

MAKALAH MANAJEMEN PERKANTORAN
KOMUNIKASI BISNIS DAN ADMINISTRASI KANTOR
(Disusun Untuk Memenuhi Tugas Terstruktur Mata Kuliah Manajemen
Perkantoran)

Dosen Pengampu :

Widya Hestiningtyas, S. Pd., M. Pd.

Fiarika Dwi Utari, S.Pd., M.Pd



Disusun Oleh :

Kelompok 7

| | |
|----------------------|------------|
| Intan Zulfa Putri | 2213031061 |
| Yuni Lestari | 2213031095 |
| Rosa Auliya Rohmatin | 2213031097 |

PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI
JURUSAN PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS LAMPUNG
2025

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa karena berkat dan rahmat yang selalu tercurah dari-Nya membuat penulis berhasil menyelesaikan makalah Manajemen Perkantoran yang berjudul “Komunikasi Bisnis dan Administrasi Kantor ”.

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Ibu Widya Hestiningtyas, S. Pd., M. Pd. selaku dosen pengampu mata kuliah Manajemen Perkantoran dan kepada semua pihak yang sudah membantu dan membimbing kami selama pembuatan makalah dari awal hingga selesai.

Adapun tujuan pembuatan makalah ini adalah untuk memenuhi tugas terstruktur mata kuliah Manajemen Perkantoran serta untuk menambah wawasan dan pengetahuan pembaca. Penulis juga memohon maaf apabila terdapat kesalahan dalam penulisan makalah. Kami sangat mengharapkan kritik dan saran dari para pembaca untuk bahan pertimbangan perbaikan makalah menjadi lebih baik lagi. Akhir kata, semoga makalah yang kami buat ini dapat bermanfaat bagi siapa saja yang membacanya.

Bandar Lampung, 20 Oktober 2025

Kelompok 7

DAFTAR ISI

| | |
|--|------------|
| KATA PENGANTAR..... | ii |
| DAFTAR ISI..... | iii |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| 1.1 Latar Belakang | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah | 2 |
| 1.3 Tujuan Penulisan..... | 2 |
| BAB II PEMBAHASAN | 3 |
| 2.1 Pengertian Komunikasi Bisnis | 3 |
| 2.2 Tujuan dan Fungsi Komunikasi Bisnis | 4 |
| 2.3 Bentuk dan Jenis Komunikasi Bisnis | 7 |
| 2.4 Pengertian Administrasi Kantor | 9 |
| 2.5 Hubungan Antara Komunikasi Bisnis dan Administrasi Kantor | 10 |
| 2.6 Tantangan dan Strategi Komunikasi dalam Administrasi Modern | 11 |
| BAB III PENUTUP | 13 |
| 3.1 Kesimpulan | 13 |
| 3.2 Saran..... | 13 |
| DAFTAR PUSTAKA | 14 |

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Setiap manusia tidak terlepas dari yang namanya berkomunikasi dengan manusia lainnya, komunikasi menjadi kebutuhan pokok bagi setiap individu. Setiap individu membutuhkan komunikasi untuk berinteraksi, berbagi informasi, menyampaikan ide, menyampaikan perasaan, dan membangun hubungan dengan orang lain. Komunikasi adalah bagian integral dari kehidupan sehari-hari dan sangat penting dalam berbagai konteks, termasuk di tempat kerja, dalam hubungan pribadi, di komunitas, atau dalam lingkungan sosial.

Bahkan dalam organisasi dikatakan komunikasi menjadi inti dari organisasi, tanpa adanya komunikasi tidak akan terdapat aktivitas organisasi. Pentingnya komunikasi dalam setiap pelaksanaan berbagai kegiatan atau kerja suatu organisasi, menjadikan sebagai penentu dalam mengukur keefektifan dan efisiensi sebuah organisasi. Komunikasi yang efektif memainkan peran yang sangat penting dalam lingkungan perkantoran. Komunikasi yang baik memungkinkan kolaborasi yang efektif antara anggota tim, membantu meningkatkan efisiensi dan produktivitas di tempat kerja, sebagai acuan pengambilan keputusan yang baik, menjadikan pemahaman yang akurat, membangun hubungan dan budaya perusahaan, sebagai alat pengelolaan konflik, pelaksanaan instruksi dan rencana organisasi.

Administrasi perkantoran juga memiliki kedudukan yang sangat penting dalam mendukung kelancaran kegiatan operasional. Administrasi perkantoran tidak hanya berfungsi secara teknis dalam hal pengarsipan dan penyimpanan dokumen, tetapi juga berperan strategis dalam mengelola informasi dan menyediakan data yang dibutuhkan pimpinan dalam

pengambilan keputusan. Administrasi perkantoran merupakan bagian integral dari organisasi modern yang bertugas memastikan seluruh proses kerja di kantor berjalan dengan baik, mulai dari pengelolaan sumber daya manusia, penggunaan teknologi, hingga pengolahan informasi antarbagian.

Administrasi perkantoran dan komunikasi bisnis sebagai dua aspek yang tidak terpisahkan keduanya saling melengkapi untuk menciptakan lingkungan kerja yang produktif, terstruktur, dan adaptif terhadap perubahan zaman. Dengan demikian, komunikasi bisnis dan administrasi perkantoran tidak hanya menjadi penopang kegiatan sehari-hari, tetapi juga menjadi fondasi utama dalam mewujudkan efektivitas dan efisiensi kerja perusahaan. Keduanya berperan penting dalam menjaga keteraturan, mempercepat arus informasi, serta mendukung tercapainya tujuan strategis organisasi secara menyeluruh.

1.2 Rumusan Masalah

1. Apa pengertian komunikasi bisnis?
2. Apa tujuan dan fungsi komunikasi bisnis?
3. Bagaimana bentuk dan jenis komunikasi bisnis?
4. Apa pengertian administrasi kantor?
5. Bagaimana hubungan komunikasi bisnis dengan administrasi kantor?
6. Apa saja tantangan dan strategi komunikasi dalam administrasi modern?

1.3 Tujuan Penulisan

1. Untuk Mengetahui pengertian komunikasi bisnis.
2. Untuk Mengetahui tujuan dan fungsi komunikasi bisnis.
3. Untuk Mengetahui bentuk dan jenis komunikasi bisnis.
4. Untuk Mengetahui pengertian administrasi kantor.
5. Untuk Mengetahui hubungan komunikasi bisnis dengan administrasi kantor.
6. Untuk Mengetahui tantangan dan strategi komunikasi dalam administrasi modern.

BAB II

PEMBAHASAN

2.1 Pengertian Komunikasi Bisnis

Komunikasi berasal dari bahasa Latin yaitu *Communis* yang berarti sama. Pengertian sama adalah sama antara apa yang disampaikan dengan apa yang diterima (Hadi, 2018). Pengertian komunikasi merupakan sarana menyampaikan sebuah bentuk pertukaran informasi dari pengirim kepada penerima, baik dengan menggunakan informasi secara lisan, tertulis, maupun menggunakan alat komunikasi yang canggih (Candra, dkk. 2022).

Menurut Purwanto (2006), komunikasi bisnis adalah komunikasi yang digunakan dalam dunia bisnis, mencakup berbagai macam bentuk komunikasi, baik komunikasi verbal ataupun komunikasi non verbal untuk mencapai tujuan tertentu (Hadi, 2018). Komunikasi bisnis adalah komunikasi yang digunakan dalam dunia bisnis yang mencakup berbagai macam bentuk komunikasi, baik komunikasi verbal maupun komunikasi nonverbal untuk mencapai tujuan tertentu (Candra, dkk. 2022). Komunikasi bisnis adalah interaksi yang terjadi antara pelaku-pelaku bisnis. Komunikasi itu bisa terjadi antara pedagang dengan pembeli, antara perusahaan dan langganannya, antara bank dan nasabah. Komunikasi juga terjadi secara internal antara atasan dan bawahan dan sebaliknya. Masalah yang dikomunikasikan adalah hal-hal yang berhubungan dengan perdagangan atau usaha (Hadi, 2018).

Berdasarkan pemaparan di atas, dapat diketahui bahwa komunikasi bisnis merupakan proses penyampaian dan pertukaran informasi yang terjadi dalam lingkungan bisnis, baik secara verbal maupun non-verbal, dengan tujuan untuk mencapai kesamaan pemahaman antara pengirim dan penerima pesan.

2.2 Tujuan dan Fungsi Komunikasi Bisnis

Komunikasi bisnis berperan penting dalam menyampaikan informasi dan membangun koordinasi agar kegiatan organisasi berjalan efektif. Pemahaman terhadap tujuan dan fungsi komunikasi bisnis diperlukan karena tujuan menunjukkan arah komunikasi, sedangkan fungsi menjelaskan peran komunikasi dalam mendukung keberhasilan organisasi.

1. Tujuan Komunikasi Bisnis

Menurut Guffey dan Loewy, (dalam Hamid, dkk. 2023) komunikasi bisnis memiliki tujuan sebagai berikut:

1) Informasi

Tujuan utama komunikasi bisnis adalah menyampaikan informasi yang relevan, akurat, dan penting untuk pengambilan keputusan yang tepat. Informasi ini dapat berupa data pasar, laporan keuangan, atau perkembangan industri.

2) Persuasi

Komunikasi bisnis juga bertujuan meyakinkan penerima untuk mengambil tindakan tertentu. Ini terkait dengan upaya pemasaran, penjualan, atau promosi, di mana tujuannya adalah mempengaruhi perilaku atau pandangan penerima.

3) Hubungan

Komunikasi bisnis dapat membantu membangun dan menjaga hubungan yang baik antara organisasi dan pemangku kepentingan, termasuk pelanggan, mitra bisnis, investor, dan karyawan.

4) Edukasi

Komunikasi bisnis dapat digunakan untuk mendidik karyawan atau pelanggan tentang produk, layanan, atau prosedur baru. Ini dapat membantu meningkatkan pemahaman dan keterampilan individu.

5) Motivasi

Komunikasi dalam bentuk penghargaan, pengakuan, atau umpan balik positif dapat membantu memotivasi karyawan untuk bekerja lebih baik dan mencapai tujuan perusahaan.

2. Fungsi Komunikasi Bisnis

Menurut Candra dkk (2022), Fungsi komunikasi dalam bisnis sebagai berikut:

1) Fungsi Informatif

Fungsi penyampaian informasi memiliki peran yang sangat penting. Melalui fungsi informatif, perusahaan dapat memberikan berbagai jenis informasi yang berkaitan dengan kondisi internal organisasi, target pasar, karakteristik konsumen, hingga perkembangan dan strategi pesaing. Fungsi ini menjadi dasar bagi manajemen dalam mengambil keputusan yang tepat dan terarah. Dalam komunikasi internal, fungsi informatif dapat diwujudkan dengan penyampaian visi dan misi perusahaan secara jelas kepada seluruh karyawan agar arah kerja organisasi dapat dipahami bersama. Sedangkan dalam konteks eksternal, fungsi ini dapat terlihat ketika perusahaan menyampaikan informasi kepada publik, misalnya melalui publikasi pencapaian, penghargaan, atau tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) yang menunjukkan kinerja positif di mata masyarakat.

2) Fungsi Persuasif

Fungsi persuasif atau fungsi yang bersifat membujuk memiliki tujuan untuk memengaruhi pihak lain agar mau bertindak sesuai dengan harapan organisasi. Dalam komunikasi bisnis, fungsi ini dilakukan dengan memberikan dorongan dan motivasi agar terjadi perubahan perilaku, sikap, maupun pandangan sesuai dengan kepentingan perusahaan. Dalam lingkungan internal organisasi, fungsi persuasif digunakan untuk membangun komitmen dan loyalitas karyawan terhadap perusahaan. Hal ini dapat dilakukan melalui pemberian instruksi yang jelas, pelimpahan wewenang dan tanggung jawab, penetapan sistem penghargaan atau penggajian yang adil, serta penyelenggaraan pelatihan yang meningkatkan semangat kerja. Sementara dalam konteks eksternal, fungsi persuasif digunakan untuk meyakinkan investor agar mau menanamkan modal, mendorong distributor atau pemasok agar terus bekerja

sama, serta membangun kepercayaan dan kesetiaan konsumen terhadap produk perusahaan. Fungsi ini dapat dijalankan melalui komunikasi langsung seperti pertemuan bisnis, maupun melalui media massa seperti iklan, publikasi, dan kampanye promosi yang menarik.

3) Fungsi Kontrol

Dalam suatu organisasi bisnis, fungsi kontrol memiliki peranan penting sebagai alat pengawasan dan koreksi terhadap pelaksanaan kegiatan kerja. Di lingkungan internal, fungsi ini digunakan untuk menyampaikan informasi mengenai hal-hal yang harus dilakukan atau dihindari oleh karyawan sesuai dengan tanggung jawab dan standar operasional yang berlaku. Tujuannya agar seluruh pekerjaan berjalan sesuai prosedur dan target perusahaan dapat tercapai. Fungsi kontrol juga berperan dalam menjaga kedisiplinan, mencegah penyimpangan, serta memastikan bahwa setiap kebijakan organisasi dilaksanakan dengan baik. Dalam pelaksanaannya, fungsi kontrol sering kali melibatkan umpan balik dari bawahan kepada atasan. Umpan balik ini berguna sebagai bahan evaluasi terhadap kinerja, alat koreksi atas kesalahan yang terjadi, serta sebagai bentuk penegasan atas pencapaian individu.

4) Fungsi Emotif

Fungsi emotif bertujuan meningkatkan penerimaan pesan atau tingkat pemahaman terhadap isi komunikasi. Respon yang diberikan penerima pesan sangat dipengaruhi oleh emosi yang muncul, seperti rasa senang, puas, tertarik, atau sebaliknya. Karena itu, dalam dunia bisnis, penggunaan emosi positif menjadi salah satu strategi penting dalam menarik perhatian dan membangun citra perusahaan. Misalnya, dalam pembuatan iklan, unsur emosional seperti rasa bahagia, haru, atau bangga sering digunakan agar pesan lebih mudah diterima dan diingat oleh masyarakat.

5) Fungsi Koordinasi

Fungsi koordinasi dalam komunikasi bisnis berperan untuk menyatukan setiap unit kerja melalui pertukaran informasi, penyusunan rencana, penetapan jadwal kegiatan, dan penyampaian penugasan secara jelas. Melalui fungsi ini, setiap bagian dalam perusahaan dapat saling memahami perannya, memberikan umpan balik, serta bekerja secara harmonis untuk mencapai sasaran organisasi. Koordinasi yang baik akan menciptakan keterpaduan kerja, mencegah tumpang tindih kegiatan, dan meningkatkan efektivitas dalam pengambilan keputusan. Oleh karena itu, fungsi koordinasi menjadi kunci utama agar seluruh proses bisnis dapat berjalan lancar, efisien, dan berorientasi pada hasil yang optimal.

2.3 Bentuk dan Jenis Komunikasi Bisnis

1. Bentuk Komunikasi Bisnis

Bentuk komunikasi bisnis dapat dibedakan berdasarkan “cara” atau “media” penyampaian pesan. Berikut beberapa bentuk utama komunikasi bisnis menurut Hakim dkk (2023):

1) Komunikasi Verbal

Komunikasi verbal adalah bentuk komunikasi yang menggunakan kata-kata, baik secara lisan maupun tertulis. Dalam konteks bisnis, komunikasi verbal lisan misalnya melalui pertemuan tatap muka, rapat, telepon, atau video *conference*; sedangkan bentuk tertulis misalnya surat, memo, dan email. Keunggulan komunikasi verbal adalah umpan balik yang relatif cepat (terutama bentuk lisan), namun tantangannya termasuk potensi distorsi pesan bila saluran atau kondisi komunikasi tidak ideal.

2) Komunikasi Non-Verbal

Komunikasi non-verbal meliputi aspek seperti bahasa tubuh, ekspresi wajah, gerakan, sikap, serta simbol visual dan audio-visual. Dalam lingkungan bisnis, non-verbal dapat mempengaruhi persepsi seperti kepercayaan, profesionalisme, maupun suasana rapat.

Sebagai contoh, gerakan tubuh yang tertutup atau tatapan yang tidak kontak dapat mengurangi efektivitas pesan yang disampaikan secara verbal. Oleh karena itu, dalam komunikasi bisnis, pengirim pesan harus memperhatikan bukan hanya kata-kata yang dipakai tetapi juga sikap non-verbal yang menyertainya.

3) Komunikasi Elektronik / Digital

Seiring perkembangan teknologi informasi, komunikasi bisnis melalui saluran digital seperti email, instant messaging, konferensi video dan platform kolaborasi daring menjadi semakin dominan. Bentuk ini memungkinkan pengiriman pesan secara cepat antar individu atau kelompok yang terpisah secara geografis. Keuntungan besar dari bentuk ini adalah kecepatan dan kapabilitas menjangkau banyak pihak; namun tantangannya meliputi kehilangan unsur tatap muka, potensi mis-interpretasi, serta kebutuhan untuk menjaga profesionalisme dan kejelasan dalam tulisan.

2. Jenis Komunikasi Bisnis

Menurut Hakim dkk (2023), jenis komunikasi bisnis sebagai berikut:

1) Komunikasi Bisnis Internal ke Atas

Komunikasi bisnis internal ke atas adalah komunikasi yang datang dari bawahan ditujukan untuk pimpinan atau atasan lainnya yang memiliki jabatan lebih tinggi dan bersangkutan. Semua pemimpin perusahaan harus memberikan peluang agar berbagai informasi dapat sampai ke atas, sehingga setiap karyawan bisa memahami dengan baik hal-hal mengenai operasional bisnis di perusahaan tersebut.

2) Komunikasi Bisnis Internal ke Bawah

Komunikasi bisnis internal ke bawah adalah salah satu jenis komunikasi yang berasal dari pimpinan kepada seorang atau beberapa orang bawahan di perusahaan tersebut. Komunikasi ini dapat dilakukan dalam berbagai bentuk, seperti: arahan verbal, memorandum, surat, dan lain sebagainya.

3) Komunikasi Lateral (Horizontal)

Komunikasi bisnis yang satu ini merupakan komunikasi yang terjadi di antara para karyawan di lokasi kerjanya. Banyak cara yang biasa digunakan dalam berkomunikasi, seperti: telepon, email, *chatting*, dan lain sebagainya. Komunikasi internal lateral ini bisa saja dilakukan dalam satu departemen atau dengan departemen yang berbeda. Dalam praktiknya, komunikasi antar karyawan ini memiliki peran penting dalam hal keterlibatan maupun produktivitas mereka.

4) Komunikasi Bisnis Eksternal

Komunikasi bisnis eksternal adalah komunikasi yang terjadi dengan pihak-pihak yang berasal dari luar perusahaan, seperti: Pelanggan, mitra kerja, bakal konsumen, dan lain sebagainya. Berbeda dengan komunikasi internal, komunikasi eksternal ini justru kerap tidak teratur atau tidak konsisten.

2.4 Pengertian Administrasi Kantor

Administrasi kantor, menurut Herlambang (2019), adalah serangkaian kegiatan yang berhubungan dengan pengelolaan informasi, pengarsipan, pengetikan, penyimpanan, dan penyampaian data agar pekerjaan perkantoran dapat berjalan dengan efisien. Administrasi kantor tidak hanya bersifat teknis, tetapi juga strategis, karena menciptakan sistem yang mendukung kelancaran komunikasi di dalam organisasi. Selanjutnya, menurut Rosalin, dkk, (2022) administrasi perkantoran adalah keseluruhan proses kerja sama antara dua orang atau lebih yang didasarkan pada pembagian tugas secara rasional untuk mencapai tujuan tertentu secara efektif dan efisien. Dalam konteks perkantoran, kegiatan administrasi mencakup pengelolaan surat-menyurat, kearsipan, penjadwalan, pelayanan informasi, serta penyusunan laporan yang mendukung fungsi manajerial. Sedangkan, menurut Nuraida, (2022) administrasi perkantoran merupakan kegiatan yang berhubungan dengan pengelolaan data dan informasi untuk membantu pimpinan dalam proses pengambilan keputusan. Artinya,

administrasi perkantoran tidak hanya terbatas pada pekerjaan rutin, tetapi juga berperan dalam penyediaan informasi yang akurat dan relevan.

Berdasarkan pemaparan di atas, dapat diketahui administrasi perkantoran merupakan suatu rangkaian kegiatan yang terencana dan terorganisasi dalam mengelola informasi, data, serta dokumen perkantoran untuk mendukung kelancaran kerja organisasi secara efektif dan efisien.

2.5 Hubungan Antara Komunikasi Bisnis dan Administrasi Kantor

Hubungan antara komunikasi bisnis dan administrasi kantor bersifat saling melengkapi. Administrasi kantor berfungsi sebagai sistem pendukung yang memastikan setiap pesan komunikasi bisnis dapat dicatat, diproses, dan disampaikan dengan baik. Tanpa komunikasi yang efektif, administrasi akan berjalan lambat karena informasi tidak tersampaikan secara jelas atau terjadi miskomunikasi antarbagian. Sebaliknya, tanpa sistem administrasi yang tertata, hasil komunikasi bisnis tidak akan terdokumentasi dengan baik dan berpotensi menimbulkan kesalahan dalam pengambilan keputusan.

Menurut penelitian Fitriani dan Wibowo (2022), kualitas komunikasi internal berpengaruh langsung terhadap kinerja administrasi. Mereka menemukan bahwa organisasi dengan pola komunikasi yang terbuka dan terstruktur mampu meningkatkan kecepatan proses surat-menyurat, penyusunan laporan, dan koordinasi lintas divisi hingga 30%. Hal ini menunjukkan bahwa keberhasilan administrasi kantor sangat bergantung pada kemampuan organisasi membangun sistem komunikasi bisnis yang efektif.

Administrasi kantor dan komunikasi bisnis sering berjalan beriringan dalam kegiatan seperti penyusunan surat resmi, pembuatan laporan, pengarsipan dokumen, dan pelaksanaan rapat. Misalnya, surat keluar yang dikirim kepada mitra bisnis merupakan bentuk komunikasi bisnis tertulis yang dikelola melalui prosedur administrasi kantor. Begitu pula notula rapat yang disusun oleh staf administrasi menjadi bukti komunikasi internal antarbagian dalam organisasi.

2.6 Tantangan dan Strategi Komunikasi dalam Administrasi Modern

1. Tantangan Komunikasi dalam Administrasi Modern

Salah satu tantangan utama dalam administrasi modern adalah perubahan teknologi informasi yang sangat cepat. Menurut Herlambang (2019), transformasi digital di kantor membawa dua sisi: kemudahan dalam pengelolaan data dan risiko dalam pengendalian informasi. Administrasi yang dulunya berbasis kertas kini beralih ke sistem elektronik (*e-office*), sehingga pegawai dituntut untuk memahami teknologi digital, mulai dari pengarsipan online hingga komunikasi melalui platform kolaborasi daring seperti email, WhatsApp Business, dan Google Workspace. Bagi pegawai yang tidak terbiasa dengan teknologi, hal ini bisa menjadi hambatan dalam efektivitas komunikasi administratif.

Tantangan kedua adalah kompleksitas komunikasi antar-generasi di lingkungan kerja. Di kantor modern, sering kali terdapat kombinasi antara generasi baby boomers, generasi X, dan generasi milenial atau Z. Setiap generasi memiliki gaya komunikasi berbeda, misalnya, generasi muda cenderung cepat dan informal melalui pesan instan, sedangkan generasi lama lebih menyukai komunikasi formal dan tatap muka. Perbedaan ini dapat menimbulkan kesenjangan persepsi dan menghambat koordinasi administratif jika tidak dikelola dengan baik.

Selain itu, tingginya arus informasi (*information overload*) menjadi tantangan tersendiri. Banyaknya pesan masuk melalui berbagai media dapat membuat pegawai kewalahan memilah mana informasi yang penting dan mendesak. Akibatnya, terjadi miskomunikasi atau keterlambatan penyampaian informasi yang berdampak pada kualitas pelayanan administrasi. Tantangan lain yang muncul adalah kurangnya etika komunikasi digital, seperti penggunaan bahasa yang tidak sopan, penulisan email yang tidak profesional, dan penyebaran pesan tanpa konfirmasi. Semua hal ini dapat menurunkan kredibilitas lembaga serta efektivitas kerja tim.

2. Strategi Komunikasi dalam Administrasi Modern

Tantangan-tantangan tersebut, diperlukan strategi komunikasi yang terarah, sistematis, dan adaptif. Menurut Fitriani dan Wibowo (2022), strategi komunikasi yang efektif dalam administrasi modern harus mencakup empat aspek penting: keterbukaan, kejelasan, ketepatan, dan kecepatan. Keempat aspek ini menjadi dasar dalam menyampaikan pesan agar informasi tidak disalahartikan dan dapat segera ditindaklanjuti.

- 1) Perusahaan perlu membangun budaya komunikasi terbuka. Setiap pegawai harus diberi ruang untuk menyampaikan ide, masukan, dan keluhan tanpa rasa takut. Komunikasi dua arah antara pimpinan dan staf akan menciptakan suasana kerja yang kondusif serta meningkatkan motivasi kerja.
- 2) Perusahaan harus menerapkan standar komunikasi tertulis yang profesional, seperti penggunaan bahasa Indonesia baku dalam surat resmi, email, dan laporan administrasi. Handayani (2022) menegaskan bahwa bahasa yang efektif dan sopan mencerminkan kredibilitas lembaga serta menghindari salah tafsir dalam penyampaian pesan administratif.
- 3) Penerapan teknologi komunikasi digital harus diimbangi dengan peningkatan kompetensi sumber daya manusia. Pegawai administrasi perlu dilatih menggunakan aplikasi perkantoran digital, manajemen dokumen elektronik, dan sistem komunikasi daring. Pelatihan ini bukan hanya meningkatkan efisiensi kerja, tetapi juga memastikan keamanan data dan keakuratan informasi.
- 4) Perusahaan perlu membangun etika komunikasi digital dengan menetapkan panduan tertulis mengenai tata cara penggunaan media komunikasi, baik internal maupun eksternal, untuk menjaga profesionalitas lembaga.

BAB III

PENUTUP

3.1 Kesimpulan

Komunikasi bisnis dan administrasi perkantoran memiliki hubungan yang erat serta saling melengkapi dalam mendukung efektivitas operasional perusahaan. Komunikasi bisnis berperan penting dalam menyampaikan informasi, membangun hubungan kerja, serta memastikan koordinasi antardivisi berjalan lancar. Sementara itu, administrasi perkantoran menjadi sistem pendukung yang memastikan seluruh informasi, dokumen, dan data perusahaan dikelola dengan baik, tertata, dan dapat digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan. Keduanya berfungsi sebagai fondasi dalam menciptakan sistem kerja yang efisien, transparan, dan profesional di lingkungan perusahaan modern.

Tantangan seperti transformasi digital, perbedaan gaya komunikasi antar-generasi, hingga etika komunikasi daring memerlukan strategi komunikasi yang terbuka, cepat, dan efektif. Dengan menerapkan prinsip keterbukaan, kejelasan, ketepatan, dan kecepatan dalam setiap proses komunikasi administratif, organisasi dapat meningkatkan kinerja, memperkuat koordinasi, serta menjaga kredibilitas lembaga. Oleh karena itu, keberhasilan administrasi modern sangat bergantung pada kemampuan perusahaan mengintegrasikan sistem komunikasi bisnis yang efisien dengan manajemen administrasi yang profesional dan adaptif terhadap perkembangan zaman.

3.2 Saran

Demikianlah makalah ini kami susun, semoga makalah ini bermanfaat bagi para pembaca. Dalam penulisan ini kami sadari masih banyak kekurangan. Oleh karena itu, saran dan kritik yang membangun sangat kami harapkan untuk menyempurnakan makalah kami kedepannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Candra, V., Silalahi, M., Simatupang, S., Fachrurazi, F., Mulyana, I., & Noviany, H. (2022). *Komunikasi Bisnis*. Purbalingga: Eureka Media Aksara.
- Fitriani, D., & Wibowo, A. (2022). Peran Administrasi Perkantoran dalam Menunjang Komunikasi Organisasi. *Jurnal Informasi dan Komunikasi Administrasi Perkantoran*, 5(2), 65–74.
- Hadi, R. (2018). *Buku Ajar Komunikasi Bisnis*.
- Hakim, A. L., Fil, S., & Wibowo, T. S. (2023). *KOMUNIKASI BISNIS: Informatif, Persuasif, Kolaboratif dan Integratif di Era Digital*. Indramayu: Penerbit Adab.
- Hamid, D. M. A., Arisandi, D., Uli, N. Z., Mardah, S., Dewi, I. C., Utami, E. Y., ... & Wardhana, A. (2023). *Komunikasi Bisnis (Teori dan Konsep)*. Bandung: CV. Media Sains Indonesia.
- Handayani, S. (2022). Penggunaan Bahasa Indonesia Baku dalam Komunikasi Administratif. *Jurnal Bahasa dan Bisnis*, 4(1).
- Herlambang, S. (2019). *Administrasi Perkantoran Modern*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Nuraida, I. (2022). *Manajemen Perkantoran*. Yogyakarta: PT Kanisius.
- Purwanto, A. (2020). *Komunikasi Bisnis*. Yogyakarta: Deepublish.
- Rosalin, S., Rahayu, K. S., Utami, R. B., Edityastono, L., & Yuliawan, R. (2022). *Administrasi Perkantoran Berbasis Teknologi Informasi*. Malang: Universitas Brawijaya Press.