

---

## Pengumpulan Dan Penafsiran Pesan Komunikasi Bisnis

Suhairi<sup>1</sup>, Ardhinur<sup>2</sup>, M. Fauzan Effendi<sup>3</sup>, Rizka Azriani<sup>4</sup>, Sucita Saskya<sup>5</sup>

<sup>1,2,3,4,5</sup>Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Kota Medan, Provinsi Sumatera Utara, Indonesia.

\*email : [rizkaazriani118@gmail.com](mailto:rizkaazriani118@gmail.com)

### ABSTRACT

*The gathering and interpretation of business communications is an important process in the modern business world. In the ever-evolving digital era, companies must be able to collect and interpret business communication information appropriately to gain valuable insights. First of all, the collection of business communication messages is carried out through data collection techniques and data analysis methods, such as interviews, surveys and content analysis. After the data is collected, the next stage is interpretation. The interpretation of business communication messages is carried out through techniques and tools such as context analysis, language analysis, non-verbal analysis, natural language processing technology, speech recognition technology and social media monitoring tools. This involves using sophisticated algorithms and data analysis techniques to identify information that is valuable and relevant to the company. The main benefits of gathering and interpreting effective business communications are increased understanding of customer needs and wants, development of better marketing strategies, identification of new business opportunities, and improvement of internal business processes. However, there are also challenges associated with the collection and interpretation of business communications. One of the main challenges is the large and complex volume of data. Companies must be able to manage and analyze data on a large scale to get clear results. In addition, privacy and security are also important issues in the collection and interpretation of business communications. The company must ensure that the data collected is kept safe and kept confidential, and complies with applicable privacy regulations. In conclusion, gathering and interpreting business communication messages helps companies understand customer views and feedback, improve communication and business decision making, and achieve better overall business goals. However, companies must also pay attention to challenges related to data management and privacy to ensure the success of this process.*

**Keywords:** collection, interpretation, business communication.

### ABSTRAK

Pengumpulan dan penafsiran komunikasi bisnis adalah proses yang penting dalam dunia bisnis modern. Dalam era digital yang terus berkembang, perusahaan harus mampu mengumpulkan dan menginterpretasikan informasi komunikasi bisnis dengan tepat untuk mendapatkan wawasan yang berharga. Pertama-tama, Pengumpulan pesan komunikasi bisnis dilakukan melalui teknik pengumpulan data dan metode analisis data, seperti wawancara, survei, dan analisis konten. Setelah data dikumpulkan, tahap berikutnya adalah penafsiran. Penafsiran pesan komunikasi bisnis dilakukan melalui teknik dan alat seperti analisis konteks, analisis bahasa, analisis non-verbal, teknologi pemrosesan bahasa alami, teknologi pengenalan suara, dan alat pemantauan media sosial. Hal ini melibatkan penggunaan algoritma dan teknik analisis data yang canggih untuk mengidentifikasi informasi yang berharga dan relevan bagi perusahaan. Manfaat utama dari pengumpulan dan penafsiran komunikasi bisnis yang efektif adalah peningkatan pemahaman tentang kebutuhan dan keinginan pelanggan, pengembangan strategi pemasaran yang lebih baik, identifikasi peluang bisnis baru, dan peningkatan proses bisnis internal. Namun, ada juga tantangan yang terkait dengan pengumpulan dan penafsiran komunikasi bisnis. Salah satu tantangan utama adalah volume data yang besar dan kompleks. Perusahaan harus mampu mengelola dan menganalisis data dalam skala yang besar untuk mendapatkan hasil yang jelas. Selain itu, privasi dan keamanan juga menjadi masalah penting dalam pengumpulan dan penafsiran komunikasi bisnis. Perusahaan harus memastikan bahwa data yang dikumpulkan tetap aman dan dijaga kerahasiaannya, serta mematuhi peraturan privasi yang berlaku. Dalam kesimpulannya, pengumpulan dan penafsiran pesan komunikasi bisnis membantu perusahaan memahami pandangan dan umpan balik pelanggan, meningkatkan komunikasi dan pengambilan keputusan bisnis, serta mencapai tujuan bisnis yang lebih baik secara keseluruhan. Namun, perusahaan juga harus memperhatikan tantangan yang terkait dengan manajemen data dan privasi untuk memastikan keberhasilan proses ini.

**Kata kunci:** pengumpulan, penafsiran, komunikasi bisnis.

## **PENDAHULUAN**

Komunikasi bisnis adalah proses pertukaran pesan antara pengirim dan penerima dalam konteks bisnis. Manfaat dari pengumpulan dan penafsiran pesan komunikasi bisnis adalah meningkatkan efektivitas komunikasi, memperbaiki kinerja organisasi, mengurangi kesalahan dan konflik, dan memperkuat hubungan antara organisasi dan pelanggan. Pesan komunikasi bisnis dapat berupa pesan lisan, tertulis, atau non-verbal.

Pesan lisan adalah pesan yang disampaikan secara lisan atau verbal, seperti dalam percakapan atau presentasi. Pengumpulan dan penafsiran pesan lisan dapat memengaruhi komunikasi bisnis karena pesan lisan dapat terkadang ambigu atau tidak jelas. Oleh karena itu, pengumpulan dan penafsiran pesan lisan memerlukan keahlian yang baik dalam mendengarkan, memahami konteks, dan memperhatikan ekspresi wajah, nada suara, dan bahasa tubuh orang yang berbicara.

Pesan tertulis adalah pesan yang disampaikan melalui tulisan, seperti email, memo, atau laporan. Pengumpulan dan penafsiran pesan tertulis memengaruhi komunikasi. Pengumpulan dan penafsiran pesan komunikasi bisnis adalah topik penting dalam dunia bisnis karena komunikasi yang efektif sangat penting untuk keberhasilan organisasi.

Pesan non-verbal adalah pesan yang disampaikan melalui bahasa tubuh, ekspresi wajah, dan gerakan fisik, seperti senyum, tatapan mata, atau posisi tubuh. Pengumpulan dan penafsiran pesan non-verbal memengaruhi komunikasi bisnis karena pesan non-verbal dapat memberikan petunjuk tentang apa yang dirasakan atau diinginkan oleh pelanggan atau karyawan.

Manfaat dari pengumpulan dan penafsiran pesan komunikasi bisnis adalah meningkatkan efektivitas komunikasi, memperbaiki kinerja organisasi, mengurangi kesalahan dan konflik, dan memperkuat hubungan antara organisasi dan pelanggan. Dengan memahami dan menafsirkan pesan dengan benar, organisasi dapat membuat keputusan yang lebih baik dan meningkatkan komunikasi bisnis secara keseluruhan.

Pengumpulan dan penafsiran pesan komunikasi bisnis membantu organisasi memahami pandangan dan umpan balik pelanggan, meningkatkan komunikasi dan pengambilan keputusan bisnis, serta mencapai tujuan bisnis yang lebih baik secara keseluruhan. Dengan memperhatikan karakteristik masing-masing jenis pesan, pengumpulan dan penafsiran pesan komunikasi bisnis dapat dilakukan dengan lebih efektif dan akurat, sehingga membantu organisasi mencapai tujuan bisnis yang telah ditetapkan.

## **METODE**

### **Pengumpulan Data**

- a. Wawancara: Dilakukan wawancara dengan pihak perusahaan yang bertujuan untuk memahami perubahan yang terjadi, tantangan yang dihadapi, manfaat yang diperoleh, dan peran komunikasi bisnis di perusahaan tersebut.
- b. Observasi: Dilakukan observasi langsung terhadap implementasi pengumpulan dan penafsiran pesan komunikasi bisnis. Observasi ini membantu dalam memperoleh pemahaman yang mendalam tentang bagaimana pesan komunikasi bisnis itu tersampaikan kepada pelanggan.
- c. Survey : Dilakukan studi literatur untuk memperoleh landasan teori mengenai komunikasi bisnis yang terjadi di perusahaan tersebut. Sumber-sumber literatur yang digunakan dapat berupa buku, jurnal, artikel, dan sumber informasi terpercaya lainnya.

### **Analisis Data**

#### **1. Analisis Konteks**

Analisis konteks memiliki beberapa tahap diantaranya yaitu :

1. Identifikasi situasi
2. Tinjau faktor budaya
3. Pahami nilai-nilai organisasi
4. Perhatikan hubungan antara pihak yang terlibat
5. Kenali faktor eksternal
6. Tafsirkan pesan dengan mempertimbangkan konteks

#### **2. Analisis Bahasa**

Analisis bahasa memiliki beberapa tahap diantaranya yaitu :

1. Tinjau kejelasan dan kekompakan
2. Perhatikan gaya Bahasa
3. Identifikasi kekayaan kata-kata
4. Tinjau tata bahasa dan tata ejaan
5. Pahami unsur-unsur retorika
6. Pertimbangkan bahasa non-verbal
7. Tafsirkan makna yang tersembunyi

#### **3. Analisis Non-Verbal**

Analisis bahasa memiliki beberapa tahap diantaranya yaitu :

1. Perhatikan bahasa tubuh
2. Tinjau ekspresi wajah

3. Analisis intonasi suara
  4. Pertimbangkan jarak dan kontak mata
  5. Pahami keterkaitan antara verbal dan nonverbal
  6. Tafsirkan makna secara holistik
4. Analisis Teknologi pemrosesan Bahasa alami
- Analisis Teknologi pemrosesan Bahasa alami memiliki beberapa tahap diantaranya yaitu :
1. Ekstraksi Informasi
  2. Analisis Sentimen
  3. Klasifikasi Teks
  4. Pengenalan Nama Entitas (NER)
  5. Pemahaman Bahasa Alami
  6. Pemrosesan Otomatis Dokumen
5. Teknologi pengenalan suara
- Analisis Teknologi pengenalan suara memiliki beberapa tahap diantaranya yaitu :
1. Transkripsi Ucapan
  2. Pemahaman Bahasa Alami
  3. Analisis Sentimen
  4. Pengenalan Pembicara
  5. Pemrosesan Otomatis
6. Alat pemantauan media social
- Analisis Alat pemantauan media social memiliki beberapa tahap diantaranya yaitu :
1. Pemantauan Percakapan
  2. Analisis Sentimen
  3. Identifikasi Tren dan Pola
  4. Pelacakan Pesan Bersifat Viral
  5. Pengukuran Kinerja Kampanye
  6. Pelaporan dan Visualisasi Data

## HASIL

Hasil yang didapatkan dari pengumpulan data dan penafsiran komunikasi bisnis berdasarkan uraian Lowry, ada 6 langkah yang harus dilalui, yaitu :

1. perumusan masalah
2. membuat kerangka permasalahan yang akan diselidiki
3. penyusunan rencana kerja
4. melakukan penelitian
5. menganalisis dan menafsirkan data.

Namun, langkah-langkah tersebut bergantung pada jenis laporan apa yang diharapkan dari pengumpulan dan penafsiran informasi yang dilakukan. Apabila ditugaskan membuat laporan internasional yang biasanya hanya membuat fakta dan data, mungkin tak begitu diperlukan penyimpulan dan rekomendasi. Namun, apabila laporannya berupa laporan analitik jelas memerlukan kesimpulan dan rekomendasi sehingga keenam langkah yang dinyatakan Lowry harus dilakukan.

## PEMBAHASAN

### 1. Perumusan Masalah

Dalam merumuskan masalah yang akan menjadi pedoman pengumpulan informasi ditentukan juga oleh sifat laporan akhir apakah laporan informasional atau laporan analitis. Namun, prinsip dasarnya sama saja, dengan melakukan perumusan masalah berarti memberikan batas-batas dari satu masalah yang informasinya hendak di kumpulkan.

Sekarang kita lihat bagaimana perumusan masalah tersebut kemudian dinyatakan dalam kalimat yang mengungkapkan permasalahan yang akan kita kaji melalui pengumpulan dan penafsiran informasi.

### 2. Kerangka Persoalan

Cara membuat kerangka persoalan ini bergantung pada apakah laporan informasional atau laporan analitik. Faktor-faktor yang didasarkan pada informasi subtopik yang di kumpulkan untuk dua jenis laporan yang berbeda tersebut. Untuk laporan informasional subtopik yang berkaitan dengan masalah tertentu dikumpulkan berdasar berikut ini.

- a. Urutan arti pentingnya. Misalnya, bisnis kita membuat 5 macam produk, kemudian berdasarkan kelima produk itu, kita susun urutan berdasarkan besarnya omset penjualan masing-masing produk. Produk yang terbesar ada urutan pertama dan selanjutnya.

- b. Secara sekuensial. Ini misalnya kita lakukan untuk hal yang sifatnya proses, seperti pembahasan kita pada Kegiatan Belajar ini, yang menguraikan tahap-tahap pengumpulan dan penafsiran informasi secara sekuensial.
- c. Kronologis. Sesuai namanya, urutan yang kita lakukan pada subtopik didasarkan pada urutan waktu. Misalnya, kita hendak mengumpulkan informasi penjualan berdasarkan bulan dalam kalender atau bulan dalam tahun anggaran.
- d. Spesial. Biasanya untuk mengkaji informasi yang sifatnya fisik. Kita mengumpulkan informasi dari atas ke bawah, kiri ke kanan atau dari luar terus ke dalam.
- e. Geografik. Seperti yang tercermin dari istilahnya, urutan subtopiknya secara geografis. Misalnya, laporan penjualan di Pulau Jawa, Pulau Sumatera, Pulau Bali dan Pulau Sulawesi. Atau Laporan penjualan untuk Indonesia Barat dan Indonesia Timur.
- f. Kategoris. Artinya kita menyusun subtopik berdasarkan kategori- kategori yang kita tentukan. Kalau Anda diminta mengumpulkan informasi berbagai aspek yang berbeda, seperti penjualan, laba, biaya, dan investasi maka kita bisa membuat kategori untuk memasukkan aspek-aspek tersebut berdasarkan waktu.

Sedangkan untuk laporan analitik biasanya secara umum kategorisasinya didasarkan pada metode pemecahan masalahnya. Pendekatan struktural terhadap itu biasanya adalah dengan menyusun hipotesis atau jawaban sementara atas permasalahan. Tujuan mengumpulkan informasi permasalahan yang kemudian yang akan di analisis untuk melihat hubungan sebab-akibat dari persoalan itu, atau memperkirakan akibat maka membutuhkan hipotesis. Misalnya, perusahaan selalu kehilangan tenaga akuntan handalnya. Dan mengapa akuntan handal yang dibesarkan perusahaan selalu pindah ke perusahaan lain. Maka akan menemukan berbagai alternatif jawaban yang sekaligus merupakan hipotesis yang membentuk kerangka penyelidikan yang akan di lakukan.

### 3. Penyusunan Rencana Kerja

Dalam penyusunan rencana kerja ini berarti mengidentifikasi tugas-tugas yang harus kita laksanakan. Pada galibnya, rencana kerja tersebut akan memasukkan hal-hal seperti berikut ini:

1. perumusan masalah
2. perumusan tujuan dan ruang lingkup penyelidikan;
3. penentuan langkah-langkah kegiatan mulai dari sumber informasi, metode, dan pembahasan (waktu, dana, dan data);
4. deskripsi hasil akhir;

5. menyusun penugasan, jadwal waktu, persyaratan yang harus dipenuhi, personalia, dana, dan lama penyelidikan.

#### 4. Melakukan Penelitian

Mengumpulkan informasi yang dibutuhkan dalam melakukan penyelidikan berarti harus mengumpulkan informasi dari dua sumber, yakni sumber primer dan sumber sekunder. Dalam kebanyakan kegiatan bisnis, informasi dari sumber primer dan sekunder ini sama pentingnya. Itulah yang membedakan penyelidikan ilmiah dan kepentingan bisnis karena penyelidikan ilmiah sering kali sangat bergantung pada sumber primer (sumber tangan pertama). Informasi primer untuk penyelidikan bisnis ini dikumpulkan dari 4 sumber utama, yakni dokumen perusahaan, pengamatan atau observasi, survei dan eksperimen. Dokumen perusahaan dijadikan sumber primer karena dalam dokumen ini tersimpan data historis dan bukti-bukti. Pengamatan atau observasi merupakan teknik yang amat berguna untuk mengkaji objek, kegiatan fisik, proses, lingkungan atau perilaku manusia. Namun, hasil yang diperoleh dari pengamatan ini bergantung pada 2 hal, yakni (1) reliabilitas dan (2) validitas. Reliabilitas menunjukkan apabila orang lain melakukan hal yang sama maka hasilnya akan sama sedangkan validitas ukuran-ukuran yang dipergunakan dalam penelitian sesuai dengan keinginan kita untuk mengukurnya. Kedua hal tersebut merupakan juga hal yang penting dalam melakukan penyelidikan. Selanjutnya, survei ini mengumpulkan informasi dari orang lain atau masyarakat dengan menggunakan alat tertentu seperti kuesioner, angket atau wawancara yang tekniknya, antara lain seperti sudah kita bahas di atas yakni focus group discussion. Terakhir, eksperimen yakni kegiatan yang bertujuan untuk menjaga variabel-variabel yang kita selidiki tetap dalam kondisi sebenarnya, kecuali salah satu dari variabel itu kita beri perlakuan tertentu untuk diuji atau diselidiki.

#### 5. Menganalisis Data

Dengan melakukan perhitungan statistik, menarik kesimpulan yang masuk akal, dan bila memungkinkan memberikan rekomendasi. Dengan membuat perhitungan statistik bisa melihat angka rata-rata, misalnya untuk rata-rata penjualan sabun per bulan. Selain itu, bisa juga menganalisis kecenderungan pada rentang waktu tertentu untuk melihat pola dan hubungan antara faktor-faktor yang diselidiki. Misalnya, kecenderungan menggunakan sabun wangi apel pada tahun 1980. Kemudian, berdasarkan perhitungan statistik juga bisa melihat korelasi yakni hubungan statistikal di antara dua variabel atau lebih. Misalnya, hendak melihat korelasi antara penggunaan sabun wangi apel dengan peningkatan keinginan untuk kembali pada hal-hal yang alami. Korelasi statistik ini merupakan alat

pembuktian yang berguna sekalipun tidak selalu menunjukkan hubungan sebab akibat.

## **KESIMPULAN**

Kesimpulan yang didapatkan yaitu sebagai berikut:

Dalam kegiatan pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara, observasi, survey. Dan Analisis data yang digunakan pada pengumpulan data yang dilakukan yaitu analisis data konteks, analisis Bahasa, analisis non-verbal, analisis teknologi pemrosesan Bahasa alami, teknologi pengenalan suara, dan alat pemantauan media sosial. Hasil yang didapatkan dari pengumpulan data dan penafsiran komunikasi bisnis didasarkan uraian Lowry ada beberapa langkah yang dilalui yaitu perumusan masalah, membuat kerangka permasalahan yang akan diselidiki, penyusunan rencana kerja, melakukan penelitian, menganalisis dan menafsirkan data.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adler, Ronald B. dan Jeames Marquardt Elmhorst. (1996). *Communicating at Work: Principles and Practices for Business and Professions*. 5th Ed. New York: McGraw-Hill.
- Berko, Roy. M., Andrew D. Wolvin dan Darlyn R. Wolvin. (1995). *Communicating a Sosial and Carrier Focus*. 6th Ed. Boston: Houghton Mifflin Coy.
- Bovee, Courtland L. dan John V. Thill. (1989). *Business Communication Today*. Now York: McGraw-Hill Inc.
- Himstreet, William C., Wayne Murlin Batty dan Carol C. Lehman. (1993). *Busines Communicating*. Belmont: Wardsworth Publishing Coy.