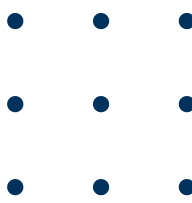




ASAS

KOMUNIKASI PERNIAGAAN SPP 20243



NURUL HUDA BINTI ZAINOL



ASAS KOMUNIKASI PERNIAGAAN SPP 20243

Asas Komunikasi Perniagaan & Proses Komunikasi
Perniagaan



NURUL HUDA BINTI ZAINOL
PENERBIT: KOLEJ KOMUNITI KULIM

HAKCIPTA

Penerbit KKKulim
Jalan Kota Kenari 2, Taman Kota Kenari
09000 Kulim
Kedah

Pertama Kali diterbitkan 2025

e ISBN:978-629-97793-2-2

Hakcipta Terpelihara

Nota Asas Komunikasi Perniagaan ini adalah hak cipta terpelihara. Tidak dibenarkan mengeluarkan, ulang mana-mana bahagian, artikel, ilustrasi, isi kandungan buku ini dalam apa jua bentuk tanpa meminta kebenaran daripada Penerbit KKKulim

PRAKATA

Segala puji bagi Allah SWT kerana dengan limpah kurnia dan izin-Nya, e-book Asas Komunikasi Perniagaan ini dapat disiapkan dengan jayanya. Buku ini diterbitkan sebagai panduan asas kepada para pelajar dan sesiapa sahaja yang ingin memahami konsep serta amalan komunikasi yang berkesan dalam dunia perniagaan.

Kandungan buku ini disusun secara sistematik, bermula dengan pengenalan kepada definisi komunikasi perniagaan, diikuti dengan jenis-jenis komunikasi, proses komunikasi dan halangan dalam komunikasi. Penyusunan e-book ini mengambil kira keperluan pelajar di peringkat asas serta mereka yang ingin meningkatkan kemahiran komunikasi dalam persekitaran perniagaan. Penulis berharap agar buku ini bukan sahaja menjadi bahan rujukan yang berguna, malah dapat membuka ruang kepada para pembaca untuk mempraktikkan ilmu yang diperoleh dalam kehidupan seharian dan kerjaya mereka.

Akhir kata, penulis merakamkan setinggi-tinggi penghargaan kepada semua pihak yang telah memberikan sokongan, maklum balas serta dorongan dalam proses penghasilan buku ini. Semoga e-book Asas Komunikasi Perniagaan ini dapat dimanfaatkan sepenuhnya oleh semua pembaca dan memberi sumbangan positif kepada pembangunan sahsiah dan profesionalisme dalam bidang perniagaan.

NURUL HUDA BINTI ZAINOL

Pensyarah Unit Pengoperasian Perniagaan

Kolej Komuniti Kulim

Mei 2025

ISI KANDUNGAN

M/S

BAB 1

Asas Komunikasi Perniagaan

1-18

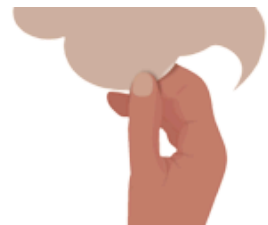
BAB 2

Proses Komunikasi Perniagaan

19-39

Rujukan

40



OBJEKTIF PEMBELAJARAN

Di akhir kursus ini pelajar dapat:



Menerangkan prinsip asas komunikasi berkesan dalam perniagaan [C2, PLO2]

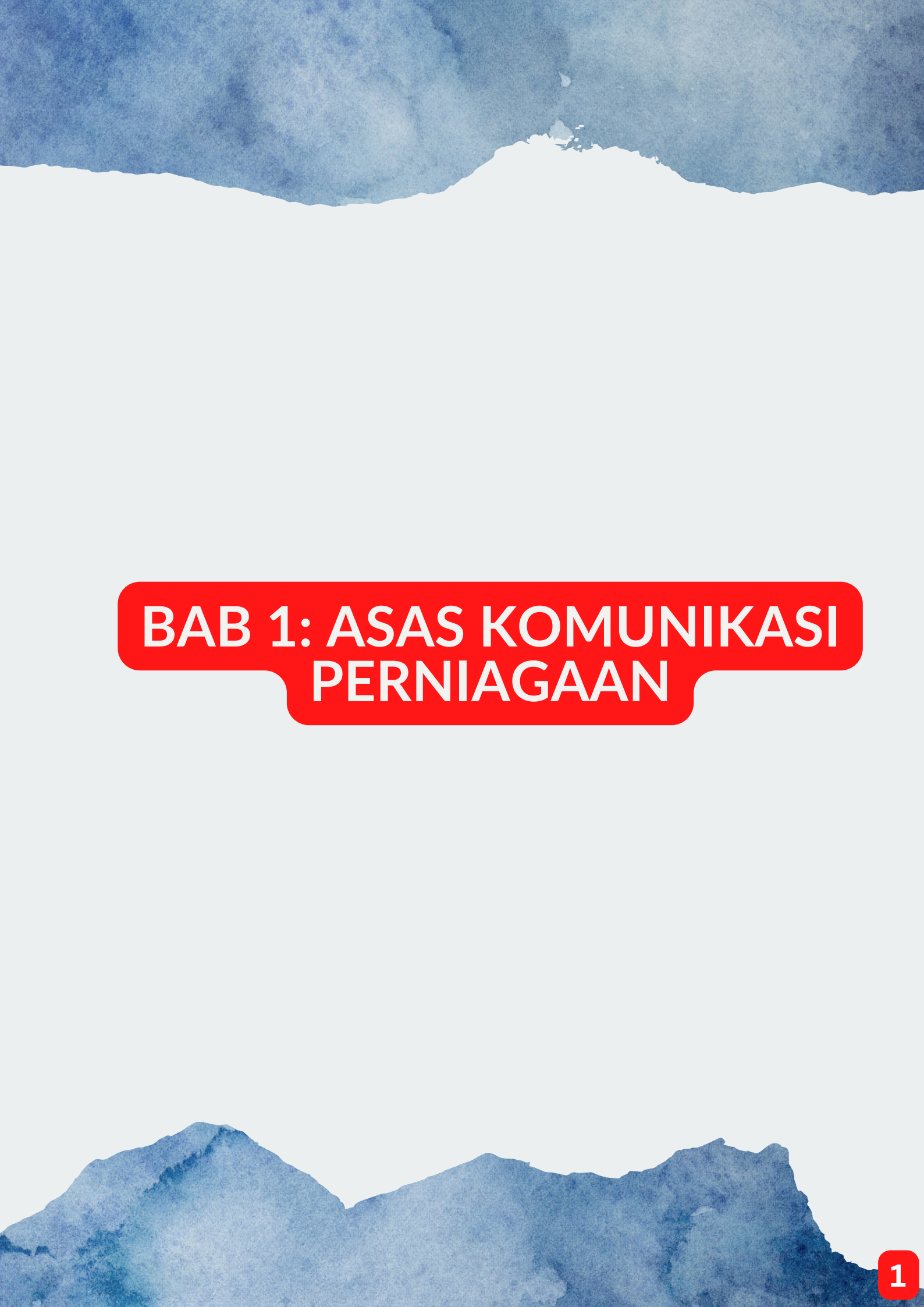


Mempamerkan kemahiran komunikasi secara verbal dan non verbal dalam urusan perniagaan [P3, PLO3]



Membentangkan ciri-ciri komunikasi berkesan dan masalah dalam melaksanakannya dalam urusan perniagaan [A2, PLO5]





BAB 1: ASAS KOMUNIKASI PERNIAGAAN

BAB 1

Asas Komunikasi Perniagaan



Menerangkan prinsip asas komunikasi berkesan dalam perniagaan [C2, PLO2]

1.1 Menerangkan konsep komunikasi

1.2 Menerangkan jenis-jenis komunikasi

1.3 Menerangkan kepentingan komunikasi

1.4 Menjelaskan kepentingan komunikasi dalam perniagaan



BAB 1: ASAS KOMUNIKASI PERNIAGAAN

- 1.1 Menerangkan konsep komunikasi
 - 1.1.1 Mentakrifkan komunikasi
 - 1.1.2 Menjelaskan matlamat komunikasi
- 1.2 Menerangkan jenis-jenis komunikasi
 - a. Komunikasi intrapersonal
 - b. Komunikasi Interpersonal
 - c. Komunikasi umum
 - d. Komunikasi massa
- 1.3 Menerangkan kepentingan komunikasi
 - a. Mengalakkan motivasi
 - b. Sumber informasi
 - c. Mengubah sikap individu
 - d. Membantu dalam bersosial
 - e. Proses pengawalan
- 1.4 Menjelaskan kepentingan komunikasi dalam perniagaan
 - a. Bertukar- tukar maklumat
 - b. Menyediakan dan melaksanakan pelan
 - c. Meningkatkan kecekapan pekerja
 - d. Mencapai matlamat
 - e. Menyelesaikan masalah
 - f. Membuat keputusan
 - g. Meningkatkan hubungan industri
 - h. Publisiti barangan dan perkhidmatan



1.0

Asas Komunikasi Perniagaan



1.1 Konsep Asas Komunikasi

➔ Proses manusia berkongsi pendapat, idea, dan perasaan sesama sendiri dengan menggunakan cara-cara yang biasa difahami **(Hamilton dan Parker 1997)**

➔ Proses pertukaran maklumat dan makna antara individu atau dalam kalangan individu dengan menggunakan sistem simbol, isyarat, dan kelakuan yang umum **(Lehman dan Du Frene 2002)**

1.1 Konsep Asas Komunikasi



Proses menghantar dan menerima mesej **(Thill dan Bovée (2002))**



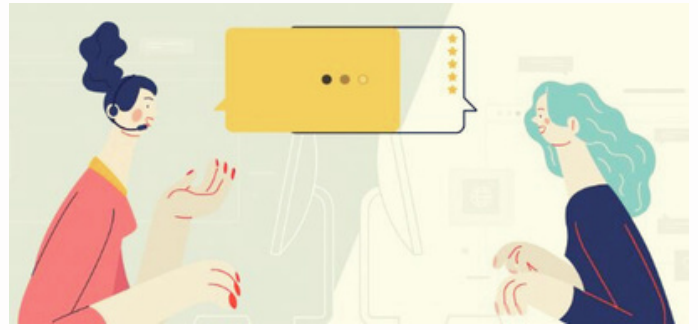
Penghantaran maklumat dan makna daripada seseorang individu atau kumpulan kepada pihak lain

(Guffey dan Babcock 2010)



1.1.1 Definisi Komunikasi

Komunikasi merupakan satu proses perkongsian idea/ pemikiran/perasaan (mesej) antara seseorang individu atau organisasi dengan pihak lain melalui saluran yang mudah difahami



1.1.1 Definisi Komunikasi

Pemindahan maklumat daripada satu pihak kepada pihak yang lain melalui media tertentu

Pertukaran idea, pendapat, maklumat dan perhubungan yang mempunyai tujuan tertentu dan dipersembahkan secara personal atau bukan personal melalui penggunaan simbol atau isyarat bagi mencapai matlamat organisasi



AKTIVITI

Pelajar dikehendaki memberikan definisi komunikasi

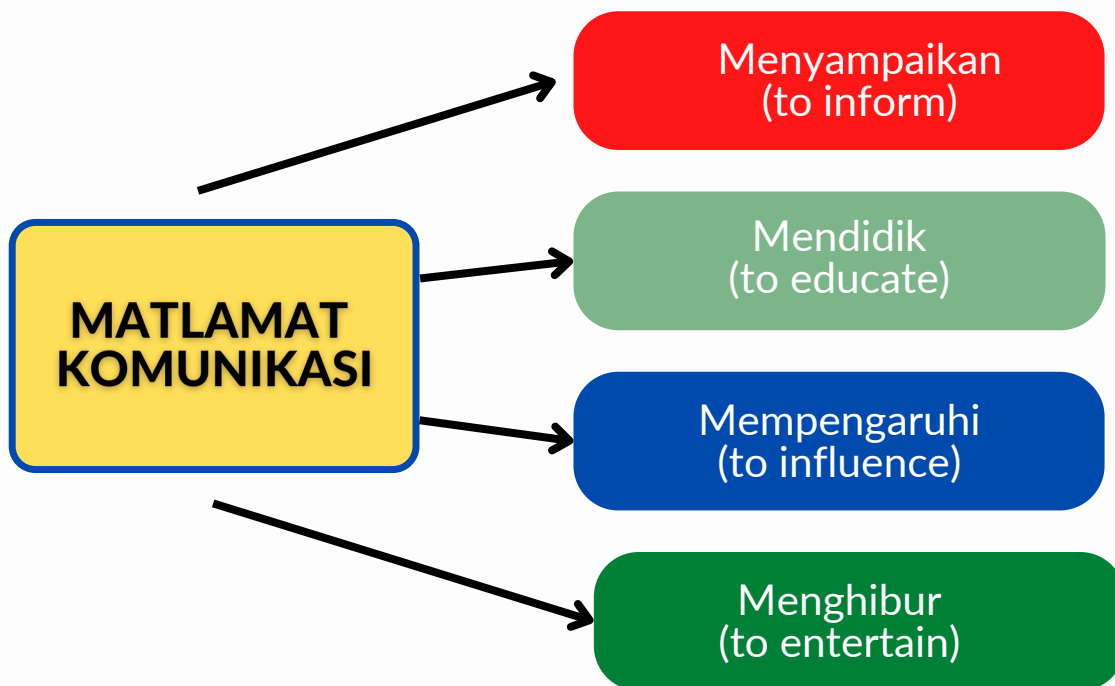
Prinsip Komunikasi

- Komunikasi merupakan satu sistem yang melibatkan sekurang-kurangnya dua orang untuk berkongsi maklumat
- Komunikasi berlaku antara dua atau lebih orang walaupun tidak secara bersemuka. Pencetusan dan penginterpretasikan makna dibuat seseorang melalui bahasa badan seperti mimik muka, tingkah laku dan tindakan
- Kadangkala komunikasi sukar untuk dijangka dan dikawal bagi penerima menginterpretasikan mesej yang diterima kerana terdapat perbezaan dari segi budaya, gaya hidup dan pemikiran





1.1.2 Matlamat Komunikasi



1.1.2 Matlamat Komunikasi

MEMBERITAHU

Bertujuan untuk memaklumkan kepada orang lain mengenai perkara tertentu yang dirasakan oleh komunikator perlu diketahui oleh orang lain

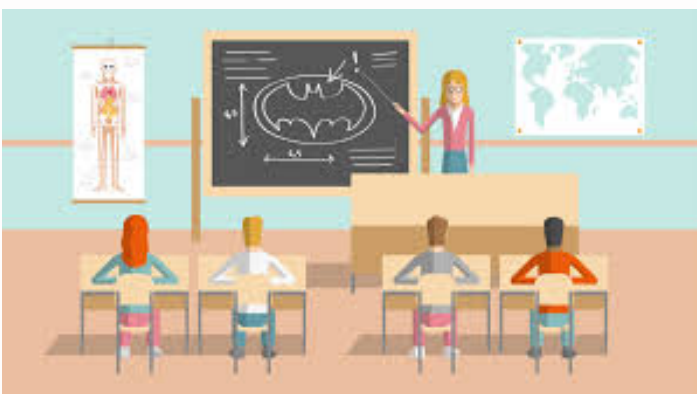
Contoh: jika terdapat banjir kilat atau kesesakan lalu lintas di hadapan, orang ramai boleh membuat keputusan untuk menggunakan jalan alternatif dalam perjalanan balik ke rumah



MENDIDIK

Bertujuan untuk memindahkan pengetahuan kepada penerima.

Contoh: pendidik menyumbangkan pengetahuannya dengan cara berinteraksi dengan pelajarinya di dalam kelas



1.1.2 Matlamat Komunikasi

MEMPENGARUHI

Bertujuan untuk mengubah sikap dan tingkah laku seseorang.

Contoh: iklan di dalam surat khabar dan televisyen bertujuan untuk mempengaruhi kita untuk membeli produk yang diiklankan

TONTON VIDEO

Contoh iklan



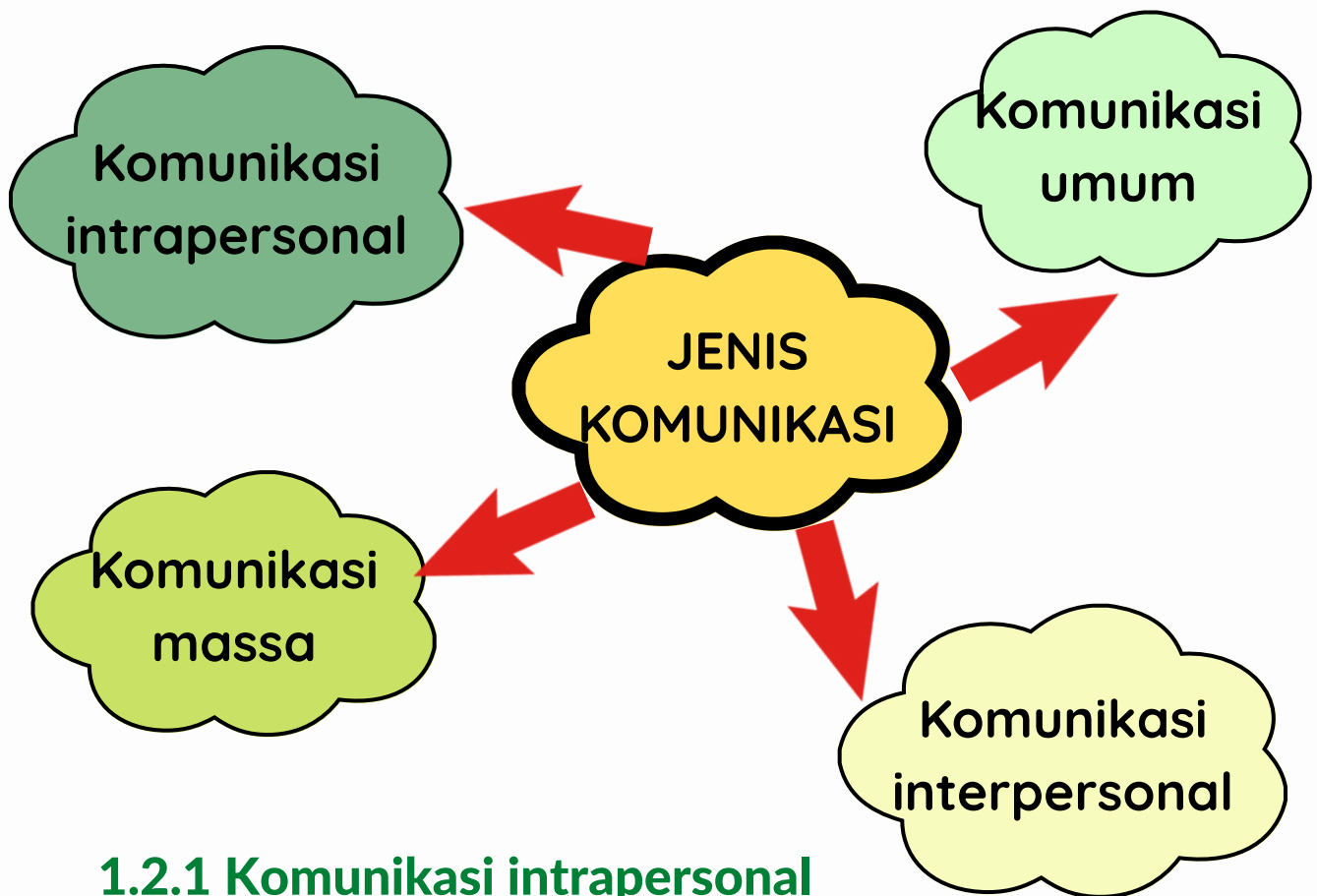
MENGHIBUR

Perbuatan atau usaha yang dilakukan untuk menyenangkan hati seseorang, menjadikan seseorang berasa gembira, atau mengurangkan kesedihan dan tekanan emosi yang dialaminya.

Contoh: Pawagam, televisyen, program radio dan komik adalah contoh bagaimana komunikasi digunakan untuk menghiburkan.

Keberkesanan boleh dilihat melalui reaksi seseorang individu ketika berkomunikasi

1.2 Jenis-jenis Komunikasi



1.2.1 Komunikasi intrapersonal

- Seseorang itu berkomunikasi dengan diri sendiri
- Merupakan sebahagian daripada proses pemikiran semasa mendengar suara hati
- Boleh berlaku sebelum proses komunikasi atau selepas proses komunikasi dalam bentuk pemikiran reflektif



1.2.2 Komunikasi interpersonal

- Berlaku antara dua orang individu pada masa tertentu
- Bersifat interpersonal apabila mereka yang terlibat dalam proses komunikasi melakukannya demi tujuan pribadi
- Komunikasi berpasangan hanya melibatkan dua orang. Contohnya perbualan telefon atau surat menyurat antara dua pihak



1.2.3 Komunikasi umum

- Dirujuk sebagai pengucapan awam, biasanya lebih daripada sepuluh (10) orang pendengar yang akan mendengar pengucapan seseorang pengucap.
- Situasi ini boleh mengambil tempat di majlis peribadi atau tempat terbuka yang telah dirancang dengan baik, formal dan berstruktur.
- Pengucap dibenarkan berucap tanpa gangguan audiens dan audiens hanya dibenarkan bertanya soalan dan memberikan pendapat dan komen pada penghujung sesi.

TONTON VIDEO
Tips pengucapan
awam



AKTIVITI

Pelajar dikehendaki
menyenaraikan tips
pengucapan awam

1.2.4 Komunikasi massa



- Komunikasi dengan komuniti secara besar-besaran melalui dua (2) cara :
 - i. Komunikasi melalui media massa seperti radio, surat khabar, TV dan lain-lain.
 - ii. Secara langsung tanpa melalui media massa. Contohnya, kuliah atau ucapan terbuka.



AKTIVITI

Pelajar dikehendaki menyenaraikan tiga (3) contoh media massa moden (digital):

1.3.1 Kepentingan Komunikasi



1.4 Kepentingan Komunikasi Dalam Perniagaan

Kakitangan sesebuah perniagaan akan berkomunikasi sama ada antara rakan sepejabat atau dengan pihak atasan untuk melancarkan tugas harian mereka. Kebiasaannya ia melibatkan proses pertukaran dan koordinasi maklumat. Justeru itu, komunikasi merupakan sebahagian daripada elemen penting dalam menentukan kecekapan dan kemajuan sesebuah entiti perniagaan.

1.4.1 Kepentingan Komunikasi Dalam Perniagaan





SOALAN LATIHAN

JAWAB SEMUA SOALAN



Apakah maksud komunikasi?

Senaraikan **dua (2)** matlamat komunikasi

Terangkan **lima (5)** kepentingan komunikasi dalam perniagaan.



SOALAN LATIHAN



JAWAB SEMUA SOALAN

Jelaskan **tiga (3)** komunikasi

Jelaskan perbezaan di antara komunikasi intrapersonal dan interpersonal



BAB 2: PROSES KOMUNIKASI PERNIAGAAN



Menerangkan prinsip asas komunikasi berkesan dalam perniagaan [C2, PLO2]



Mempamerkan kemahiran komunikasi secara verbal dan non verbal dalam urusan perniagaan [P3, PLO3]

2.1 Menerangkan proses komunikasi perniagaan

2.2 Menerangkan halangan dalam komunikasi

2.3 Menghuraikan kesan halangan dalam komunikasi perniagaan

2.4 Menghuraikan penyelesaian kepada halangan dalam komunikasi perniagaan



BAB 2: PROSES KOMUNIKASI PERNIAGAAN

2.1 Menerangkan proses komunikasi perniagaan

2.1.1 Mentakrifkan proses komunikasi perniagaan

2.1.2 Menerangkan komponen proses komunikasi

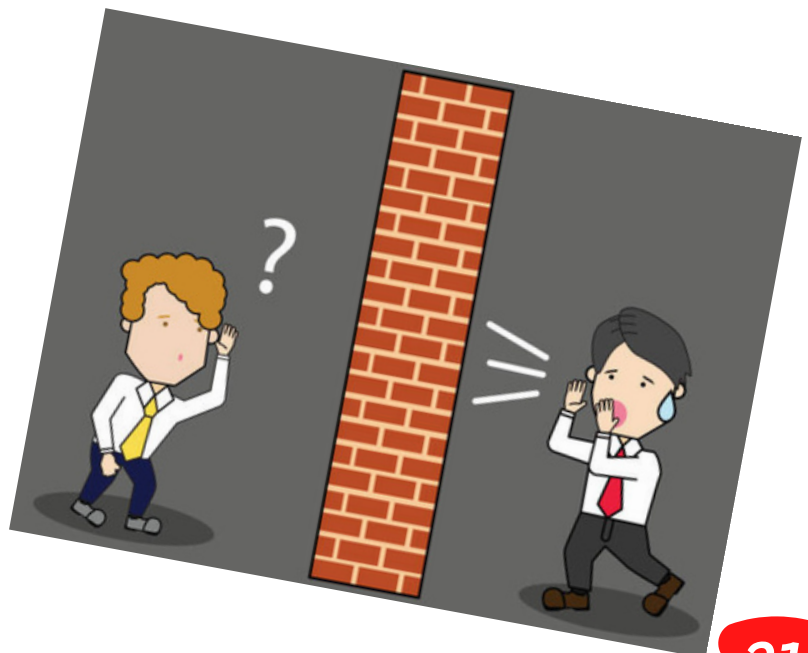
- a. Penghantar
- b. Enkod
- c. Mesej
- d. Penerima
- e. Dekod
- f. Maklum balas
- g. Gangguan

2.2 Menerangkan halangan dalam komunikasi

- a. Psikologi
- b. Sosiologi
- c. Fizikal
- d. Semantik

2.3 Menghuraikan kesan halangan dalam komunikasi perniagaan

2.4 Menghuraikan penyelesaian kepada halangan dalam komunikasi perniagaan



2.0 Proses Komunikasi Perniagaan



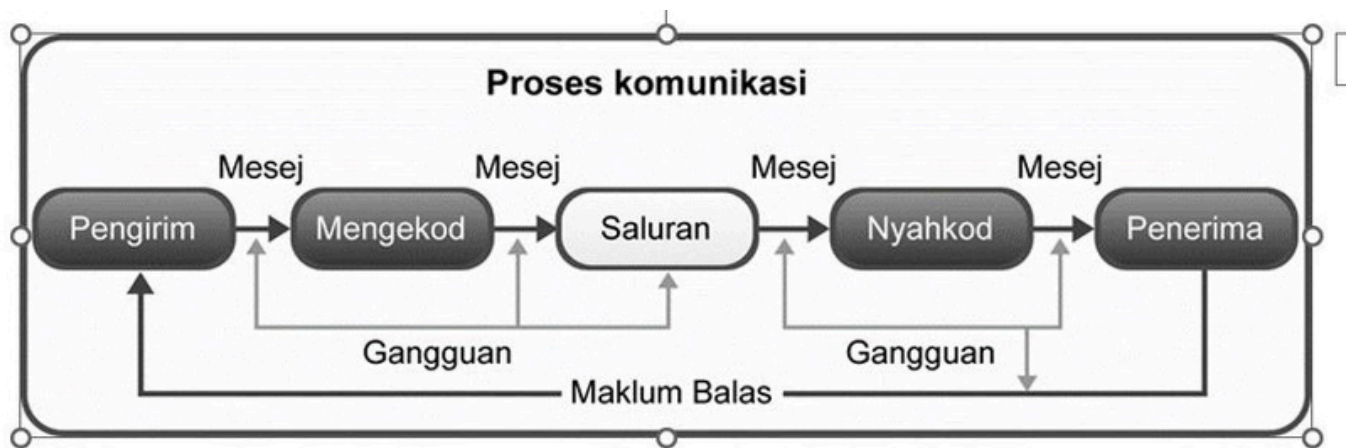
2.1 Menerangkan proses komunikasi perniagaan

- Komunikasi perniagaan adalah alat perancangan strategik yang digunakan dalam syarikat dengan tujuan meningkatkan imej syarikat dan hasil yang diperolehi.
- Konsep ini telah mengalami perubahan dalam tahun-tahun kebelakangan, disebabkan perubahan dalam penonton sasaran, dalam persaingan yang semakin kuat, dan dengan adanya teknologi baru.
- Komunikasi perniagaan dilihat sebagai medium yang mendedahkan berita baik tentang syarikat dan mengawal berita yang tidak menyenangkan.



2.1.1 Mentakrifkan proses komunikasi perniagaan

- Proses komunikasi melibatkan komponen yang utama, iaitu penghantar, enkod, mesej, penerima, dekod, maklum balas dan gangguan atau kebisingan



- Proses komunikasi bermula dengan pengirim yang ingin menghantar mesej tertentu dan proses ini tamat apabila penerima mesej memberi maklum balas sama ada mesej yang diterima dapat difahami atau sebaliknya
- Komunikasi ialah satu proses di mana pertukaran maklumat berlaku antara dua orang atau lebih.

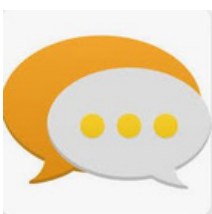
TONTON VIDEO

Proses
Komunikasi



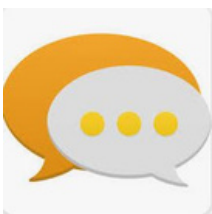
2.1.2 Menerangkan komponen proses komunikasi perniagaan

A)PENGIRIM	Ia juga dipanggil sumber mesej . Pengirim adalah seseorang yang mempunyai maklumat dan ingin menyampaikannya kepada pihak lain
B)MENGEKOD	Pengekoden berlaku apabila pengirim menterjemahkan maklumat yang hendak dihantar ke dalam satu siri simbol yang boleh dikenal pasti dan difahami oleh penerima.
C)MESEJ	Mesej mengandungi simbol-simbol dalam bentuk lisan, tulisan atau bahasa isyarat yang melambangkan maklumat yang hendak dihantar oleh pengirim kepada penerima.



2.1.2 Menerangkan komponen proses komunikasi perniagaan

D)SALURAN	Saluran ialah kaedah penghantaran daripada seorang kepada seorang yang lain. Saluran tersebut mesti bersesuaian dengan mesej yang hendak dihantar bagi memastikan proses komunikasi berjalan dengan lancar, berkesan dan cekap
E)NYAHKOD	Nyahkod ialah proses di mana penerima menterjemahkan mesej yang diterima ke dalam satu bentuk yang boleh difahami dan membawa maksud kepadanya.
F) PENERIMA	Penerima ialah individu atau pihak yang menerima mesej yang dihantar oleh pengirim. Mesej yang terbentuk adalah bergantung latar belakang penerima tersebut.



2.1.2 Menerangkan komponen proses komunikasi perniagaan

G) MAKLUM BALAS	Ini merujuk kepada reaksi penerima terhadap mesej yang diterima daripada pengirim. Proses di mana mesej itu dibalas kepada pengirim untuk menunjukkan tahap pemahaman penerima terhadap mesej tertentu. Maklum balas boleh dalam bentuk tulisan, percakapan dan isyarat badan seperti menggelengkan kepala, senyum dan bertanya soalan.
H) GANGGUAN/ HINGAR	Sebarang faktor yang mengganggu, mengelirukan atau menyekat penghantaran mesej boleh dianggap sebagai gangguan atau hingar. Gangguan mungkin secara dalaman atau luaran. Faktor-faktor dalaman adalah berhubung kait dengan individu itu sendiri, misalnya seorang penerima tidak memberi perhatian terhadap mesej yang dihantar. Sementara itu, faktor luaran ialah faktor persekitaran dan fizikal yang menyebabkan mesej yang dihantar tidak dapat difahami dengan baik oleh penerima.



AKTIVITI

Pelajar dikehendaki menerangkan proses komunikasi

Cara memberikan maklum balas yang berkesan

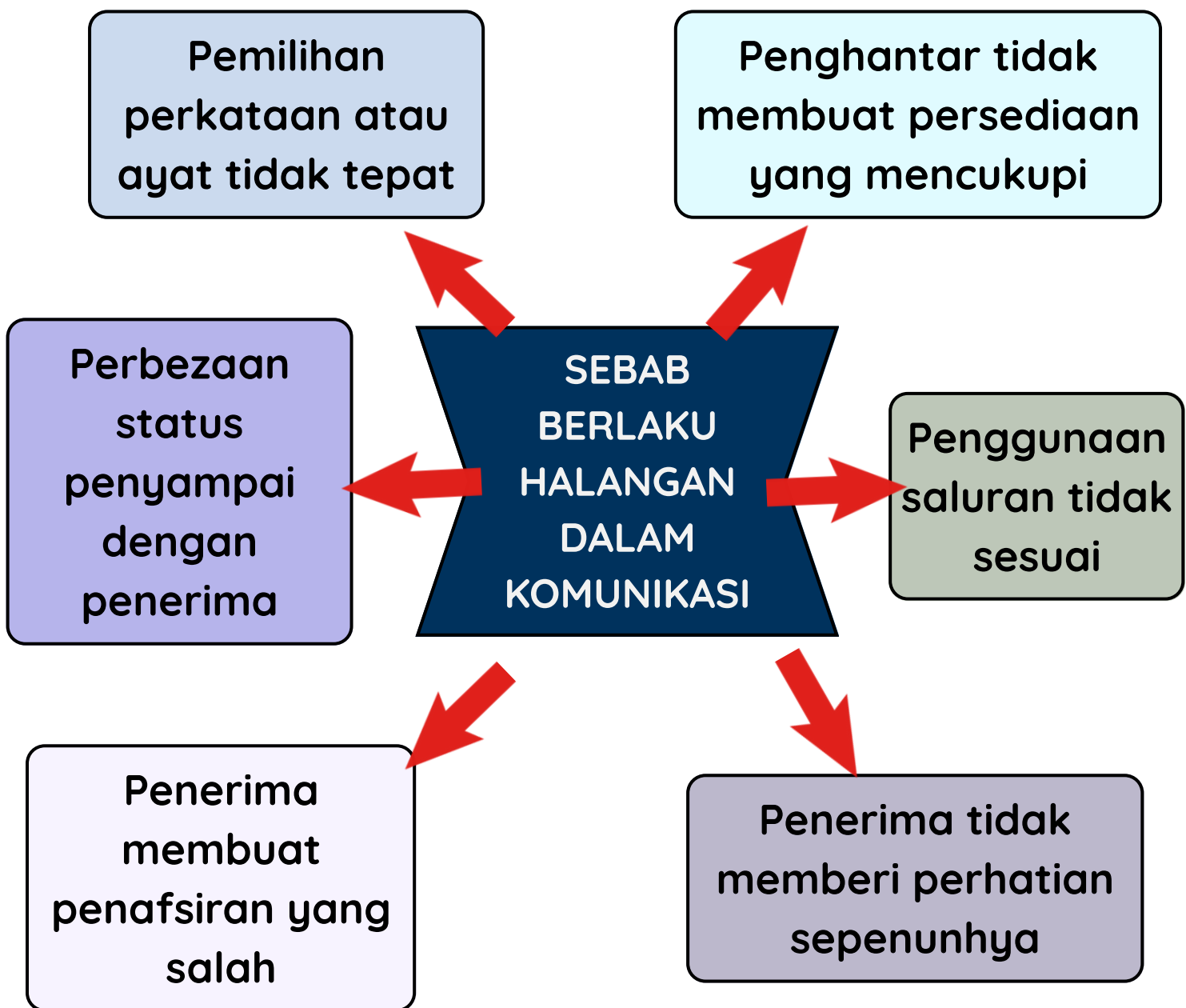
- Membantu menjelaskan maklumat
- Maklum balas mestilah dapat difahami dan tidak menimbulkan intepretasi yang berbeza
- Maklum balas perlulah lebih fokus dan khusus
- Maklum balas yang dibuat perlu bertepatan dengan masa supaya lebih rasional
- Berorientasi matlamat dan mengelakkan kepentingan diri



2.2 Menerangkan halangan dalam komunikasi

HALANGAN KOMUNIKASI

- Halangan komunikasi juga dikenali sebagai **gangguan komunikasi** merujuk kepada sebarang gangguan yang mungkin berlaku dalam komunikasi
- Halangan boleh berlaku di mana-mana fasa dalam proses komunikasi



2.2 Menerangkan halangan dalam komunikasi

Halangan komunikasi juga dikenali sebagai kebisingan

ANTARA HALANGAN KOMUNIKASI

FIZIKAL

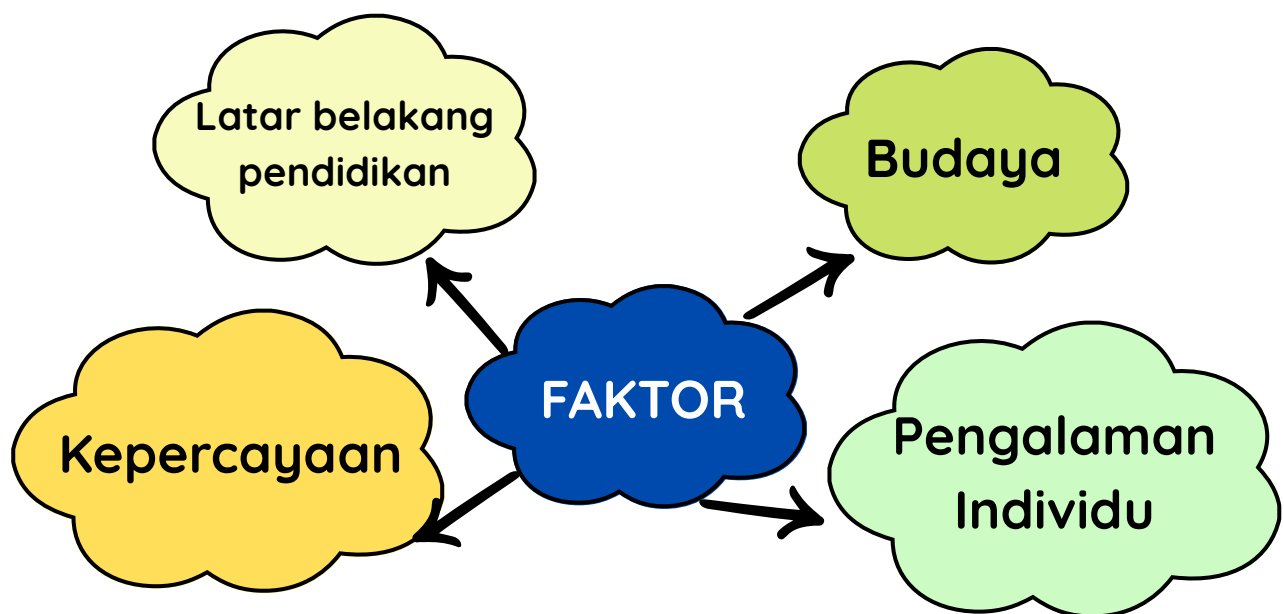
- Halangan ini berbentuk fizikal dan merupakan **gangguan terus dan nyata**
- **Contoh** kebisingan di sekeliling, bunyi telefon bimbit yang berdering, pendengaran yang kurang upaya dan jarak antara penghantar dan penerima
- Bunyi bising akan menyebabkan maklumat yang disampaikan terganggu dan menjadi tidak jelas



2.2 Menerangkan halangan dalam komunikasi

PSIKOLOGIKAL

- Halangan ini berlaku akibat daripada setiap individu mempunyai **tanggapan yang berbeza terhadap mesej** yang diterima
- Mereka juga mempunyai suatu idea tentang apa yang betul dan apa yang penting
- Oleh itu sekiranya sesuatu idea bercanggah dengan persepsi penerima, mereka cenderung untuk menolak dan enggan menerima mesej yang disampaikan oleh penghantar
- Tanggapan seseorang individu dipengaruhi oleh perkara yang berikut:

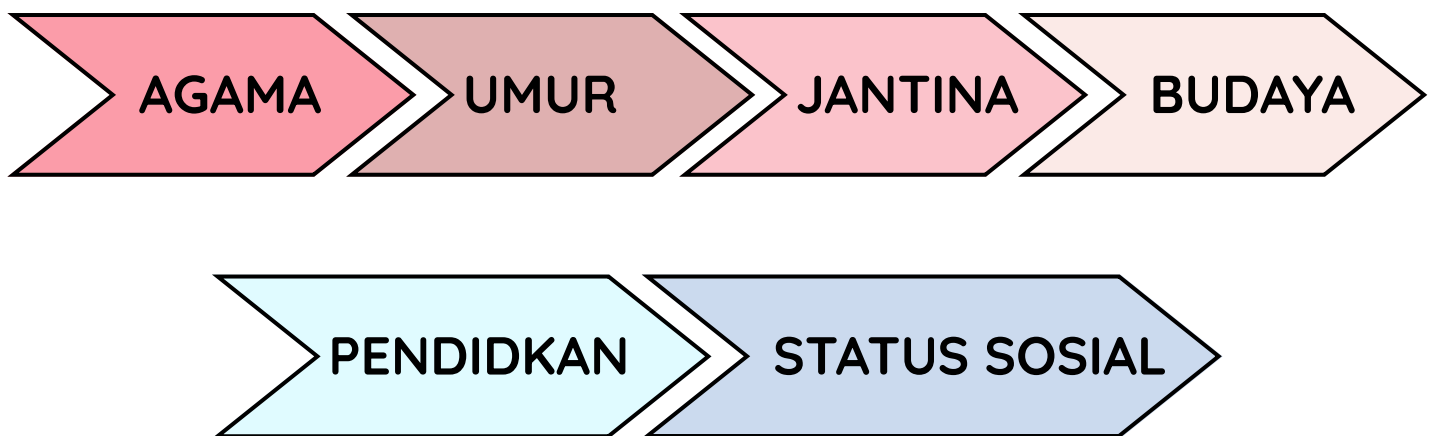


Contoh bunyi loceng kecemasan kebakaran mungkin akan menyebabkan seseorang yang pernah terlibat dalam kejadian kebakaran menjadi cemas. Manakala bagi individu yang tidak pernah terlibat dalam kejadian kebakaran akan meneruskan kerjanya seperti biasa

2.2 Menerangkan halangan dalam komunikasi

SOSIOLOGIKAL

- Halangan ini wujud akibat daripada setiap individu mempunyai **latar belakang sosial yang berlainan** dalam masyarakat
- Faktor yang menyebabkan penghantar dan penerima susah untuk mencapai persefahaman adalah:



- **Contoh:** apabila seorang anak membahaskan diri sebagai 'aku' apabila berbicara dengan ibu bapa.

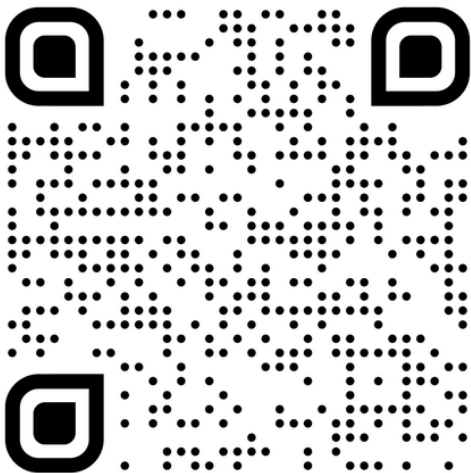
2.2 Menerangkan halangan dalam komunikasi

SEMANTIK

- Semantik merupakan **istilah linguistik** yang bermaksud makna sesuatu perkataan
- Halangan ini berlaku disebabkan oleh makna sesuatu perkataan ditafsirkan lebih daripada satu cara oleh penerima.

TONTON VIDEO

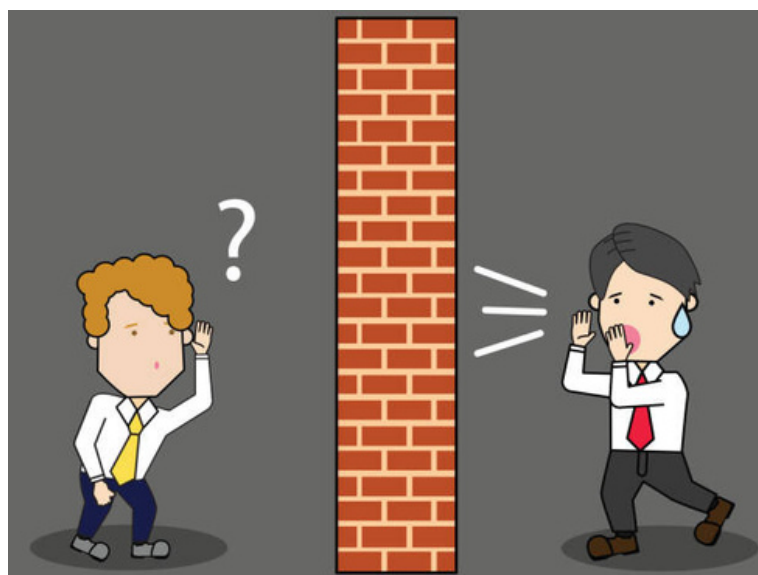
Halangan Komunikasi



AKTIVITI

Berdasarkan video pelajar dikehendaki menerangkan halangan-halangan dalam komunikasi

2.3 Menghuraikan kesan halangan dalam komunikasi perniagaan



2.4 Menghuraikan penyelesaian kepada halangan dalam komunikasi perniagaan



a)Mengawal Aliran Maklumat

Pengurus menerima terlalu banyak maklumat yang mungkin tidak relevan atau penting kepadanya. Oleh itu, pengurus perlu mewujudkan satu sistem yang mampu mengenal pasti dan memberi keutamaan kepada mesej penting sahaja yang memerlukan perhatian serta- merta.

b)Menggalakkan Maklum Balas

Pengurus dan pihak berkaitan perlu mengambil langkah-langkah untuk menentukan sama ada mesej telah difahami dengan tepat. Daripada maklum balas yang diterima, pengirim dapat mengetahui sama ada mesej yang disampaikan telah mencapai sasarannya

c)Mengawal Emosi yang Negatif

Seperti orang lain, seorang pengurus perlu mengawal emosi negatifnya semasa berkomunikasi kerana ini boleh mengubah kandungan mesej tertentu.

2.4 Menghuraikan penyelesaian kepada halangan dalam komunikasi perniagaan



d) Bahasa yang digunakan

Pengurus perlu memilih perkataan yang betul dan bahasa yang mudah difahami oleh subordinat. Sebagai contoh, penggunaan bahasa teknikal hanya sesuai untuk pakar-pakar dalam suatu bidang tertentu.

e) Mendengar dengan aktif

Pengurus mendengar dengan jelas apa yang diberitahu. Pekerja mesti bertindak sebagai pendengar dan penerima maklumat yang baik. Mereka perlu mendengar secara aktif, mengurangkan gangguan dan membentuk kemahiran komunikasi yang lebih baik dengan cara melaksanakan perlakuan peranan dan latihan pembentangan kumpulan.

2.4 Menghuraikan penyelesaian kepada halangan dalam komunikasi perniagaan



f) Menggunakan Isyarat-isyarat Bukan Lisan

Pengurus-pengurus perlu menggunakan isyarat bukan lisan untuk menegaskan bahagian-bahagian penting yang terdapat dalam mesej tertentu dalam menggambarkan perasaan mereka

g) Menggunakan Buah Mulut sebagai Saluran Komunikasi

Buah mulut merupakan satu saluran komunikasi yang sukar untuk dihapuskan daripada mana-mana organisasi. Oleh itu, pengurus mestilah boleh menggunakan medium ini untuk menyampaikan maklumat dengan segera, menguji reaksi sebelum membuat keputusan muktamad dan mendapatkan maklum balas.



AKTIVITI

Pelejar dikehendaki menerangkan penyelesaian kepada halangan dalam komunikasi di pejabat



SOALAN LATIHAN



JAWAB SEMUA SOALAN

Lukiskan gambar rajah proses komunikasi yang lengkap

A large, empty rounded rectangle with a thick black border, intended for drawing a communication process diagram.



SOALAN LATIHAN ?

JAWAB SEMUA SOALAN

Terangkan proses komunikasi perniagaan dengan lengkap

Nyatakan definisi halangan



SOALAN LATIHAN ?

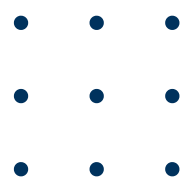
JAWAB SEMUA SOALAN

Jelaskan empat (4) halangan dalam komunikasi

Senaraikan empat (4) kesan halangan dalam komunikasi

RUJUKAN

- Cardon, P. W. (2021). Business communication: Developing leaders for a networked world. (4th ed.). McGraw Hill Education
- Quintanilla, K.M, Wahl, S. T. (2019). Business and professional communication:Keys for workplace excellence. (4th ed.). SAGE Publication. Inc.
- Dwyer, J. (2015). Communication for Business and the Professions: Strategies and Skills.(6th ed.). Pearson Education Australia.
- Locker, K. O., Kienzler D.S. (2015). Business and administrative communication.(11th ed.). McGraw-Hil.
- Shanti Subramaniam dan Mah Boon Kiet. (2019). Teks STPM Pengajian Malaysia (Pengurusan) Penggal Dua. Selangor. Penerbitan Pelangi Sdn. Bhd
- Ani Hayati Mohamed, Faridahwati Mohd. Shamsudin, Hasni Che Ismail, Lim Kong Teong, Mohammad Basir Saud, Nasruddin Zainudin, Norsiah Mat dan Nurli Yaacob. Teks Pra-U STPM Pengajian Perniagaan Semester Dua. Selangor. Sasbadi Sdn Bhd.



e ISBN 978-629-97793-2-2

