



Universitas
Esa Unggul

MODUL:

**MANAJEMEN SDM INTERNASIONAL
(EBM 908)**

MODUL: SESI 6

**TAYLORISM & FORDISM
SEBAGAI
PROBLEM DAN SOLUSI**

Universitas
Universitas
Esa Unggul
Esa Unggul

DISUSUN OLEH

Ikramina Larasati Hazrati Havidz, S.H., MBA., Ph.D

**UNIVERSITAS ESA UNGGUL
SEPTEMBER 2020**

SUB TOPIK: a) Komunikasi, Komunikasi Langsung & Tak Langsung

b) Reformasi Komunikasi

c) Organisasi Kerja Komparatif Lintas-Negara

A. Deskripsi

Mengembangkan ketrampilan mengelola sumberdaya manusia pada tataran Global atau Internasional, yang merupakan kebutuhan harus dimiliki oleh mahasiswa sebagai bekal agar dapat terlibat pada proses pengelolaan sumberdaya manusia di dunia kerja, terutama dalam konteks Global. Untuk itu diperlukan pemahaman yang sangat baik tentang pengertian, karakteristik, proses, maupun identifikasi masalah-masalah dan menemukan solusi atas masalah MSDM Internasional.

B. Kemampuan Akhir Yang Diharapkan

Setelah mempelajari modul ini, diharapkan mahasiswa mampu :

1. Menjelaskan Organisasi kerja
2. Mengidentifikasi Kehidupan Organisasi & Komunikasi

C. Isi Modul Pembelajaran

a) Komunikasi, Komunikasi Langsung & Tak Langsung

1. Introduction

Tujuan utama manajemen seharusnya untuk menjamin kemakmuran maksimal bagi pemberi kerja, ditambah dengan kemakmuran sebesar-besarnya masing-masing mempekerjakan. Kata "kemakmuran yang maksimum" pengertiannya tidak hanya berarti dividen yang besar untuk perusahaan atau pemilik, tetapi pengembangan setiap cabang bisnis ke kondisi tertingginya keunggulan, sehingga kemakmuran/kesejahteraan diharapkan bisa permanen.

Yang juga dimaksudkan kemakmuran untuk setiap pekerja tidak hanya berarti upah yang lebih tinggi daripada yang biasanya dapat diterima oleh seorang karyawan sekelasnya, tetapi, yang lebih penting lagi, itu juga berarti pengembangan setiap orang ke tingkat efisiensi maksimumnya, sehingga ia dapat melakukan, secara umum, nilai tertinggi dari pekerjaan yang sesuai dengan kemampuan alaminya, dan selanjutnya berarti memberinya, jika memungkinkan, kelas pekerjaan yang sesuai yang harus dilakukannya.

Di seluruh dunia industry-dunia bisnis, sebagian besar organisasi pengusaha mempekerjakan, adalah untuk mungkin mayoritas di kedua sisi tidak percaya bahwa mungkin untuk mengatur timbal balik hubungan mereka yang kepentingan menjadi identik. Mayoritas tenaga kerja percaya bahwa fundamental kepentingan penerima kerja dan pemberi kerja tentu antagonis, berada pada sisi yang berbeda. Manajemen ilmiah, pada sebaliknya, pada dasarnya adalah kokoh keyakinan bahwa kepentingan sebenarnya dari keduanya adalah satu dan sama; kemakmuran itu bagi majikan tidak bisa ada dalam jangka waktu bertahun-tahun kecuali jika itu disertai dengan kemakmuran bagi karyawan, dan sebaliknya; dan bahwa mungkin untuk memberikan pekerja apa yang paling dia inginkan adalah gaji tinggi dan apa yang diinginkan owner adalah biaya tenaga kerja rendah atau paling tidak standar peraturan pemerintah Negara yang bersangkutan, untuk perusahaannya. Diharapkan, beberapa setidaknya dari mereka yang tidak bersimpati dengan masing-masing objek ini dapat untuk mengubah cara pandang mereka, bahwa beberapa owner, dapat melihat kebijakan yang lebih liberal terhadap anak buahnya membayar mereka dengan lebih baik, dan dari para pekerja itu yang menyesali keuntungan yang adil dan bahkan keuntungan yang besar bagi mereka, pekerja. Dalam hal yang lebih rumit yang di maksud kemakmuran (properity), juga harus sangat jelas bahwa kemakmuran permanen terbesar bagi pekerja, ditambah dengan kemakmuran terbesar bagi owners, dapat dihasilkan hanya jika pembentukan pekerjaan pekerja dilakukan dengan gabungan terkecil pengeluaran tenaga manusia, ditambah sumber daya alam, ditambah biaya penggunaan modal dalam bentuk mesin, gedung, dll.

In a word, that maximum prosperity can exist only as the result of maximum productivity -- Singkatnya, yang dimaksudkan dengan kemakmuran (properity) maksimum hanya bisa ada sebagai hasil produktivitas yang maksimal. Ilustrasi akan diberikan dari beberapa perusahaan yang menghasilkan dividen besar dan pada saat yang sama waktu membayar dari 30 persen, hingga 100 persen, upah yang lebih tinggi untuk employee mereka daripada yang dibayar serupa employee di sekitar mereka, dan dengan siapa owner mereka dalam persaingan. Ilustrasi ini mencakup berbagai jenis pekerjaan, dari pekerja paling dasar sampai pekerjaan yang paling rumit.

When the same workman returns to work on the following day, instead of using every effort to turn out the largest possible amount of work, in a majority of the cases this man deliberately plans to do as little as he safely can to turn out far less work than he is well able to do in many instances to do not more than one-third to one-half of a proper day's work. And in fact if he were to do his best to turn out his largest possible day's work, he would be abused by his fellow-workers for so doing, even more than if he had proved himself a "quitter" in sport.. Saat pekerja (yang sama) kembali mengerjakan keesokan harinya, alih-alih menggunakan segala upaya untuk menghasilkan sebanyak mungkin jumlah pekerjaannya, secara mayoritas dari kasus-kasus seperti ini, pekerja ini sengaja/berencana untuk melakukannya sesedikit daripada yang dia bisa/mampu dilakukannya dalam banyak hal yang dengan maksud agar aman. Dan sebenarnya jika dia tetap lakukan yang terbaik untuk menghasilkan pekerjaan terbesarnya sepanjang hari, apa yang dia lakukan akan disalahgunakan oleh rekan-rekan kerjanya (karena dia bisa mengerjakannya lebih baik dan banyak dari rekan-rekannya sehingga akan menimbulkan rasa tidak senang dari sesama pekerja.

Menghilangkan kerja lambat dan "pekerja" dalam segala bentuknya dengan demikian mengatur hubungan antara pemberi kerja dan karyawan sehingga setiap pekerja dan owner sama-sama memperoleh keuntungan terbaiknya, dan dengan kecepatan terbaiknya, disertai dengan kerjasama yang baik dengan manajemen dan bantuan yang pantas untuk pekerja dari pihak

manajemen, hal itu akan menghasilkan rata-rata hampir dua kali lipat output dari setiap orang. Upaya perubahan lain, yang sedang dibahas oleh kedua negara, dapat berbuat sebanyak mungkin untuk mempromosikan kemakmuran, menuju pengentasan kemiskinan.

✓ TAYLORISM & FORDISM

✓ What is Taylorism?

Taylorisme berasal dari nama ayah dari Administrasi Ilmiah, insinyur dan juga ekonom *Frederick W. Taylor* (1856 - 1915). Untuk memperkenalkan penggunaan metode ilmiah Cartesian dalam administrasi bisnis. Studinya berusaha untuk mencapai efisiensi dan efektivitas proses industri.

Pengendalian yang fleksibel dan mekanis sangat diharapkan meningkatkan output industri. Tetapi di sisi lain, hal tersebut menimbulkan banyak PHK dan ketidakpuasan di pihak pekerja yang berprasangka buruk (merasa) terhadap penerapan metodologi baru. Taylor percaya bahwa memberikan instruksi sistematis kepada pekerja akan meningkatkan produksi dan kualitas produk dan layanan, dia juga percaya bahwa pekerjaan apa pun membutuhkan studi pendahuluan yang menentukan metodologinya sendiri, yang mampu menghasilkan pengembangan dan pelatihan maksimum bagi karyawan. Taylor menganjurkan pembagian modal dan tenaga kerja dalam mengejar biaya yang lebih rendah, upah yang lebih tinggi, dapat peningkatan produktivitas.

Melalui pengendalian kegiatan dan norma prosedural, Taylor menilai bahwa pekerjaan yang harus dilaksanakan sesuai dengan urutan dan waktu yang telah diprogramkan sebelumnya. Bagi Taylor, pejabat yang baik adalah orang yang tidak membantah perintah dan melakukan apa yang diperintahkan, tanpa mempertanyakan dan tanpa memaksakan dirinya. Sederhananya, rencana manajemen dan pekerja melakukan tugas-tugas yang ditentukan. Ide Taylor menginspirasi model produksi industri yang akan merevolusi industri di abad ke-20.

✓ **What is Fordism?**

Fordisme adalah metodologi ilmiah yang diidealkan oleh pengusaha **Henry Ford** (1863 hingga 1947), yang ditandai dengan produksi massal yang merevolusi industri otomotif pada tahun 1914, ketika jalur perakitan otomatis pertama dibuat. Ford telah menciptakan pasar massal untuk mobil. Kendaraan tersebut dipasang di atas treadmill yang dipindahkan saat karyawan berdiri diam menunggu kendaraan mendekat untuk melakukan produksi langkah demi langkah berikutnya.

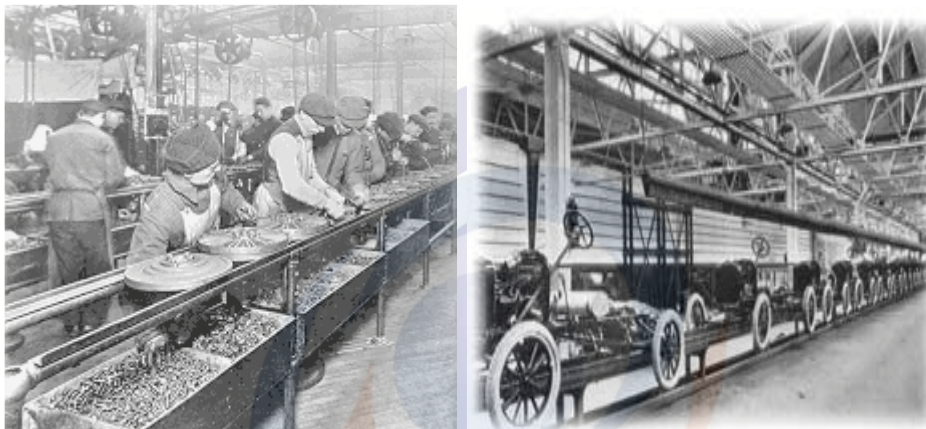


Fig. *Ford pioneered the modern model of mass production.*

Dan itu hampir tidak membutuhkan kualifikasi pekerja. Karakteristik lain dari metodologi Ford adalah bahwa pekerjaan dikirim langsung ke pekerja, dan tidak diperlukan gerakan yang tidak berguna. Tetapi Fordisme hanya memperoleh momentum bahkan pada tahun 1950 dan 1960, tetapi pada tahun 1970 metodologi menurun karena General Motors, yang melenturkan model produksi dan manajemennya, meluncurkan beberapa model kendaraan dan mengadopsi model manajemen profesional dan melampaui Ford (pembuat mobil terbesar di dunia).

Fordisme adalah dasar dari sistem ekonomi dan sosial modern dalam produksi massal industri dan standar dan konsumsi massal. Konsep tersebut dinamai Henry Ford. Ini menggambarkan ideologi kapitalisme maju yang berpusat di sekitar sistem sosial ekonomi Amerika yang ada dalam ledakan ekonomi pasca perang.

Masih dalam dekade 1970, setelah guncangan minyak (the oil shock) dan masuknya pesaing Jepang ke pasar mobil, Fordisme kehilangan kekuatannya dan secara bertahap digantikan oleh sistem produksi Toyota. Berkat Taylorism-

Fordism, mobil menjadi produk konsumen massal, menjadi populer, dan karena gaji tinggi dan kemudahan kredit yang terjangkau oleh kelas menengah, banyak orang dapat membeli kendaraan mereka sendiri, model T yang terkenal, diluncurkan pada tahun 1908 oleh Ford Motor Company.

- **Kesamaan**
 - Maksimalisasi produksi dan peningkatan keuntungan;
 - Meminimalkan ruang, waktu dan biaya produksi;
 - Pemanfaatan penuh para pekerja, menganggap manusia sebagai mesin yang harus bekerja secara bergantian.
- **Perbedaannya**

Pendukung Fordisme:

 - Semakin tinggi upah pekerja, semakin tinggi tingkat produksinya;
 - Pembagian kerja dan spesialisasi pekerja;
 - Produksi massal, yaitu menghasilkan lebih banyak dengan biaya serendah mungkin;
 - Studi tentang waktu kerja dan pergerakan pekerja
 - Desain posisi dan hierarki serta fragmentasi tugas

Komunikasi merupakan salah satu fungsi dasar manajemen pada setiap organisasi. Komunikasi adalah proses transmisi informasi, ide, pemikiran, pendapat, dan rencana antara berbagai bagian dari organisasi. Bagus dan efektif Komunikasi dibutuhkan tidak hanya untuk hubungan antar manusia yang baik tetapi juga untuk kebaikan dan kesuksesan bisnis. Komunikasi informasi dan keputusan yang efektif merupakan komponen penting untuk hubungan antara manajemen dan karyawan. Komunikasi juga merupakan alat dasar motivasi yang dapat meningkatkan semangat kerja karyawan disebuah organisasi. Komunikasi yang tidak tepat atau salah di antara karyawan atau antara manajer dan bawahannya adalah penyebab utama konflik dan semangat kerja yang rendah.

Dengan komunikasi yang efektif, Anda dapat memelihara hubungan antarmanusia yang baik dalam organisasi dan dengan mendorong ide atau saran dari karyawan atau pekerja dan menerapkannya bila memungkinkan, Anda juga dapat meningkatkan produksi dengan biaya rendah. Komunikasi dapat dilakukan melalui lisan atau tulisan. Dalam komunikasi lisan, pendengar bisa melakukan keluar apa yang pembicara coba katakan, tetapi dalam komunikasi tertulis, materi teks dalam pesan adalah sebuah refleksi dari pemikiran Anda. Jadi, komunikasi

atau pesan tertulis harus jelas, terarah dan ringkas dengan kata-kata yang benar, untuk menghindari salah tafsir pesan Anda. Komunikasi tertulis memberikan catatan permanen untuk digunakan di masa mendatang dan juga memberikan kesempatan kepada karyawan untuk menyarankan komentar mereka secara tertulis. Jadi, komunikasi yang efektif sangat penting untuk keberhasilan kerja sebuah organisasi. Karenanya diharapkan dapat bermanfaat bagi seluruh mahasiswa manajemen dalam mengembangkan kemampuan komunikasi efektif.

ROLE OF COMMUNICATION IN BUSINESS.

Istilah komunikasi bisnis digunakan untuk semua pesan yang dikirim dan diterima untuk tujuan resmi seperti menjalankan bisnis, mengelola organisasi (bisnis), melakukan urusan formal secara sukarela organisasi dan sebagainya. Komunikasi bisnis ditandai dengan formalitas yang bertentangan/berlawanan dengan komunikasi pribadi, dan komunikasi sosial. Keberhasilan bisnis apa-pun kegiatannya, sebagian besar bergantung pada komunikasi yang efisien dan efektif. Itu terjadi di antara badan usaha, di pasar dan pasar (market), di dalam organisasi dan di antara berbagai kelompok karyawan, pemilik dan karyawan, pembeli dan penjual, penyedia layanan dan pelanggan, staf penjualan dan prospek dan juga antara orang-orang di dalam organisasi, juga kepada pers (tele-konferen), Semua komunikasi semacam itu memengaruhi pertumbuhan bisnis yang dijalankan. Jika dilakukan dengan hati-hati, komunikasi seperti itu dapat berkembang untuk kepentingan bisnis. Jika tidak, itu akan menggambarkan organisasi dalam cara yang buruk dan dapat berdampak negatif kepentingan bisnis. Ketika orang-orang dalam organisasi berkomunikasi satu sama lain, itu adalah komunikasi internal. Mereka melakukannya untuk bekerja sebagai tim dan mewujudkan tujuan bersama. Itu bisa resmi atau tidak resmi.

Komunikasi internal meliputi komunikasi tatap muka dan tertulis. Memo, laporan, kantor ketertiban, sirkuler, fax, konferensi video, rapat dll adalah contoh komunikasi internal. Ketika orang-orang dalam organisasi berkomunikasi dengan siapa pun di luar organisasi, itu disebut komunikasi eksternal. Orang-orang ini

mungkin klien atau pelanggan, dealer atau distributor, media, pemerintah, masyarakat umum, dll. adalah contoh komunikasi eksternal.

- Communication is the life blood of the business. No business can develop in the absence of effective communication system.
- Communication is the mortar that holds an organization together, whatever its business or its size.
- When people within the organization communicate with each other, it is internal communication and when people in the organization communicate with anyone outside the organization it is called external communication.
- Ability to work well in teams, to manage your subordinates and your relationship with seniors, customers and colleagues depends on your communication skill.

Komunikasi menurut ahli.

- ✓ According to Keith Davis, *'The process of passing the information and understanding from one person to another. It is essentially a bridge of meaning between the people. By using the bridge a person can safely across the river of misunderstanding'*. Proses penyampaian informasi dan pemahaman dari satu orang ke orang lain. Hal ini pada dasarnya merupakan jembatan makna antar orang-orang. Dengan menggunakan jembatan (komunikasi) tersebut seseorang dapat dengan aman menyeberangi sungai kesalahpahaman'.
- ✓ According Peter Little *defines communication as, 'Communication is the process by which information is transmitted between individuals and/or organizations so that an understanding response result'*. Peter Little mendefinisikan komunikasi sebagai, 'Komunikasi adalah proses di mana informasi ditransmisikan antara individu dan / atau organisasi sehingga mendapatkan hasil tanggapan dan pemahaman'.
- ✓ According Newman and Summer Jr. state that, *'Communication is an exchange of facts, ideas, opinions or emotions by two or more persons'*. Newman and Summer Jr mendefinisikan bahwa 'Komunikasi adalah pertukaran fakta, ide, pendapat atau emosi oleh dua orang atau lebih'.

- ✓ Louis A. Allen defines, 'Communication is the sum total of all the things that a person does, when he wants to create an understanding in the mind of another. It involves a systematic and continuous process of telling, listening and understanding'. Louis A. Allen mendefinisikan, 'Komunikasi adalah jumlah keseluruhan dari semua hal yang dilakukan oleh seseorang, ketika dia ingin menciptakan pemahaman di benak orang lain. Ini melibatkan proses yang sistematis dan kontinu untuk menceritakan, mendengarkan dan memahami'.

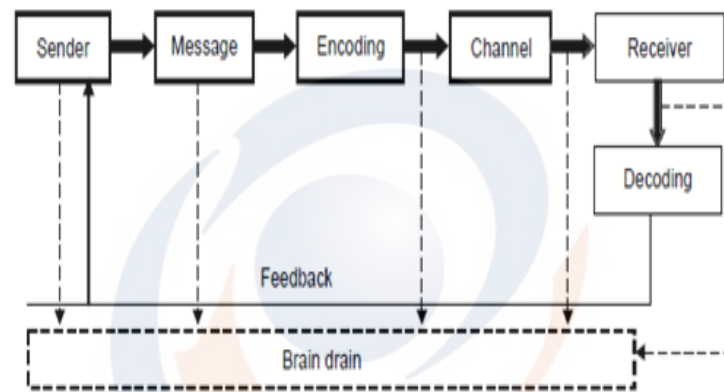


Fig. 1.2: The Communication Process

Purpose Of Communication.

- ✓ **Untuk Instruksi.** *Fungsi instruktif* tidak berubah dan yang terpenting berhubungan dengan sifat memerintah. Ini lebih atau kurang bersifat direktif. Di bawah ini, komunikator mentransmisikan dengan arahan dan panduan yang diperlukan ke tingkat berikutnya, sehingga memungkinkan mereka untuk melakukannya menyelesaikan tugas khususnya. Dalam hal ini, *instruksi pada dasarnya mengalir dari atas ke bawah tingkat.*
- ✓ **Untuk Integrasi.** Ini adalah *fungsi terkonsolidasi* di mana integrasi kegiatan berada diusahakan. Fungsi integrasi komunikasi terutama melibatkan untuk mewujudkan hubungan antar berbagai fungsi organisasi bisnis. Ini membantu dalam penyatuan fungsi manajemen yang berbeda.

- ✓ **Untuk Informasi.** Tujuan atau fungsi komunikasi dalam suatu organisasi adalah untuk *memberi tahu* individu atau kelompok tentang tugas tertentu atau kebijakan dan prosedur perusahaan.dll. Manajemen puncak menginformasikan kebijakan ke tingkat bawah sampai tingkat menengah. Gantinya, tingkat yang lebih rendah menginformasikan tingkat atas reaksi melalui tingkat menengah. Informasi bisa mengalir secara vertikal, horizontal dan diagonal di seluruh organisasi. Menjadi informasi atau menginformasikan orang lain adalah tujuan utama komunikasi.
- ✓ **Untuk Evaluasi. Pemeriksaan kegiatan** untuk membentuk ide atau penilaian tentang nilai tugas dicapai melalui komunikasi. Komunikasi adalah alat untuk menilai individu atau tim, kontribusinya bagi organisasi. Mengevaluasi masukan seseorang atau masukan orang lain keluaran/output, atau skema ideologis menuntut komunikasi yang memadai dan proses efektif.
- ✓ **Untuk Arahan.** Komunikasi diperlukan untuk **memberikan arahan** oleh top manajemen atau manajer ke tingkat yang lebih rendah. Karyawan dapat bekerja lebih baik jika dia diarahkan oleh seniornya. Mengarahkan orang lain dapat dikomunikasikan secara lisan atau tertulis. Perintah mungkin pesanan umum, pesanan permintaan atau pesanan tersirat.
- ✓ **Untuk mengajar.** Pentingnya keselamatan pribadi di tempat kerja telah sangat diakui sebagai sebuah proses komunikasi lengkap diperlukan untuk mengajar dan mendidik pekerja tentang keamanan pribadi di tempat kerja. Komunikasi ini membantu pekerja untuk mencegah kecelakaan, resiko dll.
- ✓ **Untuk Mempengaruhi.** Diperlukan proses komunikasi yang lengkap dalam **mempengaruhi orang lain atau dipengaruhi**. Individu yang memiliki potensi untuk mempengaruhi orang lain dapat dengan mudah membujuk orang lain. Ini menyiratkan pemberian umpan balik yang menceritakan efek komunikasi.
- ✓ **Untuk membangun citra.** Sebuah perusahaan bisnis tidak dapat mengisolasi dari masyarakat lainnya. Ada keterkaitan dan salingtergantungan antara masyarakat dan perusahaan yang beroperasi. Niat baik dan kepercayaan harus diciptakan di antara perusahaan dengan publik. Hal itu dapat dilakukan dengan komunikasi dengan berbagai media yang harus memproyeksikan **citra perusahaan** di masyarakat. Melalui sistem komunikasi eksternal yang efektif, perusahaan

memiliki untuk menginformasikan kepada masyarakat tentang tujuan, kegiatan, kemajuan dan tanggung jawab sosialnya.

- ✓ **Other/Lainnya.** Pengambilan keputusan yang efektif dimungkinkan bila diperlukan, dan informasi yang memadai dipasok ke pembuat keputusan komunikasi yang efektif dapat membantu proses pengambilan keputusan. Secara umum, setiap orang dalam organisasi harus menyediakan informasi yang diperlukan sehingga memungkinkan untuk dilaksanakan dan melaksanakannya tugas-tugas itu secara efektif dan efisien.

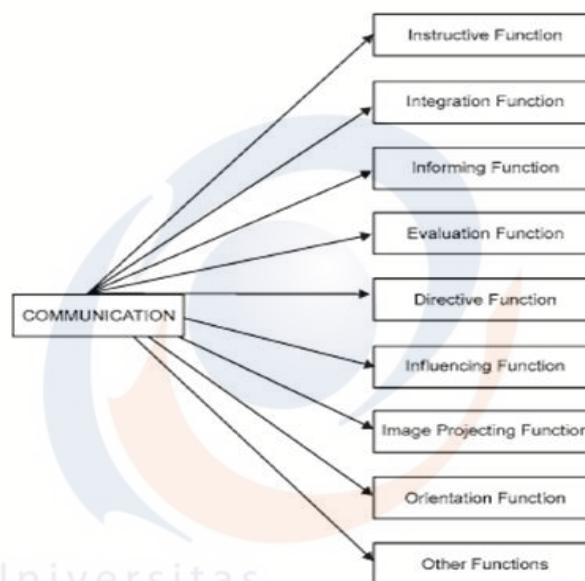


Fig. 1.1: Purpose of Communication

b) Reformasi Komunikasi

- Komunikasi dibagi menjadi komunikasi eksternal dan internal.
Komunikasi eksternal adalah komunikasi yang terjadi di luar organisasi seperti komunikasi dengan orang lain perusahaan, dengan pemerintah, masyarakat umum dll.
- Komunikasi internal adalah yang ada di dalam organisasi. Komunikasi internal dibagi lagi menjadi dua bagian, formal atau resmi dan informal.
 - Formal: Komunikasi formal mengalir sepanjang saluran yang ditentukan oleh semua anggota keinginan untuk berkomunikasi satu sama lain wajib diikuti.

- Informal: Seiring dengan saluran komunikasi formal yang dimiliki setiap organisasi saluran komunikasi yang sama efektifnya itulah yang sering disebut saluran informal selentingan, karena berjalan ke segala arah -- *Horizontal, Vertikal, Diagonal.*

✚ **Downward communication** (Komunikasi ke bawah)

Disebut komunikasi ke bawah ketika komunikasi mengalir dari tingkat yang lebih tinggi ke tingkat yang lebih rendah. Yang termasuk dalam komunikasi ke bawah Perintah, instruksi individu, pernyataan kebijakan, surat edaran, dll.

❖ *Manfaat,*

1. Membantu menjelaskan kepada bawahan tentang rencana organisasi, kebijakan program dan prosedur, metodologi kerja, dll. informasi yang diperlukan untuk melakukan pekerjaan itu.
2. Membantu menyampaikan kepada bawahan tentang harapan manajemen dari mereka.
3. Bertindak sebagai sarana untuk mengontrol aktivitas bawahan dengan umpan balik aktif.
4. Memberikan motivasi kepada bawahan.

❖ *Masalah*

1. Terkadang pesan dapat terdistorsi dalam transmisi dari satu tingkat ke tingkat lain.
2. Jika otoritas tertentu tidak hadir pada saat menyampaikan informasi yang mungkin ditimbulkannya keterlambatan pengiriman pesan.
3. Terkadang ketika beban kerja tidak merata di antara para karyawan, hal tersebut menciptakan beban berlebih atau membongkar pekerjaan yang menyebabkan ketidakpuasan di antara karyawan.

✚ **Upward communication** (Komunikasi ke atas)

Komunikasi inilah yang mengalirkan pesan dari bawahan ke atasan. Ini kebalikan dari Komunikasi ke bawah atau komunikasi mengalir dari tingkat bawah ke tingkat atas.

❖ *Manfaat*

1. Memberikan umpan balik kepada atasan.

2. Pengenalan skema baru tanpa oposisi yang berlebihan dari karyawan.
3. Membantu dalam mempromosikan harmoni antara manajemen dan karyawan.
4. Masalah dan keluhan diperbaiki.

❖ **Masalah**

1. Karyawan takut kritik mereka dapat diartikan sebagai tanda kelemahan pribadi mereka.
2. Atasan yang dilewati merasa disepelkan/terhina yang menimbulkan perbedaan hubungan antar atasan dan karyawan.
3. Kemungkinan besar terjadi distorsi pesan.

How to make effective (Bagaimana membuatnya efektif)

1. Atasan harus berinisiatif untuk dekat dengan bawahannya.
2. Menjaga jalur komunikasi sesingkat mungkin.
3. Mengatasi keluhan karyawan secara tepat waktu.

✚ **Horizontal/Lateral communication** (Komunikasi horizontal / lateral)

Komunikasi ini mengalir di antara orang-orang pada tingkat hierarki yang sama, baik dari orang yang sama maupun yang lain departemen atau divisi organisasi.

❖ **Manfaat**

1. Ini mengembangkan rasa saling percaya dan kepercayaan di antara karyawan pada level yang sama yang membantu mempertahankan atau mempromosikan pemahaman antara pemegang posisi serupa dari departemen yang berbeda.
2. Jika karyawan pada posisi yang sama saling berkomunikasi untuk tugas yang diberikan, hal itu akan menciptakan atau mengembangkan perasaan koordinasi di antara berbagai departemen.

❖ **Masalah**

1. Terkadang menimbulkan persaingan antar karyawan dari berbagai departemen.
2. Kedekatan seseorang menunjukkan rasa suka dan tidak suka seorang karyawan terhadap orang lain termasuk dalam rasa hormat. Seperti di organisasi mana pun, departemen SDM dan departemen Pemasaran dekat satu sama lain kemudian departemen Manufaktur. Jadi ada kedekatan antara HR dan departemen Pemasaran dan mereka menyukai satu sama lain dibandingkan dengan departemen Manufaktur.

3. Bias menunjukkan rasa suka dan tidak suka pada seorang karyawan karena alasan agama, kasta, latar belakang keluarga, kepribadian dll.

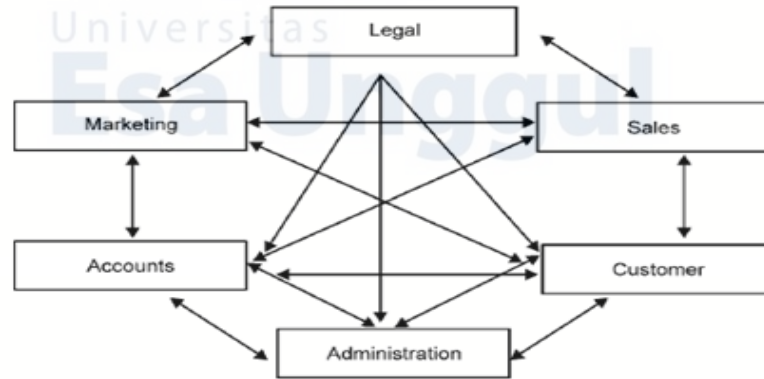


Fig. 2.2: Horizontal/Lateral Communication

✚ **Consensus** (Konsensus)

Ketika sejumlah orang terlepas dari status mereka, duduk dan berunding satu sama lain untuk sampai pada keputusan yang dapat diterima semua pihak, hal tersebut disebut konsensus. Format komunikasi ini telah ditentukan sebelumnya dan tidak bisa diubah.

❖ Konsensus melibatkan konsultasi

1. Kepala eksekutif membahas masalah dan menganalisisnya untuk memahami.
2. Kumpulkan fakta dan informasi tambahan.
3. Cobalah mencari berbagai cara untuk mengatasinya.
4. Menemukan alternatif.
5. Dia menghubungi anggota secara individu atau mengundang mereka ke pertemuan.
6. Masalah dijabarkan kepada anggota.
7. Mendengarkan dengan cermat pandangan semua anggota.
8. Sampai pada solusi.

❖ *Advantages*

1. Keputusan diambil setelah berkonsultasi di antara berbagai anggota; mereka merasa mudah untuk menerimanya mereka.

2. Mempromosikan keharmonisan di antara anggota kelompok. Jika ada konflik dan perpecahan keluar antar anggota akan mencari tahu dengan hati-hati dan mencoba menyelesaikannya.

❖ *Disadvantages*

1. Anggota dipaksa untuk berlangganan tampilan yang tidak dia miliki.
2. Kadang-kadang dapat memproyeksikan citra manajemen yang salah karena anggota berpikir demikian manajemen mungkin tidak dapat menangani masalah mereka secara efisien.

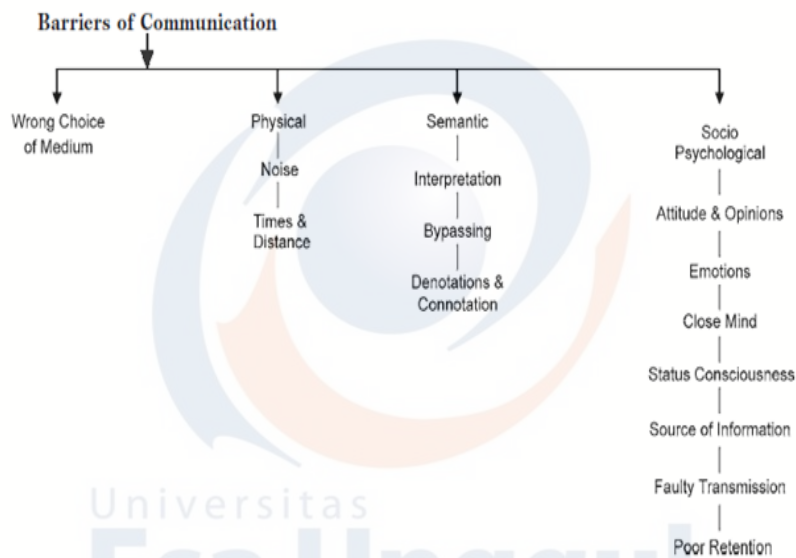


Fig. 2.4: Barriers of Communication

Principles Of Effective Communication In Organisation (PRINSIP KOMUNIKASI YANG EFEKTIF)

Sangat sulit untuk menyarankan daftar lengkap dari ciri-ciri vital sistem komunikasi. Hal itu akan tergantung pada kebutuhan spesifik ketika situasi tertentu sedang terjadi. Pedoman atau beberapa asas-asas berikut dapat diikuti untuk mencapai komunikasi yang efektif:

1. **Kejelasan pesan yang disampaikan.** Prinsip dasar dalam komunikasi adalah kejelasan. Pesannya haruslah sejelas mungkin. Tidak ada ketidakjelasan

yang harus merayap ke dalamnya. Pesannya bisa tersampaikan dengan benar hanya jika dirumuskan dengan jelas dalam pikiran pengirim dan penerima.

2. **Kecepatan pesan yang disampaikan.** Sistem komunikasi yang baik harus memastikan pengiriman pesan yang cepat. Waktu yang dibutuhkan untuk mengirimkan pesan ke tujuannya dan kecepatan komunikasinya sistem harus dipertimbangkan atas dasar urgensi penyampaian pesan. Jika pesan tidak terkirim pada saat itu menimbulkan masalah bagi organisasi.
3. **Proses dua arah.** Komunikasi adalah proses dua arah yang memberikan umpan balik kepada pengirim dari penerima. Umpan balik mengacu pada transmisi informasi tentang efek dari setiap tindakan komunikasi.
4. **Keandalan.** Komunikasi dimulai atas dasar keyakinan. Suasana ini dibangun oleh kinerja di pihak ahli. Penerima harus mempercayai pengirimnya. Dia kompetensi sumber pada subjek tersebut harus dijunjung tinggi.
5. **Kelengkapan.** Setiap Komunikasi harus lengkap dan memadai. Pesan yang tidak lengkap dapat menimbulkan kesalahpahaman, membuat penerima pesan menebak-nebak dan karenanya menunda tindakan.
6. **Isi.** Pesan harus bermakna bagi penerima, dan harus kompatibel dengan sistem nilainya. Itu pasti memiliki arti penting baginya. Secara umum, orang memilih item tersebut atau informasi yang menjanjikan mereka penghargaan terbesar. Isinya menentukan respon penonton.
7. **Akurasi.** Media komunikasi harus memastikan keakuratan dalam transmisi pesan. Media apa pun yang dipilih oleh pengirim harus akurat untuk hal itu jenis informasi yang ingin mereka kirimkan.
8. **Kemampuan.** Komunikasi harus memperhatikan kemampuan audiens. Komunikasi paling efektif ketika mereka membutuhkan sedikit usaha dari pihak penerima. Ini termasuk faktor-faktor seperti kemampuan membaca dan pengetahuan penerima.
9. **Ekonomi.** Sistem komunikasi harus seefisien mungkin. Tapi efisiensi sistem tidak boleh dikorbankan untuk mencapai peningkatan sisi ekonomi.
10. **Kerahasiaan.** Sistem komunikasi harus menjamin kerahasiaannya dan tidak boleh ada kebocoran informasi. Ini menjadi lebih sangat penting ketika pesan bersifat rahasia.



taylorism_and_fordism.pdf



_business_communication_-_vikram_bisen_priya.pdf

Universitas
Universitas
Esa Unggul