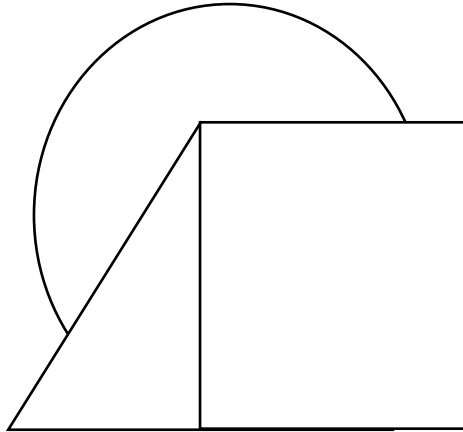


PAPER
PREFERENSI JURUSAN TEKNOLOGI UNTUK KOMUNIKASI BISNIS



Disusun oleh :

Muhammad Risyad Hamiddian S¹, Moch Syahrul Fahreza²

Yuhamah³, Rizki Sri Wahyuni⁴, Fauzi Albas⁵

¹ Manajemen, Universitas Gunadarma

² Manajemen, Universitas Nusa Putra

³ Manajemen, Universitas Nusa Putra

⁴ Manajemen, Universitas Nusa Putra

⁵ Manajemen, Universitas Nusa Putra

[**risvadicad23@gmail.com**](mailto:risvadicad23@gmail.com)

Jawa Barat-Indonesia

2022

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk melihat apakah ada korelasi antara jurusan mahasiswa di bidang teknologi dan preferensi mereka untuk tugas-tugas dan alat-alat yang berhubungan dengan komunikasi bisnis. Terkadang individu yang kompeten secara teknologi secara keliru percaya bahwa tanggung jawab masa depan mereka akan mencakup sedikit keterlibatan dalam mengembangkan komunikasi korporat dalam upaya mempersiapkan siswa teknologi untuk peran masa depan mereka di tempat kerja. "Teknisi" tidak dapat lagi menganggap diri mereka bekerja di latar belakang di tempat kerja saat ini. Semua karyawan diharapkan mahir dalam komunikasi tertulis dan lisan. Studi ini menyoroti bagaimana jurusan teknologi memandang tugas mereka sebagai komunikator perusahaan. Jurusan teknologi yang mengetahui posisi ini akan lebih sukses dalam karir mereka karena mereka akan lebih efisien dan produktif.

Kata kunci : *komunikasi bisnis, jurusan teknologi*

ABSTRACT

The purpose of this study was to see if there was a relationship between students majoring in technology and their preference for tasks and tools related to business communication. Sometimes technologically competent individuals mistakenly believe that their future responsibilities will include little involvement in developing corporate communications in an effort to prepare technology students for their future roles in the workplace. "Technicians" can no longer consider themselves working in the background in today's workplaces. All employees are expected to be proficient in written and oral communication. This study highlights how technology majors view their duties as corporate communicators. Technology majors who know this position will be more successful in their careers because they will be more efficient and productive.

Keywords: *business communication, technology major*

PENDAHULUAN

Pekerjaan apa pun membutuhkan kemampuan komunikasi yang baik. Asosiasi profesional, perusahaan, dan perusahaan masih berurusan dengan lulusan perguruan tinggi muda yang kurang memiliki keterampilan komunikasi di dunia modern. Tempat Terbaik untuk Meluncurkan Karir (Business Week, 2007) baru-baru ini mendaftarkan bisnis teratas Amerika di mana generasi "rumah kaca" dapat bekerja. Majikan nomor satu adalah Deloitte & Touche, sementara Disney masuk di nomor tujuh. Menurut kedua bisnis tersebut, kualitas yang paling diinginkan dari karyawan baru adalah

kemampuan komunikasi yang kuat. 87 persen pekerja dewasa di seluruh negeri yang berpartisipasi dalam jajak pendapat menilai keterampilan komunikasi sebagai "sangat penting" untuk pekerjaan mereka (Locker, 2007). Saat ini, banyak bisnis lebih suka menggunakan email untuk operasi perusahaan sehari-hari dibandingkan menggunakan surat cetak tradisional (Adler, 2005 p. 125). 87 persen responden dalam sebuah penelitian terhadap lebih dari 1.000 pekerja dewasa mengatakan bahwa keterampilan komunikasi "sangat penting" untuk melakukan pekerjaan mereka (Adler, 2005, p.6).

Menurut sampel literatur ini, bisnis telah prihatin dengan kurangnya keterampilan komunikasi yang dimiliki oleh lulusan perguruan tinggi baru atau mantan selama lebih dari 20 tahun. Jurusan teknologi informasi merupakan salah satu kategori lulusan perguruan tinggi yang mampu memanfaatkan sepenuhnya bakat dan kemampuan teknisnya. Pengusaha sering melakukan penelitian dan menulis laporan. Mereka dapat digunakan untuk menciptakan proses, memeriksa pasar, menguji produk, atau mengumpulkan umpan balik. Dimungkinkan untuk mengkomunikasikan temuan penelitian secara informal atau resmi, secara lisan atau tertulis, kepada khalayak internal atau eksternal (Krizan, Merrier, Logan, dan Williams 2007). Untuk mencapai hasil nyata di mana pemegang saham tertarik, teknologi informasi saja bukanlah prasyarat yang cukup (Compeau, Haggerty & Tsai, 2007).

Dunia bisnis telah menyuarakan keprihatinan tentang lemahnya kemampuan komunikasi lulusan perguruan tinggi, dengan lulusan sistem informasi dan ilmu komputer menerima kritik paling keras. Salah satu kekhawatiran utama CIO tentang calon karyawan adalah kemampuan komunikasi yang buruk (Perelman, 2007, hlm. 41). Kursus apa dalam kurikulum yang mengajarkan keterampilan komunikasi yang diperlukan untuk jurusan teknologi? Berbagai mata pelajaran yang mempromosikan komunikasi yang lebih baik tercakup dalam kurikulum komunikasi korporat. Banyak gelar universitas didukung oleh kursus dalam komunikasi bisnis. Nilai tugas dan teknik yang diajarkan dalam mata kuliah komunikasi korporat dalam kaitannya dengan jurusan tertentu belum dipelajari secara mendalam. Apakah dapat dibayangkan bahwa gelar mahasiswa dapat mempengaruhi preferensi

mereka untuk kegiatan dan alat komunikasi korporat?

Pendidik bisnis saat ini akan lebih mampu mengukur bagaimana jurusan teknologi melihat peran masa depan mereka dalam komunikasi bisnis jika mereka dapat menghargai dan memahami bagaimana mereka lebih memilih kegiatan dan alat komunikasi bisnis di tempat kerja. Fakta-fakta ini dapat digunakan oleh para pendidik untuk menghilangkan banyak kesalahpahaman yang sering dimiliki "teknisi" tentang pekerjaan ini. Realitas atau mitos tentang komunikasi korporat ini akan lebih melengkapi jurusan teknologi untuk tempat kerja. Menurut penelitian, banyak orang yang bekerja di sektor teknologi percaya bahwa mereka tidak perlu berurusan dengan komunikasi bisnis secara teratur. Guru yang sukses sadar bahwa ketika murid percaya bahwa apa yang mereka pelajari adalah relevan, mereka belajar lebih efektif. Jika guru dapat menghubungkan materi yang mereka ajarkan di kelas dengan karir atau tujuan pribadi siswa mereka, mereka dapat menciptakan lingkungan belajar yang menginspirasi semangat siswa untuk belajar. Mahasiswa teknologi mungkin memiliki apresiasi yang lebih kuat terhadap teknologi ini untuk penggunaan di masa depan jika mereka menyadari preferensi mereka untuk komunikasi bisnis dan pentingnya pekerjaan mereka di masa depan. Mungkinkah sikap jurusan teknologi secara keseluruhan tentang kegiatan dan alat komunikasi bisnis di tempat kerja lebih mirip atau berbeda? Mungkinkah jurusan khusus mereka menjadi alasan preferensi atau ketidaktertarikan mereka pada tugas-tugas tertentu? Penelitian ini mengkaji preferensi jurusan teknologi untuk berbagai aktivitas dan teknologi komunikasi bisnis. Kriteria lain yang relevan juga diperhitungkan.

RUMUSAN MASALAH

1. Dalam hal fungsi tugas dan instrumen komunikasi perusahaan, preferensi apa yang dimiliki jurusan teknologi?
2. Jurusan teknologi informasi tertentu, seperti Sistem Informasi Bisnis (BIS), Sistem Informasi Komputer (CIS), atau Sistem Informasi Manajemen (SIM), dapat menjelaskan variasi dalam kecenderungan ini.
3. Seberapa penting mahasiswa harus memiliki teknik komunikasi bisnis ?

HIPOTESA

Hipotesis utama penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Preferensi jurusan teknologi untuk kegiatan dan alat komunikasi perusahaan tidak akan diperiksa untuk perbedaan.
2. Preferensi jurusan teknologi untuk berbagai tugas dan alat komunikasi bisnis akan dibandingkan.

Siswa mencari gelar dalam sistem informasi bisnis (BIS), sistem informasi komputer (CIS), atau sistem informasi manajemen dianggap jurusan teknologi untuk tujuan studi ini (MIS).

KAJIAN PUSTAKA

Tugas dan sumber daya untuk komunikasi bisnis: Menulis, membaca, berbicara, dan mendengarkan sering digunakan dalam komunikasi bisnis. Keterampilan komunikasi secara konsisten menempati peringkat di antara keterampilan teratas yang diperlukan untuk kesuksesan pekerjaan, menurut penelitian tentang persepsi eksekutif lulusan perguruan tinggi (Adler, 2005; Krizan, Merrier, Logan, dan

Williams, 2007; Ober, 2004; Bovee dan Thills, 2007; Emanauel , 2005; Muda, Marcel, Wondra, 2006; Locker, 2007; Alder dan Elmhorst, 2005). Setiap instruktur bisnis menyadari pentingnya hal ini, tetapi pendidik teknologi dan siswa di bidang terkait mungkin tidak. Berikut ini memberikan bukti bahwa kemampuan ini terus menjadi sangat penting:

Anda akan dapat berpartisipasi lebih berhasil dalam setiap aspek perusahaan jika Anda memahami bagaimana fungsi komunikasi di tempat kerja dan bagaimana individu berinteraksi secara efektif di dalam suatu organisasi. Keberhasilan Anda di tempat kerja tergantung pada kemampuan Anda untuk berkomunikasi secara efektif (Ober, 2004, hlm. 3). Keterampilan komunikasi sangat penting dalam berbagai bidang, menurut lusinan penelitian (Emanuel, 2005, hlm. 154). Satu survei menemukan bahwa para profesional di kantor akuntan Big Six berkomunikasi dengan orang lain 80 persen dari waktu di tempat kerja, baik secara individu maupun dalam kelompok (Elmhorst & Adler, 2005, p. 6). Efisiensi dan produktivitas keduanya dapat ditingkatkan dengan komunikasi yang efektif. Menurut studi Asosiasi Manajemen Amerika, komunikasi meningkat ketika seseorang bergerak ke atas hierarki organisasi (Pieraccini, 1998).

Kemampuan untuk berkomunikasi dan kemungkinan seseorang untuk berhasil di tempat kerja tampaknya berhubungan, menurut Pieraccini (1998). Menurut Towner, penelitian baru dari Chartered Institute of Personnel and Development (CIPD) menunjukkan bahwa soft skill menjadi lebih penting di semua bidang pekerjaan (Towner, 2002). Siswa tidak dapat memasuki dunia kerja saat ini tanpa memiliki pengetahuan tentang komunikasi bisnis, menurut pendidik bisnis atau teknologi. Apa pun sektor atau industri

yang dipilih siswa, memiliki keterampilan komunikasi yang baik akan meningkatkan peluangnya untuk mendapatkan pekerjaan di sebuah perusahaan. Kegagalan untuk melakukannya hanya menempatkan siswa untuk kegagalan dalam karir masa depan mereka.

Jurusan komunikasi dan teknologi bisnis: Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa pengetahuan teknis, keahlian, dan keterampilan yang tinggi sering digunakan sebagai satu-satunya kriteria untuk merekrut jurusan Teknologi Informasi (TI). Pilihan untuk mempekerjakan lulusan teknologi tidak terutama dipengaruhi oleh bakat lain. Tapi, seperti yang dikatakan Towner, "waktunya berubah." Meskipun pengalaman dan kecakapan teknis masih menjadi faktor penilaian utama, kapasitas kerja tim dan komunikasi yang efektif dengan cepat menjadi penting (Towner, 2002). Banyak penulis telah menekankan perlunya memiliki keterampilan teknis dan soft skill, khususnya kemampuan komunikasi. Sejauh persyaratan sosial dan pekerjaan perusahaan yang bersangkutan, hari-hari pekerja TI yang duduk sendirian di pusat data, kantor, atau bilik mereka sebagian besar sudah lewat (Morrill, 2005). Pentingnya persiapan untuk jurusan IT dan kemampuan komunikasi terangkum dalam kutipan dari Information Week edisi 11 Juni 2001. Apa keterampilan terbaik yang harus diajarkan oleh perguruan tinggi dan universitas kepada siswa TI mereka yang saat ini tidak mereka ajarkan? adalah pertanyaan yang diajukan oleh pengusaha teknologi informasi. Kemampuan komunikasi dan interpersonal mendapat suara terbanyak (Liebowitz, Agresti, & Djavanshir, 2006, hlm. 38).

Skala Likert. Menggunakan Skala Likert adalah salah satu teknik yang bijaksana untuk mengumpulkan informasi dan mengidentifikasi preferensi untuk subjek

komunikasi korporat. Menurut Babbie, penggunaan Skala Likert sangat ideal ketika peneliti tertarik untuk mengidentifikasi sejauh mana responden memiliki sikap atau perspektif tertentu terhadap suatu konsep tertentu dan mereka mampu mengkarakterisasi sikap tersebut dalam pernyataan yang cukup ringkas (Babbie, 1990). Menurut Sturges (1990), yang mendukung penggunaan skala Likert dalam studi komunikasi bisnis:

Penelitian menggunakan metode seperti kuesioner survei yang dikelola sendiri atau instrumen yang dikelola oleh pengumpul data menggunakan Skala Likert atau skala diferensial semantik untuk pengukuran telah menjadi dasar teori komunikasi bisnis, yang menggabungkan sikap dan pendapat pengirim dan penerima komunikasi (hal. 17).

jurusan teknologi. MIS, BIS, dan CIS didefinisikan secara berbeda oleh berbagai institusi akademik. Institusi akademik seperti James Madison University, Indiana University of Pennsylvania, Bloomsburg University, Moorehead State University, dan University of Whitewater menawarkan program yang ditargetkan untuk mereka yang tertarik dengan industri teknologi. Biro Statistik Tenaga Kerja A.S. (2005) memproyeksikan pertumbuhan luar biasa dan gaji tinggi bagi mereka yang mencari karir di industri yang berhubungan dengan komputer. Siswa harus mengantisipasi menerima pelatihan khusus baik dalam keterampilan teknis dan pemahaman bisnis, menurut penilaian universitas yang menawarkan gelar sarjana di MIS. Administrasi database, analisis sistem, dan desain dan pengelolaan aplikasi bisnis front-end/back-end adalah beberapa elemen kurikulum utama yang telah diidentifikasi dari deskripsi kursus, panduan kurikulum, dan silabus.

Universitas yang diselidiki mengklasifikasikan program Ilmu Komputer sebagai gelar CIS dalam upaya untuk menarik siswa dan memperluas program mereka. Siswa harus mengantisipasi pendidikan dasar dengan pengetahuan yang cukup tentang prinsip dan konsep dasar dalam ilmu komputer untuk mengatasi masalah komputasi, menurut penilaian universitas yang menawarkan gelar sarjana dalam mata pelajaran tersebut. Pemrograman, dukungan perangkat keras, dan grafik komputer adalah beberapa elemen kurikuler utama yang diidentifikasi dari deskripsi kursus, panduan kurikulum, dan silabus.

Universitas menggunakan berbagai nama untuk mengkarakterisasi program mereka ketika mengacu pada jurusan ini. Hanya beberapa kursus di jurusan ini adalah Teknologi Pengguna Akhir, Sistem Organisasi/Perkantoran, dan Dukungan Teknologi Bisnis. Deskripsi kursus untuk jurusan ini, bagaimanapun, sangat mirip. Jurusan ini akan disebut sebagai BIS selama penulisan esai ini. Siswa harus mempersiapkan diri untuk bekerja sebagai administrator jaringan, koordinator dan pelatih teknologi, dan spesialis komputer, menurut penilaian universitas yang menawarkan gelar sarjana dalam sistem informasi bisnis. Telekomunikasi, desain Web, dan aplikasi berbasis komputer adalah beberapa elemen kurikuler utama yang telah diambil dari deskripsi kursus, panduan kurikulum, dan silabus.

METODOLOGI

Penelitian ini mengkaji preferensi jurusan teknologi untuk berbagai aktivitas dan teknologi komunikasi bisnis. Kriteria lain yang relevan juga diperhitungkan. Lima institusi timur laut yang memberikan gelar

dalam BIS, CIS, atau MIS menjadi sampel populasi untuk penelitian ini. Populasi penelitian ini adalah mahasiswa yang kuliah di berbagai universitas dan perguruan tinggi. Itu opsional untuk berpartisipasi. Siswa menandatangani formulir informed consent. Mayoritas adalah mahasiswa dan mahasiswa yang terdaftar dalam mata pelajaran utama. Distribusi survei dipasok oleh fakultas di berbagai universitas. Data untuk penelitian ini dikumpulkan hanya dengan menggunakan satu instrumen penelitian.

Untuk menentukan alat dan tugas komunikasi perusahaan yang disukai di tempat kerja, Skala Likert dirancang dan dievaluasi. Teknik yang digunakan untuk mengukur sikap orang disebut penskalaan likert (Nachmias & Nachmias, 1987). Data untuk penelitian deskriptif ini dikumpulkan dengan metode survei sesuai dengan instruksi Dillman (1978). Penelitian ini menggunakan metodologi survei dengan analisis statistik dan metodologi penelitian deskriptif. Sebuah survei cross-sectional adalah desain yang dipilih.

Desain cross-sectional adalah desain studi yang paling banyak digunakan, menurut Babbie (1990, hal. 65). Keuntungan dan kerugian menggunakan penelitian survei harus dipertimbangkan sebelum menggunakannya. "...manfaat utamanya adalah harga yang lebih murah, kesalahan bias yang relatif kecil, lebih banyak anonimitas, dan aksesibilitas," dinyatakan ketika membahas metode survei yang disediakan (Frankfort-Nachmias dan Nachmias, 1996). Kekurangannya termasuk tingkat respon yang buruk, potensi untuk menyelidiki, dan ketidakmampuan untuk memilih siapa yang menjawab kuesioner (hal. 248). Metode Desain (TDM), yang diusulkan oleh Dillman (1978), digunakan sebagai panduan untuk mengurangi kelemahan

penggunaan metodologi survei. TDM dibagi menjadi dua komponen, menurut Dillman (1978). [Bagian] pertama mendeteksi setiap elemen prosedur survei yang mungkin berdampak pada jumlah atau kualitas respons, dan membentuk setiap elemen sehingga respons terbaik dikumpulkan. [Bagian] kedua mengoordinasikan kegiatan survei untuk sepenuhnya mengimplementasikan tujuan desain (hal. 12).

Masalah dengan jumlah dan kualitas respons dapat dikurangi dengan memanfaatkan TDM Dillman. Data untuk penelitian deskriptif ini dikumpulkan dengan metode survei sesuai dengan instruksi Dillman (1978). Hal-hal berikut ini termasuk dalam paket survei yang dikirim ke setiap calon mahasiswa peserta:

Penjelasan dan persetujuan. Surat pengantar yang menjelaskan studi kepada calon peserta dan menguraikan langkah-langkah yang harus diambil saat mengisi formulir paket survei.

Bagian demografi survei (pertanyaan singkat yang menanyakan informasi biografis dan demografis).

Data skala Likert secara manual dinilai dan dihitung. Data dari skala menjadi sasaran pengujian statistik menggunakan Paket Statistik untuk Ilmu Sosial untuk Windows (SPSS+ untuk Komputer Mikro). Analisis dilakukan secara deskriptif dan komparatif.

HASIL

Tingkat respons 248 dicapai dari 448 individu, dengan 248 respons valid (55 persen). Tugas atau sumber daya yang menurut siswa akan digunakan setiap hari, mingguan, bulanan, atau tidak pernah dipilih. Pilihan untuk dokumentasi bisnis meliputi:

- Surat
- Laporan
- Memo
- Formulir
- Petunjuk
- Kontak

Tugas komunikasi bisnis adalah:

- Pertemuan
- Pidato
- Komunikasi internasional
- Komunikasi Pelanggan
- Komunikasi Klien
- Komunikasi Pemasok
- Komunikasi Karyawan

Alat komunikasi bisnis adalah:

- Surel
- Fax
- Telepon
- Alat peraga
- Komunikasi Audio
- Komunikasi data
- Komunikasi Video
- Telekomunikasi Audio
- Telekomunikasi Data
- Telekomunikasi Video.

PEMBAHASAN

Jurusan teknologi sekarang memiliki pemahaman yang lebih baik tentang pentingnya fungsi yang dimainkan oleh aktivitas komunikasi perusahaan, dokumen, dan alat di tempat kerja. Jurusan teknologi mungkin tidak lagi hanya mengandalkan keahlian TI mereka untuk menjadi sangat sukses. Peran TI secara tradisional tidak berfokus pada komunikasi, tetapi karena TI menjadi semakin mendasar bagi perusahaan, orang-orang yang unggul di bidang ini saat ini sangat diminati dan akan terus demikian (Perelman, 2007, hlm. 41). Tiga tanggapan paling umum untuk

tugas kantor sehari-hari dan/atau alat untuk surat kabar bisnis dan komunikasi. Tabel ini menunjukkan bahwa semua jurusan teknologi menganggap komunikasi staf, telepon, dan email akan sering digunakan.

Jurusan teknologi umumnya setuju bahwa email adalah alat komunikasi komersial yang umum. Peringkat ini merupakan indikator kuat dari tantangan yang mungkin dialami oleh jurusan teknologi dalam pekerjaan, menurut literatur. Menurut Elmhorst (2005)

Menurut survei berdasarkan tanggapan dari lebih dari 1.000 karyawan di organisasi Fortune 1000, orang berkomunikasi tatap muka, melalui telepon, email, faks, pager, dan mengirim dan menerima rata-rata 178 pesan per hari. Menurut beberapa analisis, rata-rata eksekutif perusahaan menghabiskan sekitar 45 menit dari setiap jam untuk berinteraksi, atau antara 75 dan 80 persen dari waktu mereka (hal .7) Menurut Krizan (2005):

Apa alamat email Anda? adalah salah satu pertanyaan yang paling sering diajukan di kalangan profesional bisnis saat ini. Saat ini, banyak orang dan bisnis telah menemukan bahwa mereka menerima lebih banyak email daripada surat cetak (hal. 125)

Elmhorst (2005) lebih lanjut menyatakan bahwa surat elektronik (atau e-mail) memungkinkan komunikator untuk mengirim dan menerima pesan tekstual satu sama lain melalui komputer. Email telah melampaui semua bentuk komunikasi tempat kerja lainnya di Amerika Serikat dan Kanada; 97 persen responden mengatakan mereka menggunakannya setiap hari atau sering (hal.29).

Perlu dicatat bahwa jurusan teknologi yang pintar perlu memilih alat yang tepat saat melakukan tugas sehari-hari. Di perusahaan Amerika, email adalah cara hidup.

Mahasiswa jurusan teknologi harus menyadari "email the man down the hall effect". Menurut definisi Goleman dari tahun 2007, seiring dengan meningkatnya penggunaan email di sebuah perusahaan, bentuk komunikasi lain—khususnya sapaan ramah yang rutin—mengalami penurunan volume. Karyawan mungkin mengalami tingkat isolasi sosial tertentu sebagai akibat dari ini. Pernyataan menunjukkan bahwa jurusan teknologi juga memperkirakan bahwa sering menggunakan telepon akan menjadi komponen rutin dalam karir mereka. Pesan email mungkin tidak selalu sesukses panggilan telepon atau obrolan online. Cara telepon perusahaan dijawab mengirimkan pesan yang jelas kepada penelepon mengenai sifat bisnis organisasi itu (Baldrige, 2003).

CIS dan MIS memiliki pandangan yang sama bahwa komunikasi karyawan, panggilan telepon, dan email adalah tiga tugas harian yang paling sering digunakan di kantor. Dibandingkan dengan individu yang mengelolanya, siswa CIS dan MIS lebih fokus pada teknologi. Pemrograman komputer, desain dan implementasi basis data, jaringan dan komunikasi data, analisis dan implementasi sistem, pengambilan keputusan manajerial, dan aspek manajerial sistem informasi organisasi semuanya tercakup dalam kurikulum MIS. Alih-alih berfokus pada orang-orang yang menjalankan bisnis, kurikulum CIS terutama berkaitan dengan perangkat lunak dan perangkat keras yang mendukung mereka. Siswa jurusan MIS menerima instruksi khusus baik dalam pengetahuan teknis dan bisnis. Siswa jurusan ilmu komputer memperoleh pendidikan dasar yang membekali mereka dengan pengetahuan yang diperlukan untuk mengatasi masalah komputasi. Mengingat pengalaman mereka masing-masing, mereka berdua terampil dalam

menggunakan tugas dan alat komunikasi korporat. Mereka sepakat bahwa baik telepon maupun email adalah bentuk kontak bisnis non-pribadi yang dapat diterima dan harus digunakan di kantor.

Komunikasi karyawan ditemukan sebagai fungsi harian tertinggi di BIS, meskipun faktanya BIS juga mencakup tiga tugas yang sama. Jurusan BIS cenderung lebih ekstrovert dalam pekerjaan mereka dengan komunikasi korporat karena sifat disiplin. Tidak peduli jurusan siswa, mengungkapkan bahwa ada kesepakatan tentang tugas atau alat komunikasi bisnis sehari-hari. Penyelidikan lebih lanjut menunjukkan bahwa jurusan BIS melihat interaksi tatap muka sebagai bagian biasa dari dunia bisnis. Hal ini dapat dijelaskan dengan fakta bahwa tugas BIS mencakup kegiatan seperti berinteraksi dengan orang-orang, memberikan pelatihan, dan mendukung pengguna akhir yang ditentukan oleh jurusan mereka. Mereka akan melayani dalam kapasitas sebagai administrator jaringan, koordinator teknologi, dan spesialis.

KESIMPULAN

Perencanaan, analisis, dan desain proyek semuanya memerlukan pendekatan yang sistematis dan terorganisir serta berorientasi pada tugas, dan jurusan MIS diharapkan bekerja di bidang ini. Jurusan BIS perlu beradaptasi dan terbuka untuk pengalaman baru karena bekerja dengan orang-orang secara langsung dapat menyebabkan situasi yang tidak terduga dan baru. Jurusan CIS bekerja dalam suasana yang lebih santai dan terbuka yang tidak terkait dengan bisnis atau mereka yang mengelola teknologi. Hasilnya menunjukkan bahwa jurusan teknologi memiliki peringkat tugas dan alat komunikasi korporat yang tepat untuk

tempat kerja abad kedua puluh satu. Selain itu, seperti yang direkomendasikan oleh literatur, peringkat tugas-tugas ini mengungkapkan jurusan mereka. TI bukan lagi sebuah pulau, seperti yang ditunjukkan oleh jajak pendapat Perelmans tahun 2007. Karyawan teknologi harus memiliki keterampilan interpersonal yang diperlukan untuk bergaul dengan rekan kerja, menurut CIO. Mereka menentukan bahwa komunikasi yang efektif adalah kualitas staf yang paling penting. Hasilnya menyiratkan bahwa teknologi tempat kerja paling populer yang digunakan oleh jurusan teknologi adalah email dan telepon. Jurusan ini masih harus memahami pentingnya komunikasi bisnis lisan dan tertulis serta bagaimana mereka diperlukan untuk sukses di tempat kerja. Menurut literatur, hari-hari ketika kesuksesan hanya membutuhkan gelar teknologi sudah lama berlalu. Jurusan teknologi saja, tanpa kemahiran dalam komunikasi bisnis, kemungkinan besar tidak akan menjamin kesuksesan profesional, menurut para penulis yang dikutip. Temuan studi menunjukkan bahwa mahasiswa yang mengambil jurusan teknologi sadar akan kebutuhan alat komunikasi bisnis seperti email dan telepon serta fakta bahwa interaksi tatap muka dengan rekan kerja dan pelanggan akan menjadi komponen pekerjaan mereka di masa depan. tempat kerja yang berkembang. Pemeriksaan mengapa tugas komunikasi bisnis seperti itu, yang rutin di tempat kerja saat ini (rapat, presentasi lisan, memo, surat, internet, komunikasi multikultural), tidak mencapai prioritas yang lebih tinggi adalah rekomendasi untuk penelitian lebih lanjut. Untuk memeriksa apakah ada variasi, studi yang sama harus diulang dengan jurusan non-teknologi yang berbeda di perguruan tinggi bisnis (akuntansi, manajemen, pemasaran, keuangan, dll). Penyelidikan lebih lanjut disarankan untuk memastikan apakah

faktor-faktor seperti jenis kelamin, ras, atau pencapaian pendidikan memengaruhi cara jurusan teknologi memprioritaskan alat dan tugas komunikasi.

REFERENSI

- Adler, R. B., & Elmhorst, J. M. (2005). *Communicating at work principles and practices for business and the professions*. New York: McGraw-Hill.
- Babbie, E. (1990). *Survey research methods* (2nd ed.). Belmont, CA: Wadsworth Publishing Company.
- Baldrige, L., & Baldrige, L. (2003). *Letitia Baldrige's new manners for new times: a complete guide to etiquette*. New York: Scribner.
- Bovee, C.L. and Thill, J.V. (2004). *Business Communication Today* (8th ed.). New York: McGraw-Hill.
- Dillman, D. A. (1978). *Mail and telephone surveys: The total design method*. New York: John Wiley and Sons.
- Emanuel, R. (2005). The Case for Fundamentals of Oral Communication. *Community College Journal of Research and Practice*. 29 (2), 153-162.
- Goleman, D. (2007). *Social intelligence: the new science of human relationships*. New York, N.Y.: Bantam Books.
- Krizan, A.C., Merrier, P., Logan, J., & Williams, K. (2007). *Business Communication Instructor's Edition*.
- Mason, OH: Thomson/South-Western
- Liebowitz, J., Agresti, W. W., & Djavanshir, G. R. (2006). *Communicating as IT professionals*. Upper Saddle River, NJ: Pearson/Prentice Hall.
- Locker, Kitty O. (2007). *Business Communication Building Critical Skills*. New York: McGraw-Hill Companies, Inc..
- Nachmias, D. and Nachmias, C. (1987). *Research methods in the Social Sciences*. New York: St. Martins Press.
- Ober, S. (2004). *Fundamentals of Contemporary Business Communication*. U.S.A: Houghton Mifflin Company.
- Perelman, D. (2007). IT planner 5 steps to better it job security. *eWEEK*, 24, 39-46.
- Pieraccini, T. (1998). *Communication Skills in Business a Plus*. Tina Retrieved February 18, 2008, from <http://www.oswegocountybusiness.com/index.php?a=141>
- Sturges, D. L. (1990). Using magnitude estimation scaling in business communication research. *The Journal of Business Communication*. Volume 27, #4, 417-427.
- Towner, N. (2002). Beef up your soft skills to land the best IT jobs. *Computer Weekly*, Retrieved November, 2007 from the Business Source Premier database.
- Tsai, H.-Y., Compeau, D., & Haggerty, N. (2007). Of races to run and battles to be won: Technical skill updating, stress, and coping of IT professionals. *Human Resource Management*. 46 (3), 395.
- Young, D. J., Marcel, M. F., & Wondra, D. L. (2006). *Foundations of business communication: an integrative approach*. Boston: McGraw-Hill/Irwan.