baru’

Dalam rangka mempersiapkan peluncuran produk baru di bulan Agustus 2021, kami mengundang Saudara/i untuk hadir dalam rapat yang akan diadakan pada:

Hari, tanggal : Kamis, 10 Juni 2021
Pukul : 10.00 – 12.00 WIB
Tempat : Ruang Rapat Utama – lantai 3
Acara : Persiapan peluncuran produk baru:
1. Pengenalan produk baru
2. Program promosi penjualan untuk pelanggan
3. Program promosi penjualan untuk pedagang perantara

Kehadiran Saudara/i tepat pada waktunya sangat kami hargai.
Terima kasih.

Amir



Rangkuman

- Dalam komunikasi bisnis, fungsi surat dan memo bukan hanya untuk menyampaikan pesan, tetapi juga sebagai alat bukti. Ketika pebisnis membuat keputusan dan komitmen secara lisan, maka perlu dibuat sebuah bukti tertulis yang sifatnya permanen sebagai konfirmasi atas hasil pembicaraan tersebut.
- Surat bisnis bisa ditujukan untuk pihak internal kantor maupun eksternal dengan berbagai tujuannya. Surat untuk pihak eksternal juga ada yang perlu diketahui oleh pihak internal perusahaan atau sebaliknya. Contoh, pengumuman perubahan jam kerja, hari libur kantor, jadwal pembayaran, prosedur pemesanan barang, dan lainnya. Untuk memenuhi kebutuhan tersebut, surat yang telah dibuat juga dikirimkan (tembusan atau *cc—carbon copy*) kepada pihak-pihak yang perlu mengetahui isi surat tersebut agar mereka mengetahui atau menindaklanjutinya.
- Kepala surat (kop surat) memuat informasi berupa nama pengirim atau nama perusahaan, alamat, nomor telepon, alamat surel, logo perusahaan, dan keterangan lain tentang identitas pengirim atau perusahaan.
- Bagian pembuka berisi tanggal dikirimkannya surat, nomor surat, lampiran (jika ada), alamat yang dituju, hal atau perihal surat, dan salam pembuka. Kemudian diikuti dengan paragraf pembuka yang berfungsi untuk mengantarkan pembaca pada pesan yang ingin disampaikan.
- Isi surat merupakan bagian terpenting dari suatu surat bisnis. Oleh karena itu, usahakan agar isi surat jelas dan efektif. Periksa kembali apakah ada informasi penting yang tertinggal ataukah masih ada kalimat yang bertele-tele sehingga menyulitkan pembaca memahami isi surat. Setelah pesan disampaikan pada paragraf isi, tutuplah surat bisnis dengan sebuah paragraf yang berisi kesimpulan, harapan, dan ucapan terima kasih pada penerima surat.



- Terdapat beberapa bentuk surat bisnis, yaitu bentuk lurus penuh (*full block style*), bentuk lurus (*block style*), bentuk setengah lurus (*semi block style*) (a) dan (b), serta bentuk bertekuk (*indented*).
- Memo atau memorandum adalah surat yang berisikan pesan singkat dan biasanya digunakan untuk menyampaikan pesan di internal perusahaan. Karena pesannya singkat, memo tidak membutuhkan salam pembuka, salam penutup, serta nama dan jabatan penandatanganan.
- Bagian pembuka memo terdiri dari nomor memo (untuk keperluan arsip dan dokumentasi surat-surat kantor), nama pihak yang dituju, pihak yang menulis pesan, tanggal memo dibuat, dan hal/perihal isi memo. Karena bersifat internal dan singkat, biasanya nama pengirim dan penerimanya tidak disertai gelar akademis, cukup dituliskan nama atau singkatan nama saja.

Pertanyaan Penguji Pemahaman

1. Jelaskan perbedaan Surat dan Memo!
2. Kapan Anda menggunakan Memo dalam menyampaikan pesan?
3. Jelaskan bagaimanakah surat bisnis yang baik?
4. Surat terdiri dari bagian pembuka, tubuh surat (paragraf pembuka, isi, dan paragraf penutup) dan bagian penutup, jelaskan apa saja yang dituliskan di masing-masing bagian tersebut.

Latihan

Dari lima bentuk surat yang telah dijelaskan, pilihlah dua bentuk surat. Kemudian, buat kop surat dan tuliskan surat sesuai keterangan sebagai berikut:

Perihal: Kerja Sama Bantuan Hukum

Pada 26 April 2021, Bapak Prima Putera, S.H., M.H., Direktur LBH Bantuan Sosial yang beralamat di Jalan Gunung Tinggi Raya No. 7, Semarang, menulis surat. Surat tersebut ditujukan kepada Ibu Nina Surina, Manajer Umum dan Hukum di PT. Sukarela Sosial yang beralamat di Jalan Rumput

Gajah V No. 8, Semarang. Nomor telepon LBH Bantuan Sosial adalah 024 5678910.

Beberapa hari yang lalu, tepatnya tanggal 23 April 2021, Bapak Prima Putera telah bertemu dengan Ibu Nina Surina untuk membicarakan kemungkinan kerja sama dalam hal bantuan hukum. Melalui surat ini, Bapak Prima ingin menyampaikan bahwa beliau telah berdiskusi dengan tim manajemen dan LBH yang beliau pimpin dan bersedia bekerja sama dengan PT. Sukarela Sosial. Adapun kerja sama dapat dimulai bulan Mei 2021. Untuk keperluan administrasi, pihak LBH akan menyediakan Surat Perjanjian Kerja Sama (SPK) dan berharap SPK dapat ditandatangani pada tanggal 27 April 2021 di kantor LBH pukul 09.00 WIB. Di paragraf penutup, Bapak Prima Putera mengucapkan terima kasih atas kepercayaan yang diberikan Ibu Nina Surina.

Nomor Surat: 123/KS/BS/IV/2021

Tembusan: Manajemen LBH Bantuan Sosial

Inisial: pp/rh

Istilah Penting

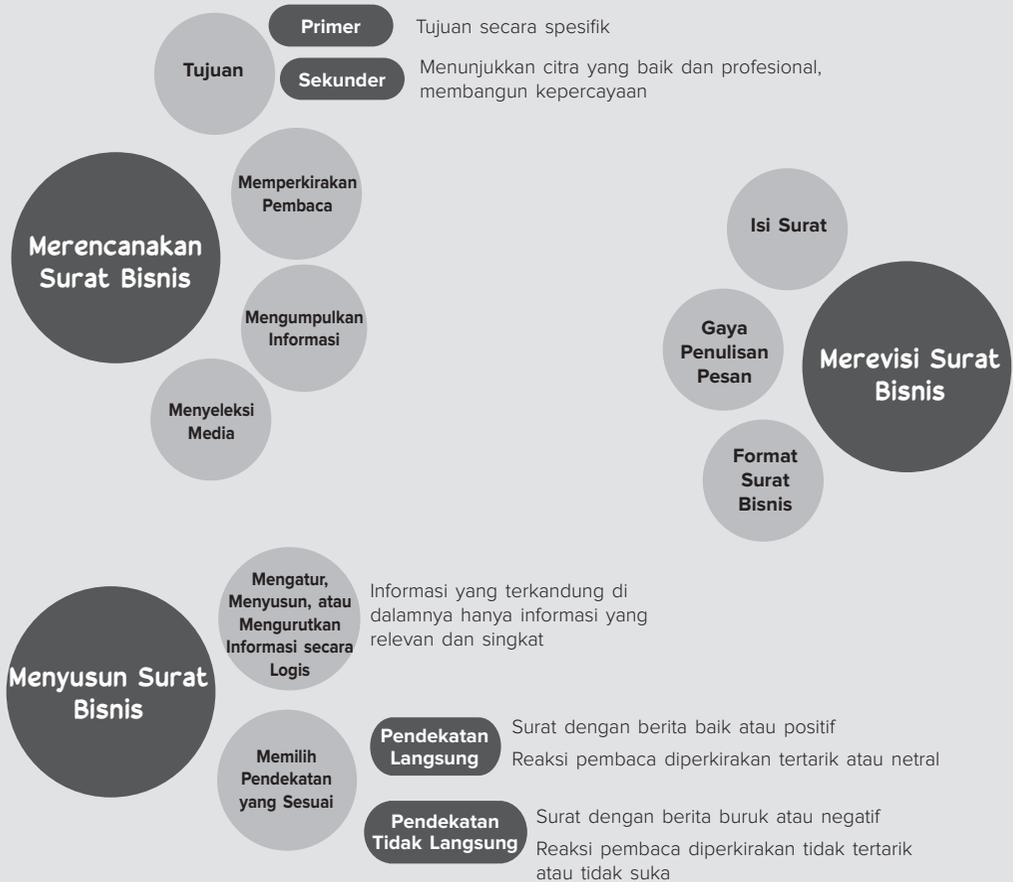
<i>block style</i>	<i>indented</i>	memo
<i>cc (carbon copy)</i>	inisial	
<i>full block style</i>	<i>semi block style</i>	

Referensi Lanjutan

- Bovee, Cortland L., John V. Thill. 2013. *Komunikasi Bisnis Edisi ke-9*. Jakarta: Penerbit Indeks. h. 122—147, 296—313, 350—369.
- Guffey, Mary Ellen, Kathleen Rhodes. Patricia Rogin. 2005. *Komunikasi Bisnis: Proses dan Produk Edisi ke-4*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat. h. 173—183, 205—217, 252—256.
- Purwanto, Djoko. 2019. *Komunikasi Bisnis Edisi ke-5*. Jakarta: Penerbit Erlangga. h. 106—109, 118—129, 134—141, 185—201.

Bab 6

Merencanakan, Mengorganisasikan, dan Merevisi Pesan Bisnis



Tujuan Pembelajaran

Setelah mempelajari bagian ini, pembaca dapat:

- Menerapkan proses penulisan surat, yaitu merencanakan, mengorganisasikan, dan merevisi pesan bisnis.
- Menulis tiap bagian surat dengan baik, yaitu pembuka, isi, dan penutup.
- Memahami perbedaan pendekatan langsung dan tidak langsung dalam penulisan surat.

Proses penulisan surat dibagi dalam tiga tahap, yaitu tahap sebelum penulisan, penulisan dan setelah penulisan. Sebelum menulis surat bisnis, penulis merencanakan apa yang akan ditulis, kemudian mengorganisasikan pesan sedemikian rupa agar menjadi pesan yang efektif, dan penulis perlu meninjau surat yang ditulis dan merevisi bagian-bagian yang diperlukan sebelum surat tersebut dikirim. Ketiga tahap penulisan tersebut sama pentingnya sehingga harus dilakukan dengan sebaik mungkin.

▶▶ Merencanakan Pesan Bisnis

Pada tahap perencanaan, penulis perlu merumuskan tujuan pesan bisnis: mengapa pesan harus dikirim? dan apa yang ingin dicapai?; mengantisipasi pembaca; mengumpulkan data; dan menentukan media yang digunakan.

Secara garis besar, terdapat dua tujuan penulisan surat bisnis, yaitu tujuan primer dan tujuan sekunder. Tujuan primer adalah alasan utama penulisan surat, tujuan secara spesifik. Sementara itu, tujuan sekunder adalah menunjukkan citra yang baik dan profesional pada diri penulis dan perusahaan, serta membangun kepercayaan. Itulah mengapa surat bisnis harus ditulis dengan sebaik mungkin. Setelah mengetahui tujuan penulisan surat bisnis, uji tujuan tersebut dengan lima pertanyaan berikut:

- **Apakah ada perubahan sebagai akibat dari pesan yang ditulis?**
Contoh, interior ruang resepsionis sebuah restoran yang Anda kunjungi terlihat kurang menarik. Jika Anda adalah seorang pemilik firma konsultasi desain interior dan ingin memberikan usulan kepada restoran tersebut untuk mengubah ruang resepsionisnya, Anda dapat menuliskan surat bisnis kepada restoran tersebut karena jabatan dan perusahaan Anda relevan dengan masalah yang ditemukan. Dengan menulis surat bisnis atas usulan Anda, Anda memberi manfaat bagi perusahaan Anda dan/atau pembacanya, yakni pihak restoran. Akan tetapi, jika Anda tidak memiliki pengaruh atau pesan yang dikirimkan tidak akan memberi manfaat tertentu bagi perusahaan dan/atau pembacanya, Anda sebaiknya tidak perlu menuliskan surat bisnis kepada mereka.
- **Apakah pesan realistis?**
Bila ingin memberi usulan, sampaikan secara baik dan masuk akal. Contoh, Anda sangat membutuhkan jaringan internet untuk bekerja.

Adalah realistis bila Anda menulis surat pada pimpinan perusahaan untuk disediakan jaringan internet di ruang kerja Anda. Akan tetapi, bila Anda tidak membutuhkan jaringan internet untuk bekerja, tentu tidak realistis bila Anda minta disiapkan jaringan internet di ruang kerja Anda. Atau, ketika memberikan tenggat waktu pengerjaan tugas pada karyawan, pertimbangkan kembali apakah tenggat waktu yang Anda berikan realistis dan mencukupi sebelum memberikan pesan.

- **Apakah waktunya tepat?**

Setiap departemen di perusahaan mempunyai siklus beban kerja yang tidak menentu, ada bulan-bulan tertentu di mana beban kerja mereka sangat banyak. Contoh, bagian HRD tengah menyelesaikan restrukturisasi dan perampingan organisasi dan Anda menulis surat untuk memberitahukan adanya perubahan data dalam kartu keluarga. Bisa jadi mereka tidak memberi perhatian penuh pada surat yang Anda kirim.

- **Apakah Anda adalah orang yang tepat untuk menyampaikan pesan tersebut?**

Di setiap perusahaan, terdapat struktur organisasi dan budaya perusahaan yang dijadikan sebagai pedoman bagi karyawan dalam mengambil keputusan atau memberi perintah. Contoh, Anda adalah staf di bagian keuangan. Salah satu pekerjaan Anda adalah membuat laporan yang berkaitan dengan biaya perjalanan dinas luar kota staf departemen penjualan. Karena para tenaga penjual selalu lambat dalam membuat laporan keuangan perjalanan dinas, maka Anda bermaksud membuat surat teguran melalui Manajer Penjualan. Apakah surat teguran tersebut akan diperhatikan dan membawa perubahan bila Anda yang menandatangani? Bila jawabnya 'tidak', lebih baik Anda mendiskusikan masalah ini dengan atasan (Manajer Keuangan) Anda. Bila atasan menyetujui usulan Anda, buatlah surat yang ditandatangani oleh Manajer Keuangan.

- **Apakah pesan dapat diterima oleh perusahaan?**

Contoh, seorang pelanggan yang menulis keluhan atas jasa perusahaan dengan cara tidak menyenangkan. Anda mungkin terpancing untuk membalas surat tersebut dan menyatakan bila mereka tidak suka, mereka boleh memilih produk perusahaan lain. Surat seperti itu tentu akan ditolak oleh perusahaan karena hal itu sangat bertentangan dengan

misi perusahaan yang harus mendengarkan masukan sekecil apa pun dari pelanggan. Sebaliknya, bila Anda merespons keluhan tersebut dengan cara yang positif dan bijaksana, pihak perusahaan pasti akan menerimanya dengan baik pula.

Walaupun komunikasi terjadi melalui surat bisnis, Anda tetap perlu mengenal siapa penerima pesan tersebut agar Anda dapat menyampaikan pesan secara efektif. Memang tidak mudah untuk mengetahui profil pembaca secara tepat, terlebih bila belum pernah berjumpa secara langsung, tetapi setidaknya Anda dapat memperkirakan karakteristiknya. Mengantisipasi pembaca membantu Anda membuat keputusan dalam penggunaan nada surat (formal atau informal), istilah-istilah teknis yang akan digunakan, media yang dipilih, dan lainnya. Beberapa informasi yang dibutuhkan tentang pembaca, antara lain:

- **Siapa pembaca utamanya?**

Ketahui nama, jenis kelamin, gelar akademis, dan jabatan pembaca surat bisnis. Seperti dalam memberi kesan pertama yang positif dan profesional, bagian pembuka surat harus ditulis dengan benar. Dengan mengetahui siapa pembaca, penulis dapat membuka surat dengan kesan yang positif.

- **Apa hubungan penulis dengan pembaca?**

Apakah hubungan profesional atau pribadi? Bila hubungan antara penulis dan pembaca sebatas hubungan profesional, surat bernada lebih formal dibandingkan dengan hubungan yang pribadi.

- **Bagaimana posisi pembaca di perusahaan?**

Apakah pembaca pengambil keputusan atau staf biasa. Tentunya isi pesan berbeda bila pesan ditujukan langsung pada pengambil keputusan. Contoh, Anda mengirimkan surat penawaran mesin untuk suatu pabrik. Surat penawaran yang ditujukan untuk pengambil keputusan (dalam hal harga) akan lebih menekankan efisiensi mesin dalam banyak hal, terutama biaya. Sementara itu, surat yang ditujukan untuk pengguna atau staf bagian pabrik bisa lebih menekankan kecanggihan dan keakuratan mesin dalam hasil produksi, kemudahan dalam perawatan, dan hal-hal lainnya yang berkaitan dengan performa mesin.

- **Bagaimana latar belakang pembaca?**

Bagaimana tingkat pendidikan, pengalaman, budaya, dan sikap pembaca? Dengan mengetahui informasi ini, penulis lebih mudah menetapkan tata

bahasa, penggunaan istilah, etika, dan sopan santun yang ditunjukkan dalam surat bisnis.

- **Bagaimana pemahaman pembaca tentang pokok persoalan yang dituliskan di surat?**

Apakah pembaca dengan penulis pernah berdiskusi sebelumnya? Atau pembaca baru pertama kali mendapatkan informasi mengenai pesan ini? Cara penulisan surat tentu akan berbeda berdasarkan jawaban atas pertanyaan tersebut.

- **Apakah ada pembaca lain selain pembaca utama dan bagaimana komposisinya?**

Bila ada pembaca lain selain pembaca utama, apakah pembaca tersebut memahami pertimbangan dan hal-hal yang ditulis di dalam surat? Bila kemungkinan ada pembaca yang tidak atau kurang memahami hal yang dibahas, apakah perlu dijelaskan di surat atau dibuatkan dalam bentuk lampiran sebagai penjelasan?

- **Bagaimana harapan pembaca?**

Apakah pembaca mengharapkan penjelasan yang lengkap, detail, akurat, dilengkapi dengan lampiran-lampiran, atau hanya rangkuman saja?

- **Bagaimana reaksi pembaca yang mungkin timbul?**

Netral, positif, atau negatif. Reaksi pembaca memengaruhi organisasi pesan. Jika diperkirakan reaksi pembaca akan netral dan positif, Anda dapat menyatakan konklusi dan rekomendasi di bagian awal surat. Akan tetapi, bila respons pembaca diperkirakan negatif, tunjukkan konklusi secara bertahap dan tunjukkan lebih banyak bukti.

Setelah mengetahui tujuan dan pembaca surat, langkah berikutnya adalah mengumpulkan informasi atau data-data yang diperlukan untuk disertakan di dalam pesan. Pastikan informasi akurat (setiap data dan informasi yang ditulis harus dapat dipertanggungjawabkan), etis (perhatikan etika, kejujuran, dan profesionalisme dalam menulis pesan), dan informasi harus berhubungan dengan kebutuhan dan minat pembaca.

Tahap terakhir dalam merencanakan pesan bisnis adalah menyeleksi media yang akan digunakan. Dalam hal pesan tertulis, penulis dapat memilih untuk menggunakan media konvensional ataupun media elektronik. Media konvensional dapat berupa surat, memo, atau laporan tertulis yang dikirimkan melalui pos atau jasa kurir. Meskipun kemajuan teknologi demikian pesat,

tetapi media konvensional masih banyak dipilih untuk korespondensi resmi walaupun membutuhkan waktu yang lebih lama untuk menyalurkan dan menerima umpan balik.

Sementara itu, cakupan media elektronik berbasis internet sangat bervariasi dan terus berkembang, mulai dari surel, pesan singkat, situs web, blog, pesan instan, dan berbagai media lainnya. Media elektronik memiliki beberapa kelebihan, salah satunya dapat menyampaikan pesan dengan cepat dan tidak terhalang batas geografis. Namun, bukan berarti media elektronik tidak memiliki kelemahan. Masalah privasi menjadi isu utama dalam penggunaan media elektronik.

Setelah mengetahui kelebihan dan kekurangan masing-masing, pilihlah media yang tepat. Sesuaikan pilihan media dengan tujuan dan formalitas pesan.

►► Mengorganisasikan Pesan Bisnis

Mengorganisasikan pesan berarti mengatur, menyusun, atau mengurutkan informasi secara logis. Informasi yang digunakan hanya informasi yang relevan dan singkat. Pesan yang diatur secara baik merupakan pesan yang efisien, di mana pembaca hanya menerima informasi yang dibutuhkan dan dapat memahami isi pesan tanpa kesulitan. Pengorganisasian pesan yang baik membuat pesan menjadi efektif karena menghemat waktu dalam membaca dan membantu pembaca segera memahami pesan. Pengorganisasian yang buruk dapat mengakibatkan pembaca salah menyimpulkan pesan, atau bahkan berhenti membaca.

Terdapat dua pendekatan yang dapat digunakan dalam mengorganisasikan pesan bisnis, yaitu pendekatan langsung dan tidak langsung. Pendekatan yang digunakan dalam pengorganisasian surat disesuaikan dengan isi pesan yang disampaikan.

Organisasi pesan dengan pendekatan langsung digunakan untuk menyampaikan berita baik dan positif (*good news*), di mana reaksi penerima surat akan senang, tertarik, atau netral. Sementara itu, pendekatan tidak langsung digunakan untuk menyampaikan berita buruk atau negatif (*bad news*), di mana reaksi pembaca tidak tertarik, tidak ingin, tidak suka, atau bersikap bermusuhan dengan pesan yang akan disampaikan. Tabel 6.1 menunjukkan pengorganisasian pesan bisnis sesuai dengan pendekatan yang digunakan.

Tabel 6.1. Pengorganisasian Pesan Bisnis dengan Pendekatan Langsung dan Tidak Langsung

Bagian Tubuh Surat	Pendekatan Langsung	Pendekatan Tidak Langsung
Paragraf Pembuka	Mulai dengan ide pokok, permintaan, atau berita baik .	Mulai dengan pernyataan netral atau yang dapat menarik perhatian sebagai transisi untuk menyampaikan berita buruk.
Isi Surat	Berikan detail yang diperlukan.	Alasan pembenar bagi jawaban negatif. Sampaikan berita buruk dan berikan saran yang positif.
Paragraf Penutup	Komentar yang menyenangkan, referensi ke berita baik, atau pernyataan tentang tindakan spesifik yang diinginkan.	Tutup dengan ramah dan/atau minta untuk melakukan tindakan.

➤➤ Merevisi Pesan Bisnis

Setelah pesan selesai ditulis, langkah berikutnya adalah melakukan revisi. Apa saja yang perlu diperhatikan pada waktu merevisi?

- **Isi Surat**
Apakah isi surat sudah sesuai dengan rencana, semua poin sudah dimasukkan secara runtut, dan fakta pendukung serta informasi sudah lengkap?
- **Gaya Penulisan Surat**
Pesan-pesan penting sudah ditulis dengan jelas dan mudah dipahami, transisi antarkalimat dinyatakan dengan jelas.
- **Format Surat Secara Keseluruhan**
Apakah tata bahasa, ejaan, tanda baca, tipografi, format penulisan, dan bentuk surat sudah tepat serta apakah sudah tidak ada kesalahan ketik.



Rangkuman

- Proses penulisan surat dibagi dalam tiga tahap, yaitu tahap sebelum penulisan, penulisan, dan setelah penulisan. Ketiga tahap penulisan tersebut sama pentingnya sehingga harus dilakukan dengan sebaik mungkin.
- Secara garis besar, terdapat dua tujuan penulisan surat bisnis, yaitu tujuan primer (alasan utama penulisan surat, tujuan secara spesifik) dan tujuan sekunder (menunjukkan citra yang baik dan profesional pada diri penulis dan perusahaan, serta membangun kepercayaan).
- Walaupun komunikasi terjadi melalui surat bisnis, Anda tetap perlu mengenal siapa penerima pesan tersebut agar Anda dapat menyampaikan pesan secara efektif. Mangantisipasi pembaca membantu Anda membuat keputusan dalam penggunaan nada surat (formal atau informal), istilah-istilah teknis yang akan digunakan, media yang dipilih, dan lainnya.
- Pastikan informasi yang akan disertakan di dalam pesan itu akurat (setiap data dan informasi yang ditulis harus dapat dipertanggungjawabkan), etis (perhatikan etika, kejujuran, dan profesionalisme dalam menulis pesan), dan informasi harus berhubungan dengan kebutuhan dan minat pembaca.
- Tahap terakhir dalam merencanakan pesan bisnis adalah menyeleksi media yang akan digunakan. Media konvensional adalah media berupa surat, memo, atau laporan tertulis yang dikirimkan melalui pos atau jasa kurir. Cakupan media elektronik berbasis internet sangat bervariasi dan terus berkembang, mulai dari surel, pesan singkat, situs web, blog, pesan instan, dan berbagai media lainnya.
- Mengorganisasikan pesan berarti mengatur, menyusun, atau mengurutkan informasi secara logis. Pesan yang diatur secara baik merupakan pesan yang efisien, di mana pembaca hanya menerima informasi yang dibutuhkan dan dapat memahami isi pesan tanpa kesulitan. Pengorganisasian yang buruk dapat mengakibatkan pembaca salah menyimpulkan pesan, atau bahkan berhenti membaca.



- Terdapat dua pendekatan yang dapat digunakan dalam mengorganisasikan pesan bisnis, yaitu pendekatan langsung (menyampaikan berita baik dan positif (*good news*), di mana reaksi penerima surat akan senang, tertarik, atau netral) dan tidak langsung (menyampaikan berita buruk atau negatif (*bad news*), di mana reaksi pembaca tidak tertarik, tidak ingin, tidak suka, atau bersikap bermusuhan dengan pesan yang akan disampaikan).
- Perhatikan isi surat, gaya penulisan surat, dan format surat secara keseluruhan ketika merevisi surat bisnis.

Pertanyaan Penguji Pemahaman

1. Ada tiga tahap penulisan surat bisnis. Sebutkan dan jelaskan ketiga tahapan yang dimaksud tersebut.
2. Mengapa penulisan surat bisnis perlu direncanakan dengan baik?
3. Revisi perlu dilakukan sebelum surat bisnis dikirim. Jelaskan apa saja yang penting untuk diperhatikan ketika merevisi surat bisnis.
4. Ada tiga hal yang perlu diperhatikan saat mengumpulkan dan menyajikan data untuk melengkapi surat bisnis. Sebutkan.
5. Informasi apa saja yang dibutuhkan tentang pembaca pada waktu membuat surat bisnis? Jelaskan jawaban Anda.
6. Setelah mengetahui tujuan, sebaiknya penulis mengujinya terlebih dulu dengan mengajukan lima pertanyaan. Sebutkan dan jelaskan kelima pertanyaan tersebut.

Latihan

Revisi Surat di bawah ini.

Bentuk surat yang diinginkan adalah: bentuk bertekuk (*indented style*)

Jakarta, 10 agustus 2020

Nomor: 123/PT/VIII/2020

Hal :

Yth.

Ibu Prof. kartini Ayu PuteRi

Direktur Pengembangan Produk

Konsultan produk

PT XYZ

Di Jakarta

Dengan hormat,

Dengan ini kami beritahukan bahwa tahun 2022 perusahaan berencana untuk meluncurkan produk baru yang merupakan penyempurnaan dari produk yang sebelumnya.

Sehubungan dnegan hal tersebut maka perusahaan kami membutuhkan bantuan Ibu untuk memberikan masukan dan evaluai atas produk yang akan kami luncurkan tersebut. Bersama ini kami kirimkan contoh produk, brosur dan manual buku tentang produk secara detil.

Demikian, atas bantuan dan Kerjasamanya kami ucapkan terimakasih.

Hormat kami,

Tanda tangan

Eka Tunggal, S.E.

Marketing Manager

Lampiran: contoh produk, brosur dan buku manual

Istilah Penting		
<i>bad news</i>	pendekatan tidak langsung	tujuan sekunder
<i>good news</i>	pesan instan	web
pendekatan langsung	tujuan primer	

Referensi Lanjutan

- Bovee, Cortland L., John V. Thill. 2013. *Komunikasi Bisnis Edisi ke-9*. Jakarta: Penerbit Indeks. h. 122—147, 296—313, 350—369.
- Guffey, Mary Ellen, Kathleen Rhodes. Patricia Rogin. 2005. *Komunikasi Bisnis: Proses dan Produk Edisi ke-4*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat. h. 173—183, 205—217, 252—256.
- Purwanto, Djoko. 2019. *Komunikasi Bisnis Edisi ke-5*. Jakarta: Penerbit Erlangga. h. 106—109, 118—129, 134—141, 185—201.

Bab 7

Penulisan Pesan Rutin, Positif, dan Negatif



Tujuan Pembelajaran

Setelah mempelajari bagian ini, pembaca dapat:

- Menulis pesan-pesan rutin dan positif
- Menulis pesan-pesan negatif

Pesan rutin adalah pesan yang mencakup urusan operasional bisnis sehari-hari, seperti membuat permintaan untuk melakukan pesanan, memberikan informasi, konfirmasi, surat pengantar, surat pemberitahuan, koordinasi kerja, penjualan, dan lainnya. Pesan positif adalah pesan yang menyampaikan berita gembira, seperti penerimaan karyawan, promosi jabatan, memberikan potongan harga, memberikan hadiah, ucapan selamat, dan lainnya. Di dalam bisnis, pesan yang disampaikan tidak selalu bersifat positif dan menyenangkan, adakalanya kita perlu menyampaikan pesan negatif, yaitu pesan yang tidak menyenangkan bagi penerima atau berita buruk, seperti penolakan kerja sama, pemutusan hubungan kerja, surat peringatan, penolakan lamaran kerja, penolakan kredit, dan lainnya. Untuk tujuan ini, pesan negatiflah yang digunakan.

Seperti yang sudah dijelaskan di Bab 6, pengorganisasian penulisan pesan rutin dan positif dapat menggunakan pendekatan langsung, yaitu menyatakan pernyataan di bagian awal diikuti penjelasan serta alasan pernyataan, kemudian ditutup dengan permintaan atau harapan yang spesifik dan pesan yang sopan. Akan tetapi, untuk menyampaikan pesan negatif, sebaiknya menggunakan pendekatan tidak langsung. Surat dibuka dengan pernyataan netral, kemudian diikuti alasan suatu keputusan harus diambil atau terjadi, kemudian menyampaikan keputusan. Dengan demikian, pembaca dapat lebih memahami isi pesan dan hubungan baik tetap dapat terjalin. Setelah mengetahui ciri-ciri pesan rutin, positif, dan negatif beserta pendekatan yang digunakan dalam penyusunannya, mari kita perhatikan dan analisis bentuk-bentuknya.

Contoh 1. Pesan rutin

Surat pengantar dalam bentuk memo.

Bersama ini, kami lampirkan Laporan Keuangan—Periode Bulan Juli 2020, yang terdiri dari:

1. Neraca bulan Juli 2020
2. Analisis laporan keuangan Juli 2020
3. Laporan inflasi Juli 2020

Terima kasih.

----*tanda tangan* ----

Nama lengkap

Contoh 2. Pesan rutin

Surat pengantar dinas.

Dengan hormat,

Sehubungan akan diadakannya audit kantor cabang sesuai dengan Peraturan Perusahaan Nomor 123 yang dilaksanakan setiap 2 (dua) bulan sekali, maka dengan ini, kami menugaskan:

Nama : Ali Baba

Jabatan : Senior Auditor—Departemen Keuangan

NIP : 0123456

untuk melakukan audit internal kantor cabang Bandung, pada:

Hari : Senin—Kamis

Tanggal : 7—10 Juni 2021

Kami mohon kerja sama dari seluruh Pimpinan Departemen Cabang Bandung untuk menyiapkan berkas-berkas yang dibutuhkan demi kelancaran proses audit.

Demikian kami sampaikan surat pengantar ini agar dapat digunakan sebagaimana mestinya. Atas kerja sama Anda, kami ucapkan terima kasih.

Hormat kami,

----tanda tangan ---- dan cap

Nama lengkap

Jabatan

Contoh 3. Pesan positif—berita baik

Memo internal berisi ucapan terima kasih dan penghargaan yang tulus dari Manajer Humas kepada Asisten Manajer Humas.

Terima kasih telah memimpin rapat selama ketidakhadiran saya. Anda bekerja dengan sangat baik dan mampu menyatukan persepsi Departemen Hubungan Masyarakat dengan Departemen Hukum sehingga kita dapat mempresentasikan satu kesatuan kerja untuk bernegosiasi dengan pihak eksternal.

Dedikasi dan kemampuan komunikasi Anda telah dicatat dan sangat dihargai.

Contoh 4. Pesan positif—berita baik

Surat konfirmasi pesanan barang dari Departemen Penjualan kepada pelanggan (perusahaan).

Dengan hormat,

Surat pesanan Bapak Nomor .../.../.../2021 tertanggal 28 April 2021 telah kami terima. Dengan ini, kami konfirmasi pesanan sebagai berikut:

No.	Nama Barang	Kuantitas	Harga per buah	Jumlah
1	xxx	100 unit	Rp20.000,00	Rp2.000.000,00
2	yyy	150 unit	Rp27.000,00	Rp4.050.000,00
			Total	Rp6.050.000,00
			Diskon 30%	Rp1.815.000,00
			Total	Rp4.235.000,00

Terbilang: Empat juta dua ratus tiga puluh lima ribu rupiah.

Kami memberikan potongan harga 30% karena di bulan April perusahaan Bapak telah melakukan pesanan sebanyak tiga kali.

Barang-barang tersebut sudah dapat diterima pada tanggal 30 April 2021. Pembayaran dapat dilakukan melalui transfer ke Rekening Bank CDE, rekening nomor 1234567 atas nama PT. XYZ.

Demikian konfirmasi ini kami sampaikan, terima kasih atas kerja sama yang baik selama ini dan kami tunggu pesanan berikutnya.

Contoh 5. Pesan positif—berita baik

Surat penerimaan karyawan baru.

Selamat bergabung di PT Sumber Sukses. Sejumlah kandidat yang luar biasa telah diwawancarai, tetapi latar belakang pendidikan, pengalaman organisasi, pengalaman kerja, dan kepribadian Anda membuat Anda menjadi orang terbaik untuk mendapat posisi sebagai Asisten Manajer Departemen Internal. Kami ingin Anda mulai bekerja pada hari Senin tanggal 5 Juli 2021. Gaji, tunjangan, dan fasilitas yang didapatkan seperti yang telah kita diskusikan. Silakan datang ke kantor pukul 9 pagi. Kami akan memberikan orientasi mendalam tentang PT. Sumber Sukses dan membantu Anda mengetahui tugas dan tanggung jawab Anda secara lebih mendetail.

Kami tunggu kehadiran Anda.

Contoh 6. Pesan positif

Surat dari Bagian Pemasaran kepada pihak eksternal (pelanggan) tentang pemberitahuan pemenang undian berhadiah.

PT SUMBER REJEKI
Agen Penjualan Sepeda Motor COOL
Jalan Lintas Balap V No. 3
Jakarta Utara
Telpon: 021 456 7890 Surel: srejeki@email.com

Nomor: 123/SR/DM/VII/2021

12 Juli 2021

Hal : Pemenang Undian Berhadiah

Yth. Sdr. Putera Bungsu

Perumahan Hijau Asri

Jl. Bunga Lavender III No. 7

Jakarta Selatan

Dengan hormat,

Selamat! Anda memenangkan hadiah '**sebuah Sepeda Lipat merek COOL**' dalam program Undian Gebyar Penjualan Perdana Sepeda Motor Merek COOL periode Januari sampai Juni 2021.

Kupon undian Saudara telah terpilih dalam undian yang dilaksanakan pada hari Jumat tanggal 9 Juli 2021 di kantor PT. Sumber Rejeki, di hadapan pimpinan perusahaan dan disaksikan oleh Notaris.

Hadiah akan dikirim ke rumah Saudara pada hari Rabu tanggal 14 Juli 2021. Pajak hadiah dan biaya pengiriman ditanggung sepenuhnya oleh perusahaan.

Terima kasih sudah menjadi pelanggan '**COOL**'. Semoga hadiah ini bermanfaat bagi Saudara.

Hormat kami,

----*tanda tangan* ----

Jingga Puteri W, S.E.
Marketing Manager

Contoh 7. Pesan negatif—berita buruk

Surat internal berupa surat peringatan pertama kepada karyawan karena karyawan telah melanggar peraturan perusahaan, yaitu sering terlambat datang ke tempat kerja.

Dengan hormat,

Kami sangat mengapresiasi perbaikan dalam hal ketepatan waktu hadir di tempat kerja yang Saudara lakukan setelah kita berdiskusi pada tanggal 3 Mei 2021.

Sebelumnya, Saudara selalu datang terlambat rata-rata lebih dari 15 menit dan di catatan kami terekam data:

Sejak tanggal 4 – 7 dan 10 – 11 Mei 2021 : keterlambatan: 0

Namun, setelah libur Idul Fitri dan cuti bersama, tanggal 12 – 19 Mei, saudara kembali datang terlambat dengan data sebagai berikut:

Tanggal 20 Mei 2021 : terlambat 30 menit

Tanggal 21 Mei 2021 : terlambat 35 menit

Tanggal 24, 25, 27 dan 28 Mei 2021: masing-masing terlambat 45 sampai 60 menit

Sekali lagi kami ingatkan, kebiasaan datang terlambat yang Saudara lakukan sangat mengganggu kinerja perusahaan.

Sehubungan dengan hal tersebut, maka sesuai komitmen yang telah Anda sampaikan dalam pertemuan sebelumnya dan sesuai dengan Peraturan Perusahaan Pasal No. ayat, kami sampaikan bahwa Saudara kami kenakan sanksi Peringatan Pertama (Surat Peringatan terlampir).

Demikian surat ini disampaikan, dengan harapan Surat Peringatan ini dapat memperbaiki kinerja Anda di kemudian hari. Terima kasih.

Contoh 8. Pesan negatif—berita buruk

Surat Penolakan lamaran kerja dari perusahaan kepada pelamar kerja.

Terima kasih telah mempertimbangkan PT. XYZ sebagai tempat untuk memulai karier Anda.

Posisi pekerjaan yang akan dijalani menuntut orang yang telah berpengalaman dan memiliki keterampilan dalam bidangnya, tetapi berdasarkan CV dan hasil wawancara yang telah dilakukan, Anda lebih sesuai ditempatkan pada posisi awal. Data akademik, pengalaman kerja, dan sifat pekerja keras Anda menunjukkan peluang besar bagi Anda untuk mendapatkan posisi yang lebih sesuai di bidang yang Anda inginkan.

Untuk sementara, kami akan menyimpan data Anda sampai 6 (enam) bulan ke depan sebagai antisipasi jika posisi staf junior terbuka dalam waktu dekat.

Kami berharap yang terbaik untuk perjalanan karier Anda.

Contoh 9. Pesan negatif—berita buruk

Surat keluhan dari pelanggan ke perusahaan karena kesalahan pengiriman barang.

Dengan hormat,

Pesanan barang sesuai PO nomor tanggal telah kami terima.

Namun setelah kami periksa, ternyata ada kesalahan dalam pengiriman barang, sebagai berikut:

No.	Nama barang	Jumlah yang dipesan	Jumlah yang dikirim	Keterangan
1	xxx	100 unit	72 unit	Kurang 28 unit
2	yyy	120 unit	130 unit	Lebih 10 unit
3	zzz	75 unit	59 unit	Kurang 16 unit

Kesalahan pengiriman barang seperti ini telah berulang kali dilakukan dan tentunya hal ini sangat menyulitkan kami, bukan hanya dalam hal pembayaran mengingat setiap barang memiliki harga yang berbeda, tetapi utamanya dalam hal persediaan barang dan proses produksi. Kami telah menyampaikan keluhan ini sebanyak tiga kali melalui surat No. 12/PT/Inv/2021 tanggal 6 September 2021, No. 20/PT/Inv/2021 tanggal 15 September 2021, dan No. 25/PT/Inv/2021 tanggal 22 September 2021.

Melalui surat ini, kami mohon agar kekurangan pengiriman barang xxx dan zzz segera dilengkapi dan kelebihan barang yyy dapat diambil kembali. Kami tunggu pengiriman barang yang dimaksud untuk selambat-lambatnya hari Kamis, 30 September 2021 sebelum pukul 10.00 WIB.

Kami mohon kesalahan seperti ini adalah yang terakhir kalinya. Bila di pesanan berikutnya masih terjadi kesalahan dalam pengiriman barang, dengan berat hati kami putuskan untuk memutuskan kerja sama dengan perusahaan Bapak.

Demikian, atas perhatian Bapak, kami ucapkan terima kasih.



Rangkuman

- Pesan rutin adalah pesan yang mencakup urusan operasional bisnis sehari-hari, seperti membuat permintaan untuk melakukan pesanan, memberikan informasi, konfirmasi, surat pengantar, surat pemberitahuan, koordinasi kerja, penjualan, dan lainnya.
- Pesan positif adalah pesan yang menyampaikan berita gembira, seperti penerimaan karyawan, promosi jabatan, memberikan potongan harga, memberikan hadiah, ucapan selamat, dan lainnya.
- Pesan negatif, yaitu pesan yang tidak menyenangkan bagi penerima atau berita buruk, seperti penolakan kerja sama, pemutusan hubungan kerja, surat peringatan, penolakan lamaran kerja, penolakan kredit, dan lainnya.

Pertanyaan Penguji Pemahaman

1. Apa yang dimaksud dengan pesan rutin dan berita baik?
2. Apa yang dimaksud dengan pesan berita buruk atau negatif?
3. Jelaskan perbedaan pengorganisasian pesan berita baik dan berita negatif.

Latihan

1. Buatlah surat berita baik: ucapan selamat dari pimpinan perusahaan kepada karyawan yang terpilih sebagai karyawan terbaik tahun 2020—*Best Employee of the Year* 2020. Atas dedikasi dan kinerja yang baik, perusahaan memberikan hadiah uang sejumlah Rp10.000.000 (sepuluh juta rupiah). Pimpinan percaya prestasi ini juga bisa diraih oleh karyawan lain dan berharap program pemilihan karyawan terbaik ini bisa memotivasi karyawan untuk lebih semangat lagi dalam bekerja. (Catatan: untuk nama pimpinan dan karyawan, silakan Anda tetapkan sendiri.)
2. Buatlah surat pesan negatif: penolakan penawaran kerja sama. PT. XYZ adalah pabrik yang membuat botol plastik. PT. XYZ mengirim surat penawaran kepada PT. PQR, pabrik air minum dalam kemasan. PT. XYZ berharap bisa bekerja sama dengan perusahaan PQR sebagai *supplier* botol. Namun, PT. PQR sudah memiliki *supplier* botol dan perjanjian kerja samanya masih berlanjut sampai enam bulan ke depan. Anda adalah Manajer Pembelian (*Purchasing Manager*) PT. PQR. Buatlah surat penolakan penawaran kerja sama yang diajukan PT. XYZ dan sampaikan bahwa untuk sementara PT. PQR belum bisa menerima tawaran tersebut karena masih terikat kerja sama dengan *supplier* lain. Sampaikan kepada PT. XYZ, silakan ditawarkan kembali sekitar lima bulan yang akan datang, mungkin perusahaan memerlukan *supplier* baru.

Istilah Penting

pesan negatif

pesan positif

pesan rutin

Referensi Lanjutan

- Bovee, Cortland L., John V. Thill. 2013. *Komunikasi Bisnis Edisi ke-9*. Jakarta: Penerbit Indeks. h. 122—147, 296—313, 350—369.
- Guffey, Mary Ellen, Kathleen Rhodes. Patricia Rogin. 2005. *Komunikasi Bisnis: Proses dan Produk Edisi ke-4*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat. h. 173—183, 205—217, 252—256.
- Purwanto, Djoko. 2019. *Komunikasi Bisnis Edisi ke-5*. Jakarta: Penerbit Erlangga. h. 106—109, 118—129, 134—141, 185—201.

BAGIAN IV

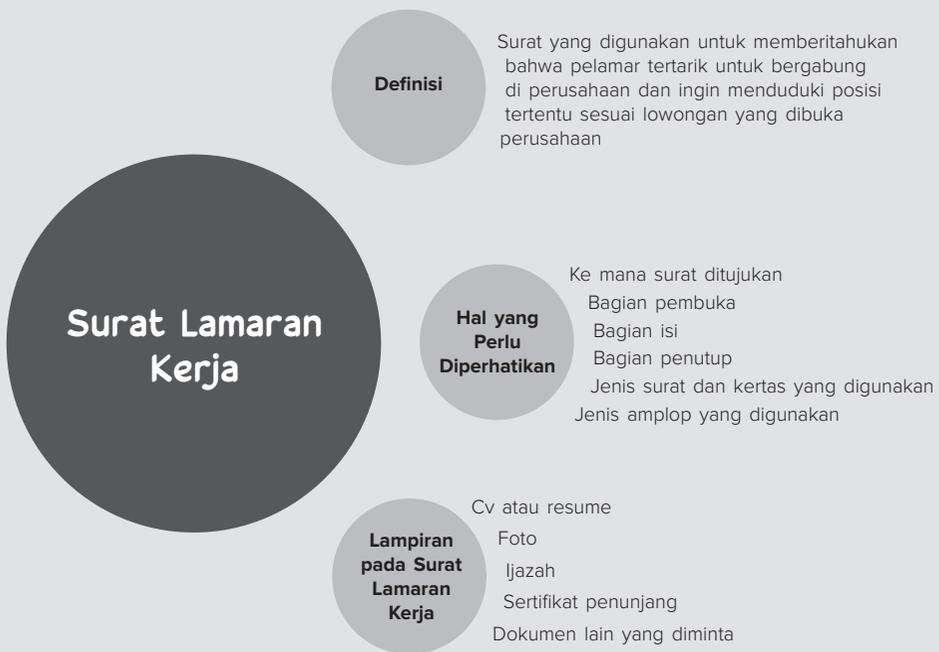
Komunikasi dalam Mempersiapkan Diri Memasuki Dunia Kerja

"One of the most common mistakes for an entry-level job interview is to take the position: 'what is this job going to do for me?' You should be saying 'Here's what I can do and here's what I want to do to help you'."

—Norah O'Donnel

Bab 8

Penulisan Surat Lamaran Kerja



Tujuan Pembelajaran

Setelah mempelajari bagian ini, pembaca dapat:

- Mengetahui pentingnya membuat surat lamaran kerja yang baik.
- Menulis surat lamaran kerja yang baik dan benar.

Setelah lulus sekolah atau kuliah, ada yang ingin bekerja di perusahaan atau berwirausaha. Ada juga yang sudah bekerja di satu perusahaan tapi ingin pindah ke perusahaan lain dengan berbagai alasan. Ketika seseorang ingin bekerja di satu perusahaan, baik sebagai pemula maupun pindah dari satu perusahaan ke perusahaan lain, tentu yang bersangkutan harus mengajukan lamaran kerja. Bagi mereka yang baru pertama kali ingin melamar kerja, mereka biasanya masih bingung untuk menentukan ingin kerja di mana dan posisi atau jabatan apa yang akan dilamar. Membantu menjawab kebingungan ini, ada beberapa hal yang bisa dilakukan. Langkah *pertama* adalah melakukan introspeksi diri, dengan jujur bertanya pada diri sendiri: "Apa yang bisa saya kerjakan? Keterampilan apa yang saya miliki? Pengetahuan apa yang saya kuasai?" Anda bisa melihat iklan lowongan kerja dan perhatikan persyaratan yang dicantumkan kemudian tanyakan pada diri Anda posisi apa yang kiranya dapat saya penuhi. Dengan demikian, dapat diketahui kira-kira posisi apa yang akan dilamar. Langkah *kedua*, pekerjaan seperti apa yang disukai; apakah yang berhubungan dengan administrasi, lebih senang duduk di belakang meja atau lebih banyak berjumpa dengan banyak orang, menyukai pekerjaan yang penuh tantangan dan perubahan atau rutinitas. *Ketiga*, Anda ingin bekerja di perusahaan yang bergerak di bidang apa; apakah industri yang memproduksi makanan dan minuman, jasa keuangan, restoran, hiburan, *hospitality*, pedagang eceran (ritel), otomotif, *fashion*, periklanan, media, transportasi, logistik, pendidikan, konsultan, percetakan, telekomunikasi, teknologi informasi, atau bidang lainnya. *Keempat*, apakah Anda ingin bekerja di perusahaan swasta, BUMN, atau sebagai Aparat Sipil Negara (ASN).

Bila belum bisa memutuskan, Anda bisa mencari informasi terkait melalui internet, buku, bertanya pada teman, dosen, guru, ataupun orang tua. Setelah itu, silakan mencari peluang yang ada di pasar tenaga kerja, lihat iklan lowongan kerja melalui internet, media cetak, media sosial, pengumuman di kampus atau sekolah, atau mengikuti acara pencarian tenaga kerja (*job fair*). Sebagai pemula, sebaiknya jangan terlalu banyak mengajukan persyaratan atau memiliki keinginan yang muluk-muluk. Kerjakan apa yang bisa dikerjakan. Bila Anda bersungguh-sungguh, Anda pasti akan menemukan pekerjaan yang disukai. Karena apa pun yang dikerjakan, bila bersungguh-sungguh, akan sangat bermanfaat bagi karier Anda di kemudian hari.

Tiga hal yang perlu diperhatikan ketika melamar kerja adalah surat lamaran kerja yang menunjukkan bahwa Anda adalah orang yang tepat untuk mengisi

posisi atau jabatan yang dibutuhkan; CV atau resume dan pasfoto terbaru yang dapat memperkenalkan serta menceritakan siapa diri Anda; dan menjalani wawancara dengan percaya diri dan profesional. Pada bab ini, kita hanya akan membahas cara menulis surat lamaran kerja yang baik. Kedua topik lainnya akan kita bahas di bab-bab berikutnya.

▶▶ Apa Itu Surat Lamaran Kerja?

Surat lamaran kerja adalah surat yang ditulis untuk memberitahukan bahwa pelamar (dalam hal ini, penulis surat) tertarik untuk bergabung di sebuah perusahaan dan ingin menduduki posisi tertentu sesuai dengan lowongan yang dibuka oleh perusahaan tersebut. Surat lamaran kerja dapat diibaratkan sebagai pintu masuk, yang ketika dibuka, surat tersebut harus dapat membuat pembaca tertarik membaca setiap bagiannya dan meyakini bahwa pengirim surat adalah orang yang tepat bagi perusahaan mereka. Oleh karena itu, isi surat sebaiknya bertujuan membuat pembaca mengenal siapa Anda dan menunjukkan bahwa Anda memenuhi syarat atau sesuai dengan kualifikasi yang dibutuhkan perusahaan. Dengan demikian, Anda sudah meyakinkan pembaca untuk mempertimbangkan Anda sebagai salah satu kandidat atau calon karyawan dan selanjutnya pihak perusahaan berkeinginan untuk mewawancarai.

▶▶ Menulis Surat Lamaran Kerja yang Baik

Surat lamaran kerja bukan surat pernyataan atau surat pengantar. Oleh karena itu, jangan menggabungkan data pribadi di surat (di bagian isi apalagi di bagian pembuka) karena data pribadi sudah tertulis di CV atau resume yang dilampirkan.

Kita sering melihat surat lamaran kerja dibuat seperti surat pernyataan seperti contoh di bawah ini.

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama:

Alamat

Tempat/tanggal lahir:

....

Atau seperti surat pengantar seperti berikut.

Bersama ini, saya lampirkan:

- CV
- Pasfoto
- Fotokopi Ijazah
-

Bahkan, tidak jarang pula kita temukan surat lamaran kerja yang menggabungkan format surat pernyataan dan surat pengantar. Tentu saja cara seperti ini tidak benar dan pembaca hanya tahu siapa Anda tapi tidak dapat mengenal siapa Anda.

Surat lamaran kerja dilengkapi dengan lampiran-lampiran penunjang, seperti CV atau resume, pasfoto terbaru, fotokopi ijazah terakhir, fotokopi sertifikat yang dapat meningkatkan kualitas pelamar. Lampiran juga dapat berupa dokumen lain yang diminta oleh perusahaan, seperti surat referensi, fotokopi transkrip nilai, surat keterangan sehat, fotokopi KTP, dan dokumen-dokumen lainnya.

Untuk menulis surat lamaran kerja yang baik, setidaknya ada tiga hal yang harus Anda perhatikan, yaitu bentuk dan isi surat, jenis kertas, dan amplop. Mari kita bahas ketiganya satu per satu.

Bentuk dan Isi Surat

Walaupun terkesan sepele, tetapi hal ini penting untuk diperhatikan agar kesan pertama yang Anda berikan mampu menarik minat HRD perusahaan yang Anda tuju. Pilihlah salah satu bentuk surat sebagaimana yang telah dijelaskan di Bab 5. Jangan lupa untuk menuliskan tanggal surat untuk mengetahui kapan surat tersebut dibuat.

Ketahui ke mana Anda menunjukan surat lamaran kerja. Apabila Anda tahu nama pihak yang dituju, pastikan Anda menulis nama orang tersebut dengan benar, termasuk gelar akademik dan jabatannya di perusahaan yang Anda tuju. Akan tetapi, bila Anda tidak mengetahui nama pihak yang dituju, cukup tuliskan jabatannya saja. Pada umumnya, surat lamaran kerja ditujukan kepada HRD *Manager*, Manajer SDM, Manajer Personalia, Kepala Bagian Personalia, atau Kepala Bagian SDM. Nama jabatan tergantung pada kebijakan masing-

masing perusahaan. Namun, bila di informasi lowongan kerja tidak dituliskan jabatan pihak yang dituju, Anda bisa menggunakan salah satu dari nama jabatan tersebut. Jangan tujukan surat Anda pada nama perusahaan (contoh: 'Yth. PT. Maju Makmur') karena surat harus ditujukan kepada seseorang. Oleh karena itu, tuliskan nama penerima atau jabatan penerima secara spesifik. Perlu diperhatikan pula penulisan kata sapaan Bapak atau Ibu. Jika Anda tidak mengetahui siapa yang membaca surat Anda, gunakan kata sapaan Bapak/Ibu. Perhatikan beberapa contoh penulisan pihak penerima surat lamaran kerja di bawah ini.

Yth. Pelangi Cantika, S.E, M.H.	→ nama dan gelar akademis
HRD Manager	→ jabatan
PT. Sumber Makmur Rezeki	→ nama perusahaan
Jalan Batu Bata Merah No. 15	→ alamat
Jakarta Pusat 10110	→ nama kota dan kode pos

Yth. Ibu Pelangi Cantika, S.E, M.H.	→ Ibu, nama dan gelar akademis
HRD Manager	→ jabatan
PT. Sumber Makmur Rezeki	→ nama perusahaan
Jalan Batu Bata Merah No. 15	→ alamat
Jakarta Pusat 10110	→ nama kota dan kode pos

Yth. Dr. Bintang Buana, S.T., M.Eng.	→ nama dan gelar akademik
Direktur	→ jabatan
PT. Teknologi Milenial Modern	→ nama perusahaan
Jalan Bunga Teratai No. 1	→ alamat
Jakarta Barat 11130	→ nama kota dan kode pos

Yth. Kepala Bagian Personalia	→ jabatan penerima surat
PT. Sumber Rezeki	→ nama perusahaan
Gedung Pratama Jaya, Lantai 3	→ alamat
Jl. Pohon Hijau No. 1, Kotabaru	
Yogyakarta 55224	→ nama kota dan kode pos

Yth. Manajer SDM	→ jabatan penerima surat
PT. Makmur Sejahtera	→ nama perusahaan
Gedung Sejahtera, Lantai 5	→ alamat
Jl. Bunga Warna Merah No. 15	
Surabaya 60172	→ nama kota dan kode pos

Bila di informasi lowongan ditulis:

Kirimkan surat lamaran kerja ke PO Box 1234, JKT 11000, maka surat ditujukan kepada:

Yth. HRD Manager
(atau: Yth. Manajer SDM, atau: Yth. Kepala Bagian Personalia)
PO Box 1234
Jakarta 11000

Ingat, apabila di dalam iklan lowongan kerja sudah dicantumkan nama pihak yang dituju, tuliskan nama tersebut beserta jabatannya. Dalam kasus tersebut, tidak sopan bila Anda hanya menuliskan 'Yth. Bapak/Ibu' atau 'Yth. Kepala Bagian SDM'. Selain itu, perhatikan baik-baik jabatan pihak yang dituju karena surat lamaran kerja tidak selalu ditujukan kepada bagian SDM, bisa saja surat ditujukan kepada pimpinan departemen lain di perusahaan, seperti Manajer Penjualan, Manajer Pemasaran, Manajer Produksi, dan lainnya.

Selayaknya surat resmi lainnya, cantumkan perihal atau hal agar pihak penerima memiliki gambaran apa tujuan surat yang Anda kirimkan. Tuliskan perihal surat Anda dengan lengkap, jangan hanya 'Lamaran Kerja'. Sertakan posisi yang Anda lamar, seperti 'Lamaran Kerja Staf Akunting'. Hal ini bertujuan untuk memudahkan pihak perusahaan dan penerima surat untuk mengelompokkan surat sesuai dengan jabatan yang dilamar serta memudahkan proses seleksi. Detail kecil seperti ini tentunya akan memberikan nilai tambah bagi Anda karena dalam satu periode, bisa saja perusahaan membuka lebih dari satu posisi. Perhatikan beberapa contoh berikut.

Hal : Lamaran kerja – 'Staf Bagian Pembelian'
Hal : Lamaran kerja – 'Supervisor Toko'
Hal : Lamaran kerja – 'Kepala Bagian Keuangan'
Hal : Lamaran kerja – 'Marketing Eksekutif'
Hal : Lamaran kerja – 'Staf HUMAS'

Seperti yang sudah dibahas sebelumnya, surat yang baik adalah surat yang memiliki bagian pembuka, isi, dan penutup. Begitu pula dengan surat lamaran kerja yang baik. Pada bagian pembuka, nyatakan dari mana Anda mengetahui lowongan kerja tersebut dan posisi yang dilamar. Informasi lowongan kerja bisa didapat melalui iklan di media cetak, media sosial, situs perusahaan, papan pengumuman kampus atau sekolah, *job fair*, ataupun dari rekan Anda yang telah lebih dulu bergabung dengan perusahaan tersebut.

Setelah itu, pada bagian isi, tunjukkan bahwa Anda adalah orang yang tepat untuk mengisi posisi tersebut. Iklan lowongan kerja biasanya memuat persyaratan apa saja yang harus dimiliki pelamar. Tunjukkan bahwa Anda memenuhi kriteria yang diinginkan perusahaan. Kemudian, pada bagian penutup, ungkapkan harapan Anda untuk diberi kesempatan wawancara. Tuliskan nomor telepon yang dapat dihubungi. Walaupun Anda sudah mencantumkan nomor telepon pada CV, tuliskanlah nomor telepon Anda sekali lagi pada surat lamaran kerja untuk memudahkan pewawancara menghubungi Anda.

Surat lamaran kerja sebaiknya diketik rapi, kecuali di informasi lowongan kerja diminta untuk ditulis tangan, yang saat ini jarang sekali terjadi. Tandatangani surat lamaran kerja Anda untuk menunjukkan bahwa surat tersebut betul dibuat oleh pengirim surat dan pengirim surat bertanggung jawab atas isi surat tersebut.

Baca kembali surat lamaran secara saksama, pastikan isinya sudah benar (sesuai dengan fakta) dan diketik dengan baik (tidak ada kesalahan ketik). Perhatikan kembali penggunaan huruf besar dan huruf kecil, ejaan, besar spasi, tata bahasa sudah formal dan sopan, tidak ada kata yang terpotong, dan apakah kalimat yang diketik mudah dimengerti. Perhatikan apakah secara keseluruhan surat sudah tampak rapi dan isinya menarik. Jika ditemukan kesalahan sekecil apa pun, ketik kembali dan periksa kembali surat Anda sebelum dikirimkan. Tentu akan lucu jadinya bila Anda menyatakan bahwa Anda orang yang teliti atau memperhatikan detail, tetapi masih terdapat kesalahan pada surat lamaran Anda.

Surat lamaran kerja tidak hanya harus dikirim melalui pos atau kurir, tetapi dapat juga dikirim melalui surel. Apabila lamaran kerja diharuskan dikirimkan melalui surel, perhatikan alamat surel penerima. Jangan sampai surel Anda tidak sampai kepada penerima. Subjek surel dapat diisi seperti Anda mengisi perihal dalam surat lamaran kerja. Pada bagian isi surel, buatlah memo pengantar singkat. Perhatikan contoh memo pengantar berikut.

Yth. Ibu Sarinah Cantika, S.E., M.H. (*Bila tidak tahu nama penerima pesan, tulis jabatannya*)

Bersama ini, saya kirimkan surat lamaran kerja, CV, dan beberapa salinan sertifikat terkait untuk lamaran kerja posisi *Assistant Marketing Manager* atas nama Anugerah Karunia.

Terima kasih atas perhatian Ibu.

Hormat saya,

Anugerah Karunia

Satukan surat lamaran kerja, CV, dan lampiran-lampiran terkait dalam satu *file* berekstensi *.zip* atau *.rar* dengan nama Anda dan posisi yang dilamar, contoh: Anugerah Karunia – *Assistant Marketing Manager*. Hal ini bertujuan untuk memudahkan penerima membuka, membaca, dan mengarsipkan data. Perhatikan pula ukuran lampiran. Biasanya, surel korporat memiliki batas ukuran lampiran tidak lebih dari 2,5 MB. Jika lampiran Anda lebih besar dari itu, surel Anda akan ditolak dan dikembalikan kepada Anda.

Perhatikan lowongan kerja yang dimuat pada duniaKARIER.com tanggal 19 Juli 2021 berikut ini.

Lowongan Kerja 'Personalia dan Training Supervisor'

Persyaratan:

- Sarjana Ekonomi, diutamakan jurusan Manajemen
- Pria/wanita, berpenampilan menarik
- Menyukai pekerjaan administrasi dan teliti
- Lancar mengoperasikan program *Microsoft Office*
- Bisa bekerja dalam tim maupun mandiri
- Memiliki kemampuan bicara di depan publik dan senang mengajar, bisa membuat materi ajar
- Diutamakan yang mengerti Hukum Bisnis
- Pengalaman kerja tidak diutamakan

Kirimkan surat lamaran kerja, CV, dan pasfoto ukuran 4 x 6 sebanyak 2 lembar, kepada:
Ibu Mutiara Samudra S.E., M.H.
Manajer Personalia dan *Training*
PT. Bintang Semesta Alam
Gedung Jayaraya
Jalan Maju Terus No. 1
Jakarta Pusat 10011

Surat lamaran kerja ditunggu selambat-lambatnya 7 (tujuh) hari sejak tanggal dimuatnya iklan.

Berdasarkan iklan di atas, perhatikan contoh surat lamaran kerja berikut.

<p><i>Buat kop surat atas nama pengirim surat</i></p>	<p>Dewi Puteribangsa, S.E. Jalan Pohon Hijau No. 5, Jakarta Selatan 0812 345 6789</p>
<p><i>Tanggal surat tidak berbeda jauh dengan tanggal dimuatnya iklan menunjukkan keseriusan ingin bekerja.</i></p>	<p>19 Juli 2021</p> <p>Yth. Ibu Mutiara Samudra, S.E., M.H. → <i>Karena di iklan di tulis nama dan jabatan, maka tulislah keduanya dengan lengkap sesuai petunjuk.</i></p> <p>Manajer Personalia dan <i>Training</i> PT. Bintang Semesta Alam Gedung Jayaraya Jl. Maju Terus No, 1 Jakarta Pusat 10011</p>
<p><i>Tulis jabatan yang dilamar</i></p>	<p>Hal: Lamaran Kerja – ‘Personalia dan <i>Training Supervisor</i>’</p>
<p>Pembukaan: <i>dari mana Anda mengetahui ada lowongan tersebut dan posisi yang dilamar</i></p>	<p>Dengan hormat,</p> <p>Membaca iklan di duniaKARIER.com tanggal 19 Juli 2021, saya mengetahui PT. Bintang Semesta Alam membutuhkan tenaga Personalia dan <i>Training Supervisor</i>. Melalui surat ini, saya ingin mengajukan diri untuk mengisi posisi tersebut.</p> <p>Saya memiliki latar belakang pendidikan Sarjana Ekonomi dan Bisnis, Jurusan Manajemen dengan konsentrasi Sumber Daya Manusia di Universitas Teladan, dan telah lulus <i>short course Business Law</i> di Lembaga Pelatihan Hukum Bisnis Indonesia.</p>
<p>Isi Surat: <i>Menunjukkan kesesuaian dengan kriteria yang dibutuhkan</i></p>	<p>Selama kuliah, saya aktif sebagai anggota Badan Eksekutif Mahasiswa dan selama satu tahun dipercaya untuk mengepalai Sie. Pengembangan SDM dan Pelatihan. Selain itu, di semester enam dan tujuh, saya bekerja sebagai Asisten Dosen untuk mata kuliah Statistik dan Lab Komputer. Saya yakin latar belakang dan pengalaman ini akan sangat membantu dalam melaksanakan pekerjaan yang akan dipercayakan pada saya.</p> <p>Saya menyukai pekerjaan administrasi dan dapat bekerja dengan teliti. Bekerja dalam tim maupun mandiri, keduanya menyenangkan bagi saya. Selain itu, saya selalu menjaga kerapihan dan kebersihan dalam berpenampilan sebagai bentuk respek pada orang lain.</p>

Penutup	<p>Bersama ini, saya lampirkan CV, pasfoto, dan beberapa sertifikat sebagai referensi.</p> <p>Saya senang bila mendapat kesempatan wawancara dan dapat memperkenalkan diri lebih lengkap lagi. Ibu dapat menghubungi saya setiap saat di nomor telepon/WA 0812 345 6789 dan saya akan menyesuaikan dengan jadwal yang ditetapkan.</p> <p>Atas pertimbangan Ibu, saya ucapkan terima kasih.</p> <p>Hormat saya,</p> <p>Tanda tangan</p> <p>Dewi Puteribangsa, S.E.</p> <p>Lampiran: CV dan Pasfoto 4 x 6 (2 lembar) Fotokopi Ijazah S.E., sertifikat <i>Business Law</i>, sertifikat seminar.</p>
----------------	--

Bila diperhatikan, Anda mungkin akan menemukan bahwa pengirim surat tidak menuliskan bahwa ia mampu mengoperasikan program komputer yang diminta. Hal itu telah disampaikan secara tersirat ketika ia menyatakan 'pernah mengajar sebagai Asisten Dosen untuk bidang Lab Komputer'. Dengan pengalaman tersebut, dapat disimpulkan bahwa pengirim surat dapat mengoperasikan program yang dipersyaratkan dengan baik. Melalui pengalaman itu pula, pengirim mengisyaratkan bahwa ia mampu berbicara di depan publik, senang mengajar, dan dapat menyiapkan bahan ajar.

Akan tetapi, apa yang ditampilkan contoh di atas tidaklah hal yang mutlak dan harus diikuti sepenuhnya. Sesuaikan isi surat dengan keperluan Anda. Mari kita lihat contoh lainnya untuk bagian pembuka, isi, dan penutup.

- Bagian pembuka untuk surat lamaran kerja yang diperoleh melalui dosen di kampus atau iklan di papan pengumuman kampus.
 - Saya mendapat informasi dari Bapak Putra Pelangi—Dosen Perhotelan di Fakultas Manajemen Pariwisata Universitas Sukses—bahwa PT. Maju Terus membutuhkan beberapa staf Hotel. Melalui surat ini, saya ingin melamar untuk posisi *Customer Relation Staff*.

- Mendapat informasi dari Ibu Putri Saputri, S.T.—Dosen Pemrograman Web di Fakultas Teknik Informatika Universitas Sukses—bahwa perusahaan Bapak sedang membutuhkan *Web Programmer*. Saya sangat tertarik untuk mengisi posisi tersebut.
- Tertarik dengan iklan lowongan kerja yang dipasang di papan pengumuman Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Profesional, di mana perusahaan Bapak membutuhkan tenaga Staf Humas, melalui surat ini, saya ingin melamar untuk mengisi posisi tersebut.
- Bagian isi surat untuk persyaratan 'diutamakan yang mampu bicara di depan publik'.
Selama kuliah, saya mengikuti kegiatan Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) Sukses *English Club* dan selama tiga tahun menjadi anggota tim lomba *speech*. Selain itu, saya juga aktif sebagai *Crew* Radio Sukses selama empat semester dan bertugas untuk siaran serta menduduki posisi Humas. Saya yakin kedua kegiatan tersebut dapat menunjang pekerjaan saya di tempat Ibu/Bapak.
- Bila perusahaan menuliskan syarat 'berpenampilan menarik', bagian isi surat dapat ditulis seperti ini:
Melalui keaktifan saya dalam berorganisasi dan mengajar, saya terbiasa untuk berpegang pada suatu prinsip, yaitu selalu memperhatikan penampilan sebagai bentuk menghargai setiap orang yang saya jumpai.
Atau:
Saya juga selalu berusaha menjaga penampilan agar memberi kesan yang baik bagi klien.

Sebaiknya Anda tidak menuliskan 'saya berpenampilan menarik' karena maksud 'berpenampilan menarik' bukanlah penampilan secara fisik, tetapi pribadi Anda secara keseluruhan, yaitu sikap, perilaku, dan kecerdasan Anda. Kesan pertama dapat dilihat melalui pasfoto atau foto yang dilampirkan dan untuk memastikan, pewawancara akan melihatnya ketika wawancara. Ketika Anda memiliki sikap positif, perilaku sopan dan menyenangkan, berpengetahuan dan cerdas, maka penampilan Anda menjadi menarik.
- Berikut alternatif penutup surat lamaran kerja yang dapat Anda gunakan. Sangat gembira jika Bapak/Ibu berkenan untuk mempertimbangkan prestasi dan kualifikasi saya. Panggilan untuk wawancara dengan Bapak/

Ibu sungguh saya harapkan. Bapak/Ibu dapat menghubungi saya di nomor telepon 0812 345 6789. Atas kesempatan yang diberikan, saya ucapkan terima kasih.

Kertas Surat

Surat lamaran kerja merupakan salah satu surat resmi. Oleh karena itu, gunakan kertas putih polos dengan berat 80 gr untuk membangun kesan pertama yang baik dan profesional. Kertas yang terlalu tipis berisiko mudah sobek dan kusut. Selain itu, kertas yang terlalu tipis juga dapat melukai tangan pembaca ketika ia hendak membuka atau membaca surat Anda. Satu hal yang tidak kalah pentingnya adalah kop surat. Sebaiknya samakan desain kop surat pada surat lamaran kerja dan kop surat yang terdapat pada CV atau resume.

Amplop

Tidak ada aturan khusus yang mengatur jenis amplop yang digunakan untuk mengirimkan surat lamaran kerja. Anda bisa menggunakan amplop putih atau cokelat polos. Jika menggunakan amplop putih, lipatlah surat dengan rapi. Apabila Anda memutuskan untuk menggunakan amplop cokelat, sesuaikan ukuran amplop dengan ukuran kertas dan tebal dokumen yang akan dikirimkan. Masukkan surat lamaran kerja beserta lampiran-lampirannya dengan hati-hati agar tidak tertekuk atau sobek.

Setelah surat dimasukkan ke dalam amplop, rekatkan bibir amplop dengan baik untuk menghindari kemungkinan amplop terbuka dan surat atau lampiran tercecer. Ketik nama pihak penerima, jabatan, nama departemen, dan alamat perusahaan dengan jelas dan rapi. Anda bisa langsung mengetiknya di amplop surat ataupun di kertas stiker. Jika Anda mengetiknya pada kertas stiker, tempel kertas stiker dengan hati-hati dan pastikan kertas tidak miring.

►► Lampiran pada Surat Lamaran Kerja

Surat lamaran kerja biasanya disertai dengan CV atau resume, foto, dan lampiran terkait. Pada umumnya, perusahaan meminta pelamar kerja untuk melampirkan pasfoto. Akan tetapi, untuk posisi tertentu, perusahaan terkadang juga meminta pelamar kerja untuk menyertakan foto dengan posisi tertentu,

misalnya foto seluruh badan. Foto yang dilampirkan adalah foto berwarna berlatar belakang polos dengan ukuran dan jumlah yang telah ditentukan perusahaan. Ingat, foto yang Anda kirim adalah untuk melamar kerja, kirimlah foto yang mencerminkan siapa Anda.

Apabila perusahaan meminta pelamar kerja untuk melampirkan pasfoto, sesuaikan ukuran dan jumlah pasfoto dengan persyaratan yang diajukan perusahaan (contoh: pasfoto 4 x 6, 2 lembar). Jika Anda tidak diminta untuk melampirkan pasfoto, sertakan foto Anda di CV atau resume dan pastikan hasil cetak CV atau resume Anda baik dan jelas. Pasfoto yang diminta adalah pasfoto terbaru Anda. Apabila Anda hanya memiliki pasfoto beberapa tahun lalu (meskipun menurut Anda tidak ada perubahan berarti pada diri Anda), ada baiknya bila Anda membuat pasfoto terbaru terlebih dahulu.

Terdapat beberapa hal yang harus diperhatikan ketika membuat pasfoto, yaitu:

- Ekspresi wajah tersenyum menunjukkan pribadi yang ramah.
- Gunakan busana formal untuk menandakan bahwa Anda siap bekerja. Pelamar pria menggunakan kemeja putih atau biru muda polos dan dasi. Pakailah dasi dengan rapi. Apabila melamar untuk posisi senior (manajer, direktur), Anda juga dapat menggunakan jas untuk menunjukkan kesan profesional. Selain itu, tatalah rambut Anda dengan rapi dan jaga kebersihan wajah Anda (cukurlah kumis dan jenggot Anda sebelum membuat pasfoto). Bagi pelamar wanita, gunakanlah kemeja atau blus yang sopan dan blazer. Riasan wajah sebaiknya tidak berlebihan dan tatalah rambut Anda dengan rapi. Jika Anda memiliki poni, pastikan poni tidak menutupi alis dan mata Anda.

Terkadang, ada perusahaan atau lowongan kerja untuk posisi tertentu yang meminta pelamarnya untuk menyertakan foto seluruh badan. Untuk memberi kesan pertama yang baik dan profesional, perhatikanlah hal-hal berikut.

► **Pria**

- Berdirilah dengan postur tegak dan rileks.
- Jari tangan kanan dan kiri dikaitkan dan diletakkan di perut, tepatnya di bawah pusar; posisi kaki dibuka kurang lebih 30 cm.
- Pakai kemeja dan celana panjang dengan rapi. Pastikan dasi tidak terlalu panjang ataupun terlalu pendek. Gunakan kaos kaki dengan warna yang sama dengan warna celana panjang. Semir sepatu pantofel agar terlihat bersih dan terawat.

► **Wanita**

- Berdirilah dengan postur tegak dan rileks.
- Jari tangan kanan dan kiri dikaitkan dan diletakkan di bawah pusar; posisi kaki rapat.
- Gunakan busana yang sopan dan rapi: kemeja atau blus, *blazer*, rok selutut (untuk yang berjilbab: rok panjang), rok tidak ketat, sepatu tertutup, hak sepatu 5 sampai 7 cm, sepatu dalam keadaan baik dan bersih.
- Gunakan aksesoris dan/atau perhiasan seminimal mungkin.

Pelamar kerja umumnya juga diminta untuk melampirkan fotokopi ijazah atau sertifikat-sertifikat terkait. Ijazah yang dilampirkan hanyalah ijazah terakhir, misalnya ijazah SMU/SMK, S₁, S₂, atau S₃. Demikian pula dengan sertifikat. Anda cukup melampirkan beberapa sertifikat yang dapat meningkatkan penilaian perusahaan atas kualitas diri Anda. Selain itu, biasanya ada juga perusahaan yang meminta pelamar kerja untuk melampirkan fotokopi KTP, transkrip nilai, surat keterangan sehat, ataupun surat referensi. Jika demikian, pastikan fotokopi berkualitas baik dan jelas agar dokumen mudah dibaca dan tinta tidak luntur (menempel di tangan ketika dipegang). Bila lampiran dikirim melalui surel, pindai (*scan*) dokumen yang dibutuhkan dengan rapi (tidak miring) dan jelas.



Rangkuman

- Surat lamaran kerja adalah surat yang ditulis untuk memberitahukan bahwa pelamar (dalam hal ini, penulis surat) tertarik untuk bergabung di sebuah perusahaan dan ingin menduduki posisi tertentu sesuai dengan lowongan yang dibuka oleh perusahaan tersebut.
- Surat lamaran kerja dilengkapi dengan lampiran-lampiran penunjang, seperti CV atau resume, pasfoto terbaru, fotokopi ijazah terakhir, fotokopi sertifikat yang dapat meningkatkan kualitas pelamar. Lampiran juga dapat berupa dokumen lain yang diminta oleh



perusahaan, seperti surat referensi, fotokopi transkrip nilai, surat keterangan sehat, fotokopi KTP, dan dokumen-dokumen lainnya.

- Pilihlah satu bentuk surat yang akan digunakan. Kemudian, ketahui ke mana Anda menunjukan surat lamaran kerja. Apabila Anda tahu nama pihak yang dituju, pastikan Anda menulis nama orang tersebut dengan benar, termasuk gelar akademik dan jabatannya di perusahaan yang Anda tuju. Akan tetapi, bila Anda tidak mengetahui nama pihak yang dituju, cukup tuliskan jabatannya saja. Tulislah perihal surat Anda dengan lengkap dengan menyertakan posisi yang Anda lamar, seperti 'Lamaran Kerja Staf Akunting'.
- Pada bagian pembuka, nyatakan dari mana Anda mengetahui lowongan kerja tersebut dan posisi yang dilamar. Pada bagian isi, tunjukkan bahwa Anda adalah orang yang tepat untuk mengisi posisi tersebut. Pada bagian penutup, ungkapkan harapan Anda untuk diberi kesempatan wawancara. Tuliskan nomor telepon yang dapat dihubungi untuk memudahkan wawancara menghubungi Anda.
- Baca kembali surat lamaran secara saksama, pastikan isinya sudah benar (sesuai dengan fakta) dan diketik dengan baik (tidak ada kesalahan ketik). Perhatikan kembali penggunaan huruf besar dan huruf kecil, ejaan, besar spasi, tata bahasa sudah formal dan sopan, tidak ada kata yang terpotong, dan apakah kalimat yang diketik mudah dimengerti. Perhatikan apakah secara keseluruhan surat sudah tampak rapi dan isinya menarik. Jika ditemukan kesalahan sekecil apa pun, ketik kembali dan periksa kembali surat Anda sebelum dikirimkan.
- Gunakan kertas putih polos dengan berat 80 gr karena kertas yang terlalu tipis berisiko mudah sobek dan kusut, serta dapat melukai tangan pembaca ketika ia hendak membuka atau membaca surat Anda. Samakan desain kop surat pada surat lamaran kerja dan kop surat yang terdapat pada CV atau resume.
- Jika menggunakan amplop putih, lipatlah surat dengan rapi. Apabila Anda memutuskan untuk menggunakan amplop cokelat, sesuaikan ukuran amplop dengan ukuran kertas dan tebal dokumen yang akan dikirimkan. Masukkan surat lamaran kerja beserta lampiran-

lampirannya dengan hati-hati agar tidak tertekuk atau sobek.

- Rekatkan bibir amplop dengan baik untuk menghindari kemungkinan amplop terbuka dan surat atau lampiran tercecer. Ketik nama pihak penerima, jabatan, nama departemen, dan alamat perusahaan dengan jelas dan rapi. Jika Anda mengetiknya pada kertas stiker, tempel kertas stiker dengan hati-hati dan pastikan kertas tidak miring.
- Apabila perusahaan meminta pelamar kerja untuk melampirkan pasfoto, sesuaikan ukuran dan jumlah pasfoto dengan persyaratan yang diajukan perusahaan (contoh: pasfoto 4 x 6, 2 lembar). Jika Anda tidak diminta untuk melampirkan pasfoto, sertakan foto Anda di CV atau resume dan pastikan hasil cetak CV atau resume Anda baik dan jelas. Pasfoto yang diminta adalah pasfoto terbaru Anda.
- Ijazah yang dilampirkan hanyalah ijazah terakhir. Lampirkan beberapa sertifikat yang dapat meningkatkan penilaian perusahaan atas kualitas diri Anda. Bila diminta untuk melampirkan fotokopi KTP, transkrip nilai, surat keterangan sehat, ataupun surat referensi, pastikan fotokopi berkualitas baik dan jelas agar dokumen mudah dibaca dan tinta tidak luntur (menempel di tangan ketika dipegang). Bila lampiran dikirim melalui surel, pindai (*scan*) dokumen yang dibutuhkan dengan rapi (tidak miring) dan jelas.

Pertanyaan Penguji Pemahaman

1. Surat terdiri dari tiga paragraf. Apa saja yang harus ditulis di tiap-tiap paragraf? Jelaskan.
2. Bila di iklan lowongan kerja tidak dituliskan nama penerima surat, misalnya hanya di tuliskan nomor PO BOX, bagaimana cara Anda menuliskan alamat atau penerima surat?
3. Bagaimana cara mengirim surat lamaran kerja dan lampiran-lampirannya melalui surel?
4. Lampiran apa saja yang sebaiknya disertakan dalam surat lamaran kerja?

Latihan

1. Buatlah paragraf pembuka surat lamaran kerja. Anda mengetahui ada lowongan kerja melalui pengumuman yang dipasang di papan pengumuman kampus. Perusahaan yang bergerak di bidang konsultan pajak membutuhkan beberapa staf yang bertugas untuk menghitung pajak atau sebagai *tax consultant staff*.
2. Buatlah paragraf pembuka surat lamaran kerja. Anda mengetahui ada lowongan kerja dari seorang teman yang sudah bekerja lebih dulu di satu perusahaan (sebut saja Sdri. Melati di PT. XYZ). Lowongan yang dibuka untuk posisi *Assistant Brand Manager*.
3. Buatlah paragraf isi untuk iklan lowongan kerja dengan persyaratan sebagai berikut:

Posisi: Barista—paruh waktu (*part time*)

- Pria atau wanita
- Pendidikan minimal SMU atau sederajat dan/atau pernah kuliah
- Pengalaman tidak diutamakan
- Penampilan menarik, ramah dan sopan, senang bergaul
- Jujur, cekatan, *multitasking*
- Bersedia bekerja sesuai *shift* yang ditetapkan dan bersedia bekerja malam hari/hari Sabtu/Minggu/hari libur
- Lancar berbahasa Inggris

Istilah Penting

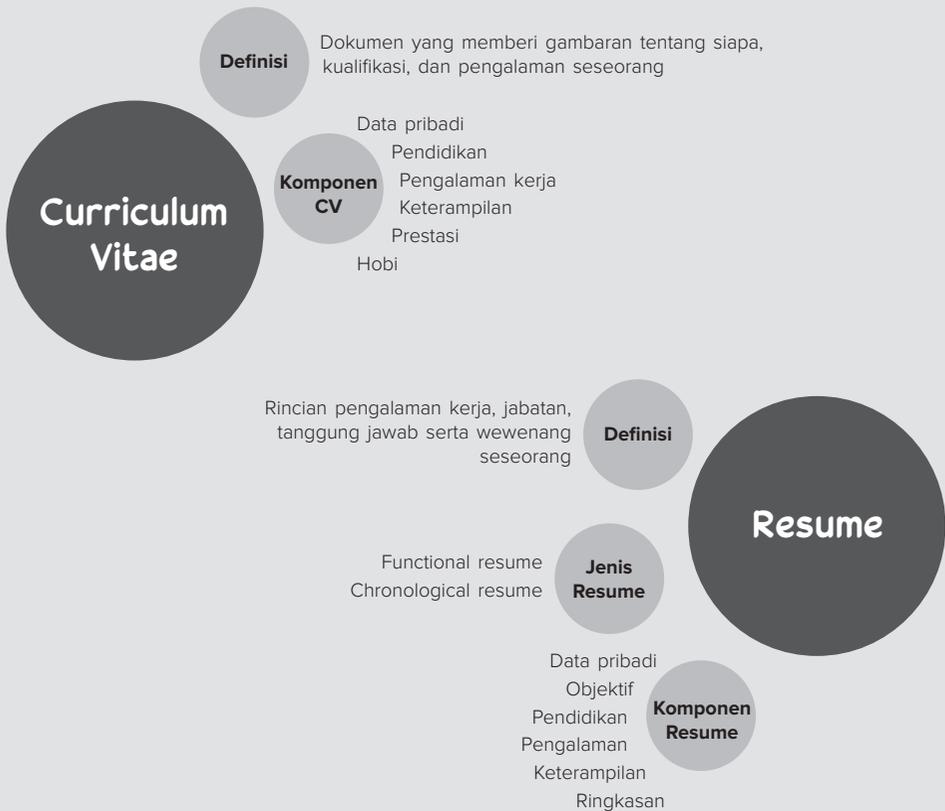
<i>curriculum vitae</i> (CV)	pindai (<i>scan</i>)
<i>job fair</i>	resume
paruh waktu (<i>part time</i>)	<i>shift</i>

Referensi Lanjutan

- Post, Emily. 2011. *Etiquette, Manners For A New World 18th Edition*. New York: HapperCollins Publishers. p. 54—66.
- Post, Emily, Peter Post. Anna Post. 2014. *The Etiquette Advantage in Business 3rd Edition*. New York: HapperCollins Publishers. p. 45—66.
- Purwanto, Djoko. 2019. *Komunikasi Bisnis Edisi ke-5*. Jakarta: Penerbit Erlangga. h. 240—276.
- Rowe, Patsy. 2012. *Business Etiquette 3rd Edition*. UK: New Holland Publisher. p. 278—290.

Bab 9

Curriculum Vitae dan Resume



Tujuan Pembelajaran

Setelah mempelajari bagian ini, pembaca dapat:

- Membuat *Curriculum Vitae* dan Resume yang benar dan menarik.

Curriculum Vitae (CV) atau resume yang dikirim sebaiknya dapat membuat pembaca mengetahui lebih dari sekadar siapa Anda. Sebelum pewawancara bertemu secara langsung, mereka berusaha mengenal Anda melalui surat dan lampiran yang dikirim. Oleh karena itu, penting untuk mengirimkan surat lamaran kerja dan CV atau resume yang membuat pembaca mengenal Anda. Di tengah persaingan pasar tenaga kerja yang semakin ketat, Anda harus dapat menunjukkan bahwa Anda adalah salah satu di antara sekian banyak pelamar yang perlu dipertimbangkan perusahaan sebagai calon karyawan atau kandidat. Buat surat lamaran kerja dan CV atau resume dengan kriteria yang mendekati kebutuhan perusahaan dan dengan cepat dapat dilihat oleh perusahaan bahwa inilah orang yang kami butuhkan. Saat ini banyak contoh CV yang dapat diunduh. Anda boleh saja melihatnya untuk menjadi referensi, tetapi pikirkan sekali lagi sebelum mengunduh dan menduplikasinya. Apakah Anda ingin CV yang Anda kirimkan sama dengan orang lain? Sebaiknya buatlah CV atau resume yang dapat mencerminkan siapa Anda. Tampilan yang apik tentunya menarik, tetapi yang lebih penting adalah isinya. Bila Anda dapat mengombinasikan keduanya, tentu hal itu sangat baik.

►► Perbedaan CV dan Resume

Sejak awal Bagian IV ini, Anda sudah sering melihat istilah CV atau resume dalam pembahasannya. Namun, apakah keduanya sama? Ternyata keduanya memiliki perbedaan. Mari kita simak perbedaan di antara keduanya.

► Curriculum Vitae (CV)

CV adalah biodata atau riwayat hidup singkat seseorang. Dengan kata lain, CV adalah dokumen yang memberi gambaran tentang siapa, kualifikasi, dan pengalaman seseorang.

Sesuai dengan tujuannya, CV berisi data pribadi, pendidikan, pengalaman kerja (bila ada), pengalaman organisasi (bila ada), keterampilan yang dimiliki, prestasi yang pernah diraih (bila ada), dan hobi seseorang. Data yang ditampilkan pada CV haruslah aktual dan diketik rapi dan sistematis agar mudah dibaca. Tulislah tanggal pembuatan CV untuk menunjukkan bahwa data yang tertera di dalam CV tersebut adalah data aktual hingga tanggal dibuatnya CV tersebut. Tandatanganilah CV sebagai bentuk pernyataan bahwa data yang tertera di dalamnya adalah data yang benar dan dapat dipertanggungjawabkan.

► Resume

Resume adalah dokumen yang berisikan rangkuman pengalaman kerja atau ringkasan di dunia kerja, keahlian, serta pendidikan seseorang yang ditulis tidak lebih dari dua halaman. Resume berisi ringkasan singkat tentang kemampuan dan keterampilan yang dimiliki sesuai dengan posisi yang dilamar. Dijelaskan secara padat, ringkas, dan jelas.

Kalau begitu, manakah yang harus dikirim ketika melamar kerja? Bagi pelamar pemula, Anda dapat mengirimkan CV. Namun jika Anda sudah memiliki pengalaman kerja yang cukup dan memiliki tanggung jawab yang bisa diceritakan, Anda bisa mengirimkan resume ketika melamar pekerjaan. Resume juga digunakan jika tujuan Anda melamar kerja adalah untuk meningkatkan karier.

►► Komponen Pembentuk CV

Seperti yang sudah disebutkan sebelumnya, CV terdiri dari data pribadi, data pendidikan (pendidikan formal, informal, dan pendidikan tambahan), pengalaman kerja (bila ada), pengalaman organisasi (bila ada), keterampilan, prestasi (bila ada), dan hobi.

Data Pribadi

Data pribadi yang ditampilkan pada CV adalah nama, alamat, tempat tanggal lahir, jenis kelamin, status pernikahan, agama, dan kontak yang dapat dihubungi (nomor telepon dan/atau alamat surel). Perhatikan contoh berikut.

Nama	: nama lengkap
Alamat	: penulisan alamat jelas dan lengkap
Tempat, Tanggal Lahir	: nama kota, tanggal/bulan/tahun kelahiran
Jenis Kelamin	: pria/wanita
Status Pernikahan	: single (belum menikah) atau K/1 (artinya: menikah dengan 1 anak) atau K/o (artinya menikah, belum punya anak)
Agama	: Islam/Kristen/Katolik/Budha/Hindu
Nomor Telepon/WA	: 0812 345 6789
Alamat Surel	: nama_email@ google.com/yahoo.co.id/yahoo.com

Meskipun saat ini komunikasi sudah banyak dilakukan melalui media berbasis internet, jangan abaikan penulisan alamat di dalam CV Anda. Tulislah alamat dengan lengkap dan jelas. Selain itu, tuliskan nomor telepon yang dapat dihubungi untuk memudahkan pihak perusahaan menghubungi Anda. Penulisan alamat dengan lengkap dan jelas serta nomor telepon merupakan salah satu cara Anda memperkenalkan diri kepada perusahaan sebelum Anda dipanggil untuk melakukan wawancara.

Pendidikan

Pendidikan yang dapat dicantumkan di dalam CV terbagi menjadi tiga kelompok, yakni pendidikan formal, pendidikan informal, dan pendidikan tambahan. Apa saja perbedaan di antara keduanya? Mari kita bahas satu per satu.

Pendidikan formal adalah pendidikan yang ditempuh mulai dari SD/SMP/SMA sampai jenjang pendidikan terakhir. Pendidikan terakhir yang ditempuh ditulis pada urutan pertama, kemudian dilanjutkan dengan pendidikan sebelumnya. Hal ini bertujuan agar pihak pewawancara dapat segera melihat pendidikan terakhir pelamar kerja dan mencocokkannya dengan kualifikasi yang dibutuhkan. Anda boleh menuliskan jenjang pendidikan hingga tingkat SD, atau setidaknya dua jenjang pendidikan terakhir Anda (contoh, jenjang S1 dan SMA). Perhatikan contoh berikut.

(Tahun Pendidikan - Nama Sekolah/Universitas - Kota tempat Sekolah/Universitas)

2021 – 2023	Magister Ilmu Komunikasi – Konsentrasi Strategi Komunikasi Pemasaran Fakultas Ekonomi dan Bisnis – Universitas Sukses – Jakarta
2016 – 2020	Sarjana Ekonomi Manajemen – Konsentrasi Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi dan Bisnis – Universitas Teladan – Jakarta
2013 – 2016	Sekolah Menengah Atas – Jurusan IPS – SMA Katolik 1 – Jakarta
2010 – 2013	Sekolah Menengah Pertama – SMP Anak Bangsa – Surabaya
2004 – 2010	Sekolah Dasar – SD Anak Bangsa – Surabaya

Anda pun dapat menuliskannya sebagai berikut.

2018 – 2020	Pendidikan Vokasi – Jurusan Pariwisata – Universitas Sukses – Jakarta
2015 – 2018	Sekolah Menengah Industri Pariwisata – SMK Maju Jaya – Bandung

Atau:

2021 – 2023	Magister Ilmu Komunikasi – Konsentrasi Strategi Komunikasi Pemasaran Fakultas Ekonomi dan Bisnis – Universitas Sukses – Jakarta
2017 – 2020	Sarjana Ekonomi Manajemen – Konsentrasi Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi dan Bisnis – Universitas Teladan – Jakarta

Pendidikan informal adalah pendidikan yang diikuti untuk menambah pengetahuan dan ketrampilan, seperti kursus. Pada pendidikan informal, untuk dapat lulus atau naik ke jenjang yang lebih tinggi, peserta harus mengikuti ujian. Perhatikan contoh berikut.

2021	Kursus Perpajakan Brevet C – Universitas Teladan – Jakarta
2021	<i>Short course in Business Law</i> – Lembaga Pelatihan Hukum Bisnis – Jakarta
2020	Kursus Perpajakan Brevet A dan B – Universitas Teladan – Jakarta
2018 – 2020	Kursus Bahasa Inggris – Level: <i>High Intermediate</i> (HI 4) – Lembaga Pendidikan Bahasa Asing Global – Jakarta
2018	Kursus Komputer – Lembaga Kursus Komputer Indonesia

Jenis pendidikan ketiga yang dapat dicantumkan di dalam CV adalah pendidikan tambahan. Pendidikan tambahan adalah pendidikan yang diikuti untuk menambah pengetahuan dan wawasan, seperti seminar, *workshop*, *webinar*, ataupun pelatihan singkat. Untuk memperoleh sertifikat, peserta cukup hadir mengikuti acara. Perhatikan contoh berikut.

7 November 2020	Virtual National Seminar ' <i>Adaptation to Acquire Existence</i> ' – Diselenggarakan oleh: BEM FEB UNTAR – Jakarta
2 Juni 2020	Webinar 'Menyiapkan Aktivitas Belajar di Era NEW NORMAL' – Diselenggarakan oleh: Penerbit Erlangga – Jakarta
19 September 2019	Seminar ' <i>Digital Marketing</i> ' – Diselenggarakan oleh CitiTraining – Jakarta.

Bila keterangan lain yang ingin dituliskan di CV cukup banyak, pendidikan formal boleh ditulis yang terakhir saja. Demikian juga dengan pendidikan nonformal dan pendidikan tambahan. Anda dapat menuliskan pendidikan yang penting diketahui oleh pihak perusahaan dan dapat meningkatkan kualitas Anda.

Pengalaman Kerja

Baik pengalaman kerja purnawaktu (*full time*) maupun paruh waktu (*part time*) dapat dicantumkan di dalam pengalaman kerja Anda, termasuk pengalaman kerja magang (*internship*). Ketika menuliskan pengalaman kerja di CV, Anda cukup menuliskan nama perusahaan/lembaga/organisasi, kapan pekerjaan tersebut dijalani (dari kapan sampai kapan), dan jabatan yang diduduki. Akan tetapi, jika Anda hendak menuliskan pengalaman kerja di resume, Anda juga perlu menjelaskan jabatan yang diduduki, apa saja yang dikerjakan, tugas dan tanggung jawab Anda, serta wewenang yang diberikan pada Anda. Perhatikan contoh penulisan pengalaman kerja di CV berikut ini.

Januari 2021 – Sekarang	: Store Operation Supervisor – Mal Jalan-Jalan, Jakarta.
November 2020	: Sales Promotion – Pameran Otomotif – Jakarta Auto Week – Jakarta Convention Center (JCC), Jakarta.
Juli – September 2020	: Internship – Departemen Pemasaran PT. XYZ - Jakarta
Agustus 2019 – Desember 2020	: Asisten Dosen – Mata Kuliah: Lab. Statistik dan Lab. Komputer, FEB Universitas Teladan
Juni – Agustus 2019	: Sales Promotion – Pekan Raya Jakarta – PT. Mobil Indonesia, Tbk.
Juli 2017 – sekarang	: Guru Privat – Matematika – Siswa/i SMP, Jakarta

Dari contoh di atas, dapat kita simpulkan bahwa pelamar saat ini bekerja purnawaktu di Mal Jalan-Jalan dan juga menjadi guru privat matematika jenjang SMP. Pelamar sebelumnya juga pernah menjalani beberapa pekerjaan paruh waktu di beberapa perusahaan atau lembaga dan juga pernah menjalani program magang di suatu perusahaan.

Pengalaman Organisasi

Pengalaman organisasi yang dapat dicantumkan pada CV adalah pengalaman berorganisasi di Sekolah Menengah dan/atau di Universitas dan organisasi lainnya, seperti di tempat ibadah, karang taruna, atau organisasi sosial lainnya. Jelaskan jabatan, pekerjaan atau tugas, dan tanggung jawab yang dikerjakan. Perhatikan contoh berikut.

2017 – 2021	: BEM FEB Universitas Teladan – Jakarta
2020 – 2021	: Badan Pengurus Harian Inti – Departemen Eksternal Bertanggung jawab menjaga hubungan baik dengan pihak eksternal organisasi
2019	: Ketua Panitia acara Bakti Sosial di Garut – Jawa Barat Bertanggung jawab atas terlaksananya acara Bakti Sosial; memastikan dana dan sumbangan yang dibutuhkan terpenuhi; lokasi yang akan dikunjungi layak dibantu; masyarakat merasa terbantu dan kunjungan bermanfaat; memastikan seluruh panitia dan tim dokter dapat berangkat dan pulang dengan selamat.
2018	: Ketua Panitia Pekan Olah Raga dan Seni (PORSI). Bertanggung jawab atas terlaksananya acara PORSI sesuai dengan rencana; memastikan dana yang dibutuhkan terpenuhi, kerja sama dengan sponsor dapat terlaksana sesuai kontrak, pertandingan semua cabang olahraga dan seni dapat berjalan sesuai jadwal, dan semua Sie. dapat menjalankan tugasnya dengan baik dan saling mendukung.
2017	: Anggota Panitia Pekan Olah Raga dan Seni (PORSI) Sie. Perlengkapan – cabang E-Sport. Bertanggung jawab untuk mempersiapkan segala keperluan untuk pertandingan dan memastikan semua perlengkapan untuk peserta maupun juri tersedia tepat waktu dan berfungsi dengan baik sesuai kebutuhan.

2014 – 2017	: OSIS SMA Katolik 1 – Jakarta
2016 – 2017	: Ketua
2015	: Ketua acara Pentas Seni yang diselenggarakan di sekolah. Bertanggung jawab atas terlaksananya acara Pentas Seni, mengadakan acara pameran dan perlombaan berbagai bidang kesenian, puncak acara diisi dengan penampilan kesenian daerah dan modern.
2014 – 2016	: Anggota

Contoh di atas merupakan contoh penulisan pengalaman organisasi secara lengkap. Akan tetapi, bila Anda tidak memiliki peran penting di dalam organisasi yang diikuti—hanya menjadi anggota, misalnya—Anda bisa menuliskan pengalaman tersebut seperti contoh di bawah ini. Jika Anda menduduki peran penting dalam suatu organisasi, sebaiknya tuliskan pengalaman tersebut dalam format lengkap agar perusahaan dapat mengenal Anda lebih baik.

2017 – 2021	: BEM FEB Teladan – Jakarta – posisi terakhir sebagai Ketua Umum
2014 – 2017	: OSIS SMA Katolik 1 – Jakarta – sebagai anggota

Keterampilan

Keterampilan merupakan kemampuan dasar yang melekat dalam diri manusia, yang kemudian dilatih, diasah, serta dikembangkan secara terus menerus dan berkelanjutan guna menjadikan kemampuan seseorang menjadi potensial sehingga orang tersebut menjadi ahli serta profesional di bidang tertentu. Sementara menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, keterampilan adalah kecakapan untuk menyelesaikan tugas. Beberapa contoh keterampilan, antara lain:

- Terampil mengaplikasikan program komputer atau hal yang berhubungan dengan IT Contoh:
 - Microsoft Office
 - Adobe Photoshop dan Corel Draw
 - *Software* Akuntansi – Accurate
 - Dan lainnya
- Bahasa, contoh:

- Bahasa daerah: Jawa, Sunda, Bali, Batak.
- Bahasa Inggris: lisan dan tulisan
- Bahasa Mandarin: lisan dan tulisan
- Komunikasi: Lisan, tulisan, bicara di depan publik, mendengarkan
- Kreativitas, berpikir kritis, perhatian terhadap detail
- Kepemimpinan, mandiri, bekerja dalam tim
- Interpersonal, mudah beradaptasi
- Manajemen waktu, *multitasking*
- Dan lainnya

Prestasi

Cantumkanlah prestasi yang pernah diraih, terutama yang berhubungan dengan bidang keilmuan posisi yang dilamar atau bidang yang dapat menunjang kualitas kinerja. Contoh prestasi dalam bidang keilmuan, seperti: manajemen, manajemen pemasaran, humas, CSR, akuntansi, bahasa, bicara di depan publik, *photography*, kreativitas, IT, *robotic*, dan lainnya. Anda pun dapat menuliskan prestasi lainnya, seperti: terpilih sebagai finalis atau juara Abang None Jakarta atau Daerah, atau lomba-lomba lainnya yang diselenggarakan oleh Pemerintah Pusat maupun Daerah. Prestasi yang dicantumkan dapat berupa prestasi pribadi maupun tim, pada tingkat nasional maupun internasional. Perhatikan contoh berikut.

- | | | |
|------|---|---|
| 2019 | : | Juara 1 Pidato Bahasa Inggris jenjang SMA dalam Kompetisi Erlangga English Speech Contest (EESC) – 14 September 2019 – Diselenggarakan oleh: Penerbit Erlangga Cabang Samarinda dan Forum MGMP Bahasa Inggris. |
| 2018 | : | Juara II Manajemen Kuis dalam Kompetisi Manajemen Tingkat Universitas se-Indonesia – Tema: ‘Manajemen Pemasaran di Era Disruptif’ – Diselenggarakan oleh Program Studi Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Sukses – Jakarta. |
| 2017 | : | Juara 3 Abang None Kepulauan Seribu. |

Hobi

Hobi adalah kegiatan yang senang dilakukan dan ketika CV ditulis pun masih dilakukan. Tuliskan hobi secara baik dan jujur karena pewawancara kemungkinan akan menanyakan hobi Anda untuk melihat kepribadian Anda. Hindari menulis

hobi yang memberi kesan pemalas (contoh, tidur) atau hobi yang sebetulnya bukan hobi (contoh, makan). Bagi pelamar pemula, sebaiknya jangan tuliskan hobi yang membutuhkan dana besar untuk melakukannya, seperti olahraga golf, berkuda, atau balap mobil. Mengapa demikian? Pertimbangannya adalah sebagai pemula, gaji yang diterima tidak akan cukup untuk membiayai hobinya. Hal ini akan membuat perusahaan berpikir, apakah kandidat serius mau bekerja? Namun bila melamar untuk posisi tertentu, seperti Direktur Pemasaran, yang di dalam pekerjaannya sesekali perlu melakukan olahraga golf bersama relasi, maka hobi olahraga golf justru memberi nilai tambah bagi pelamar. Perhatikan beberapa contoh hobi berikut.

- Olahraga: basket, bersepeda, mendaki gunung, futsal, sepak bola, *fitness*, yoga, dan lainnya.
- Membaca novel, biografi, atau majalah.
- Nonton sepak bola atau film.
- Bermain musik: gitar, biola, suling, piano, dan lainnya.
- Mendengarkan musik, menari, bernyanyi.
- Memasak, menjahit, menyulam, melukis, berkebun.
- Kuliner: mencoba makanan-makanan daerah.
- *Traveling*.

▶▶ Surat Referensi

Surat referensi bisa dikeluarkan oleh perusahaan atau perorangan. Biasanya digunakan oleh pelamar kerja untuk memperkuat informasi dalam CV, terutama dalam hal pengalaman kerja. Selain itu, surat referensi juga dapat digunakan untuk menunjukkan kepribadian, sikap, dan perilaku pelamar di mata orang lain. Surat referensi kerja adalah surat yang dibuat oleh perusahaan tempat pelamar bekerja atau pernah bekerja, yang berisikan tentang orang yang bersangkutan. Surat referensi kerja menyatakan bahwa yang bersangkutan bekerja atau pernah bekerja di suatu perusahaan dengan jabatan terakhir, lama kerja, kepribadian, sikap, perilaku, dan kinerja yang bersangkutan selama bekerja serta alasan yang bersangkutan mengundurkan diri dari perusahaan. Surat referensi kerja semakin bernilai jika di dalamnya memuat pernyataan bahwa orang yang bersangkutan bekerja dengan penuh tanggung jawab dan keputusannya untuk mengundurkan diri sangat disayangkan oleh perusahaan.

Sementara itu, surat referensi yang dibuat oleh perorangan berisi keterangan tentang orang yang bersangkutan dan penilaian berdasarkan apa yang diketahui selama pembuat surat mengenal yang bersangkutan. Pembuat surat referensi bisa berupa dosen pembimbing atau rekan kerja yang lebih senior yang pernah bekerja sama dan mengenal yang bersangkutan secara profesional. Surat referensi kerja maupun surat referensi yang dibuat oleh perorangan adalah salah satu alat yang dapat digunakan pewawancara untuk mengetahui dan mengenal 'siapa' kandidat yang diwawancarainya.

Surat referensi kerja biasanya ditandatangani oleh atasan yang bersangkutan dan/atau Manajer HRD atau Manajer Personalia dan terdapat nomor telepon perusahaan yang tercantum di kop surat. Untuk surat referensi yang dibuat secara perorangan, tercantum nama dan nomor telepon pembuat surat. Hal ini bertujuan untuk memudahkan pembaca surat mengonfirmasi isi surat tersebut. Untuk kepentingan lamaran kerja, jangan gunakan surat referensi yang dibuat oleh orang tua, keluarga, atau teman dekat karena hal itu dinilai tidak objektif.

Resume

Seperti yang sudah disinggung sebelumnya, resume berisi rincian pengalaman kerja, jabatan, tanggung jawab, serta wewenang seseorang. Terdapat dua macam resume, yaitu resume berdasarkan fungsi (*functional resume*) dan resume berdasarkan kronologi (*chronological resume*). Secara umum, resume terdiri dari:

- Data pribadi (nama lengkap, alamat lengkap, nomor telepon).
- Objektif (pekerjaan seperti apa yang diinginkan).
- Pendidikan (pendidikan terakhir atau yang sedang dijalani).
- Pengalaman (nama perusahaan, jabatan, tugas, serta tanggung jawab yang dikerjakan).
- Keterampilan (khusus pada *chronological resume*).
- Ringkasan (tentang pembuat resume).

Perhatikan contoh *functional resume* di bawah ini.

Karunia Putrabangsa

Jalan Pohon Beringin Hijau No. 18
Jakarta Timur
0812 345 6789

Objektif

Posisi awal dalam bidang akuntansi, di mana ketrampilan matematika (hitungan), penguasaan perangkat lunak dan dapat mengoperasikannya, perhatian terhadap detail, kemauan untuk bekerja keras, dan sikap positif diperlukan.

Pendidikan

Saat ini terdaftar di kelas malam Program Studi Magister Akuntansi (MAKSI) – Peminatan Manajemen Risiko dan Pengauditan Internal – Universitas Sukses untuk meraih gelar dalam bidang Akuntansi yang memungkinkan saya untuk mencapai tujuan menjadi seorang Internal Auditor. Lulus pada tahun 2020 dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Teladan – Jakarta di urutan 5 teratas.

Pengalaman

2018 sampai sekarang: Staff Akuntansi, PT. Anugerah Komputerindo, Cakung, Jakarta Timur.

- Memastikan dokumen yang berhubungan dengan transaksi keuangan sudah lengkap dan benar.
- *Input* data yang berhubungan dengan Jurnal Akuntansi pada Sistem Keuangan.
- Membuat *posting* jurnal.
- Membuat laporan keuangan.
- *Filing* dokumen

Ringkasan

Memecahkan masalah secara kreatif dengan kerja sama yang baik dengan orang lain. Lancar berbahasa Inggris dan Mandarin. Di Universitas, memenangkan lomba *Accounting Quiz* tingkat nasional, juara I selama 2 tahun berturut-turut. Di Sekolah Menengah Atas, Juara 1 dalam Lomba Pidato dalam Bahasa Inggris tentang Lingkungan Hidup tingkat nasional.

Sebagai variasi, letak data pribadi pembuat resume juga dapat diketik dengan paragraf rata tengah. Setelah melihat contoh *functional resume*, mari perhatikan contoh *chronological resume* di bawah ini. Resume ini dibuat bila seseorang ingin melamar pekerjaan dengan posisi yang lebih tinggi dan tanggung jawab yang lebih besar.

Ananda Putri, S.E., M.H

Jalan Jambu Kelutuk Merah, Gang V No. 18

Jakarta Utara

0812 345 6789

Objektif

Bergabung dengan perusahaan terkemuka di bidang industri makanan dan minuman pada posisi kunci di Departemen Manajemen Penjualan dan Pelayanan Konsumen, dengan tanggung jawab perluasan pasar, pencapaian target penjualan, administrasi penjualan, dan pelayanan konsumen di pasar domestik dan internasional.

Ringkasan

Lebih dari 8 (delapan) tahun sebagai *customer service* dan penjualan di bidang industri makanan dan minuman, dengan spesialisasi di bagian makanan ringan, mi instan, minuman ringan, dan es krim. Mendapat pelatihan lanjutan dalam bidang strategi penjualan, pemasaran internasional, dan manajemen pelayanan pelanggan.

Pengalaman

2017 - sampai sekarang: **Customer Service Manager** – PT. XYZ, Jakarta

Tanggung jawab: memastikan seluruh pesanan barang terproses dan terkirim, koordinasi pengiriman barang, menindaklanjuti keluhan konsumen, administrasi kontrak kerja sama dengan berbagai pihak. Menginisiasi rapat mingguan dengan pihak internal dan rapat bulanan dengan pihak pedagang perantara. Menyelenggarakan program *retailer* terbaik '*best retailer of the month*' dan '*best of the best retailer of the year*'.

2012 – 2016: **Manajer Pelayanan Pelanggan** – PT. DEFGHI, Jakarta

Tanggung jawab: Manajemen keluhan pelanggan dan memperbaiki kualitas pelayanan. Membuat program pelatihan untuk karyawan garis depan berkaitan dengan produk, pelayanan, dan penanganan keluhan pelanggan. Secara periodik melakukan *mystery shopper* untuk mengetahui kualitas pelayan dan menindaklanjutinya.

Keterampilan

- Penjualan, pelayanan pelanggan, dan menangani keluhan pelanggan.
- Hubungan interpersonal dengan pedagang perantara dan pelanggan.
- Dapat mengoperasikan program-program komputer: MsOffice dan program pengawasan penjualan.
- Lancar berbahasa Inggris, Korea, dan Mandarin (lisan dan tulisan).

Pendidikan

Magister Ilmu Hukum – Hukum Dagang – Universitas Sukses, Jakarta (2019)

Magister Ilmu Ekonomi – Jurusan Perdagangan dan Industri – Universitas Sukses, Jakarta (2017)

Sarjana Ekonomi dan Bisnis, Jurusan Manajemen – Konsentrasi Manajemen Pemasaran – Universitas Teladan – Jakarta (2012).



Rangkuman

- CV adalah biodata atau riwayat hidup singkat seseorang. CV berisi data pribadi, pendidikan, pengalaman kerja (bila ada), pengalaman organisasi (bila ada), keterampilan yang dimiliki, prestasi yang pernah diraih (bila ada), dan hobi seseorang. Data yang ditampilkan pada CV haruslah aktual dan diketik rapi dan sistematis agar mudah dibaca. Tulislah tanggal pembuatan CV untuk menunjukkan bahwa data yang tertera di dalam CV tersebut adalah data aktual hingga tanggal dibuatnya CV tersebut. Tandatanganilah CV sebagai bentuk pernyataan bahwa data yang tertera di dalamnya adalah data yang benar dan dapat dipertanggungjawabkan.
- Resume adalah dokumen yang berisikan rangkuman pengalaman kerja atau ringkasan di dunia kerja, keahlian, serta pendidikan seseorang yang ditulis tidak lebih dari dua halaman. Terdapat dua macam resume, yaitu resume berdasarkan fungsi (*functional resume*) dan resume berdasarkan kronologi (*chronological resume*). Secara umum, resume terdiri dari data pribadi (nama lengkap, alamat lengkap, nomor telepon); objektif (pekerjaan seperti apa yang diinginkan); pendidikan (pendidikan terakhir atau yang sedang dijalani); pengalaman (nama perusahaan, jabatan, tugas, serta tanggung jawab yang dikerjakan); keterampilan (khusus pada *chronological resume*); dan ringkasan (tentang pembuat resume).
- Surat referensi kerja adalah surat yang dibuat oleh perusahaan tempat pelamar bekerja atau pernah bekerja, yang berisikan tentang orang yang bersangkutan. Surat referensi kerja menyatakan bahwa yang



bersangkutan bekerja atau pernah bekerja di suatu perusahaan dengan jabatan terakhir, lama kerja, kepribadian, sikap, perilaku, dan kinerja yang bersangkutan selama bekerja serta alasan yang bersangkutan mengundurkan diri dari perusahaan.

- Surat referensi yang dibuat oleh perorangan berisi keterangan tentang orang yang bersangkutan dan penilaian berdasarkan apa yang diketahui selama pembuat surat mengenal yang bersangkutan. Pembuat surat referensi bisa berupa dosen pembimbing atau rekan kerja yang lebih senior yang pernah bekerja sama dan mengenal yang bersangkutan secara profesional.
- Surat referensi kerja biasanya ditandatangani oleh atasan yang bersangkutan dan/atau Manajer HRD atau Manajer Personalia dan terdapat nomor telepon perusahaan yang tercantum di kop surat. Untuk surat referensi yang dibuat secara perorangan, tercantum nama dan nomor telepon pembuat surat. Hal ini bertujuan untuk memudahkan pembaca surat mengonfirmasi isi surat tersebut.

Pertanyaan Penguji Pemahaman

1. Apa perbedaan CV dan Resume?
2. Kapan kita menggunakan resume ketika melamar kerja?
3. Jelaskan informasi apa saja yang perlu ditulis di CV dan bagaimana cara menulisnya dengan baik.
4. Jelaskan perbedaan resume kronologis dan resume fungsional.
5. Apa yang dimaksud dengan surat referensi? Apa isi surat referensi kerja yang dibuat oleh perusahaan?

Latihan

Lakukan tahapan di bawah ini untuk berlatih membuat surat lamaran kerja dan CV.

- Pertama: Carilah beberapa iklan lowongan kerja melalui internet atau media cetak. Carilah beberapa lowongan dengan persyaratan-persyaratan yang menurut Anda sesuai dengan posisi yang Anda inginkan.
- Kedua: Cobalah untuk membuat surat lamaran kerja dan CV sesuai iklan tersebut.

Istilah Penting

<i>curriculum vitae</i> (CV)	<i>internship</i>
<i>chronological resume</i>	resume
<i>functional resume</i>	

Referensi Lanjutan

- Post, Emily. 2011. *Etiquette, Manners For A New World 18th Edition*. New York: HapperCollins Publishers. p. 54—66.
- Post, Emily, Peter Post. Anna Post. 2014. *The Etiquette Advantage in Business 3rd Edition*. New York: HapperCollins Publishers. p. 45—66.
- Purwanto, Djoko. 2019. *Komunikasi Bisnis Edisi ke-5*. Jakarta: Penerbit Erlangga. h. 240—276.
- Rowe, Patsy. 2012. *Business Etiquette 3rd Edition*. UK: New Holland Publisher. p. 278—290.
- <https://kbbi.web.id/resume>
- <https://kbbi.web.id/biodata>
- <https://kbbi.web.id/terampil>
- <https://dosensosiologi.com/pengertian-keterampilan/>

Bab 10

Komunikasi dalam Wawancara Kerja



Tujuan Pembelajaran

Setelah mempelajari bagian ini, pembaca dapat:

- Memahami hal apa saja yang harus dipersiapkan sebelum wawancara kerja.
- Memahami pentingnya etiket dan sopan santun saat wawancara kerja dan hal apa saja yang harus diperhatikan.
- Berkomunikasi saat wawancara kerja, baik bertemu secara langsung maupun secara virtual, dengan profesional.
- Mengetahui pertanyaan apa saja yang sering ditanyakan dalam wawancara kerja.
- Mengetahui pertanyaan apa yang boleh dan tidak boleh ditanyakan pada pewawancara.

►► Menerima Panggilan Wawancara

Setelah surat dikirim, tahap berikutnya adalah menunggu panggilan dari pihak perusahaan untuk wawancara dan tes lainnya, seperti tes tertulis terkait bidang kerja yang dilamar, tes psikologi, atau tes praktik (contoh: aplikasi komputer, mekanik, dan lainnya). Pemberitahuan atau panggilan untuk wawancara kerja bisa dilakukan melalui:

- Komunikasi tertulis melalui surat, surel, pesan singkat, ataupun aplikasi pesan instan.

Baca secara teliti surat panggilan. Perhatikan tanggal dan jam dilaksanakannya wawancara, alamat perusahaan, dan siapa nama orang yang mengundang atau nama orang yang harus ditemui ketika akan wawancara. Bila wawancara dilakukan secara virtual, perhatikan dan simpan tautan (*link*) yang digunakan untuk wawancara nantinya.

Jika panggilan wawancara disampaikan melalui surel, pesan singkat, atau pesan instan, Anda harus membalasnya dengan konfirmasi kehadiran Anda. Untuk panggilan wawancara yang disampaikan melalui surat, Anda dapat mengonfirmasi kehadiran Anda melalui nomor telepon yang tercantum di dalam surat.

- Komunikasi lisan melalui telepon.
Terima telepon dengan sopan, gunakan tata bahasa formal, dan perhatikan intonasi suara Anda. Perhatikan contoh berikut.

Penelepon	:	"Selamat pagi. Saya Sarita dari Bank BCD. Bisa bicara dengan Saudara Bintang Putera?"
Penerima telepon	:	"Selamat pagi. Ya, betul. Saya Bintang."
Penelepon	:	"Saudara Bintang, apa Anda pernah melamar di Bank BCD?"
Penerima telepon	:	"Ya, betul, Ibu Sarita."
Penelepon	:	"Apakah Anda bisa datang ke kantor pada hari Senin tanggal 12 Juli 2021 untuk wawancara?"

Setelah sampai pada pertanyaan terakhir, perhatikan beberapa hal yang perlu dicatat atau ditanyakan sebagaimana terangkum dalam tabel di bawah ini.

Hal yang Perlu Ditanyakan dan Dicatat	Cara Komunikasi Melalui Telepon	Jawaban Ibu Sarita
Hari, tanggal, dan jam wawancara	Bisa, Ibu Sarita. Jam berapa wawancaranya, Bu?	Wawancara akan diadakan jam 9 pagi.
Alamat kantor (lengkap)	Bisa saya catat alamat kantornya?	Di kantor pusat Bank BCD, di Jalan Buah Zaitun Raya 1, lantai 7, Jakarta Pusat.
Dokumen yang perlu dibawa	Apakah ada dokumen yang perlu saya bawa atau saya persiapkan?	Siapkan fotokopi dokumen sesuai CV.
Apakah ada tes lain selain wawancara	Selain wawancara, apakah ada tes lainnya?	Ada, tes tertulis.
Berjumpa dengan siapa	Nanti pada waktu saya ke kantor, apakah saya berjumpa dengan Ibu Sarita?	Ya, berjumpa dengan saya.
Lakukan konfirmasi ulang	Baik, Ibu. Saya ulang sekali lagi. Wawancara dan tes tertulis akan diadakan pada hari Senin tanggal 12 Juli jam 9 pagi di kantor pusat Bank BCD, di Jalan Buah Zaitun Raya 1, lantai 7. Perlu membawa fotokopi dokumen-dokumen sesuai CV dan nanti saya berjumpa dengan Ibu Sarita bagian HRD.	Ya, betul. Kami tunggu kedatangannya. Terima kasih.
Penutup	Terima kasih Ibu. Selamat pagi.	Selamat pagi.

►► Wawancara Kerja

Jika Anda menerima panggilan wawancara, berarti Anda sudah berhasil melewati satu tahap seleksi, yaitu seleksi berkas. Fokuslah untuk memenangkan tahapan berikutnya, yaitu tahap wawancara. Seorang kandidat bisa saja gagal melewati tahap wawancara karena ia tidak mampu secara teknis. Maksudnya, ia gagal melewati tes yang dijalani. Akan tetapi, ada kemungkinan pula ia gagal karena ia dinilai tidak memiliki sikap dan perilaku yang baik dan/atau tidak dapat berkomunikasi dengan baik.

Saat menghadapi wawancara kerja, perhatikan etiket dan sopan santun, seluruh bentuk komunikasi yang terjadi (baik komunikasi verbal maupun nonverbal), dan berkomunikasi sebaik mungkin. Mungkin kita merasa telah memenuhi segala kriteria yang diinginkan oleh perusahaan: kita merasa memiliki pribadi yang sopan, ramah, menyenangkan, dan mampu untuk melakukan apa yang diminta oleh perusahaan. Akan tetapi, orang lain belum tentu berpandangan sama dengan kita. Pewawancara menilai kita dari apa yang mereka lihat, dengar, dan lakukan. Oleh karena itu, kita harus memperhatikan seluruh bentuk komunikasi yang terjadi dengan saksama dan meresponsnya dengan tepat.

Dalam hal komunikasi nonverbal, kita dapat memaksimalkan kesan pertama yang diterima orang lain terhadap kita dengan memperhatikan apa yang bisa dilihat dan didengar orang lain. Penampilan dan bahasa tubuh merupakan salah satu bentuk komunikasi nonverbal yang dapat dilihat, sedangkan komunikasi nonverbal yang dapat didengar berupa cara bicara kita turut menentukan penilaian seseorang terhadap kita.

Prinsip berpakaian untuk wawancara kerja sama dengan prinsip berpakaian untuk bekerja (bisnis); sederhana dan sesuai dengan posisi yang dilamar. Tampilkan kesan profesional dengan memperhatikan penampilan dari ujung rambut sampai sepatu. Perhatikan tabel berikut.

	Wanita	Pria
Kebersihan tubuh	Bersih, tidak bau badan.	
Kebersihan mulut dan gigi	Bersih, tidak bau mulut.	
Kebersihan kuku dan tangan	Bersih, kuku dipotong pendek.	

	Wanita	Pria
Rambut	Bersih, tidak bau, tidak lengket, tidak berketombe, ditata rapi. Tidak memakai rambut palsu.	
	Poni tidak menutupi mata. Bila berambut panjang, lebih baik diikat rapi.	Dipotong pendek, tidak gondrong.
Wajah	Tata rias sederhana. Tidak memakai bulu mata palsu.	Bersih, cukur kumis dan jenggot.
Pakaian	Bersih, disetrika licin, dikenakan dengan rapi dan sopan. Pas di badan (tidak kebesaran atau kekecilan). Warna dan model konservatif lebih aman. Hindari warna yang terlalu mencolok.	
	Kemeja atau blus yang sopan, setelan rok dan <i>blazer</i> lengan panjang (warna rok dan <i>blazer</i> sama).	Kemeja lengan panjang, polos, warna putih atau biru muda adalah pilihan terbaik, dasi diikat rapi, celana panjang warna gelap.
	Bila memakai stoking, pilih warna natural (warna kulit).	Warna kaos kaki sama dengan warna celana panjang.
Minyak wangi	Secukupnya, aroma tidak menyengat.	
Aksesoris	Minimalis, tidak kekanak-kanakan.	Tidak perlu memakai aksesoris.
Perhiasan	Minimalis.	Bila sudah menikah, cukup pakai cincin kawin.
Kacamata	Kaca bening, bingkai kacamata pas di wajah, tidak turun, dan bersih.	
Sepatu	Sepatu kulit, bersih, disemir mengilat, dalam kondisi baik, dan sol sepatu dalam kondisi baik.	
	Sepatu tertutup (<i>pump</i>), hak sepatu 5 sampai 7 cm, tidak mengilat.	Sepatu tertutup (<i>pantofel</i>).

	Wanita	Pria
Alat tulis	Tidak kekanak-kanakan.	
Map dokumen	Bersih, tidak ada nama perusahaan tertentu, dokumen disusun rapi.	
Tas kerja	Tidak terlalu besar, cukup untuk memuat dokumen dan perlengkapan yang diperlukan. Hindari membawa tas belanja.	

Hal yang juga harus diperhatikan adalah bahasa tubuh selama berlangsungnya wawancara. Berdiri atau duduklah dengan tegak dan tunjukkan semangat serta antusiasme Anda. Cepat tanggap dan bergerak dengan energik, jangan terlihat malas dengan respons seadanya dan gerakan pelan. Jangan lupa untuk selalu menunjukkan ekspresi wajah yang ramah dan sopan, respek dan hormat pada orang lain, serta tetapkan tenang. Cara bicara kita selama sesi wawancara juga dapat memberikan gambaran tentang pribadi seperti apakah kita. Oleh karena itu, bicaralah dengan jelas, tegas tapi tetap ramah dan sopan, serta jawab pertanyaan pewawancara dengan lancar.

Komunikasi verbal juga perlu diperhatikan selama kita menjalani wawancara. Gunakan tata bahasa yang sopan, formal, dan mudah dimengerti. Jawab setiap pertanyaan pewawancara dengan tepat dan jelas. Tepat berarti Anda memahami pertanyaan pewawancara dan menjawabnya dengan lugas, sedangkan jelas berarti tepat sasaran dan tidak bertele-tele.

Persiapan yang baik akan membuahkan hasil yang baik. Lalu, apa sajakah yang harus dipersiapkan sebelum menghadiri wawancara kerja? Beberapa hal yang dapat Anda lakukan untuk mempersiapkan diri adalah:

- Jaga kesehatan. Tidurlah dengan cukup.
- Siapkan dokumen yang perlu dibawa.
- Siapkan alat tulis (pena, pensil, penghapus) dan peralatan lain yang dibutuhkan untuk mengikuti tes (contoh, penggaris, kalkulator—untuk tes akuntansi atau hitungan).
- Kumpulkan dokumen, alat tulis, dan peralatan lainnya di dalam tas yang akan digunakan.
- Siapkan busana dan pelengkap busana yang akan dipakai.
- Pasang alarm agar tidak terlambat bangun.

Seperti yang sudah dikemukakan sebelumnya, wawancara dapat dilakukan secara virtual maupun tatap muka langsung. Wawancara secara virtual memanfaatkan teknologi internet dan dapat dilakukan di mana pun, sedangkan pada wawancara tatap muka, kandidat diundang untuk datang ke kantor perusahaan atau ke tempat tertentu, seperti di kampus. Apa saja yang perlu diperhatikan dalam menjalani wawancara kerja? Mari kita simak pembahasan berikut.

Wawancara Virtual

Perhatikan: Kendalikan diri, berhati-hati dalam menjawab, bersikap sopan setiap saat.

1. Ketahui tautan *virtual meeting*.
2. Pastikan sambungan internet Anda baik dan stabil agar wawancara dapat berjalan lancar.
3. Pastikan laptop berfungsi dengan baik, baterai cukup atau menggunakan daya listrik, agar wawancara tidak terhenti karena lemahnya baterai laptop.
4. Atur kamera dan volume suara terlebih dahulu.
5. Bersiap setidaknya 30 menit sebelum waktu wawancara.
6. Berdoa.
7. Perhatikan penampilan Anda sekalipun yang terlihat hanya bagian wajah hingga bahu atau dada. Dianjurkan tetap berpenampilan rapi seperti wawancara tatap muka. Penampilan yang rapi membuat kita lebih fokus dan serius ketika menjawab pertanyaan karena busana yang dikenakan akan memengaruhi cara bicara kita.
8. Ekspresi wajah ramah dan sopan.
9. Postur tegak dan gestur sopan selama di depan kamera. Jangan bertopang dagu, membersihkan mata/hidung/gigi, garuk-garuk, memainkan/memegang-megang rambut, mengetuk-ngetuk meja atau laptop sehingga menimbulkan suara yang tidak nyaman didengar dan mengganggu konsentrasi, atau melihat ke sekeliling.
10. Saat wawancara, beri kesempatan pada pewawancara untuk bertanya. Dengarkan pertanyaan dengan baik agar Anda dapat menjawabnya dengan tepat. Bila perlu mencatat, lakukan dan catatlah dengan cepat.
11. Saat menjawab pertanyaan, lakukan kontak mata dengan pewawancara dengan cara mata melihat ke kamera laptop, bukan ke layar laptop.

12. Pastikan wajah dan bagian bahu atau dada terlihat, posisi wajah lurus. Posisi wajah jangan terlalu dekat dengan kamera, atau wajah hanya terlihat sebagian, atau posisi wajah menengadahkan sehingga lubang hidung Anda terlihat.
13. Bicara dengan jelas dan pastikan suara Anda terdengar dengan baik.
14. Selama wawancara berlangsung, pastikan tidak ada suara bising atau ada orang yang mondar-mandir di sekitar Anda dan tertangkap kamera.
15. Pastikan latar belakang layak dilihat. Contoh, jangan sambil duduk di ranjang; berselonjor di sofa; di dapur yang kondisinya berantakan; atau karena meja kerja ada di kamar tidur, tanpa disadari terlihat ada yang sedang tidur di belakang Anda. Bila ingin menggunakan layar virtual, pilih gambar yang sopan dan pastikan layar virtual tidak mengganggu tampilan Anda di layar.
16. Tidak minum dan/atau makan.
17. Tidak merokok.
18. Tidak mengunyah permen dan/atau permen karet.
19. Jauhkan diri Anda dari telepon genggam, atau setel telepon genggam dalam mode hening.
20. Siapkan dokumen dan alat tulis di dekat Anda untuk berjaga-jaga bila diperlukan.
21. Setelah selesai, ucapkan terima kasih kepada pewawancara atas waktu yang diberikan dan bila Anda berjanji untuk melakukan sesuatu (contoh, mengirim beberapa dokumen tambahan), lakukan sesegera mungkin setelah selesai wawancara.

Wawancara Tatap Muka

Saat ini, cukup banyak perusahaan yang melakukan proses rekrutmen di universitas-universitas. Oleh karena itu, wawancara tatap muka tidak hanya dapat dilakukan di kantor, tetapi juga di kampus. Selain melakukan proses rekrutmen di kampus, banyak perusahaan yang memanfaatkan bursa kerja atau *job fair* yang diselenggarakan oleh pihak universitas atau organisasi tertentu. Pada kesempatan itu, perusahaan mengumpulkan surat lamaran kerja dari para pelamar dan banyak pula perusahaan yang langsung melakukan wawancara atau tes tahap awal di tempat acara dan bila lolos di tahap ini, wawancara berikutnya dilakukan di kantor perusahaan. Berikut adalah hal-hal yang harus diperhatikan ketika melakukan wawancara tatap muka.

1. Persiapkan diri, dokumen, alat tulis, dan perlengkapan lainnya dengan baik.
2. Berdoa sebelum berangkat ke lokasi wawancara.
3. Datang tidak terlambat. Selambat-lambatnya 30 menit lebih awal dari jadwal yang telah ditetapkan.
4. Pastikan penampilan sudah rapi, bersih, dan serasi.
5. Bila kantor berada di gedung bertingkat dengan kantor bersama, katakan pada resepsionis gedung bahwa Anda mau ke kantor XYZ. Setelah itu, ikuti protokol bertamu di gedung tersebut—biasanya diminta untuk meninggalkan kartu tanda penduduk (KTP), mencatat nama di buku tamu, dan memakai kartu tamu. Pakai kartu tanda pengenalan 'tamu' selama ada di gedung. Setelah selesai wawancara, kembalikan kartu 'tamu' dan ambil KTP Anda.
6. Setibanya di kantor perusahaan, perkenalkan diri pada resepsionis dan katakan tujuan Anda. Contoh: "Selamat pagi, Mbak. Saya Yohana. Pagi ini jam 09.00 ada janji dengan Bapak/Ibu (sebutkan namanya) bagian HRD/Personalia untuk wawancara kerja." Setelah itu, ikuti petunjuk yang disampaikan oleh resepsionis.
7. Bila perusahaan berada di gedung sendiri, di mana hanya ada satu perusahaan di sana, maka perkenalkan diri ke resepsionis dan ikuti peraturan yang ditetapkan dan petunjuk yang disampaikan oleh resepsionis (sesuai langkah nomor 6).
8. Selama menunggu:
 - Duduk dengan sopan.
 - Bila bicara dengan sesama calon karyawan, gunakan suara pelan.
 - Sebaiknya tidak mengeluarkan dokumen-dokumen yang dibawa karena dikhawatirkan ketika dokumen dikeluarkan, panitia meminta Anda untuk melakukan sesuatu atau masuk ke ruang wawancara. Hal itu pastinya akan merepotkan Anda dan dokumen yang sudah diatur rapi menjadi berantakan karena dimasukkan secara terburu-buru.
 - Tidak melihat atau memegang barang-barang, buku, atau dokumen yang ada di ruang tunggu, apalagi memotretnya atau melakukan swafoto.
 - Hindari:
 - Menunjukkan sikap bosan atau malas ketika menunggu, misal dengan duduk berselonjor, menunjukkan sikap gelisah.

- Menunjukkan ekspresi wajah kesal dan cemberut.
- Sebentar-sebentar bertanya pada pihak panitia kapan wawancara akan dimulai.
- Marah pada panitia.

Ingat, kitalah pihak yang membutuhkan pekerjaan. Sudah sewajarnya kita menunggu dan mengikuti aturan perusahaan, bukan kita yang mengatur. Bersabarlah. Selain itu, walaupun di sekitar Anda tidak ada orang kantor, ada CCTV yang dapat merekam semua perilaku Anda.

9. Ikuti instruksi yang disampaikan oleh panitia atau karyawan yang mengatur jalannya wawancara kerja. Contoh, diminta untuk mengisi formulir data diri yang disiapkan perusahaan, pindah ruang tunggu, menjalani tes, dan lainnya.
10. Bila diminta untuk mengikuti tes tertulis, lakukan dengan jujur. Walaupun tidak ada panitia yang mengawasi di ruangan, kantor modern rata-rata sudah memiliki CCTV di setiap ruangnya sehingga gerak-gerik yang Anda lakukan dapat terlihat.
11. Saat memasuki ruang pewawancara:
 - Bila diantar oleh panitia, ucapkan terima kasih.
 - Bila tidak diantar, ketuk pintu terlebih dahulu sebelum masuk.
 - Bila tempat wawancara berupa ruangan bersekat dan tidak ada pintu, sapa pewawancara dan ucapkan salam. Contoh, "Selamat pagi, Bapak/Ibu."
 - Tidak mengulurkan tangan untuk berjabat tangan karena pihak pewawancara lah yang seharusnya mengulurkan tangan terlebih dahulu. Bila pewawancara mengulurkan tangan, terima dan jabat tangannya dengan hangat sambil tersenyum. Jangan lupa untuk mengucapkan salam dan perkenalkan diri Anda. Contoh: "Selamat pagi, Bapak/Ibu. Perkenalkan, saya Melati Sekarwangi." Namun bila pewawancara tidak mengulurkan tangan, cukup anggukkan kepala Anda sambil sedikit membungkukkan badan dan ucapkan salam, "Selamat pagi, Bapak/Ibu." Setelah ada kontak mata, perkenalkan diri Anda, "Perkenalkan, saya Melati Sekarwangi."
12. Jangan duduk sebelum dipersilakan. Akan tetapi, bila pewawancara sudah mulai bertanya dan belum mempersilakan Anda duduk, Anda boleh bertanya, "Maaf, Bapak/Ibu. Boleh saya duduk?" Setelah dipersilakan, ucapkan terima kasih dan duduklah dengan sopan, postur tegak, dan tidak menyilangkan kaki. Hindari posisi duduk santai.

13. Selama wawancara berlangsung, hindari sikap gelisah, seperti memegang-megang rambut, memperbaiki dasi, menggoyang-goyangkan kaki, berdehem terus-menerus (karena kerongkongan terasa kering, misalnya), mata terus berkedip (karena mata terasa kering), memainkan bibir, membasahi bibir, memainkan jari-jari tangan, mengusap-ngusap gagang kursi, dan lainnya.
14. Barang bawaan (tas) diletakan di bawah, di samping bangku. Bila tidak membawa tas, dokumen diletakkan di pangkuan. Untuk wanita: tas tangan boleh diletakkan di pangkuan.
15. Jangan meletakkan barang apa pun di meja pewawancara.
16. Jangan memegang, melihat-lihat, ataupun menggeser barang pewawancara yang ada di mejanya.
17. Tangan diletakkan di pangkuan.
18. Jangan sok akrab dengan pewawancara sekalipun yang bersangkutan memiliki kepribadian yang ramah dan santai.
19. Hindari merokok sebelum wawancara karena bau rokok akan menempel di pakaian, rambut, tangan, dan dokumen.
20. Tidak merokok ketika wawancara berlangsung, sekalipun pewawancara merokok. Pastikan tangan, pakaian, dan dokumen tidak bau rokok.
21. Tidak mengunyah permen atau permen karet.
22. Tidak minum (contoh: mengeluarkan botol minum yang Anda bawa dan minum).
23. Bila ditawari minum, sebaiknya menolak dengan berkata, "Terima kasih." Kita tidak tahu wawancara akan berlangsung berapa lama. Jangan sampai minuman diantar pada waktu wawancara selesai.
24. Bila wawancara terinterupsi karena pewawancara menerima telepon atau bicara dengan staf kantor, duduklah dengan tenang dan jangan menunjukkan sikap ingin tahu.
25. Dengarkan baik-baik pertanyaan pewawancara dan jawablah dengan tepat dan jujur.
26. Hindari mengucapkan sumpah dan memohon-mohon atau meminta belas kasihan dengan memelas. Contoh, "Pak, tolong, Pak. Saya sangat membutuhkan pekerjaan ini."
27. Setelah selesai, ucapkan terima kasih kepada pewawancara. Bila pewawancara mengulurkan tangan untuk bersalaman, terima uluran

- tangannya dan jabat tangannya sambil mengucapkan terima kasih. Akan tetapi, bila pewawancara tidak mengulurkan tangan, pelamar tidak perlu mengulurkan tangan untuk berjabat tangan.
28. Ketika keluar ruangan, rapikan bangku dan tutup kembali pintu ruang pewawancara.
 29. Bila masih ada tes atau wawancara lanjutan, ikuti instruksi yang disampaikan. Bila tidak ada, Anda boleh pulang.
 30. Bila wawancara atau tes lanjutan akan dilaksanakan setelah jam makan siang, Anda boleh pergi makan siang terlebih dahulu dengan memberi tahu panitia dan segera kembali sebelum waktu wawancara atau tes kembali dimulai.
 31. Bila dalam perjalanan keluar kantor Anda berjumpa dengan panitia yang mengurus wawancara dan tes, ucapkan salam dan terima kasih.

Tahapan Wawancara Kerja

Setelah mengetahui etiket dan sopan santun dalam melakukan wawancara kerja, kita akan beralih pada pembahasan tentang tahapan wawancara kerja. Pertama-tama, kandidat umumnya diminta untuk mengisi formulir data pribadi yang telah disiapkan perusahaan. Isilah formulir ini dengan benar, rapi, dan cepat. Baca petunjuk pengisian formulir dengan saksama. Bila terdapat beberapa pilihan jawaban dan Anda diminta untuk melingkari jawaban yang sesuai dengan kondisi Anda, lingkarilah pilihan Anda. Periksa kembali jawaban Anda. Apakah sudah benar, atau ada yang terlewat. Jika formulir telah selesai diisi, segera kembalikan formulir atau beri tahu panitia. Saat ini sudah banyak perusahaan yang menyediakan formulir di komputer. Kandidat diminta untuk mengisi formulir yang telah disediakan di komputer perusahaan, atau kandidat diminta untuk mengisi formulir terlebih dahulu di rumah secara daring (*online*) sebelum wawancara dilakukan. Bila wawancara dilakukan secara virtual, formulir disediakan secara daring.

Umumnya, Anda tidak hanya akan menjalani wawancara kerja, tetapi Anda akan menjalani beberapa tes yang diperlukan ketika Anda menghadiri panggilan wawancara kerja. Salah satu tes yang umum dilakukan adalah tes psikologi. Tes psikologi dapat dilakukan sebelum atau sesudah wawancara, sesuai dengan jadwal yang telah diatur sebelumnya. Tes psikologi dilakukan untuk mengenal kepribadian kandidat dan mengetahui apakah kandidat

cocok dengan bidang kerja yang akan dijalani. Selain tes psikologi, ada pula tes pengetahuan teknis mengenai bidang kerja yang dilamar. Tes teknis ini dapat dilakukan secara tertulis ataupun praktik. Ikutilah rangkaian tes yang diperlukan dengan baik dan fokus.

Kemudian, kita akan beralih ke sesi wawancara. Sesi wawancara umumnya dilakukan secara bertahap. Wawancara tahap pertama biasanya dilakukan oleh pihak Personalia atau HRD untuk mengecek atau mencocokkan data pribadi yang ditulis di CV dan formulir isian. Selain itu, dari sesi wawancara ini, pewawancara dapat menilai apakah kandidat memiliki sikap yang positif dan kepribadian yang sesuai dengan budaya perusahaan. Bila di tahap ini pewawancara masih ragu dengan hasilnya, dapat diadakan wawancara yang sama untuk kedua kalinya untuk meyakinkan.

Bila kandidat lolos pada wawancara pertama, ia dapat melanjutkan ke tahap berikutnya, yaitu wawancara dengan Manajer Departemen (*user department*) yang membutuhkan karyawan atau di mana kandidat akan ditempatkan. Di tahap ini, pewawancara ingin mengetahui apakah kandidat adalah orang yang tepat, baik dari segi kepribadian, pengetahuan, keterampilan, maupun hal-hal lain yang dianggap perlu. Untuk jabatan tertentu, (bila dirasa perlu) wawancara akan dilanjutkan dengan manajer lainnya atau direktur perusahaan. Setelah semua pihak setuju untuk menerima kandidat, wawancara kembali ke Departemen Personalia atau HRD untuk wawancara tahap akhir, yaitu proses penerimaan atau penandatanganan kontrak kerja. Perlu diingat, ini hanyalah gambaran umum dari tahapan wawancara kerja. Tahapan tes dan wawancara bisa berbeda-beda di setiap perusahaan dan untuk jabatan yang dilamar, tergantung aturan di perusahaan tersebut.

Wawancara tidak hanya dapat dilakukan antara satu kandidat dan satu pewawancara. Wawancara juga dapat dilakukan oleh beberapa orang sekaligus, yang biasa disebut sebagai wawancara panel (*panel interview*). Pada waktu menjawab pertanyaan dalam wawancara panel, sekalipun yang bertanya satu orang, jawab dan bicaralah dengan kontak mata ke semua panelis. Jika ada panelis yang menanyakan hal yang sudah ditanyakan panelis lain sebelumnya, jawablah pertanyaan tersebut sekali lagi. Anda tidak perlu berkata, "Bukankah tadi sudah ditanyakan dan saya jawab?" Tugas seorang kandidat adalah menjawab setiap pertanyaan yang diajukan pewawancara.

Bila wawancara yang baru saja dijalani meninggalkan kesan pada diri Anda, Anda dapat menuliskan surat ucapan terima kasih kepada pewawancara

atas kesempatan yang diberikan. Selain itu, lakukan introspeksi dengan mengevaluasi wawancara yang dijalani, apa yang bisa diperbaiki untuk wawancara berikutnya dan apa yang perlu dipertahankan.

▶▶ Pertanyaan yang Sering Diajukan Pewawancara

Kira-kira apa sajakah pertanyaan yang biasa diajukan pewawancara? Berikut garis besar pertanyaan yang sering ditanyakan pewawancara dalam sesi wawancara kerja. Pelajari garis besarnya dan persiapkan jawaban yang baik atas setiap pertanyaan.

Data Diri

Sekalipun data pribadi sudah ditulis di CV dan formulir isian, pewawancara ingin mendengar kandidat bercerita tentang dirinya secara langsung. Oleh karena itu, pewawancara biasanya akan meminta kandidat untuk memperkenalkan diri. Perkenalkan nama, tempat tinggal, anak ke berapa dari berapa saudara, pendidikan terakhir, dan hal-hal umum lainnya tentang diri Anda. Contoh:

"Perkenalkan, nama saya Bintang Jingga. Saya tinggal di Kelapa Gading, Jakarta Utara. Saya anak bungsu dari tiga bersaudara. Saya baru saja menyelesaikan pendidikan sarjana jurusan Manajemen Bisnis dengan konsentrasi Manajemen Pemasaran di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kota Kembang, Bandung, pada tahun 2021."

Dari perkenalan diri yang disampaikan, pertanyaan-pertanyaan lain akan dikembangkan dari jawaban Anda ketika memperkenalkan diri. Selain itu, hal-hal umum lain yang biasa ditanyakan berkaitan dengan kepribadian, pendidikan, pengetahuan terkait bidang kerja, keterampilan, pengetahuan umum, kerja sama, kreativitas, kepemimpinan, hubungan interpersonal, manajemen waktu, dan hal-hal lainnya.

Kepribadian

Pewawancara ingin mengenal kandidatnya dan hal itu dilakukan melalui pertanyaan-pertanyaan yang diajukan. Pewawancara berharap dapat mengetahui

kelebihan dan kelemahan kandidat, apakah kandidat adalah orang yang kaku atau fleksibel, apakah memiliki inisiatif atau tidak, bagaimana dengan integritas kandidat, apakah posisi yang dilamar cocok, atau kira-kira posisi apa yang lebih cocok untuk yang bersangkutan. Berikut beberapa contoh pertanyaan terkait kepribadian.

- Kelebihan dan kelemahan diri.
Contoh: "Jelaskan 3 kelebihan yang ada di diri Anda"; "Dan bagaimana dengan kelemahan Anda?"; "Bagaimana Anda mengatasi kelemahan tersebut?" Dalam menjawab pertanyaan semacam ini, sebaiknya jangan nyatakan kelemahan diri yang sebetulnya bisa segera diperbaiki (contoh, 'susah bangun pagi' karena bila sudah diterima kerja, pasti Anda bisa bangun pagi; atau 'saya orangnya malas' karena kemalasan akan berubah menjadi semangat saat ada sesuatu yang dikejar atau ingin dicapai). Selain itu, jangan memberikan jawaban yang membuat pewawancara menjadi ragu dengan diri Anda. Contoh, Anda melamar untuk menjadi staf akuntansi dan menyatakan kelemahan diri Anda adalah 'tidak teliti'; atau melamar sebagai tenaga penjual dan menyatakan 'saya pemalu dan tidak suka berinteraksi dengan orang baru'. Jawaban seperti ini sudah pasti membuat pewawancara tidak bisa menerima Anda.
- Hal yang disukai dan tidak disukai beserta alasannya.
- Prestasi yang pernah diraih.
Contoh: "Bisakah Anda ceritakan secara spesifik prestasi yang pernah Anda raih selama 3 (tiga) tahun terakhir? Prestasi dalam bidang apa?" atau "Saya membaca di CV Anda, banyak sekali perlombaan yang diikuti. Bisa ceritakan perlombaan mana yang paling berkesan? Mengapa demikian?"
- Kegiatan yang dilakukan pada waktu senggang.
- Aktivitas yang dilakukan selain sekolah dan/atau kuliah.
- Hobi.
- Cita-cita.

Pendidikan

- Alasan memilih jurusan (pendidikan) yang dipilih?
- Pada waktu sekolah dan/atau kuliah, mata pelajaran apa yang paling disukai dan tidak disukai, kenapa?
- Ada rencana untuk melanjutkan kuliah?

Pengetahuan Umum

Pewawancara ingin mengetahui apakah kandidat memiliki wawasan dan pengetahuan umum yang cukup luas. Contoh, bila seorang kandidat melamar untuk bidang Teknologi Informasi, apakah ia mengikuti perkembangan dan temuan terbaru di bidang teknologi informasi, serta pandangannya tentang hal tersebut. Oleh karena itu, tidak ada salahnya bila Anda mulai membiasakan diri untuk membaca berita untuk mengetahui isu-isu yang ada saat ini.

Berhubungan dengan Perusahaan dan Posisi yang Dilamar

- Apa yang Anda ketahui tentang perusahaan tersebut.
- Alasan ingin bekerja di perusahaan tersebut.
- Jenis pekerjaan seperti apa yang Anda sukai.
- Alasan melamar untuk posisi ini.
- Apa tantangan untuk posisi yang Anda lamar.

Keterampilan

Pewawancara ingin mengetahui dan menilai keterampilan kandidat yang dapat mendukung kinerjanya, antara lain dalam hal:

- Penguasaan teknologi, seperti dapat mengoperasikan program-program komputer;
- Komunikasi: verbal (lisan dan tulisan), mendengarkan, komunikasi di depan publik, negosiasi, keterampilan berbahasa Indonesia dan berbahasa asing.
- Bekerja dalam tim dan interpersonal: bagaimana membangun hubungan yang baik dengan rekan kerja, manajemen, maupun relasi bisnis, bagaimana mengatasi konflik yang mungkin terjadi dalam tim.
- Manajemen waktu.
- Cara mengatasi stres.
- Kreativitas, pengambilan keputusan, berpikir kritis.
- Organisasi.
- Manajemen dan kepemimpinan.

Contoh, pewawancara ingin mengetahui bagaimana kandidat dalam berorganisasi, serta cara kandidat mengatasi tekanan dan stres bila menghadapi suatu masalah dan manajemen waktu. Pewawancara kemungkinan akan melontarkan pertanyaan-pertanyaan berikut.

- Mengapa memilih organisasi yang diikuti (contoh: mengapa memilih organisasi BEM pada waktu kuliah, padahal banyak organisasi kampus lainnya).
- Pengalaman apa saja yang didapat selama berorganisasi.
- Pengalaman paling berkesan dan paling mengecewakan selama berorganisasi.
- Pernah mengalami masalah ketika menjalankan suatu tugas di dalam organisasi? Contohnya? Bagaimana cara Anda mengatasi masalah tersebut?
- Hal apa yang paling menantang yang pernah Anda lakukan dalam suatu posisi di organisasi?
- Pengalaman organisasi yang bisa digunakan dalam bekerja.
- Bagaimana membagi waktu antara sekolah/kuliah, belajar, waktu untuk pribadi, dan berorganisasi.
- Pernah stres? Hal apa yang membuat Anda stres? Bagaimana mengatasinya?

STAR Question

Agar pewawancara dapat melihat bagaimana Anda mengambil keputusan, cara berpikir, sikap, dan cara berkomunikasi kandidat, pewawancara menggunakan pertanyaan 'STAR', yaitu: *Situation, Task, Action, Result*. Pewawancara menyampaikan suatu situasi dan meminta kandidat untuk menentukan tindakan apa yang diambil untuk kemudian dilihat bagaimana hasilnya. Contoh pertanyaan STAR:

- Seandainya Anda diterima di perusahaan ini, apa yang akan Anda lakukan untuk perusahaan?
- Menurut Anda, apa yang harus dilakukan agar perusahaan lebih maju? Ketika wawancara, Anda belum mengetahui perusahaan secara mendalam dan detail serta apa yang sudah dilakukan perusahaan. Oleh karena itu, bila ada pertanyaan seperti ini, sebaiknya jangan memberikan masukan-masukan yang mungkin menurut Anda baik karena kemungkinan apa yang Anda usulkan sudah dilakukan oleh perusahaan atau bahkan yang dilakukan sudah jauh lebih baik dari apa yang diusulkan. Anda dapat menjawabnya dengan berkata, "*Mohon maaf. Saat ini saya belum bisa memberikan usulan karena saya belum melihat apa yang sudah dilakukan oleh perusahaan dan apa masalahnya. Bila saya sudah bekerja di sini dan mempelajarinya, saya baru bisa memberikan usulan.*"

- Menurut Anda, mengapa saya harus mempekerjakan Anda di perusahaan ini?
- Menurut Anda, apa yang Anda tawarkan yang belum dimiliki oleh pelamar lain untuk pekerjaan ini?
- (Untuk yang sudah pernah bekerja) Apakah Anda dapat meningkatkan efisiensi dalam organisasi tempat Anda bekerja sebelumnya? Jika demikian, berapa persen atau nilainya?
- Jika jadwal Anda terganggu oleh keadaan yang tidak terduga, bagaimana Anda menanganinya?
- Apa yang akan Anda lakukan bila salah seorang anggota tim menggunakan kendaraan kantor untuk berjalan-jalan ke mal pada hari Minggu, sementara menurut peraturan perusahaan, kendaraan kantor tidak boleh dipakai untuk keperluan pribadi.
- Apa yang akan Anda lakukan bila melihat seorang staf secara sembunyi-sembunyi mencuri produk perusahaan lalu ia menuju ruang penyimpanan barang pribadi dan secara sembunyi-sembunyi menyimpannya di lemarnya?
- (Bagi yang sudah pernah bekerja) Apa persepsi Anda tentang peran yang Anda jalani sehari-hari sebagai *supervisor* lapangan?
- Untuk jabatan *Sales Manager*: Jika Anda diangkat sebagai *Sales Manager*, apa yang akan Anda arahkan untuk dilakukan oleh tim penjualan 4 (empat) minggu sebelum peluncuran produk baru?

Jangan pernah menghafal jawaban. Jawablah dengan jujur karena satu dan lain pertanyaan akan berkaitan.

▶▶ Pertanyaan yang Boleh dan Tidak Boleh Ditanyakan pada Pewawancara

Setelah selesai wawancara, biasanya pewawancara akan bertanya, "Apakah ada yang ingin ditanyakan?" Bila ada hal yang ingin ditanyakan, kandidat perlu memperhatikan etika dalam mengajukan pertanyaan. Tunjukkanlah sikap yang baik hingga akhir. Bila pewawancara *belum* menyatakan 'Anda diterima', pertanyaan yang boleh ditanyakan antara lain:

- Berapa lama saya menunggu hasil dari wawancara ini?
- Apakah saya akan dihubungi kembali atau saya yang bertanya ke perusahaan?

Sebaiknya, jangan tanyakan hal-hal berikut pada pewawancara.

- Jadi, saya diterima?
- Hal yang berhubungan dengan gaji, seperti: "Kalau kerja di sini gajinya berapa?"; "Kalau seandainya harus lembur, perhitungan lemburnya bagaimana?"; "Perhitungan bonus tahunannya bagaimana?"; "Biasanya, sistem kenaikan gaji di perusahaan ini bagaimana?"
- Fasilitas yang diterima, seperti jaminan kesehatan, asuransi, kendaraan, dan lainnya.
- Hari libur, seperti "Apa hari Sabtu libur?"; "Kalau seandainya harus kerja di hari libur seperti hari Minggu, apakah hari liburnya diganti ke hari lain?"
- Hal yang berhubungan dengan cuti, seperti "Bagaimana dengan hak cuti karyawan?"

Ingat, jangan mengemis atau memohon-mohon untuk bisa diterima. Jalani saja wawancara dengan sebaik mungkin dan tunjukkan bahwa Anda layak diterima.

Setelah melewati beberapa tahapan wawancara dan perusahaan menetapkan bahwa Anda adalah orang yang paling tepat untuk bergabung di perusahaan, maka pewawancara akan menyampaikan kabar bahwa Anda diterima bekerja di perusahaan tersebut. Biasanya, pihak pewawancara akan menanyakan, "Kapan Anda bisa mulai bekerja?"

Bila Anda dalam keadaan belum memiliki pekerjaan, sebaiknya Anda mulai bekerja secepatnya. Contoh: besok; atau bila hasil wawancara diberitahukan pada hari Kamis, Anda bisa mulai bekerja hari Senin; atau bila keputusan ditetapkan tanggal 28, Anda bisa mulai bekerja tanggal 1 bulan berikutnya untuk mempermudah perhitungan gaji.

Bila saat diterima Anda masih bekerja di perusahaan lain, minta perusahaan untuk memberi Anda waktu satu bulan atau setidaknya dua minggu setelah tanggal pengumuman diterima. Logikanya, Anda pasti perlu mengajukan pengunduran diri secara baik-baik dari perusahaan yang lama, melakukan serah terima pekerjaan dan mengajari orang yang akan menggantikan posisi Anda sehingga pekerjaan yang ditinggalkan dapat berjalan sebagaimana biasanya. Ketika Anda sudah dinyatakan diterima, pihak HRD kemudian akan menjelaskan hak dan kewajiban Anda sebagai karyawan. Bila pewawancara tidak menyampaikan hal-hal di bawah ini, Anda boleh menanyakannya.

- Peraturan perusahaan secara umum, seperti hari dan jam kerja, hari libur, cuti dan cuti bersama, izin sakit.

- Gaji, lembur, dan perhitungan uang lembur.
- Fasilitas yang diterima, seperti tunjangan kesehatan, tunjangan jabatan, tunjangan kendaraan, asuransi, BPJS/KIS.
- Bila pekerjaan mengharuskan Anda melakukan perjalanan ke luar kota atau luar negeri, bagaimana dengan transportasi, akomodasi, dan uang sakunya.
- Uang makan dan uang transportasi harian.
- PPh21.



Rangkuman

- Pemberitahuan atau panggilan untuk wawancara kerja bisa dilakukan melalui komunikasi tertulis melalui surat, surel, pesan singkat, ataupun aplikasi pesan instan; ataupun komunikasi lisan melalui telepon.
- Saat menghadapi wawancara kerja, perhatikan etiket dan sopan santun, seluruh bentuk komunikasi yang terjadi (baik komunikasi verbal maupun nonverbal), dan berkomunikasi sebaik mungkin.
- Penampilan dan bahasa tubuh merupakan salah satu bentuk komunikasi nonverbal yang dapat dilihat. Prinsip berpakaian untuk wawancara kerja sama dengan prinsip berpakaian untuk bekerja (bisnis); sederhana dan sesuai dengan posisi yang dilamar. Berdiri atau duduklah dengan tegak dan tunjukkan semangat serta antusiasme Anda. Cepat tanggap dan bergerak dengan energik, jangan terlihat malas dengan respons seadanya dan gerakan pelan. Jangan lupa untuk selalu menunjukkan ekspresi wajah yang ramah dan sopan, respek dan hormat pada orang lain, serta tetapkan tenang.
- Cara bicara kita selama sesi wawancara juga dapat memberikan gambaran tentang pribadi seperti apakah kita. Oleh karena itu, bicaralah dengan jelas, tegas tapi tetap ramah dan sopan, serta jawab pertanyaan pewawancara dengan lancar.
- Komunikasi verbal juga perlu diperhatikan selama kita menjalani wawancara. Gunakan tata bahasa yang sopan, formal, dan mudah dimengerti. Jawab setiap pertanyaan pewawancara dengan tepat dan



jelas. Tepat berarti Anda memahami pertanyaan pewawancara dan menjawabnya dengan lugas, sedangkan jelas berarti tepat sasaran dan tidak bertele-tele.

- Wawancara dapat dilakukan secara virtual maupun tatap muka langsung. Wawancara secara virtual memanfaatkan teknologi internet dan dapat dilakukan di mana pun, sedangkan pada wawancara tatap muka, kandidat diundang untuk datang ke kantor perusahaan atau ke tempat tertentu, seperti di kampus.
- Tahapan wawancara: (1) mengisi formulir data pribadi yang telah disiapkan perusahaan; (2) tes psikologi dan tes pengetahuan teknis; (3) wawancara tahap pertama oleh pihak Personalia atau HRD; (4) wawancara dengan Manajer Departemen (*user department*); (5) (bila dirasa perlu) wawancara akan dilanjutkan dengan manajer lainnya atau direktur perusahaan; (6) wawancara akhir dengan bagian Personalia atau HRD. Tahapan tes dan wawancara bisa berbeda-beda di setiap perusahaan dan untuk jabatan yang dilamar, tergantung aturan di perusahaan tersebut.
- Wawancara juga dapat dilakukan oleh beberapa orang sekaligus, yang biasa disebut sebagai wawancara panel (*panel interview*). Pada waktu menjawab pertanyaan dalam wawancara panel, sekalipun yang bertanya satu orang, jawab dan bicaralah dengan kontak mata ke semua panelis. Jika ada panelis yang menanyakan hal yang sudah ditanyakan panelis lain sebelumnya, jawablah pertanyaan tersebut sekali lagi. Tugas seorang kandidat adalah menjawab setiap pertanyaan yang diajukan pewawancara.

Pertanyaan Penguji Pemahaman

1. Apa yang harus Anda lakukan bila wawancara dilakukan secara virtual?
2. Apa yang Anda lakukan bila wawancara dilakukan di kantor perusahaan?
3. Dalam wawancara kerja, kita perlu memperhatikan komunikasi verbal dan nonverbal. Jelaskan maksud pernyataan tersebut.

4. Apa yang akan Anda katakan bila dalam wawancara kerja Anda ditanya, "Seandainya Anda diterima, apa yang akan Anda lakukan agar kinerja perusahaan menjadi lebih baik?"
5. Pertanyaan apa yang tidak boleh ditanyakan pada pewawancara bila pelamar belum diterima di perusahaan?
6. Pertanyaan apa yang boleh ditanyakan ketika pewawancara mengatakan, "Selamat! Anda kami terima dan bisa bergabung di perusahaan"?
7. Jika saat diterima kerja Anda masih bekerja di perusahaan lain, minta perusahaan memberi Anda waktu satu bulan atau setidaknya dua minggu untuk mulai bergabung di perusahaan yang baru. Mengapa demikian?

Latihan

1. Berlatihlah bersama teman Anda untuk menerima telepon panggilan wawancara kerja. Anda melamar kerja di PT. XYZ dan mendapat panggilan untuk wawancara kerja. Teman Anda selaku HRD PT. XYZ menelepon Anda untuk menyampaikan panggilan wawancara kerja. Jabatan, alamat, dan waktu wawancara dapat Anda tetapkan bersama teman Anda. Lakukan secara bergantian.
2. Berlatih wawancara kerja:
 - Berdasarkan surat lamaran kerja dan CV yang telah Anda buat sesuai latihan di Bab 9.
 - Bersama seorang teman, lakukan latihan wawancara. Jadikan teman Anda sebagai pewawancara dan mintalah untuk mewawancarai Anda sesuai dengan surat lamaran kerja dan CV yang telah dibuat. Anda dapat menggunakan contoh pertanyaan yang ada di bab ini. Lakukan secara bergantian.
 - Rekam proses wawancara agar Anda dapat melihat dan mendengar kembali cara Anda berkomunikasi ketika diwawancara. Perhatikan komunikasi verbal dan nonverbal Anda.
 - Lakukan introspeksi dan kembali lakukan latihan untuk memperbaikinya.

Istilah Penting

<i>curriculum vitae</i>	<i>STAR question</i>
<i>resume</i>	<i>user department</i>

Referensi Lanjutan

- Post, Emily. 2011. *Etiquette, Manners For A New World 18th Edition*. New York: HapperCollins Publishers. p. 54—66.
- Post, Emily, Peter Post. Anna Post. 2014. *The Etiquette Advantage in Business 3rd Edition*. New York: HapperCollins Publishers. p. 45—66.
- Purwanto, Djoko. 2019. *Komunikasi Bisnis Edisi ke-5*. Jakarta: Penerbit Erlangga. h. 240—276.
- Rowe, Patsy. 2012. *Business Etiquette 3rd Edition*. UK: New Holland Publisher. p. 278—290.

BAGIAN V

Bicara di Depan Publik

"All great speakers were bad speaker at first."

—Ralph Waldo Emerson

Bab 11

Demam Panggung, Tujuan, Bentuk, dan Persiapan Bicara di Depan Publik



Tujuan Pembelajaran

Setelah mempelajari bagian ini, pembaca dapat:

- Memahami mengapa perlu melatih diri agar terampil bicara di depan publik.
- Mengetahui mengapa ketika akan bicara di depan publik, seseorang sering merasakan demam panggung dan apa yang sebaiknya dilakukan.
- Mengetahui beberapa tujuan dan bentuk-bentuk bicara di depan publik.
- Melakukan persiapan *public speaking* dengan baik sehingga membuahkan hasil yang sesuai dengan tujuan.

"Persiapan yang baik, berpikir positif, dan tidak menyepelekan apa yang ingin disampaikan merupakan kunci keberhasilan bicara di depan publik.

Hargai dan tunjukkan bahwa Anda sangat respek dan menghormati publik, buatlah publik senang dan merasa beruntung mendengarkan apa yang Anda sampaikan."

—Yohana Purnama Dharmawan

Bicara di depan publik, atau *public speaking*, adalah keterampilan yang perlu dimiliki oleh setiap orang, apa pun profesinya. Pelajar dan mahasiswa pun perlu memiliki keterampilan ini untuk menyampaikan ide atau melaporkan hasil diskusi kelompok di depan kelas, di hadapan guru atau dosen dan teman-teman. Apabila pelajar dan mahasiswa juga aktif di organisasi ataupun mengikuti perlombaan ilmiah, keterampilan bicara di depan publik menjadi salah satu keterampilan yang dapat membantunya. Hal itu dikarenakan ketika seseorang bicara di depan publik, ia bukan hanya berbicara tentang apa yang diketahui, tetapi juga bagaimana ia menyampaikan apa yang diketahuinya. Ketika melamar pekerjaan, calon karyawan harus mampu memperkenalkan diri dan menjawab setiap pertanyaan di hadapan pewawancara dengan baik dan penuh percaya diri. Setelah diterima kerja, seorang karyawan harus dapat berbicara untuk menyampaikan pendapat, melaporkan hasil kerja, menjual produk dan jasa, atau memimpin rapat, baik di depan publik internal kantor maupun dengan pihak eksternal. Terlebih, apabila Anda memilih profesi yang pekerjaan utamanya adalah bicara di depan publik. Sebagai anggota masyarakat di lingkungan tempat tinggal, terutama bila Anda menjadi perwakilan warga, keterampilan ini juga dibutuhkan. Keterampilan bicara di depan publik diperlukan dalam acara formal maupun informal.

Public speaking adalah berbicara di depan publik atau khalayak atau audiens, di depan beberapa orang atau banyak orang. Perlu disadari bahwa *public speaking* adalah keterampilan yang bisa dilatih. Setiap orang yang hebat bicara di depan publik tidak tiba-tiba menjadi hebat. Tentu ada proses yang perlu dijalani. Dengan belajar dan berlatih, setiap orang bisa bicara di depan publik dengan baik.

Dalam proses pembelajaran tersebut, seseorang mungkin pernah merasakan perasaan gugup atau tidak nyaman sebelum berbicara di depan

publik. Perasaan tersebut dinamakan demam panggung. Akan tetapi, dengan mempersiapkan segala sesuatunya dengan sebaik mungkin dan berlatih sebelum bicara, demam panggung yang dirasakan bisa menjadi motivasi untuk membuat tampilan menjadi luar biasa.

►► Demam Panggung

Banyak orang merasa takut ketika akan berbicara di depan publik, terutama pemula. Saat seseorang mengalami demam panggung, ia akan merasa grogi, gugup karena tidak percaya diri, atau takut—*takut tidak bisa, takut salah, takut tidak bisa menjawab pertanyaan, takut menyampaikannya dengan buruk, takut akan orang banyak, takut ditertawakan*, atau rasa takut lainnya. Mari kita cari tahu apa yang menyebabkan seseorang merasakan demam panggung, sensasi apa yang dirasakannya, dan cara mengatasinya.

Demam panggung adalah sensasi yang biasa dirasakan seseorang pada waktu bicara di depan publik. Menurut *American Psychological Association*, demam panggung adalah rasa cemas dan takut terhadap pencapaian yang akan seseorang dapatkan ketika tampil. Mengapa sensasi itu dirasakan? Ketika seseorang merasa terlalu gembira atau tegang karena ingin menyampaikan yang terbaik, adrenalin di dalam tubuh akan meningkat dan menimbulkan sensasi tertentu. Adrenalin adalah hormon di dalam tubuh yang memicu reaksi terhadap tekanan atau situasi yang menantang dan meningkatkan kerja organ tubuh. Namun, rasa yang sama juga dapat disebabkan oleh kurangnya persiapan.

Sangat buruk bila demam panggung disebabkan kurangnya persiapan karena ketika berbicara di depan publik, konsentrasi pembicara bisa terpecah antara takut, bingung dengan apa yang ingin disampaikan, malu, dan sensasi-sensasi lain yang dirasakan di tubuh. Namun bila demam panggung disebabkan karena adrenalin, hal itu justru dapat membuat pembicara lebih fokus dan semangat dengan apa yang ingin disampaikan, seakan-akan mempunyai kemampuan ekstra yang bisa membuat diri kita menjadi lebih luar biasa. Sensasi yang dirasakan seakan-akan mengingatkan bahwa 'sekarang sudah waktunya; bicaralah dengan sebaik mungkin'.

Sadari bahwa demam panggung yang disebabkan karena adrenalin adalah hal yang baik, tidak perlu menghilangkan sensasi itu. Berdoa, tarik napas dalam-dalam dan hembuskan (lakukan ini berulang kali), tersenyum, berdiri

tegak, dan katakan pada diri sendiri: "Saya siap, saya bisa," dan berpikirlah positif. Pikirkan hal-hal yang baik, seperti 'saya bisa karena saya sudah mempersiapkan dan mempelajari materi dengan baik. Publik pasti senang mendengar apa yang akan saya sampaikan. Bila ada masalah, itu pasti hal yang biasa dan dapat saya atasi dengan baik'. Semakin sering kita bicara di depan publik, ditambah dengan persiapan yang baik, semakin cepat sensasi itu berubah menjadi kekuatan bagi kita.

Kapan sensasi itu muncul? Sensasi tersebut bisa muncul sebelum berbicara. Biasanya dikarenakan pembicara merasa khawatir dengan apa yang akan terjadi. Bahkan, untuk acara-acara yang sangat penting, sensasi demam panggung bisa dirasakan beberapa hari sebelum acara dimulai. Demam panggung juga bisa dirasakan pada tahap awal bicara, ketika pembicara menyadari bahwa begitu banyak mata yang memperhatikannya. Atau, bisa juga terjadi di tengah-tengah penyampaian, yaitu saat pembicara menyadari ada sesuatu yang salah atau tidak sesuai dengan rencana, seperti lupa dengan kata-kata yang ingin disampaikan, *slide* presentasi bermasalah, ada publik yang tidak memperhatikan dan sibuk bicara atau berbisik dengan rekan di sebelahnya, peralatan yang dipakai tidak berfungsi dengan baik, dan faktor-faktor lainnya. Datang terlambat juga dapat mengakibatkan demam panggung. Menyadari bahwa kita akan terlambat sudah membuat kita merasa tidak nyaman. Belum lagi, ketika memasuki ruangan, kita melihat semua orang sudah menunggu dan semua mata memandang kita. Tentu hal itu membuat kita menjadi semakin gugup.

Reaksi yang umumnya dirasakan tubuh saat demam panggung adalah:

- **Gemetar**

- Suara bergetar: ketika kita menyadari suara kita bergetar (dan audiens juga menyadarinya), kita akan merasa malu dan mulai tidak percaya diri. Suara yang bergetar adalah salah satu bentuk demam panggung yang sulit disembunyikan. Tapi tidak apa-apa, ini adalah hal yang wajar, terutama bagi pemula atau orang yang tidak biasa berbicara di depan publik. Bukan hanya Anda yang mengalami hal ini sehingga Anda tidak perlu malu karena orang lain juga bisa mengalaminya. Fokus saja pada materi yang akan disampaikan dan tanpa disadari suara segera kembali normal.
- Tangan gemetar: bila Anda mengalami hal ini, sebaiknya jangan memegang kertas yang tipis dan besar (contoh, kertas ukuran A4)

saat berbicara karena hal itu justru akan memperlihatkan tangan Anda gemetar. Bila ada materi yang harus dibaca, ketiklah materi pada kertas yang lebih kecil dan cukup tebal. Pastikan tulisan diketik dengan huruf cukup besar dan jelas untuk dibaca karena bila tulisan tidak terbaca, hal itu akan menimbulkan kesulitan baru bagi Anda.

- Dengkul gemetar dan kaki terasa lemas: berjalan dan rileks sebelum bicara.
- Tidak tahu mau bicara apa, tiba-tiba lupa dan kehilangan kata-kata. Sebelum tampil, kita biasanya akan mempersiapkan diri dengan membuat catatan di kertas atau laptop. Jangan hafal catatan tersebut. Pahami apa yang ingin disampaikan. Karena bila Anda menghafal isi catatan tersebut, Anda bisa lupa. Namun bila Anda paham dengan apa yang ingin disampaikan, Anda bisa melakukan improvisasi dengan tata bahasa dan kalimat yang tidak sama persis tetapi memiliki arti yang sama. Saat kita lupa apa yang ingin disampaikan, Anda dapat membaca catatan yang telah Anda siapkan, terutama di bagian awal bicara. Bila sudah mulai tenang, secara otomatis Anda tidak lagi bergantung pada catatan tersebut. Sekali lagi, penguasaan materi dan persiapan yang baik akan memperlancar penyampaian.
- Tenggorokan terasa kering. Basahi tenggorokan dengan minum air putih secukupnya, tidak minum air es. Sebaiknya, jangan minum terlalu banyak karena Anda menjadi ingin buang air kecil. Minum perlahan, jangan sampai tersedak.
- Tenggorokan seperti tercekak, rasanya ingin berdehem dan suara menjadi serak. Saat adrenalin meningkat, lendir di tenggorokan pun ikut bertambah. Sebaiknya hindari minuman yang lengket, seperti minuman yang manis dan susu, sebelum bicara.
- Merasa ingin sendawa. Hindari minuman bersoda.
- Sesak napas. Tarik napas dalam-dalam dan hembuskan perlahan. Lakukan secara berulang sebelum bicara hingga Anda merasa tenang.
- Jantung berdegup lebih cepat (deg-degan). Hindari minuman yang mengandung kafein, seperti kopi dan teh. Tenangkan diri dan atur napas Anda seperti ketika menghadapi sesak napas.
- Perut terasa mulas seperti ingin buang air besar. Jaga makanan dan minuman sejak malam sebelumnya atau sebelum bicara supaya tidak

benar-benar sakit perut. Bila tahu bahwa rasa itu hanyalah sensasi yang timbul karena demam panggung, pastinya Anda akan lebih tenang.

- Rasanya ingin buang air kecil terus. Minum secukupnya untuk membasahi bibir, mulut, dan tenggorokan. Bila terasa ingin buang air kecil, pergilah ke toilet. Tidak perlu ditahan-tahan, sekalipun harus dilakukan berulang kali.
- Keringat berlebihan. Kenali bagian tubuh mana yang mengeluarkan keringat lebih banyak. Bila keringat lebih banyak keluar:
 - Di sekitar wajah, seperti dahi, bawah hidung, dan samping telinga: sediakan tisu yang cukup tebal (agar sobekan tisu tidak menempel di wajah atau leher) atau sapu tangan untuk mengelap keringat. Sebaiknya jangan terlalu sering mengelap wajah karena selain terlihat tidak bagus, hal itu menunjukkan Anda merasa tidak nyaman dan mengganggu konsentrasi publik.
 - Di telapak tangan: sediakan tisu atau sapu tangan untuk memegang mikrofon agar mikrofon tidak basah. Bila bicara tanpa mikrofon, pegang tisu atau sapu tangan. Bila keringat tidak terlalu banyak, sebaiknya abaikan saja atau cukup sediakan tisu atau sapu tangan di dekat Anda.
 - Di ketiak dan badan: pakai baju dalam, pilih warna baju yang tidak terlalu terlihat bila basah kena keringat, dan pakailah deodoran.

➡➡ Tujuan dan Bentuk Bicara di Depan Publik

Bicara di depan publik mempunyai berbagai tujuan. Secara garis besar, tujuan bicara di depan publik terbagi menjadi dua, yaitu untuk kepentingan bisnis atau kerja dan untuk kepentingan sosial. Gaya penyampaiannya pun berbeda. Bicara di depan publik untuk kepentingan bisnis atau kerja memiliki bentuk penyampaian formal. Menyampaikan pengumuman atau informasi, memberi arahan kerja, membacakan pesan atau pidato (dalam seminar, pembukaan kantor cabang, peluncuran produk baru, acara lepas sambut, misalnya), memberi motivasi, melakukan koordinasi kerja, menyampaikan laporan kerja, menjelaskan hasil riset atau penemuan-penemuan baru, menjual produk atau jasa, memersuasi, menjelaskan suatu hal, mengajar, dan membawakan acara.

Sementara itu, untuk kepentingan sosial, gaya penyampaiannya bisa secara formal ataupun informal, disesuaikan dengan acara dan siapa yang hadir. Contoh, rapat keluarga, arisan keluarga, acara kedukaan, acara ulang tahun, untuk kepentingan hiburan, dan lainnya.

Untuk tujuan-tujuan tersebut, terdapat berbagai bentuk bicara di depan publik, antara lain:

- **Pidato**

Pengungkapan pikiran dalam bentuk kata-kata yang ditujukan kepada orang banyak. Biasanya disampaikan dalam waktu singkat, sekitar 5 sampai 10 menit. Bertujuan untuk menyampaikan kata sambutan, membuka atau meresmikan suatu acara, menyampaikan informasi, atau untuk memberi motivasi.

- **Ceramah**

Memberikan uraian tentang suatu hal, misalnya pengetahuan. Contoh, guru, dosen, atau seorang ahli berceramah untuk menyampaikan materi ajar atau seminar publik, atau seorang ilmuwan menyampaikan hasil risetnya di hadapan publik.

- **Rapat**

Pertemuan untuk membicarakan sesuatu, seperti membahas masalah yang berkenaan dengan pekerjaan, penjualan, kegiatan kantor, manajemen, dan lainnya dengan tujuan untuk mengambil keputusan, menyelesaikan masalah, merencanakan, melaporkan, dan lainnya. Biasanya rapat dihadiri oleh beberapa orang: ada pimpinan rapat, moderator yang bertindak sebagai penengah atau pengarah acara, dan peserta rapat.

- **Presentasi**

Bicara di depan publik untuk menyampaikan informasi atau pengumuman, melakukan koordinasi kerja dengan tim, memberikan uraian tentang suatu hal (contoh, materi ajar, produk atau jasa, laporan, hasil riset, progres kerja, atau memotivasi) dengan menggunakan alat bantu visual—biasanya *slide*, film pendek, dan model atau contoh.

- **Pembawa acara**

Bicara di depan publik untuk menyampaikan kepada publik mengenai susunan acara, apa yang harus dilakukan publik, siapa yang harus melakukan apa, dan lainnya. Pembawa acara bertanggung jawab untuk

membuat acara berjalan dengan baik dan lancar dari awal hingga berakhirnya acara sesuai dengan susunan acara yang telah dibuat oleh panitia serta arahan protokol acara.

►► Persiapan Sebelum Bicara di Depan Publik

Persiapan yang baik akan membuahkan hasil yang baik pula. Melakukan persiapan yang baik sebelum bicara di depan publik berarti menyiapkan dan menguasai materi yang akan disampaikan, alat bantu yang akan digunakan, dan memperhatikan penampilan diri.

Materi

Kuasai materi yang ingin disampaikan, pelajari dan pahami materi. Bila perlu membaca buku atau data terkait, mencari informasi dari rekan kerja atau orang lain, atau melakukan riset, lakukanlah. Jangan batasi pengetahuan dan informasi tentang materi yang akan disampaikan. Bicara di depan publik bukan sekadar membacakan materi, tetapi berbicara, mengomunikasikan, dan menyampaikan pesan sesuai tujuan bicara. Jangan hafal materi, tetapi pahami dan kuasailah apa yang ingin disampaikan.

Untuk dapat memahami dan menguasai materi yang akan disampaikan, perbanyak pengetahuan dan informasi terkait hal-hal yang berhubungan dengan materi. Contoh, seorang tenaga penjual ingin melakukan presentasi untuk menjual barang. Mengetahui produk yang ditawarkan secara mendalam dan detail tentunya sangat penting, tetapi tenaga penjual juga harus mengetahui produk kompetitor, kelebihan dan kelemahan produk yang ditawarkan dibandingkan dengan produk kompetitor, produk substitusi, alasan produk yang ditawarkan sangat diperlukan calon pembeli, siapa calon pembeli, dan lainnya. Berarti, penjual perlu tahu hal-hal lain terkait produk yang ditawarkan dan publik yang dihadapinya. Walaupun tidak ditampilkan atau ditunjukkan dalam presentasi, mengetahui hal-hal tersebut dapat membantu penjual menyampaikan materi dengan lebih percaya diri dan berkualitas.

Ketahui sumber data yang ada di materi. Seorang pembicara harus mengetahui sumber data yang disampaikan, keakuratannya, dan mengapa

datanya seperti itu. Walaupun sumber data tidak disampaikan dalam presentasi, pengetahuan ini membuat pembicara lebih percaya diri karena pembicara tahu bagaimana cara menjawab pertanyaan audiens. Contohnya, dalam presentasi bisnis di internal kantor, pembicara melaporkan bahwa jumlah pelanggan baru di tahun 2021 adalah 23 perusahaan. Hal itu berarti, pembicara harus mempunyai data yang akurat: nama 23 perusahaan tersebut, siapa pimpinannya atau orang yang berhubungan dengan perusahaan, kapan perusahaan tersebut bergabung, lokasi perusahaan-perusahaan tersebut, produk atau jasa yang dibeli, seberapa besar kontribusinya terhadap pencapaian target, dan lainnya. Kumpulkan data-data pendukung yang diperlukan. Pilih data pendukung terbaik bila perlu diperlihatkan kepada publik.

Slide presentasi membantu pembicara dan publik. *Slide* presentasi membuat presentasi menjadi lebih menarik dan materi lebih mudah dipahami dan diingat. Sementara untuk pembicara, *slide* presentasi berguna untuk menuntun pembicara untuk menyampaikan materi yang telah disiapkannya kepada publik. Dengan demikian, informasi dapat disampaikan secara runtut, jelas, dan tidak ada bagian yang terlewat. Sediakan waktu untuk membuat *slide* presentasi dengan baik agar presentasi menjadi efektif.

Pembicara dapat membuat catatan kecil di secarik kertas untuk membantunya menyampaikan materi di hadapan publik. Pastikan kertas dalam kondisi rapi, tidak kotor, dan tidak tertekuk agar tampilan terlihat baik. Jangan mencoret kertas catatan ini karena hal itu akan membingungkan dan menyulitkan Anda ketika hendak membacanya. Bila kertas yang dibaca lebih dari satu lembar, beri nomor halaman dengan jelas dan jangan staples kertas menjadi satu karena itu akan menyulitkan Anda dan kelihatannya kurang elok ketika Anda membalik kertas ke halaman berikutnya. Kertas cukup disusun rapi dan diberi nomor halaman.

Siapkan materi cetak untuk publik atau materi dalam bentuk PDF yang dikirimkan melalui surel. Bila publik perlu membaca, membahas, mendiskusikan, atau mencatat materi, materi sebaiknya diberikan atau dikirim sebelum acara dimulai. Namun, bila materi yang disampaikan sudah tertera lengkap di *slide* presentasi dan tidak ada yang perlu dibahas secara detail, materi bisa dibagikan atau dikirim setelah selesai presentasi. Bila *slide* presentasi disimpan dan harus diunduh terlebih dahulu, pastikan jaringan di lokasi baik dan tidak terganggu agar Anda mengambil data dengan lancar.

Alat Bantu

Kuasai cara mengoperasikan alat bantu agar penyampaian Anda tidak terkendala masalah teknis. Pastikan semua alat bantu berfungsi dengan baik sebelum Anda berbicara. Alat bantu yang dapat digunakan, antara lain laptop, proyektor LCD, *pointer* dan *clicker*, alat bantu demo, serta mikrofon dan sistem penguat suara.

- **Laptop**

Pastikan daya baterai cukup selama acara berlangsung, atau gunakan daya listrik. Jika menggunakan daya listrik, cari stop kontak yang cukup dekat dengan laptop agar kabel tidak mengganggu jalannya presentasi.

- **Proyektor LCD (*Liquid Crystal Display*)**

Proyektor untuk membantu menampilkan gambar, data, video, atau materi penunjang lainnya dari laptop ke layar. Pastikan warna yang dipantulkan jelas dan fokus agar nyaman di mata publik dan tampilan gambar di layar lurus di segala sisinya, tidak miring-miring.

- ***Pointer* dan *Clicker***

Pointer adalah alat yang berfungsi untuk menunjuk sesuatu yang penting untuk diperhatikan publik. Karena *pointer* menggunakan sinar laser, gunakan *pointer* hanya jika diperlukan untuk menunjuk data yang ingin ditekankan. Jangan memutar-mutar sinar laser di layar karena itu membuat mata audiens menjadi tidak nyaman.

Clicker berfungsi untuk memindahkan *slide* ke halaman berikutnya atau ke halaman sebelumnya. Biasanya, *clicker* jadi satu dengan *pointer*. Dengan menggunakan *clicker*, pembicara bisa lebih mandiri dan bergerak bebas karena ia tidak harus selalu berdiri atau duduk di dekat laptop.

- **Alat Bantu Demo**

Alat bantu berupa alat atau produk yang digunakan untuk memberikan contoh. Pastikan pembicara atau pihak yang mendemokan alat atau produk tersebut paham cara mengoperasikannya dan mengetahui kemungkinan-kemungkinan yang dapat mengakibatkan alat atau produk tidak berfungsi dengan baik serta cara mengatasinya. Kalau perlu, latihan terlebih dahulu dengan alat bantu tersebut.

- **Mikrofon dan Sistem Penguat Suara**

Mikrofon berguna untuk memperbesar volume suara sehingga suara pembicara jelas terdengar tanpa harus berteriak. Mikrofon ada yang

berukuran kecil dan besar. Mikrofon berukuran kecil dapat ditempelkan di pipi atau baju ataupun diletakkan di atas meja, sedangkan mikrofon berukuran besar dipegang oleh pembicara.

Pegang mikrofon dengan baik, yaitu dengan memosisikan mikrofon di depan mulut agar suara Anda dapat tertangkap dengan sempurna. Jangan menempelkan mikrofon di bawah bibir dan hindari berteriak dengan posisi mikrofon yang terlalu dekat dengan mulut. Posisikan mikrofon mengikuti gerakan wajah atau mulut. Untuk mengetahui apakah mikrofon sudah berfungsi, cukup lihat lampu yang ada di mikrofon atau tombol sudah dalam posisi 'on'. Jangan mengetuk-ngetukkan mikrofon atau mencoba mengatakan 'tes' di depan publik. Alat penguat suara diatur sebelum acara dimulai agar dapat disesuaikan dan dapat menghasilkan kualitas suara yang nyaman didengar.

Pengaturan Ruangan

Mengetahui pengaturan ruangan sebelum acara dimulai dapat membantu Anda untuk mengetahui:

- Posisi duduk orang-orang penting dalam acara tersebut. Di bagian pembuka, pembicara akan menyapa publik—khususnya orang-orang penting yang hadir. Dengan mengetahui di mana beliau duduk, pembicara dapat berkomunikasi dengan lebih baik, yaitu dengan menyebutkan nama sambil membuat kontak mata dan menganggukkan kepala pada yang bersangkutan.
- Posisi pembicara berdiri atau duduk agar tidak menutupi layar dan memudahkan komunikasi dengan publik.
- Posisi proyektor LCD dan layar agar tampilan gambar di layar nyaman untuk dilihat publik.
- Posisi laptop agar mudah mengoperasikannya dan kabel tidak mengganggu gerakan pembicara.
- Bila ingin melakukan demo, penting untuk mengetahui posisi meja atau alat demo agar demo dapat dilihat oleh seluruh publik yang hadir.

Tampilan Diri

Setelah mempersiapkan materi dan teknis penyampaian, hal yang tidak kalah penting untuk dipersiapkan adalah tampilan diri. Jagalah kesehatan Anda.

Fisik yang sehat membantu Anda untuk fokus dalam menyampaikan materi, bahasa tubuh terlihat lebih energik dan dinamis, serta ekspresi akan terlihat lebih menawan. Salah satu cara yang dapat dilakukan adalah dengan tidur cukup sebelum hari pelaksanaan acara.

Personal grooming dan penampilan pun perlu diperhatikan. Karena perhatian publik akan tertuju pada Anda, perhatikan kerapihan, kebersihan, dan keserasian penampilan Anda—mulai dari rambut sampai sepatu. Sesuaikan busana dengan tempat, waktu, dan acara. Pakai busana satu tingkat lebih formal atau minimal sama formalnya dengan peserta.

Busana yang dipakai dan bagaimana cara memakainya menggambarkan sikap pembicara terhadap publik, acara, dan materi yang disampaikan. Bila pembicara menganggap publik, acara, dan materi yang disampaikan adalah penting, pasti pembicara akan menampilkan dirinya seformal dan sebaik mungkin. Rambut ditata rapi, riasan wajah sederhana (bagi wanita), wajah bersih (bagi pria), serta jaga kebersihan gigi, mulut, dan tubuh Anda. Gunakan baju yang nyaman agar Anda dapat bergerak lebih bebas, disetrika, tidak kekecilan atau kebesaran, bersih, dan rapi. Pria memakai kaos kaki dengan warna yang sama dengan warna celana panjang. Bila wanita ingin memakai stoking, pakailah yang berwarna natural atau warna kulit. Pakai sepatu yang nyaman dipakai untuk berdiri atau berjalan. Untuk wanita, hindari sepatu dengan hak yang terlalu tinggi, hak sepatu cukup 3 cm hingga 7 cm. Untuk tujuan bisnis, pakai sepatu tertutup (*pump* atau pantofel) dan pastikan sepatu dalam kondisi baik, bersih, serta sepatu kulit disemir mengilat.



Rangkuman

- *Public speaking* adalah berbicara di depan publik atau khalayak atau audiens, di depan beberapa orang atau banyak orang.
- Demam panggung adalah sensasi yang biasa dirasakan seseorang ketika bicara di depan publik. Menurut *American Psychological Association*, demam panggung adalah rasa cemas dan takut terhadap pencapaian yang akan seseorang dapatkan ketika tampil.

- 
- Secara garis besar, tujuan bicara di depan publik terbagi menjadi dua, yaitu untuk kepentingan bisnis atau kerja dan untuk kepentingan sosial. Bicara di depan publik untuk kepentingan bisnis atau kerja memiliki bentuk penyampaian formal. Sementara itu, untuk kepentingan sosial, gaya penyampaiannya bisa secara formal ataupun informal, disesuaikan dengan acara dan siapa yang hadir.
 - Terdapat berbagai bentuk bicara di depan publik, antara lain pidato, ceramah, rapat, presentasi, dan pembawa acara.
 - Hal yang perlu disiapkan sebelum berbicara di depan publik, antara lain materi, alat bantu, pengaturan ruangan, dan tampilan diri.

Pertanyaan Penguji Pemahaman

1. Mengapa seseorang sering merasa demam panggung ketika akan berbicara di depan publik?
2. Jelaskan bentuk-bentuk sensasi yang sering dirasakan seseorang saat mengalami demam panggung. Bagaimana cara mengatasinya?
3. Persiapan yang baik membuahkan hasil yang baik pula. Hal apa saja yang harus dipersiapkan sebelum bicara di depan publik? Jelaskan.

Latihan

1. Anda akan melakukan presentasi bisnis untuk menjual ekskavator atau mesin pengeruk. Calon pelanggan adalah perusahaan yang bergerak di bidang pembangunan perumahan. Informasi apa saja yang perlu Anda ketahui agar dapat melakukan presentasi dengan baik?
2. Sebagai tenaga penjual di sebuah perusahaan farmasi, Anda ingin mempresentasikan capaian Anda selama satu bulan di hadapan atasan dan rekan kerja pada acara rapat bulanan. Dalam satu bulan ini, Anda bisa mendapatkan beberapa pelanggan baru, yaitu 5 apotek, 1 toko obat, 1 klinik, 2 rumah sakit, dan 3 dokter spesialis. Namun, Anda juga ingin menyampaikan bahwa ada 1 apotek dan 2 toko obat yang memutus

hubungan kerja sama. Data dan informasi apa saja yang perlu Anda lengkapi dalam rangka mempersiapkan presentasi yang baik?

Istilah Penting

<i>clicker dan pointer</i>	<i>public speaking</i>	<i>slide</i>
<i>personal grooming</i>	<i>pump shoes</i>	stoking
proyektor LCD	sistem pengeras suara	

Referensi Lanjutan

- Dharmawan, Yohana Purnama. Hendriyani. 2014. *Public Speaking Edisi ke-2*. Jakarta: Penerbit Universitas Terbuka. h. 6.9—6.20, 8.44—8.58, 9.2—9.66.
- Ewing, Ian. 1994. *The Best Presentation Skills*. Singapura: Ewing Communications Pte., Ltd. p. 216.
- Gallo, Carmine. 2015. *Talk Like TED—The 9 Public Speaking Secrets of The World's Top Minds*. London: Pan Books. p. 8—10, 113, 184, 199—200.
- Lucas, S. E. 2004. *The Art of Public Speaking 8th Edition*. New York: McGraw Hill Companies, Inc. p. 203.
- Post, Peter. Anna Post. Lizzie Post. Daniel Post Senning. 2014. *The Etiquette Advantage in Business—Personal skills for Professional Success 3rd Edition*. New York: HarperCollins Publisher. p. 45—66.
- Purwanto, Djoko. 2019. *Komunikasi Bisnis Edisi ke-5*. Jakarta: Penerbit Erlangga. h. 24—26, 40—53.
- <https://www.healthdirect.gov.au/adrenaline>
- <https://www.apa.org/stage-fright>
- <https://kbbi.web.id/ceramah>
- <https://kbbi.web.id/pidato>
- <https://kbbi.web.id/moderator>

Bab 12

Menyusun Materi dan Alat Bantu Visual



Tujuan Pembelajaran

Setelah mempelajari bagian ini, pembaca dapat:

- Menyusun materi *public speaking*.
- Mengetahui bentuk-bentuk alat bantu visual.
- Memahami etika dan estetika dalam membuat alat bantu visual—*Powerpoint Presentation*.

►► Menyusun Materi

Seperti struktur komunikasi tertulis, bicara di depan umum pun terdiri dari bagian pembuka, isi, dan penutup. Ketika menyusun materi, menurut Stephen Lucas dalam bukunya *The Art of Public Speaking*, sebaiknya kita merumuskan isi terlebih dahulu karena isi adalah bagian terpenting dan terpanjang dari *public speaking*. Saat kita sudah mengetahui bagian isi atau inti, kita akan lebih mudah untuk menetapkan bagian pembuka dan penutup.

Sementara itu, Ian Ewing, dalam bukunya *The Best Presentation Skills*, menyatakan bahwa langkah pertama yang harus dilakukan adalah menentukan topik yang ingin disampaikan, kemudian menentukan inti dan/atau hal-hal penting yang ingin disampaikan kepada publik. Setelah mengetahui kedua hal tersebut, langkah berikutnya adalah melengkapi isi dengan memilih ilustrasi atau contoh yang akan digunakan untuk mewakili hal-hal penting yang ingin disampaikan. Kemudian, rencanakan konklusi atau kesimpulan yang ingin disampaikan dan yang terakhir, tentukan dan tuliskan kata pembuka.

Carmine Gallo, dalam bukunya *Talk Like TED (Technology, Education, Design)*, mengungkapkan bahwa presentasi yang menarik adalah presentasi yang dapat menginspirasi publiknya. Tiga komponen presentasi yang menginspirasi tersebut adalah:

- Emosi—presentasi tersebut menyentuh hati publik.
Seorang komunikator yang hebat dapat menyampaikan pesan yang dapat mencapai pikiran dan menyentuh hati publiknya. Lebih lanjut, Gallo menyatakan bahwa kebanyakan orang menyampaikan presentasi lupa dengan unsur 'hati' ini. Gairah (*passion*) adalah kunci untuk menguasai keterampilan bicara di depan publik. Gairah akan membawa Anda pada keinginan untuk menggali lebih dalam dan menguasai materi presentasi yang disampaikan. Ilmu pengetahuan menunjukkan bahwa gairah itu menular (secara harafiah). Anda tidak bisa menginspirasi orang lain kecuali Anda sendiri terinspirasi. Dengan demikian, Anda dapat menyampaikan presentasi yang sampai ke hati publik. Sampaikan materi presentasi dengan gaya seperti sedang bercerita karena cerita dapat membuat publik terikat secara emosional dengan topik yang disampaikan.
- Baru—presentasi tersebut mengajarkan sesuatu yang baru.
Kebaruan adalah satu-satunya cara paling efektif untuk menarik perhatian seseorang. Hanya hal yang benar-benar unik dan tidak terduga yang

dapat menonjol. Ungkapkan informasi yang benar-benar baru bagi publik, kemas informasi tersebut secara berbeda, atau tawarkan cara baru untuk memecahkan masalah yang sudah ada. Cara ini efektif karena otak manusia menyukai hal baru. Sesuatu yang asing, tidak biasa, dan tidak terduga adalah cara membuat publik bisa tersentak dan secara cepat membuat mereka melihat sesuatu dengan cara yang baru.

- Tidak dapat dilupakan—presentasi disampaikan dengan menarik dan tak terlupakan.

Boleh saja kita memiliki ide yang baru, tetapi bila publik tidak bisa mengingat apa yang sudah kita sampaikan, tentu itu tidak ada gunanya. Oleh karena itu, beberapa hal penting untuk diperhatikan ketika menyampaikan presentasi, yaitu:

- Waktu bicara sebaiknya tidak terlalu lama. Bahkan, penelitian mengungkapkan bahwa 18 menit adalah waktu yang paling ideal untuk melakukan presentasi atau menyampaikan pesan. Namun, bila materi yang ingin disampaikan membutuhkan waktu lebih dari 18 menit, selingi sesi presentasi dengan 'istirahat ringan' dengan cerita, memutar video, atau melakukan demo produk setiap 10 menit.

Mengapa 18 menit? Karena para peneliti menemukan adanya '*cognitive backlog*', yaitu terlalu banyak informasi dapat menghalangi penerimaan pesan. Kurator TED, Chris Anderson, menjelaskan bahwa 18 menit adalah waktu yang cukup lama untuk fokus dan cukup singkat untuk menarik perhatian orang.

- Buat suasana hidup agar publik mendapat pengalaman multisensori.
- Tetaplah menjadi diri sendiri dengan gaya yang otentik sehingga Anda bisa mendapatkan kepercayaan dari publik.

►► Struktur Public Speaking

Sesuai dengan apa yang disampaikan di atas, maka kita perlu mempersiapkan materi seefektif mungkin. Struktur *public speaking* terdiri dari bagian pembuka, isi, dan penutup.

Pembuka (Introduction)

Di bagian pembuka, pembicara akan menyampaikan:

- Salam pembuka
 - Salam: 'Selamat pagi/siang/sore/malam' dan kata-kata pembuka.
 - Bila publik belum mengenal Anda, perkenalkan diri, anggota tim yang bersama Anda, dan nama perusahaan/organisasi/lembaga yang Anda wakili.
- Katakan apa yang akan disampaikan dalam presentasi:
 - Topik dan/atau judul.
 - Agenda (bila ada).

Walaupun waktu penyampaian bagian pembuka ini singkat, bukan berarti bagian ini tidak perlu diperhatikan. Bagian pembuka merupakan bagian yang sangat penting untuk diperhatikan karena pada bagian ini, Anda memiliki kesempatan untuk menciptakan kesan yang positif tentang Anda dan perusahaan. Gunakan kesempatan ini untuk menarik perhatian dan menaruh kepercayaan publik terhadap Anda. Pembuka yang menarik dapat membuat publik tertarik dan mau mendengarkan materi yang Anda bawaan. Gunakan kata-kata, ekspresi wajah, ekspresi suara, dan bahasa tubuh yang menunjukkan bahwa Anda senang bisa berbicara di depan publik dan pesan yang disampaikan berguna bagi publik.

Hindari minta maaf di bagian pembuka, misalnya dengan berkata, "Sebelumnya kami mohon maaf bila dalam penyampaian nanti ada yang kurang baik." Ingat, publik sudah menyediakan waktu untuk datang dan mendengarkan Anda, maka sudah jadi tugas Anda untuk mempersiapkan materi dan penyampaiannya dengan baik. Lakukan dengan sebaik mungkin. Kata-kata maaf di awal memberi kesan Anda tidak siap untuk berbicara dan publik tidak ingin mendengar itu. Gunakan kata-kata positif dan menyenangkan, seperti, "Senang sekali hari ini saya bisa berada di tengah-tengah Ibu/Bapak," atau "Seperti biasanya, Saudara selalu datang lebih awal dan disiplin. Kebiasaan yang sangat baik. Terima kasih atas kehadiran Saudara. Selamat pagi...."

Rencanakan kata-kata pembuka yang ingin disampaikan dan berlatihlah seperti halnya Anda berlatih untuk menyampaikan bagian isi dan penutup. Kata-kata pembuka harus disampaikan dengan lancar dan tepat. Berikut beberapa contoh bagian pembuka.

Contoh 1 **Situasi:** Presentasi untuk memperkenalkan produk baru—berkunjung ke kantor pelanggan.

Salam	Selamat pagi. Yang terhormat Bapak Gatot Putrajaya—Pimpinan PT. Putra Selalu Berjaya. Dan yang kami hormati Bapak Prima Julianto—Kepala Bagian Produksi, Ibu Setiani Apriliani—Kepala Bagian Keuangan, serta Ibu/Bapak sekalian. Salam sejahtera bagi kita semua.
Memperkenalkan diri	Perkenalkan, kami dari PT. Rekan Kerja. Saya Anna Putri Pertama dan ini rekan saya, Budi Dirgantara. Kami dari Divisi Pemasaran.
Ucapan terima kasih dan sampaikan topik	Terima kasih atas waktu yang disediakan bagi kami untuk memperkenalkan produk terbaru dari PT. Rekan Kerja yang merupakan pembaharuan dari produk sebelumnya, yaitu produk XYZ.
Agenda	Kami akan menyampaikan materi terlebih dahulu, termasuk mendemokan perbedaan produk yang lama dan baru, selama kurang lebih 10 menit dan setelah itu, kita akan masuk pada sesi diskusi dan tanya jawab.

Contoh 2 **Situasi:** Presentasi hasil diskusi kelompok—aktivitas di kelas.

Salam	Selamat siang. Yang terhormat Ibu Yohana Dharmawan, dosen mata kuliah Komunikasi Bisnis, dan yang kami kasihi rekan-rekan sekalian.
Memperkenalkan diri	Perkenalkan, kami dari kelompok lima. Saya A dan ini rekan-rekan saya: B, C, D, dan E.
Topik	Kami akan mempresentasikan hasil diskusi mengenai 'Koreksi Surat Bisnis'.
Agenda	Agar lebih efektif, bila nanti ada yang ingin ditanyakan atau memberi masukan, silakan langsung saja diinterupsi.

Contoh 3 **Situasi:** Rapat internal perusahaan—presentasi perubahan beberapa pasal peraturan perusahaan.

Salam	Selamat pagi, Ibu/Bapak/dan rekan-rekan sekalian. Salam sejahtera bagi kita semua. Terima kasih sudah hadir tepat waktu.	Tidak perlu memperkenalkan diri karena semua karyawan sudah mengenal pembicara. <i>'Terima kasih sudah hadir tepat waktu'</i> menunjukkan pembicara menghargai kedisiplinan publik. Publik senang karena upayanya dihargai.
Topik	Pagi ini, saya diminta oleh pimpinan untuk mengumumkan beberapa pasal dari peraturan perusahaan yang akan mengalami perubahan, yaitu pasal-pasal yang berhubungan dengan kesejahteraan karyawan, tepatnya: <i>'peningkatan kesejahteraan karyawan'</i> .	Mengatakan <i>'saya diminta oleh pimpinan'</i> dapat meningkatkan kredibilitas pembicara di mata publik. Menyampaikan judul dengan menekankan <i>'peningkatan kesejahteraan karyawan'</i> membuat publik lebih tertarik untuk mendengarkan dan emosi publik menjadi positif.
Membacakan aturan rapat	Walaupun duduknya diatur berjauhan karena masih mengikuti protokol kesehatan, saya yakin ini tidak akan mengurangi keakraban kita dan saya percaya, kita semua sudah terbiasa beradaptasi dengan kebiasaan baru ini, yaitu memakai masker dengan cara yang benar.	Meminta publik untuk melakukan sesuatu dengan kata-kata yang positif. Kata-kata yang disampaikan (seperti contoh) jauh lebih baik daripada menggunakan kata perintah, seperti: <i>'mohon bangku tidak digeser dan tolong gunakan masker dengan baik dan tidak membuka masker selama acara berlangsung'</i> .

Agenda	Saya akan membacakan dan menjelaskan terlebih dulu pasal-pasal mana saja yang mengalami perubahan. Setelah itu, akan ada sesi tanya jawab. Jadi, pada waktu saya menyampaikan, bila kiranya ada yang kurang jelas atau ingin ditanyakan, tolong dicatat saja dulu dan ditanyakan saat sesi tanya jawab.	Tujuannya agar publik tidak melakukan interupsi dan dapat mendengarkan dengan fokus.
--------	---	--

Isi (Body)

Bagian isi merupakan inti dari bicara di depan publik. Bagian ini adalah bagian yang paling banyak dan paling lama waktu penyampaian. Oleh karena itu, untuk memudahkan publik memahami isi, pembicara perlu memetakan materi yang akan disampaikan terlebih dahulu.

Materi *public speaking* dapat terdiri dari satu atau lebih materi pokok. Agar penyampaian sistematis dan efektif, bagi topik utama menjadi beberapa subtopik. Perhatikan contoh rumusan isi dari Contoh 3 bagian pembuka.

Topik/pokok utama: Perubahan Beberapa Pasal Peraturan Perusahaan (*pasal-pasal yang berkaitan dengan Kesejahteraan Karyawan, Peningkatan Kesejahteraan Karyawan*)

Sub topik 1: Latar belakang dan alasan perusahaan membuat perubahan peraturan.

- Latar belakang: Tingkat inflasi mengakibatkan meningkatnya biaya hidup.
- Alasan: Kepedulian perusahaan terhadap karyawan.

Sub topik 2: Pasal-pasal mana saja yang dirubah, dan isi pasal *dari (yang lama)* → *menjadi (yang baru)*

- Pasal: Uang makan dan transportasi.
- Pasal : Tunjangan kesehatan.
- Pasal tambahan: Asuransi kesehatan dan kecelakaan kerja.

Sub topik 3: Mulai berlakunya aturan dan tanya jawab

- Mulai berlakunya aturan baru.
- Tanya jawab.

Dari contoh rumusan di atas, dapat disimpulkan bahwa pembicara ingin menyampaikan 'perubahan beberapa pasal peraturan perusahaan yang berhubungan dengan kesejahteraan karyawan'. Perubahan tersebut mencakup perusahaan akan menaikkan uang kesejahteraan karyawan, yaitu uang makan, transportasi, dan tunjangan kesehatan. Selain itu, perusahaan juga menambahkan asuransi kesehatan dan kecelakaan kerja yang sebelumnya tidak diatur dalam peraturan perusahaan. Untuk menyampaikan pesan tersebut, pembicara membaginya menjadi tiga subtopik, yaitu latar belakang dan alasan perusahaan mengubah peraturan yang sudah ada, pasal mana saja yang dirubah, dan kapan perubahan tersebut mulai berlaku.

Poin pendukung subtopik pertama adalah (1) inflasi yang terjadi mengakibatkan biaya hidup meningkat, termasuk biaya transportasi; (2) karena perusahaan sangat peduli pada kesejahteraan karyawan, perusahaan memandang perlu adanya penyesuaian.

Pada subtopik kedua, kita dapat menemukan poin pendukung sebagai berikut: (1) menjabarkan perubahan uang makan dan transportasi dari RpXX menjadi RpYY per hari, (2) menjabarkan perubahan tunjangan kesehatan dari RpXX menjadi RpYY per bulan, dan (3) menjelaskan penambahan fasilitas Asuransi Kesehatan bagi karyawan; selain terdaftar sebagai anggota BPJS-KIS, perusahaan akan memberikan Asuransi Kesehatan dan Kecelakaan Kerja bagi seluruh karyawan dengan biaya premi yang ditanggung secara penuh oleh perusahaan.

Poin pendukung pada subtopik ketiga adalah kapan peraturan ini berlaku. Bila berlaku surut, kapan uang rapel akan ditransfer ke rekening karyawan. Dan tanya jawab dengan publik.

Agar presentasi mengalir (*flow*) dengan baik, perlu ada kalimat yang menjembatani (*bridging*) dari topik ke subtopik dan dari subtopik ke subtopik berikutnya. Contoh:

	Bridging	Penjelasan
Setelah selesai bicara subtopik 1, masuk ke subtopik 2	<p>Berdasarkan alasan-alasan tersebut, maka perusahaan merasa perlu meninjau kembali peraturan yang telah ada dan memutuskan untuk meningkatkan kesejahteraan karyawan dengan melakukan beberapa hal, sebagai berikut:</p> <p><i>*Catatan: Contoh tanpa bridging: Adapun perubahan tersebut adalah....</i></p>	<p>Menaikkan uang makan dan uang transportasi karyawan. Seperti yang kita ketahui, perusahaan sudah cukup lama tidak menyesuaikan uang makan dan transportasi. Berdasarkan catatan, penyesuaian terakhir dilakukan pada bulan Juli 2018. Uang makan dan transportasi akan dinaikkan dari RpXX menjadi RpYY per hari. Adapun nilai ini dihitung berdasarkan nilai inflasi sebagai berikut (<i>penjelasan lebih lanjut agar publik memahami bagaimana perhitungannya hingga mendapat nilai YY yang ditetapkan</i>)</p>
Poin pendukung 1 ke poin pendukung 2	<p>Pepatah mengatakan, di dalam tubuh yang sehat terdapat jiwa yang sehat. Maka perusahaan merasa perlu untuk menaikkan tunjangan kesehatan karyawan.</p>	<p>Kenaikan tunjangan kesehatan dari yang semula RpXX menjadi RpYY.</p>
Masuk ke poin pendukung 3	<p>Tidak sampai di situ, perusahaan juga akan menjamin kesehatan karyawan dalam bentuk lainnya, yaitu....</p>	<p>(<i>Penjelasan tentang asuransi kesehatan dan asuransi kecelakaan, termasuk premi asuransi yang ditanggung oleh perusahaan.</i>)</p>
Masuk ke subtopik 3	<p>Bagaimana? Senang, ya. Saya juga senang sekali. Saudara/i sekalian, berikutnya pasti semua ingin tahu, kapan perubahan tersebut mulai berlaku?</p>	<p>(<i>Menjelaskan kapan peraturan tersebut berlaku dan keterangan-keterangan lainnya. Lalu masuk ke sesi tanya jawab.</i>)</p>

Sebaiknya jangan membuat terlalu banyak subtopik. Satu hingga tiga subtopik adalah jumlah yang ideal. Namun, bila ada banyak hal yang ingin disampaikan, Anda dapat membuat hingga lima subtopik dan tidak disarankan untuk lebih dari itu. Bila penyampaian isi cukup panjang, pembicara perlu memperhatikan kapan atau di bagian mana ia harus berhenti bicara untuk 'istirahat sejenak'.

Penutup (Closing)

Di bagian penutup, sampaikan:

- Rangkuman pokok utama dan/atau kesimpulan.
- Harapan.
- Salam penutup.

Seperti bagian pembuka, bagian penutup juga disampaikan dengan waktu yang singkat. Bagian penutup pun sama pentingnya dengan bagian pembuka dan isi karena di bagian penutup, publik seakan diingatkan kembali dengan poin-poin penting yang telah disampaikan sehingga publik mau melakukan tindakan yang diharapkan pembicara. Contoh, bila Anda menjual produk, tentu Anda ingin publik mengingat kelebihan dari produk yang ditawarkan dan kemudian bertindak (membeli produk Anda). Jika demikian, sampaikan pesan yang dapat meyakinkan publik untuk membeli di bagian penutup. Buatlah kalimat yang dapat menyentuh hati publik, bukan hanya pikirannya.

Jangan memperpanjang bagian penutup, berhentilah bila Anda sudah menyampaikan pesan yang kuat. Sebaiknya, hindari kata maaf di bagian penutup, misalnya dengan mengatakan "*Kami mohon maaf bila dalam penyampaian kami (saya) tadi ada yang salah atau kurang berkenan.*" Sebagai pembicara, Anda harus bertanggung jawab atas isi dan setiap kata yang disampaikan. Pastikan tidak ada yang salah. Pernyataan maaf hanya bisa disampaikan bila saat presentasi berlangsung terjadi masalah yang betul-betul di luar kemampuan (*force majeure*), seperti mati lampu yang mengakibatkan presentasi terhenti. Perhatikan contoh bagian penutup berikut ini.

Ibu/Bapak dan Saudara/i sekalian, kami percaya kecanggihan produk yang baru ini merupakan jawaban dari kebutuhan perusahaan-perusahaan yang sangat peduli terhadap lingkungan seperti PT. Maju Bersama (*menyebutkan nama perusahaan tempat Anda melakukan presentasi, supaya terdengar lebih khusus*) dan dengan menggunakan produk yang baru ini, perusahaan juga dapat menghemat biaya produksi sampai 20 persen (*tekanan kata 20 persen*). Jadi, jangan ragu lagi. Jangan sampai terlambat. Kalau bisa berhemat dari sekarang, kenapa harus menunggu besok? Setelah ini, kita bisa membicarakan mengenai penawaran khusus untuk perusahaan Bapak/Ibu (*meyakinkan publik untuk melakukan tindakan saat itu juga*). Terima kasih. Selamat pagi.

Ice Breaking

Untuk mencairkan suasana, pembicara dapat melakukan *ice breaking*. *Ice breaking* bisa dilakukan di bagian pembuka, saat penyampaian isi, atau di bagian penutup. Beberapa bentuk *ice breaking*, antara lain cerita (testimoni, cerita lucu, humor), melakukan atraksi sulap, membuat kejutan yang menyenangkan publik, bernyanyi bersama, menyampaikan pantun, memutar video pendek, mengajak publik untuk melakukan gerakan atau bermain bersama-sama, kuis, memberi hadiah, dan lainnya. Hal-hal yang harus diperhatikan dalam melakukan *ice breaking*:

- Sopan santun. Cara penyampaian, kata-kata, materi, permainan, dan segala aspek yang berhubungan dengan *ice breaking* tidak melanggar sopan santun.
- Bermanfaat. Tidak membuang-buang waktu publik dengan melakukan *ice breaking* yang tidak berguna.
- Bila melibatkan publik, sesuaikan dengan 'siapa publik' Anda. Apakah publik bersedia dan senang mendengar atau melakukannya? Bila tidak, jangan lakukan. Contoh, agar peserta bersemangat, Anda meminta peserta untuk melakukan gerakan TikTok diiringi irama lagu. Apakah publik tertarik untuk melakukannya? Jangan sampai tujuan Anda untuk mencairkan suasana malah membuat suasana menjadi beku.
- Sesuaikan dengan isi. Sangatlah baik bila *ice breaking* yang dilakukan dapat memperkuat isi pesan yang disampaikan. Contoh, Anda sedang

menyampaikan pentingnya perubahan dan meminta publik untuk melakukan tindakan yang berkaitan dengan perubahan. Atau menceritakan cerita lucu, memutar video pendek tentang perubahan yang membuat publik tertawa dan menyadari pentingnya perubahan.

- Sesuaikan dengan acara, formal atau informal.
- Lakukan dengan benar dan lancar. Berlatihlah sebelum melakukannya di depan publik atau sebelum mengajak publik melakukannya bersama Anda. Bila menggunakan film pendek atau musik, tes terlebih dulu alat bantu yang dipakai dan pastikan film atau musik dapat dilihat dan didengar publik.

▶▶ Alat Bantu Visual

Visual aids atau alat bantu visual adalah alat bantu dalam bentuk visual yang digunakan pembicara dalam menyampaikan pesan di depan publik. Alat bantu visual yang tepat dapat meningkatkan kualitas presentasi. Ada beberapa alat bantu visual yang dapat digunakan, disesuaikan dengan jumlah publik yang hadir dan kebutuhannya. Alat bantu yang dapat digunakan antara lain:

- **Materi atau bahan cetak**
Alat bantu visual ini biasanya dibagikan kepada publik. Contoh, buku, materi presentasi yang dibukukan, brosur, *slide* presentasi dalam bentuk PDF, dan lainnya.
- **Laptop**
Saat ini, laptop merupakan alat bantu visual yang paling banyak digunakan karena laptop dapat memuat berbagai dokumen, gambar, film, dan suara atau musik untuk disampaikan pada publik, baik untuk kelompok kecil maupun besar. Untuk kelompok kecil, misal dua atau tiga orang, Anda dapat langsung menyampaikan materi menggunakan laptop. Akan tetapi, untuk kelompok lebih besar, Anda harus menggunakan alat bantu tambahan, yaitu proyektor LCD dan layar (*screen*) agar publik lebih mudah melihat, membaca, dan/atau mendengar materi yang disampaikan. Bahkan dengan adanya kemajuan teknologi, *slide* dapat dipantulkan dari laptop ke layar yang sangat besar dengan kualitas gambar yang sangat baik sehingga dapat menjangkau publik dalam jumlah yang sangat banyak.

- **Papan tulis dan spidol**
Digunakan untuk presentasi yang disertai dengan menerangkan sesuatu, menghitung atau memerlukan catatan diskusi dengan publik sebelum mengambil keputusan, dan lainnya.
- **Flipchart**
Flipchart adalah kertas berukuran besar (60 x 90 cm) yang dijepit di papan berukuran kurang lebih 70 x 100 cm dan biasanya digunakan sebagai pengganti papan tulis. Kelebihan menggunakan *flipchart* adalah catatan yang ditulis di kertas dapat disimpan untuk arsip dan papan *flipchart* mudah dipindahkan. Kelemahannya adalah borosnya penggunaan kertas dan tidak efektif untuk jumlah publik yang banyak karena tulisan tidak terbaca.
- **Barang atau alat untuk demo**
Biasanya untuk presentasi penjualan, demo produk, atau memperkenalkan teknologi digunakan contoh produk yang ditunjukkan kepada publik.

Untuk keperluan presentasi bisnis, *Microsoft Office—Powerpoint* banyak digunakan untuk membuat *slide* presentasi karena program ini dapat mengompilasi segala kebutuhan presentasi, seperti tulisan, gambar/foto, film/video, dan musik/suara.

Sebagaimana telah disampaikan sebelumnya, tujuan penggunaan *slide* bagi pembicara adalah untuk menuntun pembicara agar dapat mengingat apa yang ingin disampaikan dari awal hingga akhir sehingga tidak ada materi yang terlupakan untuk disampaikan. Pembicara dapat menjelaskan sejelas-jelasnya dengan bantuan gambar atau hasil rekaman dalam bentuk film maupun suara. Selain itu, *slide* presentasi sangat berguna bagi publik karena publik dapat lebih memahami apa yang didengar dan dilihatnya sehingga komunikasi akan berjalan secara lebih efektif.

Tentunya pembuatan *slide* presentasi harus dapat mendukung materi yang disampaikan. Untuk itu, seorang pembicara bertanggung jawab untuk membuat *slide* yang baik. Berikut etika dan estetika dalam pembuatan *slide* presentasi.

Bingkai atau Frame

Untuk keperluan bisnis, biasanya *slide* mempunyai desain khusus yang menjadi standar perusahaan, seperti mencantumkan logo perusahaan, menggunakan warna citra (*color image*) perusahaan, dan bisa juga dilengkapi dengan gambar

produk atau jasa perusahaan. Biasanya, bingkai digunakan untuk semua *slide*. Hal yang membedakan hanyalah desain untuk *slide* halaman judul dan halaman isi. Untuk keperluan presentasi yang sifatnya pribadi atau tidak atas nama perusahaan/ organisasi/ lembaga, pembicara bisa membuat bingkai yang menarik sesuai keinginannya.

Huruf

Karena *slide* ditujukan untuk publik, maka gunakan huruf yang mudah dibaca. Untuk kepentingan bisnis, gunakan huruf formal, seperti Arial, Calibri, Times New Roman, ataupun Verdana. Apabila perusahaan memiliki huruf yang mencirikan citra perusahaan (*font image*), Anda juga bisa menggunakannya. Agar tulisan mudah terbaca, gunakan ukuran huruf yang besar. Untuk *slide* yang penuh dengan tulisan, hindari huruf yang tipis dan rapat atau huruf yang terlalu banyak variasinya karena selain sulit dibaca, hal itu juga tidak nyaman untuk mata pembacanya. Contohnya huruf-huruf seperti arial narrow, bahnschrift light condensed, blackader ITC. Untuk hal atau kata-kata yang perlu diperhatikan, Anda bisa menggunakan huruf tebal (*bold letter*), membedakan warnanya, ataupun disorot dengan warna tertentu.

Jumlah Baris

Dalam tiap lembar *slide*, sebaiknya jangan memasukkan terlalu banyak tulisan. Delapan baris sudah cukup padat. Jarak antara satu baris dengan baris berikutnya juga jangan terlalu rapat, misalnya 1,5 spasi agar *slide* nyaman untuk dilihat. Kata-kata atau baris kalimat yang banyak hanya digunakan untuk menuliskan pernyataan, peraturan, undang-undang, tata cara, visi misi, atau hal lain yang memang harus ditulis secara detail dan tidak boleh diedit atau dikurangi kata ataupun kalimatnya. Bila pernyataan memungkinkan untuk dibuat lebih dari satu halaman, pindahkan ke halaman berikut, jangan dipaksakan ditulis dalam satu halaman. Pastikan tidak ada kesalahan penulisan, periksa ulang sebelum *slide* ditayangkan di depan publik.

Gambar

Gambar digunakan untuk memperjelas isi. Hal ini berarti gambar yang ditampilkan haruslah berhubungan dengan isi, memperkuat isi, serta mempermudah publik memahami dan mengingat apa yang dimaksud atau

apa yang sedang disampaikan pembicara. Contoh, untuk menjelaskan sebuah produk, publik akan lebih memahami penjelasan Anda selanjutnya jika Anda menampilkan gambar produk yang akan Anda jelaskan. Dengan menampilkan film pendek tentang proses pembuatan produk, publik lebih paham tentang bagaimana produk tersebut dibuat, mulai dari bahan baku sampai barang jadi. Ada istilah '*talk with picture*'. Jadi, kalau bisa menggunakan gambar, foto, atau film pendek, silakan digunakan. Untuk data yang banyak menyajikan angka, lebih baik gunakan grafik, *pie chart*, atau tabel. Untuk menjelaskan lokasi dan nama-nama kota, gunakan gambar peta dan beri tanda di kota atau negara yang dimaksud. Publik akan lebih mudah mengingat bila melihat gambar atau film pendek daripada tulisan. Kemajuan teknologi, khususnya program-program yang bisa digunakan di komputer, sangat memudahkan kita untuk membuat *slide* yang menarik. Pastikan gambar atau film pendek yang ditampilkan sopan, tidak melanggar etika maupun hukum, jelas, dan kualitas gambar maupun film baik. Jangan menambahkan gambar yang tidak penting dan tidak ada hubungannya dengan isi.

Warna

Gunakan warna yang nyaman untuk dilihat publik. Hindari kombinasi warna yang terlalu kontras, misal warna huruf merah dengan latar belakang biru, atau sebaliknya. Atau warna yang terlalu sulit untuk dibaca, misal warna huruf kuning muda dengan latar belakang putih, atau latar belakang hitam warna huruf biru tua. Bila perusahaan mempunyai *colour image*, bisa digunakan agar publik bisa fokus pada perusahaan maupun produk Anda. Sebaiknya jangan gunakan warna kompetitor.



Rangkuman

- Seperti struktur komunikasi tertulis, bicara di depan umum pun terdiri dari bagian pembuka, isi, dan penutup.
- Carmine Gallo mengungkapkan bahwa presentasi yang menarik adalah presentasi yang dapat menginspirasi publiknya. Tiga komponen presentasi yang menginspirasi tersebut adalah (1) emosi—presentasi

tersebut menyentuh hati publik, (2) baru—presentasi tersebut mengajarkan sesuatu yang baru, dan (3) Tidak dapat dilupakan—presentasi disampaikan dengan menarik dan tak terlupakan.

- Untuk mencairkan suasana, pembicara dapat melakukan *ice breaking*. *Ice breaking* bisa dilakukan di bagian pembuka, saat penyampaian isi, atau di bagian penutup. Beberapa bentuk *ice breaking*, antara lain cerita (testimoni, cerita lucu, humor), melakukan atraksi sulap, membuat kejutan yang menyenangkan publik, bernyanyi bersama, menyampaikan pantun, memutar video pendek, mengajak publik untuk melakukan gerakan atau bermain bersama-sama, kuis, memberi hadiah, dan lainnya.
- *Visual aids* atau alat bantu visual adalah alat bantu dalam bentuk visual yang digunakan pembicara dalam menyampaikan pesan di depan publik. Alat bantu visual yang tepat dapat meningkatkan kualitas presentasi. Ada beberapa alat bantu visual yang dapat digunakan, disesuaikan dengan jumlah publik yang hadir dan kebutuhannya, antara lain (1) materi atau bahan cetak, (2) laptop, (3) spidol dan papan tulis, (4) *flipchart*, dan (5) barang atau alat untuk demo.
- Seorang pembicara bertanggung jawab untuk membuat *slide* yang baik. Perhatikan beberapa hal berikut ketika membuat *slide* presentasi: (1) bingkai, (2) huruf, (3) jumlah baris, (4) gambar, dan (5) warna yang digunakan.

Pertanyaan Penguji Pemahaman

1. Sebutkan beberapa bentuk alat bantu visual yang dapat digunakan pembicara.
2. Apa yang dimaksud dengan *bridging*?
3. Apa kelebihan dan kekurangan penggunaan *flipchart*?
4. Sebutkan etika dan estetika dalam pembuatan *slide* presentasi.
5. Apa yang dimaksud dengan *ice breaking* dalam *public speaking*?
6. Sebutkan beberapa bentuk *ice breaking* dan hal-hal apa saja yang harus diperhatikan dalam penyampaian *ice breaking*.

Latihan

1. Latihan membuat dan melakukan *ice breaking* untuk tujuan bicara di depan publik sebagai berikut:
 - a. Bicara di depan kelas. Publik adalah teman-teman mahasiswa. Topik yang sedang disampaikan adalah pentingnya 'sikap mau berubah'.
Ice breaking apa yang akan Anda lakukan di bagian pembuka presentasi?
 - b. Bicara di seminar publik. Publik adalah mahasiswa. Topik yang sedang dibicarakan berhubungan dengan 'bijaksana dalam menggunakan media sosial'.
Ice breaking apa yang menurut Anda baik untuk disampaikan di bagian isi?
2. Anda bekerja sebagai karyawan di sebuah perusahaan yang bergerak dalam industri otomotif. Sebagai karyawan baru, Anda harus mengikuti pelatihan yang diselenggarakan oleh perusahaan. Adapun tujuan pelatihan karyawan baru tersebut adalah agar saat mereka bekerja, mereka sudah dapat menyesuaikan diri dengan budaya perusahaan dan dapat langsung bekerja secara efektif. Pelatihan berlangsung selama satu bulan, tetapi setiap minggu, peserta harus mempresentasikan hasil pelatihan yang sudah dijalani. Anda dikelompokkan bersama 2 orang rekan (satu kelompok terdiri dari 3 orang). Pada minggu pertama, Anda mendapat materi pelatihan dengan tema 'Kenal Supaya Sayang', yang berisi sejarah berdirinya perusahaan, produk-produk yang dihasilkan perusahaan, struktur organisasi, dan peraturan perusahaan. Anda harus melakukan presentasi tentang materi yang telah dipelajari tersebut di hadapan para pengajar, yang terdiri dari Bapak Abu Kelana, Bapak Budi Jayadi, dan Ibu Catarina Sekarwangi.
 - a. Buatlah pemetaan materi presentasi yang akan Anda sampaikan.
 - b. Buatlah kata-kata untuk bagian pembuka.
 - c. Buatlah kata-kata sebagai *bridging* dari satu subtopik ke subtopik lainnya.

Istilah Penting		
<i>bold letter</i>	<i>font image</i>	<i>sound system</i>
<i>bridging</i>	<i>frame</i>	pesan rutin
<i>closing</i>	<i>ice breaking</i>	<i>pie chart</i>
<i>cognitive backlog</i>	<i>introduction</i>	proyektor LCD
<i>colour image</i>	memetakan	<i>talk with picture</i>
<i>emotional, novel, memorable</i>	multisensori	<i>visual aids</i>
<i>flipchart</i>	<i>slide</i>	
<i>flow</i>		

Referensi Lanjutan

- Dharmawan, Yohana Purnama. Hendriyani. 2014. *Public Speaking Edisi ke-2*. Jakarta: Penerbit Universitas Terbuka. h. 6.9—6.20, 8.44—8.58, 9.2—9.66.
- Ewing, Ian. 1994. *The Best Presentation Skills*. Singapura: Ewing Communications Pte., Ltd. p. 216.
- Gallo, Carmine. 2015. *Talk Like TED—The 9 Public Speaking Secrets of The World's Top Minds*. London: Pan Books. p. 8—10, 113, 184, 199—200.
- Lucas, S. E. 2004. *The Art of Public Speaking 8th Edition*. New York: McGraw Hill Companies, Inc. p. 203.
- Post, Peter. Anna Post. Lizzie Post. Daniel Post Senning. 2014. *The Etiquette Advantage in Business—Personal skills for Professional Success 3rd Edition*. New York: HarperCollins Publisher. p. 45—66.
- Purwanto, Djoko. 2019. *Komunikasi Bisnis Edisi ke-5*. Jakarta: Penerbit Erlangga. h. 24—26, 40—53.

Bab 13

Bicara di Depan Publik dan Virtual Public Speaking



Tujuan Pembelajaran

Setelah mempelajari bagian ini, pembaca dapat:

- Menggunakan bahasa tubuh yang baik pada waktu bicara di depan publik.
- Bicara di depan publik secara efektif dan profesional, baik langsung maupun secara *virtual*.

"A true speaker speaks from within, others are just excellent script-readers.

—Sesha Vijay Patel

Dalam *public speaking*, persiapan yang sempurna akan sia-sia apabila kita tidak dapat menyampaikan materi dengan baik karena itu berarti bahwa komunikasi tidak efektif. Keterampilan bicara di depan publik tanpa mempersiapkan materi dan alat bantu dengan baik pun tidak akan membuahkan hasil yang maksimal. Jika di Bab 12 kita sudah memahami cara mempersiapkan materi dan alat bantu dengan baik, di bab ini kita akan belajar bagaimana menyampaikan materi dengan baik. Dengan demikian, Anda dapat berbicara di depan publik dengan baik dan efektif. Terdapat dua hal yang penting untuk diperhatikan dalam penyampaian materi, yaitu cara bicara dan bahasa tubuh.

►► Cara Bicara

Cara bicara termasuk ke dalam salah satu bentuk komunikasi nonverbal dan dalam *public speaking*, komunikasi nonverbal sama pentingnya dengan komunikasi verbal. Karena materi dan alat bantu visual sudah dibuat dengan sebaik mungkin, tentu semua persiapan itu akan sia-sia bila materi tidak disampaikan dengan baik.

Seperti sudah disampaikan di Bab 1, cara bicara yang baik harus memperhatikan artikulasi, intonasi, jeda, *pitch*, kecepatan atau ritme, volume, *slang*, dan dialek. Demikian juga saat berbicara di depan publik, hal tersebut sangat penting dan menentukan apakah komunikasi yang dilakukan efektif atau tidak. Agar dapat bicara dengan jelas, isi dapat dimengerti sesuai dengan maksud dari kata yang disampaikan, dan suara tetap prima untuk bicara dalam waktu yang cukup lama, Anda harus memiliki pernapasan yang baik.

Pernapasan

Untuk dapat mengeluarkan suara, dibutuhkan udara melalui pernapasan. Pernapasan yang baik akan menghasilkan kualitas suara yang baik pula. Contoh, tidak salah potong kata dalam kalimat sehingga tidak menjadi salah arti maupun salah intonasi (seharusnya kalimat dibaca: 'bila ingin kerja lembur, Bapak minta

dibuatkan secangkir kopi manis', tetapi karena pernapasan kurang baik, kalimat tersebut bisa menjadi: 'bila ingin kerja lembur Bapak minta dibuatkan secangkir kopi// (*ambil napas*) manis'. Pemenggalan kata yang tidak tepat bisa membuat sebuah kalimat memiliki arti yang tidak jelas, bahkan bisa mengakibatkan salah arti. Selain itu, pernapasan yang baik juga membuat suara napas kita tidak terdengar ketika berbicara sehingga publik lebih nyaman saat mendengarkan presentasi kita. Berikut cara latihan pernapasan untuk menghasilkan kualitas suara yang baik, termasuk saat berbicara dengan mikrofon:

1. Duduk atau berdiri tegak tapi santai.
2. Kaitkan jari tangan kanan dan kiri, letakkan tangan di perut—tepat di bawah pusar.
3. Tarik napas, usahakan sampai perut mengembung. Perhatikan: perut mengembung, jangan menahan perut.
4. Setelah bisa melakukan latihan nomor 3, cobalah ambil napas melalui mulut. Buka mulut lebar-lebar seperti sedang mengatakan 'aaa' dan tarik napas tanpa suara (pastikan tarikan napas jangan sampai terdengar). Setelah rongga perut terasa penuh, keluarkan udara melalui mulut dengan menggetarkan pita suara sambil mengatakan 'aaaaa'.
5. Berikutnya, tarik napas sekali lagi melalui mulut (seperti langkah nomor 4) dan keluarkan udara melalui mulut sambil mengeluarkan suara desis 'ssss'.
6. Tarik napas sekali lagi melalui mulut seperti di atas dan kali ini keluarkan udara melalui mulut dengan posisi mulut seperti waktu mengambil napas (mulut terbuka lebar seperti mengatakan 'aaaa' tapi tanpa suara sama sekali). Latihan ini sangat berguna untuk latihan berbicara dengan mikrofon karena tidak ada suara yang terdengar ketika kita menarik maupun membuang napas.
7. Langkah yang terakhir adalah: tarik napas melalui hidung (tanpa suara) sampai perut mengembung dan keluarkan udara melalui mulut dengan cara membuka mulut lebar-lebar seperti mengatakan huruf 'aaa' tapi tanpa suara sama sekali.

Sekarang, berlatihlah sambil membaca. Sebelum membaca, tarik napas terlebih dahulu seperti latihan di atas dan baca kalimat di bawah ini tanpa terputus, satu kali tarikan napas. Sekalipun kalimat ada koma atau titik, jangan berhenti untuk menarik napas.

Setiap bisnis atau industri yang memberikan upah sama kepada orang yang berprestasi rendah maupun berprestasi tinggi, cepat atau lambat akan memiliki lebih banyak orang yang berprestasi rendah daripada orang yang berprestasi tinggi (Mike Delany).

Setelah menguasai latihan di atas, sekarang lakukan latihan berikutnya dengan teknik yang sama (hanya satu kali tarikan napas).

Ekonomi Indonesia merupakan salah satu kekuatan ekonomi berkembang utama dunia yang terbesar di Asia Tenggara dan terbesar di Asia ketiga setelah China dan India. Ekonomi negara ini menempatkan Indonesia sebagai kekuatan ekonomi terbesar ke-16 dunia, yang artinya Indonesia juga merupakan anggota G-20. (Wikipedia)

Membaca dengan satu tarikan napas tentunya hanya untuk latihan. Pada praktiknya, Anda bisa menarik napas bila merasa persediaan udara sudah mulai menipis. Dengan latihan seperti ini, Anda menjadi lebih peka kapan harus mengambil napas sehingga tidak salah memenggal kata dan tidak bersuara ketika menarik napas.

Bicara di depan publik dikatakan efektif bila pengucapan kata jelas dan kalimat disampaikan dengan tepat. Untuk itu, perhatikanlah hal-hal berikut.

Artikulasi: Kejelasan dalam Berbicara

Bicara dengan jelas sangat penting ketika bicara di depan publik karena hal itu dapat membuat publik mudah memahami apa yang disampaikan dan lebih nyaman dalam mendengarkan. Tanpa disadari, publik membutuhkan konsentrasi ekstra jika pembicara bicara tidak atau kurang jelas (seperti bergumam karena mulut tidak dibuka). Tentunya hal ini sangat melelahkan dan dapat membuat publik tidak paham dengan apa yang ingin disampaikan pembicara. Artikulasi adalah bicara dengan jelas, mengucapkan huruf dan kata dengan benar. Mulut digunakan untuk mengucapkan huruf untuk membentuk suatu kata, lebih tepatnya menggunakan bibir, lidah, dan rahang. Gunakan organ-organ wicara dengan sebaik mungkin.

Selain membuat suara yang tidak jelas, artikulasi yang tidak baik juga dapat mengakibatkan salah ucap. Contoh: 'kalo' untuk mengucapkan 'kalau';

'Indonesa' untuk mengucapkan 'Indonesia'; 'jubedah' untuk mengucapkan 'zubaedah'; 'jenal' untuk mengucapkan 'zainal'; 'alminium' untuk mengucapkan 'aluminium'; dan lainnya.

Perhatikan baik-baik susunan huruf dan ucapkanlah dengan benar. Beberapa kata yang sering salah diucapkan karena terbalik ketika mengucapkan urutan huruf adalah 'negoisasi' untuk kata 'negosiasi'; mengurangi huruf, seperti 'intropeksi' untuk mengucapkan 'introspeksi'; atau menambah huruf, seperti: 'moderen' untuk mengucapkan 'modern'; dan lainnya.

Intonasi

Seperti bernyanyi, intonasi adalah irama suara saat berbicara. Bicara dengan intonasi yang baik atau tidak monoton membuat publik tidak bosan dengan apa yang disampaikan dan intonasi yang tepat membuat publik menjadi lebih mudah memahami kata serta kalimat yang disampaikan. Contoh: seorang pimpinan rapat membuka acara dengan mengatakan 'selamat pagi'. Bila suasana hati pimpinan sedang gembira karena jumlah penjualan jauh melebihi target dan pimpinan akan membagikan bonus, pimpinan akan mengucapkan 'selamat pagi' dengan intonasi yang menunjukkan kegembiraan sambil tersenyum. Sebaliknya, bila pimpinan sedang kecewa karena penjualan jauh di bawah target dan banyak komplain dari pelanggan, pimpinan akan menyapa peserta dengan intonasi yang datar dan tanpa senyuman. Cobalah berlatih dengan mengucapkan kalimat-kalimat di bawah ini.

- Ucapkan dengan nada penuh syukur dan senang: 'Senang sekali melihat kondisi Bapak sudah pulih'.
- Ucapkan dengan nada marah dan penuh emosi: 'diam kamu'.
- Ucapkan dengan nada penyesalan: 'seandainya saya belajar, pasti saya bisa jawab'.
- Ucapkan dengan nada gembira: 'saya menang juara satu!'
- Ucapkan dengan nada kecewa: 'saya pikir kamu orang jujur'.
- Ucapkan dengan nada sinis: 'siapa kamu bicara seperti itu pada saya?'
- Seandainya Anda adalah Pimpinan PT. Gilang Gemilang. Salah seorang staf bernama Putrabungsu baru saja melakukan kesalahan besar. Anda mengundang beliau dan seluruh manajer ke ruang rapat, lalu ucapkan kalimat berikut dengan nada marah yang tenang dan penuh wibawa: 'siang ini, saya ingin mendengar secara langsung dari Saudara Putrabungsu, dan

sampaikan di depan para manajer, apa yang sudah Anda lakukan, yang mengakibatkan PT. Gilang Gemilang kehilangan pelanggan terbesarnya.'

- Ucapkan kembali kalimat di atas dengan nada marah dan emosional.
- Seorang teman bertanya, "Kamu lihat buku saya?" Ucapkan kata 'tidak' yang artinya Anda tidak melihat.
- Anda masih kenyang dan sudah berulang kali mengatakan tidak mau ikut makan, tapi teman mengajak terus. Katakan kata 'tidak' dengan nada kesal.

Bagaimana? Anda pasti bisa mendengar intonasi yang berbeda, bukan? Dengan intonasi yang tepat, orang bisa mengetahui maksud dari kata-kata yang disampaikan. Selain itu, bila kata yang sama disampaikan dengan intonasi yang berbeda, hal tersebut bisa memberi arti yang berbeda.

Jeda

Berbicara tanpa henti, apalagi dengan cepat, membuat publik merasa letih dan terdengar monoton. Untuk itu, gunakan jeda untuk memperjelas kalimat yang disampaikan. Jeda adalah berhenti sesaat sebelum melanjutkan kalimat. Jeda berguna untuk memberi ruang dan kesempatan pada publik untuk mencerna apa yang baru didengarnya dan juga memberi kesempatan pada kita untuk berpikir serta merangkai kalimat berikutnya. Selain itu, jeda juga dapat digunakan sebagai pemberitahuan pada publik bahwa kita akan menyampaikan sesuatu yang penting dan perlu diperhatikan. Perhatikan contoh bicara tanpa jeda berikut.

'Saudara Saudari sekalian hari ini dengan gembira saya beri tahukan bahwa kerja keras yang kita lakukan sepanjang tahun ini membuahkan laba bersih sebesar dua miliar rupiah dan sesuai janji saya di awal tahun 10 persen dari keuntungan akan diberikan sebagai bonus karyawan'

Bandingkan dengan contoh bicara dengan jeda berikut.

'Saudara Saudari sekalian//Hari ini/dengan gembira saya beritahukan//bahwa kerja keras yang kita lakukan sepanjang tahun ini/membuahkan laba bersih sebesar//dua milyar rupiah//Dan sesuai janji saya di awal tahun/10 persen dari keuntungan/akan diberikan sebagai bonus karyawan.'

Kecepatan atau Ritme

Bicara terlalu lambat membuat publik mengantuk, tetapi bicara terlalu cepat akan membuat publik lelah karena harus sangat fokus. Dalam *public speaking*, kecepatan disesuaikan dengan isi pesan yang disampaikan. Sebaiknya, kecepatan bicara bervariasi agar tidak terdengar monoton.

Pitch

Ketepatan dalam penggunaan tinggi atau rendahnya nada suara sangat penting dalam *public speaking*. *Pitch* tinggi biasanya dipakai saat kita menyemangati publik. Terlalu lama bicara dengan nada tinggi akan membuat publik merasa tegang dan letih. Sebaiknya, gunakan *pitch* yang bervariasi sesuai kebutuhan. Nada rendah dipakai untuk menekankan pesan penting, keseriusan dalam menyampaikan pesan, atau berita yang kurang baik, dan biasanya disampaikan dengan sedikit lambat. Perhatikan contoh berikut.

Pitch tinggi, dipakai saat menyemangati publik: “Apa kabar semuanya? Masih semangat?”

Menggunakan pitch yang berbeda dalam satu penjelasan.

Pitch rendah: “COVID-19 membuat kondisi perusahaan kurang sehat.

Pitch tengah: Manajemen berpikir keras bagaimana menjaga perusahaan agar tetap dapat beroperasi dan yang terpenting bagi kami adalah bagaimana bisa menjaga aset perusahaan yang paling penting, yaitu Anda semua, karyawan. Puji syukur sampai akhir tahun ini kita bisa lewati tanpa perlu ada pengurangan karyawan. Kami mohon maaf bila akhir-akhir ini kami selalu mengingatkan masalah efisiensi. Tapi percayalah, semua itu kami lakukan untuk Anda semua.”

Volume Suara

Volume suara adalah kekerasan suara yang dihasilkan pada saat bicara. Pada waktu bicara di depan publik, pastikan suara dapat didengar oleh semua orang yang ada di ruangan, mulai yang duduk di paling depan sampai di paling belakang. Kurangi volume suara bila jumlah publik sedikit dan ruang tidak terlalu luas. Tambah volume suara bila ruangan cukup luas dan jumlah publik cukup banyak. Namun bila ruangan sangat luas dan jumlah publik

sangat banyak, lebih baik menggunakan mikrofon dan dibantu dengan sistem penguat suara. Bila sudah menggunakan mikrofon, Anda tidak perlu berteriak karena volume suara sudah diatur melalui sistem penguat suara dan terdengar melalui penguat suara.

Slang

Dalam *public speaking*, *slang* harus dihindari. *Slang* atau *filler words* biasanya diucapkan tanpa disadari untuk mengisi kekosongan waktu sementara otak sedang berpikir 'kata apa lagi yang ingin disampaikan'. *Slang* berupa kata-kata yang tidak ada artinya, seperti 'ee', 'mmm', 'aa', 'apa namanya', 'itu', atau mengawali kalimat dengan 'OK', 'baik', atau 'nah'. Fokuslah dengan apa yang diucapkan dan ketika ingin mengeluarkan *slang*, gantilah dengan diam sejenak. Sesekali menggunakan *filler words* masih bisa diterima, tetapi terlalu banyak *filler words* akan membuat publik tidak nyaman dan mengurangi kredibilitas pembicara.

Dialek

Penggunaan dialek yang tepat sesuai bahasa yang digunakan akan terdengar profesional. Berlatihlah bicara dengan dialek yang tepat.

Postur dan Gestur

Postur dan gestur adalah sikap dan gerak-gerik tubuh. Postur dan gestur merupakan komunikasi nonverbal yang sangat penting untuk diperhatikan oleh pembicara. Postur dan gestur yang baik dapat membuat publik merasa nyaman dan dapat lebih mengerti apa yang disampaikan. Karena gestur yang tepat dapat membantu pembicara untuk memperjelas makna dari kata atau kalimat yang disampaikan. Beberapa contoh kalimat dan gestur, sebagai berikut:

- "Kondisi perusahaan jauh lebih baik, keuntungan terus meningkat" dengan gestur tangan membuat gerakan ke atas. Karena pembicara ingin menyampaikan kondisi 'lebih baik' dan 'terus meningkat', maka tangan mengarah ke atas dan tunjukkan ekspresi wajah tersenyum.
- "COVID-19 membuat kondisi perusahaan terus menurun (*tangan membuat gerakan menurun/ke bawah, ekspresi wajah kecewa*), tetapi kita harus tetap semangat (*mengepalkan tangan kanan dengan erat, posisi tangan di depan dada dan dihentakkan, ekspresi wajah tersenyum penuh harapan*)."

- “Kami memberi potongan harga sebanyak 40%” dengan gestur gerakan tangan mengangkat empat jari (menunjukkan angka empat), ekspresi wajah tersenyum.
- “Bila ada aroma yang kurang sedap seperti bau sampah, otomatis kita akan menutup hidung” dengan gestur tangan menutup hidung dan menunjukkan ekspresi seperti mencium aroma tak sedap.
- “Dia selalu berdiri sambil menahan perutnya agar terlihat lebih langsing” dengan gestur gerakan menahan perut dan tangan diletakkan di perut.
- “Rasanya tak habis pikir melihat tindakan anak muda yang marah-marah pada Pak Polisi padahal dia yang melanggar aturan lalu lintas” dengan gestur menggenggelkan kepala dan ekspresi wajah tidak paham.
- “Prihatin melihat korban bencana letusan gunung Semeru, dengan setulus hati, kami ingin berbagi.” Saat mengatakan ‘dengan setulus hati, kami ingin berbagi’, gunakan gestur tangan kanan bergerak ke dada kiri dengan sedikit menundukkan kepala dan ekspresi wajah prihatin.

Sebaliknya, postur dan gestur yang tidak baik dan tidak sopan membuat publik menjadi tidak nyaman, merasa tidak dihargai, dan malas mendengarkan. Gestur yang salah membuat publik menjadi bingung. Contoh, pembicara berkata, “Kalau ingin maju, kita harus berani melangkah. Mulailah dari satu langkah awal”, sementara gerakan kaki dan tubuh melangkah mundur. Gerakan ini tentu saja membuat publik bingung karena seharusnya pembicara membuat gestur melangkah ke depan, bukan sebaliknya. Di bawah ini adalah postur dan gestur yang baik ketika bicara di depan publik:

- Berdiri tegak, bahu rileks, menunjukkan sikap energik atau bersemangat.
- Jalan dengan langkah teratur, sesuai dengan ritme bicara.
- Duduk sopan, punggung tegak.
- Bicara dengan kontak mata, pandang seluruh publik (*light house*).
- Ekspresi wajah ramah, senyum, atau disesuaikan dengan isi pesan.
- Gerakan tangan sopan, tidak berlebihan, sesuai isi pesan, digunakan untuk mempertegas pesan.
- Bila ingin mengangkat tangan, sebaiknya posisi jari-jari tangan tidak melebihi telinga, bahkan untuk acara yang formal, tidak melebihi bahu.
- Bila perlu menulis di papan tulis atau *flipchart*, posisi badan menyamping agar tidak membelakangi publik, dan sambil menulis sesekali melihat ke publik untuk berkomunikasi.

Setelah mengetahui postur dan gestur yang baik dalam *public speaking*, mari kita perhatikan pula postur dan gestur yang buruk dan harus dihindari saat bicara di depan publik berikut ini.

- Berdiri membungkuk, bahu kaku, menunjukkan sikap malas, letih.
- Berdiri dengan postur miring (salah satu dengkul kaki ditebuk).
- Berdiri sambil menggoyang-goyangkan badan.
- Berdiri sambil menjinjitkan tumit kaki.
- Jalan diseret.
- Duduk miring, bungkuk, dan salah satu bahu turun.
- Duduk bersandar, kaki berselonjor, menggoyang-goyangkan kaki, mengangkat kaki, bertumpu kaki (meletakkan salah satu kaki di atas kaki lainnya).
- Bicara tanpa kontak mata ke publik, mata hanya melihat ke kertas yang dibaca, laptop, atau layar sambil membaca materi yang disampaikan; mata melihat ke publik tapi tatapan kosong; mata mengomunikasikan 'saya sedang menghafal atau berpikir'.
- Menunduk atau menengadahkan.
- Memegang-megang rambut, mengusap atau memegang-megang bagian wajah, membersihkan hidung, memainkan dasi atau kancing baju.
- Memasukkan tangan ke kantong baju, jas, atau celana panjang.
- Tangan bersedekap, bertolak pinggang, tangan ke belakang.
- Saat berpidato, memegang sisi podium kencang-kencang.
- Garuk-garuk.
- Menunjuk-nunjuk dengan jari telunjuk.
- Memutar-mutar *pointer* tanpa tujuan, memainkan pena.
- Membelakangi publik, misal sambil menulis di papan tulis atau *flipchart*, membaca tulisan di layar.
- Minum terus-menerus.
- Sibuk dengan telepon genggam, menerima telepon masuk atau berbicara di telepon, cek pesan yang masuk dan membalasnya.

➡➡ Virtual Public Speaking

Kemajuan teknologi membuat kita dapat melakukan *public speaking* secara virtual. Sama halnya seperti bicara secara langsung, kita harus melakukan persiapan secara baik agar *public speaking* dapat berjalan efektif.

Pastikan jaringan internet bagus dan Anda berada di ruangan atau tempat yang tenang agar dapat lebih fokus dan konsentrasi ketika berbicara dan publik tidak terganggu dengan suara-suara lainnya. Sudah siap setidaknya 30 menit sebelum acara dimulai, tes suara, tes kamera di laptop. Selain itu, Anda bisa menyapa dan berkomunikasi dengan publik yang sudah hadir lebih awal sehingga hubungan menjadi lebih dekat dengan publik. Bila ada *slide*, data, video, dan suara yang ingin ditayangkan, siapkan dan atur terlebih dulu sebelum presentasi atau bicara dimulai. Ketika kamera sudah dalam posisi menyala, pastikan:

- Penampilan Anda rapi, sama halnya seperti bicara secara langsung.
- Bahasa tubuh. Karena yang terlihat hanya setengah badan (bagian wajah dan bahu atau dada), perhatikan sikap dan postur saat duduk dan atur ekspresi wajah Anda.
- Duduk tegak dengan posisi wajah lurus dan fokus ke kamera.
- Kontak mata dengan publik dengan cara melihat ke kamera yang ada di laptop atau komputer.
- Hindari duduk dengan wajah terlalu dekat dengan kamera, karena wajah akan terlihat terlalu besar di kamera.
- Perhatikan latar belakang, pastikan layak dilihat publik, tidak ada orang lain yang mondar-mandir atau melakukan aktivitas yang dapat mengganggu konsentrasi publik, seperti mengobrol atau makan.
- Hindari tempat dengan suara berisik karena bila suara di dekat Anda akan terdengar publik, pastinya akan sangat mengganggu.
- Tidak sambil makan atau minum di depan kamera.
- Tidak makan permen atau permen karet ketika bicara.



Rangkuman

- Untuk dapat mengeluarkan suara, dibutuhkan udara melalui pernapasan. Pernapasan yang baik akan menghasilkan kualitas suara yang baik pula. Pemenggalan kata yang tidak tepat bisa membuat sebuah kalimat memiliki arti yang tidak jelas, bahkan bisa mengakibatkan salah arti. Selain itu, pernapasan yang baik juga



membuat suara napas kita tidak terdengar ketika berbicara sehingga publik lebih nyaman saat mendengarkan presentasi kita.

- Artikulasi adalah bicara dengan jelas, mengucapkan huruf dan kata dengan benar. Mulut digunakan untuk mengucapkan huruf untuk membentuk suatu kata, lebih tepatnya menggunakan bibir, lidah, dan rahang. Perhatikan baik-baik susunan huruf dan ucapkanlah dengan benar.
- Intonasi adalah irama suara saat berbicara. Bicara dengan intonasi yang baik atau tidak monoton membuat publik tidak bosan dengan apa yang disampaikan dan intonasi yang tepat membuat publik menjadi lebih mudah memahami kata serta kalimat yang disampaikan.
- Jeda adalah berhenti sesaat sebelum melanjutkan kalimat. Jeda berguna untuk memberi ruang dan kesempatan pada publik untuk mencerna apa yang baru didengarnya dan juga memberi kesempatan pada kita untuk berpikir serta merangkai kalimat berikutnya. Selain itu, jeda juga dapat digunakan sebagai pemberitahuan pada publik bahwa kita akan menyampaikan sesuatu yang penting dan perlu diperhatikan.
- Bicara terlalu lambat membuat publik mengantuk, tetapi bicara terlalu cepat akan membuat publik lelah karena harus sangat fokus. Dalam *public speaking*, kecepatan disesuaikan dengan isi pesan yang disampaikan.
- Ketepatan dalam penggunaan tinggi atau rendahnya nada suara sangat penting dalam *public speaking*. *Pitch* tinggi biasanya dipakai saat kita menyemangati publik. Terlalu lama bicara dengan nada tinggi akan membuat publik merasa tegang dan letih. Nada rendah dipakai untuk menekankan pesan penting, keseriusan dalam menyampaikan pesan, atau berita yang kurang baik, dan biasanya disampaikan dengan sedikit lambat.
- Volume suara adalah kekerasan suara yang dihasilkan pada saat bicara. Pada waktu bicara di depan publik, pastikan suara dapat didengar oleh semua orang yang ada di ruangan, mulai yang duduk di paling depan sampai di paling belakang. Sesuaikan volume suara Anda dengan situasi.



- *Slang* atau *filler words* biasanya diucapkan tanpa disadari untuk mengisi kekosongan waktu sementara otak sedang berpikir 'kata apa lagi yang ingin disampaikan'. *Slang* berupa kata-kata yang tidak ada artinya. Sesekali menggunakan *filler words* masih bisa diterima, tetapi terlalu banyak *filler words* akan membuat publik tidak nyaman dan mengurangi kredibilitas pembicara. Penggunaan dialek yang tepat sesuai bahasa yang digunakan akan terdengar profesional.
- Postur dan gestur yang baik dapat membuat publik merasa nyaman dan dapat lebih mengerti apa yang disampaikan. Karena gestur yang tepat dapat membantu pembicara untuk memperjelas makna dari kata atau kalimat yang disampaikan. Sebaliknya, postur dan gestur yang tidak baik dan tidak sopan membuat publik menjadi tidak nyaman, merasa tidak dihargai, dan malas mendengarkan. Gestur yang salah pun dapat membuat publik menjadi bingung.
- Kemajuan teknologi membuat kita dapat melakukan *public speaking* secara virtual. Sama halnya seperti bicara secara langsung, kita harus melakukan persiapan secara baik agar *public speaking* dapat berjalan efektif.

Pertanyaan Penguji Pemahaman

1. Bicara di depan publik harus memperhatikan cara penyampaian, yaitu suara. Jelaskan bagaimana cara bicara yang baik di depan publik?
2. Sebutkan bahasa tubuh yang sopan dan yang sebaiknya dihindari saat bicara di depan publik?
3. Bila Anda ingin berbicara di depan publik secara virtual, hal apa saja yang harus diperhatikan agar presentasi efektif?

Latihan

Buat kelompok beranggotakan 5 (lima) orang. Berlatihlah bicara di depan publik. Buatlah materi dan *slide* presentasi dari Latihan Bab 11 dan 12. Kemudian, praktikkan sesuai dengan apa yang telah Anda pelajari di Bab 13. Berlatih bicara di depan teman kelompok, setelah itu minta masukan dari teman-teman Anda. Lakukan secara bergantian.

Istilah Penting

<i>clicker</i>	<i>pitch</i>	<i>vocal</i>
<i>filler words</i>	<i>pointer</i>	<i>virtual public speaking</i>
<i>flipchart</i>	<i>public speaking</i>	volume
<i>light house</i>		

Referensi Lanjutan

- Dharmawan, Yohana Purnama. Hendriyani. 2014. *Public Speaking Edisi ke-2*. Jakarta: Penerbit Universitas Terbuka. h. 6.9—6.20, 8.44—8.58, 9.2—9.66.
- Ewing, Ian. 1994. *The Best Presentation Skills*. Singapura: Ewing Communications Pte., Ltd. p. 216.
- Gallo, Carmine. 2015. *Talk Like TED—The 9 Public Speaking Secrets of The World's Top Minds*. London: Pan Books. p. 8—10, 113, 184, 199—200.
- Lucas, S. E. 2004. *The Art of Public Speaking 8th Edition*. New York: McGraw Hill Companies, Inc. p. 203.
- Post, Peter. Anna Post. Lizzie Post. Daniel Post Senning. 2014. *The Etiquette Advantage in Business—Personal skills for Professional Success 3rd Edition*. New York: HarperCollins Publisher. p. 45—66.
- Purwanto, Djoko. 2019. *Komunikasi Bisnis Edisi ke-5*. Jakarta: Penerbit Erlangga. h. 24—26, 40—53.

Indeks

A

alat bantu visual 181
artikulasi 12, 191

B

bagian pembuka 64

C

cara bicara 12, 189
chronological resume 126
clicker 165
cognitive backlog 172
curriculum vitae 117

D

decoding 4
dialek 15, 195

E

ekspresi wajah 9
emotikon 45
encoding 4
etiket 44

F

filler words 15, 195
functional resume 126

G

gerakan tangan 11
gestur 10, 195

I

ice breaking 180
intonasi 13, 192
isi surat 67

J

jeda 13, 193

K

kartu bisnis 48
kepala surat (kop surat) 64
kesan pertama yang positif dan profesional 47
keterampilan 123
komunikasi 3
komunikasi antarpribadi 29
komunikasi bisnis 32
komunikasi diagonal 40
komunikasi horizontal 40
komunikasi nonverbal 8, 135
komunikasi verbal 5
komunikator 3
kontak mata 10

M

media elektronik 82
media konvensional 81
memo (memorandum) 72
mendengarkan 20
mendengarkan dengan empati 20
mendengarkan dengan kritis 20
mendengarkan isi 20
mengantisipasi pembaca 80
mengorganisasikan pesan 82
motivasi 31

P

paragraf pembuka 66
paragraf penutup 67
penampilan 11
pendekatan langsung 82
pendekatan tidak langsung 82
personal grooming 167
pesan formal 29

pesan negatif 89
pesan positif 89
pesan rutin 89
pesan tidak formal 29
pitch 194
pointer 165
pola komunikasi dari atas ke bawah 39
pola komunikasi dari bawah ke atas 39
postur 10, 195
proses komunikasi 3
public speaking 157

R

resume 118
ritme 194

S

slang 15, 195
surat bisnis 61
surat lamaran kerja 100

T

tinggi nada suara 14
tujuan primer 78
tujuan sekunder 78

V

volume suara 15, 194

W

wawancara kerja 135

