

IN-DEPTH

Bagaimana Membangun Budaya Komunikasi secara Terbuka?

Belajar dari
Konflik Konstruktif

Friendchised: Teman
Terpercaya Pencarian
Bisnis *Franchise*-mu



Susunan Redaksi

PENGARAH

Semuel Abrijani Pangerapan

PEMBINA

Bonifasius Wahyu Pudjianto

PENANGGUNG JAWAB & PEMIMPIN REDAKSI

Sonny Sudaryana

EDITOR

Fadhila Hasna Athaya
Maria Sattwika Duhita
Putranto Adhi Nugroho

PENULIS

Aulia Mahiranissa
Mayasti Dwidya Nastiti
Nabila Savitri Erwansyah
Sofy Nito Amalia
Yurista Andina

DESAIN & LAYOUT

Bagus Septa Pratama
Rizka Irjayanti

ILUSTRASI COVER

Bagus Wahyu Ramadhan

ILUSTRASI ARTIKEL

Gerardus Aloysius

PRODUKSI & SIRKULASI

Anka Raharja
Fahmi Riskian

GERAKAN NASIONAL
1000
STARTUP DIGITAL



BUKU INI TIDAK UNTUK DIPERJUALBELIKAN

Mendorong Inovasi Lewat Komunikasi yang Efektif, Kok Bisa?

Dalam dunia startup yang penuh tantangan, komunikasi internal tim yang efektif ternyata dapat menjadi kunci untuk menciptakan inovasi yang berdampak. Namun, banyak startup yang menghadapi berbagai hambatan dalam hal tersebut. Untuk membuka edisi ini, berikut adalah sedikit gambaran pentingnya membangun komunikasi internal tim yang baik.

Salah satu tantangan utama dalam komunikasi internal tim startup adalah kurangnya struktur komunikasi yang jelas. Tanpa struktur yang baik, startup bisa menghadapi kesalahpahaman dan kerancuan dalam proses pengambilan keputusan terkait inovasi. Maka dari itu, penting bagi startup untuk menginvestasikan waktu dalam membangun struktur komunikasi yang efisien sejak awal.

Pertumbuhan tim yang cepat juga bisa menjadi penghambat komunikasi internal. Ketika jumlah anggota tim meningkat, tentu akan semakin sulit memastikan semua orang tetap terlibat dan mendapatkan informasi yang relevan. Untuk itu, startup harus beradaptasi dengan menciptakan sistem komunikasi yang fleksibel dan skalabel.

Keberagaman memang dapat menghasilkan ide segar dalam berinovasi. Namun, keberagaman dalam latar belakang dan kapabilitas anggota tim dapat juga menyebabkan kesulitan dalam membangun komunikasi. Dalam situasi ini, penting bagi startup untuk menghargai perbedaan tersebut

dan menciptakan lingkungan yang inklusif, di mana setiap anggota tim merasa dihargai dan didengarkan.

Kemudian perlu dibangun kesepakatan bersama dalam pemilihan teknologi komunikasi yang tepat di tengah banyaknya pilihan yang ada saat ini. Penggunaan teknologi komunikasi yang tidak efisien atau tidak sesuai dengan kebutuhan tim, dapat menghambat aliran informasi dan ide.

Sudah mulai terbayang kan, betapa membangun rantai komunikasi internal tim yang efektif adalah langkah penting dalam mendorong inovasi di startup? Dalam RINTISAN edisi Team Communication, kami sudah menyiapkan beragam topik untuk menambah wawasanmu terkait komunikasi dalam tim. Mulai dari bagaimana berstrategi memilih kanal yang tepat untuk berkomunikasi, *love language* entrepreneur, pembelajaran komunikasi dari CEO ternama, bagaimana meningkatkan *skill* berkomunikasi di lingkungan kerja, mengapa konflik bisa membawa hal yang konstruktif, hingga bagaimana membangun budaya komunikasi terbuka dalam organisasi.

Kami percaya komunikasi adalah awal dari kolaborasi ciamik untuk bisa ciptakan inovasi. Jadi, yuk semangat bikin tim kita makin luwes lagi dalam berkomunikasi!

– Tim Redaksi

Meningkatkan Rasa Percaya dan Akuntabilitas



**Samuel Abrijani
Pangerapan**

Direktur Jenderal Aplikasi
Informatika Kementerian
Komunikasi dan Informatika RI

Jika berbicara tentang mengelola sebuah organisasi atau tim, saya yakin bahwa rasa percaya dan akuntabilitas adalah dua elemen yang esensial. Rasa percaya dan akuntabilitas dalam sebuah tim bisa diibaratkan seperti semen yang mengikat batu-batu bata pada bangunan. Tanpa keduanya, bangunan tersebut akan mudah runtuh. Saya akan jelaskan mengapa dua hal tersebut begitu penting dan bagaimana lewat komunikasi yang baik maka dua hal tadi akan mudah untuk diraih.

Rasa percaya, akan membangun hubungan yang kuat antara *founder* dan timnya. Ketika tim merasa bahwa sang *founder* dapat dipercaya dan diandalkan, mereka akan merasa lebih nyaman untuk mencurahkan ide, berbagi umpan balik, dan mendukung visi perusahaan. Dengan demikian, kolaborasi dan kreativitas tim akan jauh lebih mudah berkembang, sanggup menghasilkan inovasi yang lebih baik dan dengan begitu maka peluang mencapai kesuksesan akan lebih besar.

Sementara akuntabilitas akan menciptakan budaya kerja yang positif dan produktif. Sebagai pemimpin, *founder* harus menunjukkan akuntabilitas atas keputusan dan tindakan mereka, serta mendukung tim dalam mencapai target yang ditetapkan. Dengan demikian, anggota tim akan merasa dihargai dan termotivasi untuk memberikan kontribusi terbaik mereka, hal ini akan mengarah pada pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan.

Nah, yang harus diperhatikan adalah, rasa percaya dan akuntabilitas dapat muncul jika kita sanggup membangun komunikasi yang baik pada anggota tim, saat mengatasi konflik, dan menyelesaikan masalah dengan cepat dan efisien. Selain itu dampak yang akan terasa adalah meningkatnya kepuasan kerja dan retensi tim. Faktanya, dari sepuluh alasan mengapa seorang karyawan mengundurkan diri dari pekerjaan antara lain, tidak cocok dengan budaya kerja dan pimpinan yang buruk. Dua hal inilah yang berada dalam kontrol kita yang dapat kita perbaiki dalam keseharian.

Sebagai kesimpulan, ingatlah bahwa rasa percaya dan akuntabilitas merupakan dua elemen kunci dalam berkomunikasi dengan tim. Kedua hal ini menjadi fondasi yang kuat dalam menciptakan sinergi dan membangun perusahaan yang sukses. Namun, penting pula untuk menyadari bahwa komunikasi yang efektif tak hanya melibatkan kepala, tetapi juga hati. Para *founder* startup harus selalu mengedepankan empati dan kepedulian dalam komunikasi, serta menggabungkan kepemimpinan visioner untuk meraih impian besar bersama tim mereka. Mari kita dukung para *founder* dalam mengembangkan kemampuan ini, demi menciptakan masa depan yang gemilang untuk industri startup Indonesia.

Daftar Isi



Komunikasi 5 CEO Top,
hal. 32 – 37

IN-DEPTH

08 – 16

**Meningkatkan
Kinerja
Kelompokmu**

18 – 27

**Merancang
Strategi
Komunikasi
Internal bagi
Bisnismu**

28 – 31

**6 Bahasa Cinta
Pengusaha, yang
Manakah Kamu?**

SURAT REDAKSI

03

**Mendorong
Inovasi Lewat
Komunikasi yang
Efektif, Kok Bisa?**

PRAKATA

04

**Meningkatkan
Rasa Percaya dan
Akuntabilitas**



Strategi Komunikasi Internal, hal. 18 – 27

32 – 37

**Belajar
Berkomunikasi
lewat Cerita 5
CEO Top**

42 – 47

**Belajar dari
Konflik
Konstruktif**

48 – 53

**Bagaimana
Membangun
Budaya
Komunikasi
secara Terbuka?**

38 – 41

**Bagaimana Cara
Meningkatkan
Keterampilan
Komunikasi di
Tempat Kerja?**

SEKOLAH BETA

68 — 71

*Serial Hacker:
Software
Architecture*

*Serial Hustler:
Usability Testing*

*Serial Hipster:
Financial Plan for
Startup*

REKOMENDASI

56 — 59

*Buku, Film
& Podcast*

72 — 74

Direktori Startup

76

Glosarium



Frienchised, hal. 60 — 67

PROFIL STARTUP

60 — 67

*Friendchised:
Teman
Terpercaya Untuk
Pencarian Bisnis
Franchise-mu*

SISI LAIN

54 — 55

*Sinyal yang
Lenyap dari
Media Sosial*



Belajar dari Konflik Konstruktif, hal. 42 — 47

Meningkatkan Kinerja Kelompokmu



Lewat Komunikasi Internal

Ngobrol ‘nggak nyambung’, pembagian tugas berantakan, informasi yang didapat tidak lengkap, sampai ‘bete’ sama rekan kerja lain karena kerja sama yang buruk. Siapa yang pernah mengalami hal itu?





Sudah banyak kasus nyata terjadi di lapangan. Berawal dari hal yang terkesan sepele, komunikasi internal yang tidak dibenahi akan menyebabkan banyak masalah di kemudian hari. Alasannya, komunikasi internal atau komunikasi dalam tim merupakan pondasi dari kolaborasi tim. Tim dapat bekerja sama dengan kompak jika komunikasi berjalan dengan lancar.

Sebenarnya, berbicara tentang komunikasi internal adalah paduan antara teori dengan praktik. Praktik harus lebih banyak dilakukan agar komunikasi dapat berjalan lebih lancar. Jadi, sebelum membahas lebih jauh tentang komunikasi tim, kita perlu paham dulu apa yang dimaksud dengan 'tim'.

Menurut Baden Eunson dalam bukunya yang berjudul *Communicating in the 21st Century*, tim adalah kumpulan orang yang harus bekerja saling bergantung untuk mencapai tujuan atau keluaran bersama. Menurut beberapa penelitian, tim dianggap sebagai cara paling efektif dan efisien untuk mencapai tugas dan tujuan dalam perusahaan.

Lantas, bagaimana dengan komunikasi internal atau komunikasi tim? Jika merujuk pada definisi tim dari Baden Euson, maka tim harus bekerja secara interdependen, atau saling bergantung. Oleh karena itu, komunikasi tim atau komunikasi internal dapat didefinisikan sebagai pertukaran informasi dan transmisi makna, berdasarkan artikel yang dipublikasikan di fleep.io. Jadi, pertukaran informasi dan interaksi dalam tim adalah komunikasi tim. Apa pun jenis dan tugasnya, semua anggota tim perlu berinteraksi dan bertukar informasi agar tujuan dapat tercapai.



Komunikasi internal yang dilakukan secara efektif akan melejitkan performa kelompok dan juga memberikan hasil pekerjaan yang memuaskan. Dengan komunikasi internal yang tepat, maka pemimpin akan lebih mudah untuk memastikan bahwa setiap peran menjalankan hal yang benar demi tujuan bersama. Dikutip dari slack.com, komunikasi yang dilakukan secara efektif dapat memberikan berbagai manfaat:

- Memberi karyawan kemudahan dalam mencapai tujuan dan meningkatkan keterlibatan

- Mengklarifikasi pesan

- Membantu menerapkan *brand promises*



- Meningkatkan ketahanan perusahaan di saat krisis

- Meningkatkan transparansi

- Menaikkan tingkat retensi karyawan

Namun untuk mencapai manfaat di atas, perlu usaha yang dilakukan secara menyeluruh oleh banyak pihak. Berbagai tantangan akan hadir, misalnya ketika sebagian besar karyawan bekerja dari jarak jauh. Sebagai pemimpin, kamu perlu menyusun strategi komunikasi mulai dari awal hingga akhir. Misalnya mulai dari bagaimana caramu menyampaikan pesan, hingga saluran komunikasi apa saja yang akan dimanfaatkan. Berikut ini adalah berbagai tantangan yang pada umumnya terjadi ketika berkomunikasi secara internal. Kamu perlu memperhatikan ini agar dapat meminimalisasi kesalahan dan lebih mudah menemukan solusinya.

Perbedaan gaya

Contoh paling mudah adalah ketika kamu lebih nyaman berkomunikasi lewat teks (*chatting*), sedangkan kolegamu lebih menikmati percakapan di telepon. Si A membenci hal-hal yang berhubungan dengan *texting*, sedangkan B sebaliknya, selalu mengutamakan *chat* daripada panggilan telepon yang menurutnya sangat mengganggu. Mungkin hal ini terdengar sepele, namun ternyata gaya komunikasi yang berbeda juga mempengaruhi kinerja komunikasi internal.

Seseorang sering menekan tombol *refresh* di halaman *inbox* email, sementara yang lain malas mengecek email. Agar komunikasi dapat berjalan dengan efektif, kamu memerlukan perhatian yang sama terhadap preferensi masing-masing orang. Jadi, memang hal ini membutuhkan kepekaan terhadap lawan bicara. Kamu perlu tahu teman mana saja yang lebih menyukai gaya komunikasi dengan teks, dan yang lain lebih suka lewat telepon.

Namun, adakalanya kita ingin menemukan kesamaan gaya komunikasi sehingga menimbulkan kenyamanan ketika menyampaikan pesan. Solusinya, dalam banyak kasus yang terjadi, perlu ada standar untuk komunikasi formal yang harus dipatuhi oleh semua orang. Misalnya menulis *update* pekerjaan tim menggunakan saluran tertentu.

Membuat audiens fokus atau terlibat

Salah satu tantangan yang paling sering dialami ketika melakukan komunikasi internal adalah memastikan apakah pesan yang disampaikan bisa diterima dengan baik oleh audiens. Bagaimana agar audiens memahami apa yang kita bicarakan? Sebab, presentasi yang dibawakan 'terlalu formal' umumnya akan membuat audiens lebih cepat bosan. Jika bosan terjadi, hati-hati karena ini seperti peringatan yang dapat membuat orang mengabaikan informasi penting. Namun, jika sebaliknya, kamu menyampaikan dengan terlalu santai, orang bisa jadi menganggapmu tidak serius.



Maka solusinya, kamu dapat mengkombinasikan kedua hal itu dengan memecah dokumen formal lewat bagan dan gambar visual yang menarik. Selanjutnya, kamu perlu menyampaikan pesan dengan nada yang profesional namun diucapkan dengan sederhana dan 'manusiawi', tanpa terlalu banyak istilah rumit yang mungkin audiens tidak pahami.

Saluran komunikasi

Dalam tim kerja, kamu sebagai *leader* perlu menentukan saluran komunikasi mana saja yang dapat digunakan. Begitupun dengan jumlah saluran komunikasi dan tujuan komunikasinya. Misalnya ada grup *chatting* yang menggunakan aplikasi A, tujuannya untuk membahas seputar pekerjaan di kala *remote working*, dan seterusnya. Pastikan bahwa semua orang memahami hal ini. Usahakan *platform* atau saluran komunikasi yang digunakan tidak terlalu banyak karena informasi dapat dengan mudah hilang. Sebab, orang akan kesulitan harus ke mana ketika menyampaikan pesan apabila saluran komunikasinya terlalu banyak.

Sebagai dasar berkomunikasi, perlu diketahui bahwa ada dua tipe komunikasi di tempat kerja, yaitu vertikal dan horizontal. Keduanya penting dan punya tujuan dan tata laksana yang berbeda.



Komunikasi vertikal arahnya dari atas ke bawah atau bawah ke atas, yaitu dari *leader* menuju karyawannya, atau sebaliknya. Menurut artikel dari slack.com, komunikasi vertikal mungkin melibatkan sekelompok orang, misalnya pesan yang disampaikan ke semua anggota staf dari CEO, atau pengumuman dari *leader* ke beberapa bawahan secara langsung. Jenis komunikasi vertikal ini tergolong mudah dilakukan, akan tetapi bisa jadi membingungkan apabila percakapan tidak dilakukan secara *real time* atau tidak ada strategi yang tepat dalam merespons dan mengklarifikasi pesan.

Sedangkan **komunikasi horizontal** dilakukan oleh orang-orang yang memiliki level setara dalam hierarki perusahaan. Contohnya adalah percakapan yang terjadi pada anggota C-level. Kemudian pertemuan yang diadakan oleh para staf, dan lain-lain. Dalam jenis komunikasi horizontal, memang sebaiknya tidak ada orang yang menjadi penyelia atau atasan, karena komunikasi bisa jadi berantakan ketika ada anggota kelompok yang mengajukan gagasan sendiri, sehingga dapat terjadi persaingan. Untuk itu, pada umumnya, saluran komunikasi paling baik dalam komunikasi horizontal dilakukan secara tertulis, untuk dapat dilacak dan dijadikan arsip. Misalnya seperti teks, email, atau log tertulis dari diskusi verbal.



Dalam komunikasi internal, saluran komunikasi dapat dilakukan secara lisan atau tertulis. Yang termasuk saluran komunikasi lisan atau verbal adalah diskusi santai, pertemuan, panggilan telepon, atau *video call*. Komunikasi verbal bisa bersifat vertikal atau horizontal. Biasanya, jenis komunikasi ini paling tepat digunakan untuk:

- Pertemuan kelompok
- *Brainstorming*
- Menyampaikan informasi sensitif
- Kenaikan gaji, promosi, dan ulasan kinerja

Selanjutnya, saluran komunikasi tertulis termasuk email, pesan teks, forum internet, obrolan dan aplikasi messenger. Komunikasi tertulis paling tepat digunakan untuk:

- Menjelaskan potongan informasi yang panjang
- Membuat arsip
- Pertanyaan cepat dan diskusi singkat

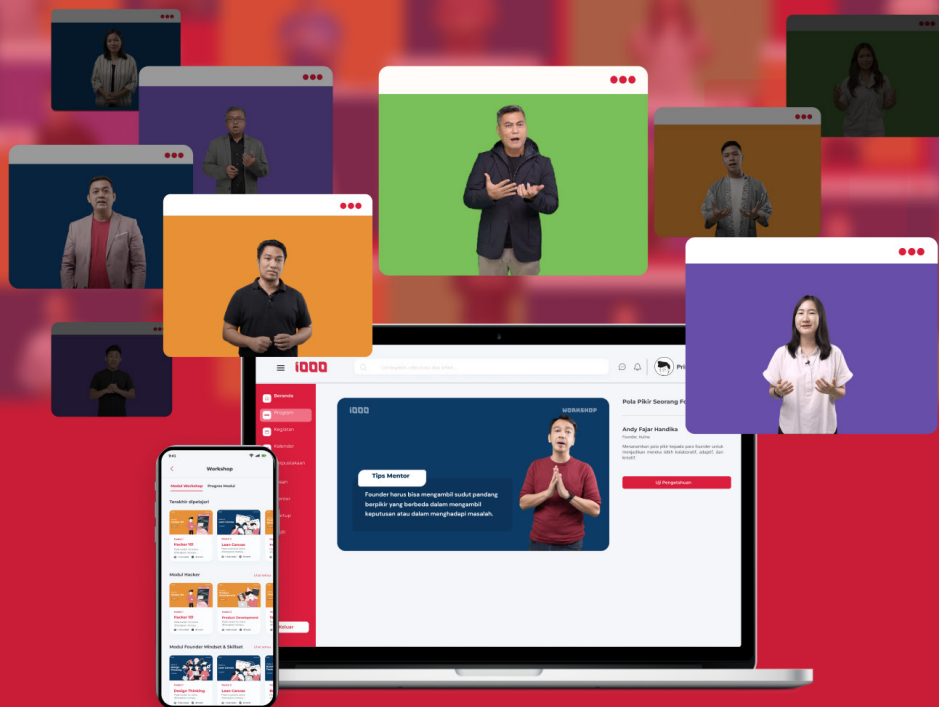
Agar komunikasi internal dapat dilakukan dengan efektif, para anggota tim perlu menguasai berbagai keterampilan. Dikutip dari artikel slack.com, berikut adalah daftar keterampilan yang dibutuhkan:

- **Keterampilan komunikasi umum:**
Meliputi mendengarkan secara aktif, mengklarifikasi, dan mengirim pesan dengan hati-hati.
- **Pengetahuan terkait topik:**
Sebelum mengirim pesan, pastikan kamu memahami secara mendalam tentang topik tersebut. Siapkan juga beberapa simulasi pertanyaan apabila ada audiens yang ingin meminta penjelasan terkait topiknya.
- **Riset terhadap audiens:**
Kamu perlu tahu dengan siapa kamu bicara. Cobalah untuk memikirkan dari sudut pandang audiens. Misalnya seorang karyawan baru mungkin butuh lebih banyak informasi daripada seorang manajer, sedangkan pimpinan di C-level mungkin tidak tahu persis tentang hal-hal yang terjadi di lapangan.

Nah, kalau di perusahaanmu, seperti apa komunikasi internal yang saat ini sudah berjalan? Apakah masih banyak kekurangan yang perlu dibenahi? Atau mungkin sudah berjalan dengan cukup baik? Yang manapun kondisimu saat ini, pastikan kamu berani memulai untuk melakukan proses evaluasi, demi meningkatkan kinerja dari komunikasi internalmu, ya. Semangat!

Kuasai skill dasar untuk merintis startup dalam 9 jam.

Akses 71 video dari 48 praktisi startup yang dikemas dalam 20 modul pembelajaran bagi calon startup founder.



WORKSHOP

BY GERAKAN NASIONAL **1000** STARTUP DIGITAL

Ikuti Workshop di Platform #1000StartupDigital

web.1000startupdigital.id

Merancang Strategi Komunikasi Internal bagi Bisnismu



Berkaca dari pengalaman pahit yaitu pandemi COVID-19, kita belajar banyak hal. Terutama dalam konteks bisnis, perusahaan banyak mengalami krisis. *The Great Resignation* memicu gelombang krisis dari segi pekerja dan pemberi kerja. Di sisi lain, itu mendorong rasa empati dan kemanusiaan dalam berkomunikasi. Sementara munculnya krisis seringkali memaksa perusahaan untuk merombak kembali strategi komunikasinya, krisis juga mendorong perusahaan untuk memperkuat rencana komunikasi internalnya.

Kini, dengan kondisi yang sudah tidak lagi sama seperti sebelum pandemi, perusahaan perlu merancang taktik agar produktivitas karyawan bisa terus meningkat, kerja sama tim yang kuat, serta memastikan semuanya berjalan sesuai tujuan perusahaan. Ini semua dapat dicapai melalui strategi komunikasi internal, yang panduannya akan kami jabarkan lewat artikel ini.

Dilansir dari joinblink.com, berikut adalah strategi dalam menyusun komunikasi internal perusahaan:

1 Melakukan evaluasi

Bayangkan kamu ingin mencapai suatu tempat yang jauhnya 100 kilometer. Namun, kamu tidak mengetahui di mana posisimu saat ini. Bagaimana caramu tahu jika sudah dekat dengan tujuan atau masih jauh? Kira-kira seperti itu gambarannya ketika kamu sedang menyusun strategi komunikasi internal.

Langkah pertama adalah melakukan introspeksi secara jujur. Kamu dapat menjawab beberapa pertanyaan di bawah ini sebagai panduan:

Seberapa efektifkah strategi yang kamu gunakan sejauh ini?

Bagaimana tingkat keterlibatan karyawan?

Apakah strategi tersebut berhasil memenuhi kebutuhan perusahaan?

Bagaimana strategi komunikasi internal yang baru kali ini dapat meningkatkannya?

Apa kekuatan dan kelemahannya?

Siapa yang mengawasi pelaksanaan rencana tersebut?

Apakah informasi operasional penting sampai ke setiap tim dalam bisnis?

Apakah yang sudah kamu miliki saat ini, dan apa yang belum?

Agar semakin mudah, kamu dapat memanfaatkan metode penelitian selama proses evaluasi berlangsung. Misalnya kamu dapat menggunakan audit internal, wawancara kelompok, mengumpulkan dan menganalisis data dari sistem, hingga memeriksa saluran saat ini.

Di bawah ini merupakan referensi dari susunan daftar saluran komunikasi dan elemen lainnya yang dapat digunakan sebagai bahan evaluasi.

CHANNEL	DIGUNAKAN OLEH	PENANGGUNG JAWAB	FREKUENSI
<i>Intranet</i>	Karyawan tetap di kantor, pekerja <i>remote working</i>	IT/HR	Tidak ada jadwal tetap
Papan pengumuman di ruang istirahat	Karyawan di <i>frontline</i>	Umumnya manajer, meski semua orang dapat mengaksesnya	Tidak ada jadwal tetap
Aplikasi karyawan	Setiap orang yang memiliki <i>smartphone</i>	HR dan manajemen, namun setiap orang punya akses untuk berkomunikasi	Harian
<i>Email newsletter</i>	Siapa saja yang memeriksa email secara teratur	Marketing/PR	Mingguan
Catatan dengan slip gaji	Siapa saja yang digaji mingguan	HR/Payroll	Mingguan
<i>Standup meeting tim</i>	Setiap tim dalam bisnis	Pimpinan tim	Umumnya mingguan, namun tidak selalu setiap minggu
<i>All-hands / town hall</i>	Setiap departemen	Kepala departemen	Bulanan
Survei	Semua orang	HR	Bulanan

Sumber: joinblink.com

Memang, proses evaluasi mungkin termasuk dalam kategori aktivitas yang membosankan. Banyak orang yang tidak suka dengan proses audit. Namun, kamu perlu meluangkan waktu dan jangan terburu-buru agar strategimu kali ini benar-benar matang.

Menetapkan tujuan dan KPI

Sebelum melangkah lebih jauh, coba pertimbangkan, apa yang ingin kamu dapatkan dari komunikasi internalmu? Apa alasan dari strategi komunikasi internal saat ini? Apakah karena:

Perusahaan telah berkembang, dan tidak dapat lagi mengandalkan promosi dari mulut ke mulut atau semua orang yang bertemu hampir setiap hari di tempat kerja.

Strategi komunikasi yang sudah ada tidak dipatuhi oleh karyawan

(misalnya, karyawan tidak sengaja melewatkan giliran kerja).

Divisi layanan pelanggan merasa kewalahan karena karyawan tidak diberi tahu tentang acara, promosi, atau kampanye penting.

Karyawan merasa tidak terlibat saat mereka datang untuk bekerja dan pulang lagi, dan tampaknya tidak mengetahui dan/atau peduli dengan nilai merek dan alasan keberadaan dari bisnismu.

Kamu merasa tim manajemen senior membutuhkan lebih banyak kehadiran di antara staf lapangan.

Dan lain-lain.

Beberapa alasan di atas tidak hanya berhubungan dengan masalah operasional saja. Itu artinya, strategi komunikasi internal harus membangun keterlibatan karyawan dan memastikan bahwa setiap orang punya informasi yang tepat untuk melakukan pekerjaan mereka dengan baik.



Selanjutnya, kamu perlu mengukur semua aspek dengan metrik. Sebab, apa yang tidak bisa diukur, tidak dapat diperbaiki. Strategi yang efektif dapat berjalan apabila kamu memantau dan menganalisis strategi dan saluran yang kamu miliki. Berikut adalah wawasan dari beberapa metrik yang harus dilacak:

- Pengurangan absensi yang tidak direncanakan
- Peningkatan keterlibatan yang dilaporkan dengan tujuan dan nilai perusahaan
- Persentase dasar tenaga kerja yang terlibat dengan saluran baru enam bulan setelah implementasi
- Peningkatan kepuasan karyawan
- *Post engagement, shares, dan impressions*
- *Attention rates*
- *Email open rates dan CTR (Click Through Rate)*
- Masukan
- Komentar

3 Fokus pada target audiens

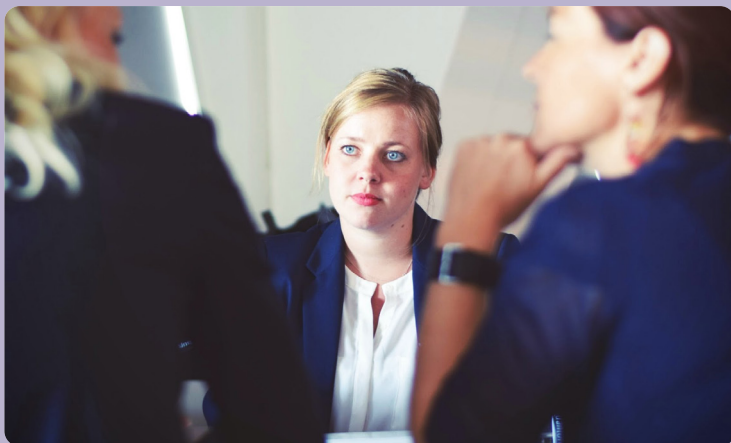
Memahami audiens adalah salah satu bagian penting ketika membangun rencana komunikasi internal. Untuk itu, kamu dapat melakukan segmentasi audiens berdasarkan beberapa kategori, misalnya:

Peran
pekerjaan

Tingkat
senioritas

Kebutuhan
komunikasi

dan
lain-lain



Membuat segmentasi akan sangat membantumu dalam mengetahui kebutuhan unik dari setiap segmen. Selanjutnya, kamu dapat mencocokkan segmentasi tersebut dengan data keterlibatan audiens sebelumnya. Tujuannya untuk melihat jenis dan format konten apa saja yang paling tepat untuk segmentasi audiens tersebut. Hal ini akan memudahkanmu merumuskan pendekatan *omni channel* untuk memperluas jangkauan dan meningkatkan keterlibatan dengan maksimal.

Merencanakan jenis komunikasi internal

Dalam setiap segmentasi audiens yang sudah dibuat, kamu dapat menentukan jenis komunikasi internalnya, serta pesan apa saja yang dapat disampaikan kepada mereka. Misalnya seperti ini, segmen audiens baru akan mendapatkan pesan orientasi. Namun, hal ini tidak berlaku untuk segmen pekerja senior, karena mereka sudah paham betul tentang orientasi. Maka dari itu, setiap pesan tidak untuk ditujukan pada setiap orang. Untuk memberikanmu wawasan, berikut adalah beberapa jenis dan contoh komunikasi internal yang paling umum, dilansir dari artikel joinblink.com:



Pengurangan absensi yang tidak direncanakan

Contohnya, jadwal kerja mingguan, pengumuman harian, perubahan kebijakan, jajak pendapat kepuasan karyawan, tinjauan kinerja, pengumuman CEO, peluncuran produk baru, dan insentif kinerja baru.



Komunikasi karyawan

Misalnya, laporan internal, ulasan kinerja, dan nominasi penghargaan karyawan.



Komunikasi *peer-to-peer*

Contohnya, dokumen orientasi dan pelatihan, acara sosial, lowongan internal, dan dokumentasi karyawan baru.

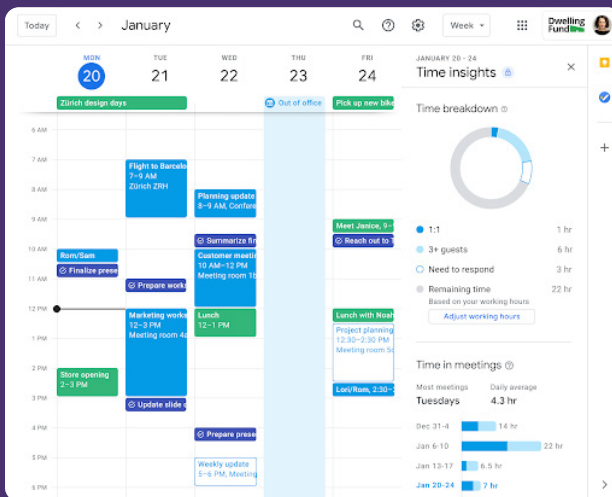
Memilih saluran komunikasi

Langkah selanjutnya, kamu mulai bisa memilih alat dan saluran untuk komunikasi internal. Ingatlah agar saluran komunikasi ini seharusnya memberdayakan karyawan, bukan menyulitkan mereka untuk berkomunikasi. Untuk memulainya, kamu dapat mengklasifikasikan saluran yang sudah digunakan di perusahaan, serta saluran baru yang 'mungkin' akan kamu gunakan. Terutama di era pasca pandemi saat ini, kamu perlu mengkategorikan kebutuhan komunikasi internal apa saja yang perlu dilayani dengan tatap muka, dan mana yang menggunakan elektronik atau aplikasi digital pendukung.



Ada tiga opsi ketika kamu sedang merencanakan saluran komunikasi internal. Pertama gunakan terus. Yang kedua, meningkatkannya. Terakhir, mengganti saluran lama dengan yang baru. Yang jelas, kamu juga dapat mengurangi jumlah saluran komunikasi lama yang dirasa tidak efektif, alih-alih memperbarui dan menambah jumlahnya. Pada intinya, kamu bisa menentukan jumlah dan pilihan saluran komunikasi yang memberikan hasil maksimal berdasarkan kebutuhan perusahaan. Saluran komunikasi internal ini penting sekali karena berdasarkan studi dari McKinsey, alat sosial di tempat kerja dapat membantu karyawan berkomunikasi lebih bebas. Di mana sebanyak 80% dari responden berinteraksi dengan rekan kerja, dan 63% menyatakan alat tersebut dapat membantu mereka dalam mengorganisasi secara lebih baik.

Ini bukan kalender biasa, melainkan berisi rencana tentang bagaimana pesan dan waktu pelaksanaan akan diadakan. Proses membuat kalender ini memang tidak mudah. Namun, investasi waktu di proses ini akan memudahkan tim SDM saat proses komunikasi internal nanti berlangsung. Adanya kalender dapat mengantisipasi hal-hal kritis dari setiap *event* yang dibuat. Misalnya ketika *town hall* akan tiba, maka penanggung jawab terkait dapat memastikan bahwa ruang pertemuan sudah dipesan jauh hari sebelumnya agar dapat digunakan di tanggal yang telah ditentukan. Agar kamu punya gambaran lebih jelas, berikut adalah contoh kalender komunikasi internal:



Kamu dapat membuat kalender secara manual lewat aplikasi Ms. Excel atau bisa langsung membuatnya lewat *cloud calendar* seperti Google Calendar atau aplikasi sejenisnya.

HARI

Senin

Selasa

Rabu

Kamis

Jumat

Sabtu

Minggu

KEGIATAN

06.00: <i>Email newsletter mingguan</i> 06.00: <i>Update aplikasi</i> 07.00: <i>Daily briefing (pabrik, supir, katering)</i>	09.00: <i>Weekly standup (marketing, IT, keuangan)</i> 13.00: <i>Daily briefing (shift siang karyawan pabrik, supir, dan katering)</i>
06.00: <i>Update aplikasi</i> 07.00: <i>Daily briefing (pabrik, supir, katering)</i> 09.00: <i>Orientasi karyawan baru</i>	10.00: <i>Weekly standup (sales, HR, ops)</i> 13.00: <i>Daily briefing (shift siang karyawan pabrik, supir, dan katering)</i> 14.00: <i>All-hands (sebelumnya harus pesan conference room)</i>
06.00: <i>Update aplikasi</i> 07.00: <i>Daily briefing (pabrik, supir, katering)</i> 11.30: <i>Kirim survey (Setiap Rabu di minggu pertama setiap bulannya)</i>	13.00: <i>Daily briefing (shift siang karyawan pabrik, supir, dan katering)</i> 14.00: <i>All-hands (sebelumnya harus pesan conference room)</i>
06.00: <i>Update aplikasi</i> 07.00: <i>Daily briefing (pabrik, supir, katering)</i>	11.00: <i>Pelatihan CCPA mingguan (sales)</i> 13.00: <i>Daily briefing (shift siang karyawan pabrik, supir, dan katering)</i>
06.00: <i>Update aplikasi</i> 07.00: <i>Daily briefing (pabrik, supir, katering)</i>	11.30: <i>Q&A dengan C-level (sebelumnya harus pesan small meeting room)</i> 13.00: <i>Daily briefing (shift siang karyawan pabrik, supir, dan katering)</i>
06.00: <i>Update aplikasi</i> 07.00: <i>Daily briefing (pabrik, supir)</i>	13.00: <i>Daily briefing (shift siang karyawan pabrik dan supir)</i>
06.00: <i>Update aplikasi</i> 07.00: <i>Daily briefing (pabrik, supir)</i>	13.00: <i>Daily briefing (shift siang karyawan pabrik dan supir)</i>

Sumber: joinblink.com

Itu tadi enam langkah dalam membuat strategi komunikasi internal. Setelah semua langkah dicapai, jangan lupa untuk meminta umpan balik pada karyawan selama proses komunikasi berlangsung. Lakukan evaluasi secara berkala. Jangan terlalu fokus pada pengiriman pesan vertikal, atau dari atas ke bawah sehingga pemimpin mengabaikan nilai yang dapat diberikan oleh karyawan dalam bentuk umpan balik. Sebab, wawasan para karyawan terutama yang bekerja langsung di lapangan sangat berharga. Merekalah yang paling sering menghabiskan waktu dengan produk dan bertemu langsung dengan pelanggan. Jadi, selamat mencoba membuat strategi komunikasi internalmu sendiri, ya!

6 Bahasa Cinta Pengusaha, yang Manakah Kamu?

Seperti halnya ada lima bahasa cinta dalam suatu hubungan, ada enam bahasa cinta yang dipelajari oleh para pengusaha hebat untuk berbicara dengan rekan satu timnya.



Pernahkah kamu mendengar atau mengetahui lima bahasa cinta dalam suatu hubungan? Itu adalah *service*, *quality time*, *physical touch*, *words of affirmation*, dan *receiving gifts*. Senada dengan hal tersebut, ada ‘bahasa cinta’ yang dimiliki oleh pengusaha yang dapat kamu pelajari agar berhasil ketika berbicara dengan anggota tim atau kolega.

Berikut adalah ringkasannya, yang dikutip dari buku *Your Next Five Moves* karya Patrick Bet-David.

①

Kami membutuhkanmu



'Bahasa cinta' yang pertama adalah membutuhkan. Sebenarnya, 'membutuhkan' di sini punya makna lebih luas, yaitu tanggung jawab. Misalnya begini, memberi orang lain tanggung jawab adalah salah satu cara menunjukkan pada mereka bahwa kamu membutuhkannya. Namun, 'membutuhkan' ini bisa dilihat dari dua sudut pandang yang bertolak belakang. Ada orang yang merasa senang jika ia dibutuhkan. Orang ini akan merasa bahwa ia punya tanggung jawab lebih dan bisa memberikan kontribusi pada yang lainnya.

Contohnya dalam bidang olahraga, ketika pelatih menyemangati pemainnya yang tampil dalam kondisi kurang prima, ia berkata,

"Kita tidak dapat juara tanpa kamu di lapangan, jadi kami membutuhkanmu."

Di sisi lain, ada orang lain yang tidak peduli ketika dibutuhkan. Semakin mereka merasa dibutuhkan, justru mereka semakin menyalahgunakan hubungan tersebut. Orang tipe ini akan berkata,

"Kamu butuh saya, kan? Tanpa saya, kamu tidak dapat melakukan apa pun."

②

Pengakuan



Perusahaan yang stagnan pada umumnya tidak menjadikan 'pengakuan' sebagai bagian dari budaya kerja mereka. Sebab, pengakuan berkaitan dengan tekanan, baik dari dalam diri (internal), atau eksternal. Ada orang yang mungkin berbicara bahwa mereka tidak butuh pengakuan. Faktanya, tidak mungkin karena semua orang butuh pengakuan. Orang yang berkata bahwa ia tidak butuh pengakuan, justru sebenarnya membutuhkan pengakuan dua kali lipat. Mereka menyangkal karena ingin menyamarkan keinginannya untuk diakui. Mereka takut untuk berusaha karena mungkin tidak mendapatkan pengakuan seperti yang diharapkan.

Pujian



Menurut buku, pujian ini ada tiga jenis, disesuaikan dengan individu yang diberikan pujian.

Pujian Pribadi

Maksudnya, pujian diberikan secara pribadi, terutama ketika sedang berinteraksi secara santai. Contohnya ketika makan atau sesi 'ngobrol' dengan topik bebas. Namun tidak menutup kemungkinan pujian ini bisa diberikan lewat teks, email, atau aplikasi *chat*.

Pujian Publik

Di mana ini berfungsi sebagai pengakuan serta paling tepat dibagikan dengan orang-orang yang suka menjadi pusat perhatian. Misalnya ketika memberikan perhatian atau pujian terhadap mereka yang berkontribusi, ketika sedang *meeting*.

Pujian di Belakang

Jenis pujian ini diberikan di 'belakang punggung' seseorang. Maksudnya adalah memberikan pujian pada orang lain ketika mereka sedang tidak hadir di situasi tersebut.

Arah yang jelas



Ada orang yang lebih suka apabila ia diberi penjelasan dan arahan. Tipe orang seperti ini akan menyukai kalimat seperti, "Saya ingin agar kamu melakukan tugas A, B, dan C. Informasi yang membantu terkait hal tersebut adalah D, E, dan F," daripada berkata, "Tolong kerjakan ini, ya. Kamu pasti bisa." Tipe bahasa cinta ini menyukai apabila mereka diberi tahu tentang apa yang harus dilakukan. Sedikit tips, agar instruksi lebih jelas, kamu dapat menyertakan keterangan tentang tenggat waktu pekerjaan, informasi yang dapat membantu, *person in charge* yang berkaitan, dan poin penting lainnya.



Visi



Orang yang memiliki bahasa cinta visi senang membicarakan tentang masa depan. Misalnya pemimpin hebat yang membuat strategi dan mengarahkan timnya untuk melakukan yang terbaik. Orang-orang ini suka membicarakan langkah selanjutnya dan memiliki orientasi maju. Jika kamu ingin membicarakan hal yang berbobot dengan orang yang punya bahasa cinta visi, maka kamu perlu memberikan gambaran besar tentang apa yang akan dikerjakan dan menunjukkan rencana ke depan dengan bijak.

Mimpi



Orang punya keingintahuan yang besar tentang bagaimana mimpi mereka bisa menjadi kenyataan. Pengusaha yang punya bahasa cinta mimpi selalu percaya bahwa mimpinya dapat terwujud berkat usaha keras dan juga perjuangan. Mereka sangat senang untuk melakukan pekerjaan yang mendekatkan mereka terhadap impiannya. Jika kamu ingin menginspirasi orang, kamu bisa memanfaatkan bahasa cinta mimpi kepada orang-orang yang senang dan perlu mendengarnya.

Ada tips jika kamu ingin menerapkan bahasa cinta pengusaha terhadap kolegamu. Yang pertama, kamu perlu mengetahui apa bahasa cintamu terlebih dahulu. Kemudian, kamu bisa mempelajari karakter dari lawan bicaramu, terutama jika kamu ingin menang dalam bernegosiasi atau punya tujuan untuk bermitra dengan mereka. Selanjutnya, kamu perlu mendengarkan, berbicara, dan menunjukkan minat dengan tulus terhadap lawan bicara.

Sebab, orang lain akan tahu apabila kamu tidak tulus dan hanya ingin mencapai tujuanmu saja (entah itu berdiskusi, mengambil keputusan, bernegosiasi, membuat kesepakatan dan lain-lain). Ketika kamu berbicara `merasa dihargai. Itu adalah poin penting dalam kepercayaan dan membangun suatu hubungan kerja sama dalam bisnis. Dengan belajar memahami dan menyampaikan bahasa cinta orang lain, maka kepekaan dan kepedulianmu akan meningkat. Selamat praktik, dan semoga kamu semakin terampil dalam berkomunikasi dan membangun hubungan dalam bisnis, ya.

Belajar Berkomunikasi lewat Cerita 5 CEO Top



Komunikasi menjadi salah satu kemampuan penting yang perlu dimiliki oleh setiap pemimpin. Beberapa masalah yang mungkin terjadi karena komunikasi yang tidak tepat adalah kesalahpahaman pribadi, diskusi yang berkelewat dan memakan waktu lama, serta koordinasi tim yang berantakan. Itu semua dapat terjadi apabila pemimpin tidak menerapkan strategi komunikasi tim yang dapat diandalkan.



- Hal itu memberi peluang agar informasi bisa disampaikan dan menjangkau
- orang yang tepat dengan cepat. Komunikasi tim adalah salah satu cara
- terampil untuk membangun kerja sama tim yang hebat. Belajar dari
- pengalaman orang lain, kali ini kita akan membedah berbagai cerita dari
- sudut pandang CEO profesional, sekaligus populer karena kemampuannya
- dalam berkomunikasi. Berikut adalah kisahnya, yang dikutip dari situs fleep.io

ELON MUSK CEO TESLA MOTORS



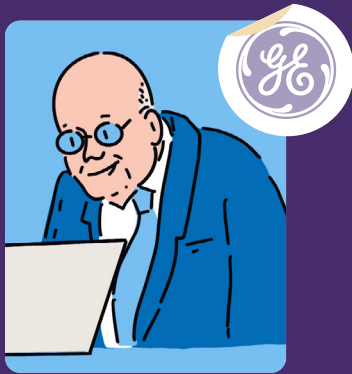
Musk menggunakan berbagai teknik dalam menyampaikan informasi pada orang lain. Contohnya ketika ia membuat memo internal untuk karyawan, Musk menekankan penting sekali untuk menjaga “pintu tetap terbuka” dan hambatan yang ada dapat dikomunikasikan.

Menurut Musk, “Ada dua aliran pemikiran tentang bagaimana informasi harus mengalir di dalam perusahaan. Sejauh ini cara yang paling umum adalah rantai komando, yang berarti aliran komunikasinya melalui manajermu. Masalah dengan pendekatan ini adalah, meskipun berfungsi untuk meningkatkan kekuatan manajer, namun gagal melayani perusahaan. Siapa pun di Tesla harus dapat mengirim email atau berbicara dengan orang lain, jika itu adalah cara tercepat untuk menyelesaikan masalah demi kepentingan perusahaan. Kamu dapat berbicara dengan atasan manajermu, tanpa perlu izin terlebih dahulu dengan manajermu. Kamu dapat berbicara dengan VP di departemen lain, dapat berbicara dengan saya, yang intinya kamu dapat berbicara dengan siapa pun tanpa izin orang lain.”



Dalam aturan tradisional, komunikasi bisnis kerap disampaikan lewat rantai komando yang berlapis. Kesulitannya, ada kemungkinan penundaan penyampaian informasi dan ada pesan yang tertinggal serta konteks yang mungkin sudah tidak sama lagi dengan aslinya. Untuk itu, Musk menekankan bahwa kebijakan pintu terbuka adalah salah satu cara komunikasi yang efektif dan efisien.

JOHN FLANNERY MANTAN CEO GENERAL ELECTRIC



Flannery punya tiga fokus ketika ia diberi kepercayaan untuk mengambil alih kepemimpinan di GE, yaitu pelanggan, tim, dan pelaksanaan/pertanggungjawaban.

Ia memilih untuk fokus pada tiga hal saja, alih-alih memilih lima atau sepuluh hal. Sebab, ia paham betul bahwa orang hanya dapat mengambil tiga hingga empat pesan utama saja.

Menyampaikan terlalu banyak hal dan langkah yang harus dikerjakan seringkali justru membingungkan tim. Bahkan, menurut para peneliti, hal tersebut diistilahkan sebagai '*backlog kognitif*', di mana pesan yang terlalu banyak dapat membingungkan pemahaman kognitif untuk memproses ide yang terlalu banyak. Dengan menyinkatkannya hanya menjadi tiga hal saja, masalah dapat diminimalisasi dan kamu akan lebih fokus untuk mengerjakannya.

SHERRYL SANDBERG MANTAN COO FACEBOOK



Menurut Sandberg, dalam bisnis jarang ada kebenaran mutlak. Hal itu ia tuliskan dalam bukunya yang berjudul "*Lean In: Women, Work, and the Will to Lead*".

Penting sekali mengapa dalam bisnis perlu ada komunikasi dengan cara yang tepat, dengan cara yang tidak mengancam. Menurut Sandberg, "Komunikasi yang efektif dimulai dengan memahami bahwa ada beberapa sudut pandang. Misalnya sudut pandang saya (kebenaran yang saya yakini), dan sudut pandang orang lain (yang menurutnya benar).

Itulah mengapa jarang ada satu kebenaran mutlak dalam bisnis, sehingga orang yang mengatakan bahwa pendapatnya yang paling benar bisa menyakiti hati dan membungkam orang lain. Jadi, apabila kita merasa bahwa kita memiliki pendapat yang benar, maka sampaikanlah dengan cara yang tepat dan tidak 'membungkam' pendapat orang lain. Ini juga menunjukkan bahwa kamu punya karakter yang baik karena mendengarkan apa yang dikatakan orang lain. Kita juga harus menyeimbangkan kemampuan mendengarkan dengan kemampuan berbicara atau membagikan pendapat, karena kedua hal tersebut sama pentingnya dan tidak ada yang lebih unggul.



JACK STAHL CEO REVLON DAN MANTAN PRESIDEN COCA COLA



REVLON



Menurut Stahl, salah satu kemampuan berkomunikasi yang penting untuk diasah adalah tentang memberikan umpan balik yang konstruktif.

Ia belajar hal tersebut ketika masih menjadi anggota tim, ketika mengamati pemimpinnya dalam menangani kesalahan dan kegagalan. Pengalaman tersebut ia ingat baik-baik dan dipraktikkan ketika ia mengambil alih posisi Presiden di Coca Cola.

Stahl menggarisbawahi bahwa memberikan umpan balik harus didasari dengan asas untuk perbaikan yang membangun. Agar umpan balik efektif, kamu dapat menjelaskan kepada semua orang yang ada di tim. Selain itu, jabarkan secara padat dan jelas tentang apa yang perlu menjadi perbaikan. Di saat yang sama, buka lebar pintu untuk menerima kritik dan saran. Alasannya, komunikasi internal yang efektif adalah memberi setiap orang kesempatan untuk berbicara dan saling mendukung untuk kemajuan bersama.

SAM WALTON PENDIRI DAN CEO WALMART



Pelajaran tentang kejujuran dalam berbisnis rupanya perlu kita pelajari dari Sam Walton. Melalui otobiografinya yang berjudul “Made in America”, ia menjelaskan tentang pentingnya memperlakukan anggota tim seperti rekan pemilik bisnis.

Hal ini ia terapkan dengan cara membagikan gambaran lengkap tentang status bisnis atau proyek yang sedang dikerjakan dengan anggota timnya.

Sebab, ia paham betul hal tersebut dapat mendorong mereka untuk memberikan solusi atas masalah yang terjadi. Selain itu, anggota tim juga tidak akan segan untuk berdiskusi dan menawarkan peluang yang menjadikan perusahaan semakin berkembang. Ini poin penting yang dikatakan oleh Walton

“Berbagi informasi dan tanggung jawab adalah kunci kemitraan. Itu membuat orang merasa bertanggung jawab dan terlibat. Di setiap Walmart, kami akan menunjukkan kepada mereka keuntungan toko mereka, jumlah pembelian, penjualan, serta penurunan harga toko.”

Walton memberikan sebuah nasihat yang layak didengarkan oleh setiap pengusaha, yakni kejujuran membuahkan kepercayaan dalam tim. Salah satu menyampaikan kejujuran adalah dengan cara bersikap terbuka serta transparan. Jangan membuat karyawan merasa ada hal yang disembunyikan, meskipun akan selalu ada informasi sensitif yang tidak dapat diungkapkan. Pemimpin perusahaan juga dapat memberikan jaminan pada karyawan bahwa mereka dapat jujur kepadamu tanpa penolakan apa pun. Setelah itu, kamu bisa menanyakan pada mereka, apakah mereka akan melakukan hal yang sama kepadamu. Dengan begitu, sikap saling pengertian dan kepercayaan akan lebih mudah terjalin antara pemimpin, karyawan, atau mungkin kolega kerja lainnya.

Memanfaatkan tips dari para pesohor bisnis di atas dapat membantumu menyelaraskan tujuan tim dan meningkatkan kemampuan komunikasi. Komunikasi akan menjadi hal yang dapat lebih mudah dilakukan secara bersama, datang dari berbagai arah, dan pesan yang disampaikan dapat ditindaklanjuti secara tepat. Jadi, selamat mengeksplorasi dari berbagai praktik terbaik tersebut, ya.

Bagaimana Cara Meningkatkan Keterampilan Komunikasi di Tempat Kerja?

Karyawan yang kecewa dan pelanggan yang kabur adalah salah satu dampak dari komunikasi kerja yang buruk. Benarkah seperti itu?



Dikutip dari bloomfire.com, menurut studi yang dilakukan oleh Optum, ternyata bisnis yang mempertahankan saluran komunikasi terbuka antara rekan kerja dan manajer, berdampak pada kepuasan karyawan dan pelanggan yang lebih tinggi. Tidak hanya itu, komunikasi yang terbuka di tempat kerja juga berdampak pada tingkat pergantian karyawan (*turnover*) dan ketidakhadiran yang lebih rendah.

Lalu, bagaimana komunikasi yang efektif di tempat kerja bisa terjadi?

Lingkungan bisnis yang semakin kompleks, ditambah keadaan pasca pandemi yang membuat semua orang terhubung dengan banyaknya alat komunikasi yang berbeda. Tantangan seperti pengendalian tim secara jarak jauh, tim multikultural yang bekerja dari beberapa zona waktu, memberikan penekanan bahwa komunikasi efektif di tempat kerja menjadi sebuah keharusan untuk diterapkan oleh pemimpin perusahaan.

Selanjutnya, dapat disimpulkan bahwa keterampilan dalam berkomunikasi menjadi hal krusial bagi setiap pekerja. Kabar baiknya, hal itu dapat dipelajari dan dikuasai jika kamu tekun dan pantang menyerah. Di bawah ini ada beberapa tips yang dapat kamu gunakan untuk meningkatkan keterampilan komunikasi di tempat kerja.

1

Latihlah komunikasi yang otentik

Menjadi diri sendiri adalah bagian dari komunikasi. Menjadi otentik dapat membantu meningkatkan produktivitas dan keterlibatan. Sebagai pemimpin, kamu dapat memberikan contoh dengan menekankan kerendahan hati dan sisi 'kerapuhan' sebagai seorang manusia. Misalnya, ketika kamu melakukan kesalahan, tidak masalah jika harus meminta maaf dan fokus kepada solusi perbaikan. Hal tersebut justru membantu orang lain merasakan bahwa mereka selalu diterima untuk berbagi perspektif dengan kita.

2

Membangun budaya ramah komunikasi

Terutama saat *remote working*, sebagai pemimpin tim, kamu dapat membangun budaya ramah berkomunikasi. Pilihlah tools yang tepat untuk berkomunikasi agar para karyawan dapat terhubung dan upaya kolaboratif tetap bisa maksimal meskipun terpaut jarak dan mungkin perbedaan waktu. Budaya ramah komunikasi berfokus pada ekspresi yang diungkapkan, ide yang dijabarkan, serta tidak takut untuk membuka percakapan dengan orang lain.

3

Menjaga komunikasi di tempat kerja

Salah satu cara menjaga komunikasi ketika bekerja adalah dengan mempertahankan alur komunikasi yang sehat dengan tim. Alur komunikasi ini dapat dibahas ketika sesi penilaian kinerja, atau sesi 1-on-1. Misalnya, sesi 1-on-1 umumnya dilakukan secara bulanan atau tiga bulan sekali, tergantung pada budaya dan aturan perusahaan, di mana anggota tim akan berdiskusi dengan atasannya. Hal tersebut sangat membantu untuk meningkatkan motivasi dan keterlibatan karyawan, yang dapat berdampak baik pada komunikasi.



4

Mengadakan pertemuan tim secara mingguan

Selain sesi 1-on-1 yang diadakan, tim perlu menjadwalkan komunikasi dengan lebih intens melalui agenda mingguan dalam forum terbuka. Dalam bisnis, ada banyak ketidakpastian yang bisa menjadi tantangan. Agar dapat merancang strategi dengan lebih baik serta meminimalisasi risiko, tim dapat mengadakan pertemuan secara mingguan. Gunanya untuk membantu mengkomunikasikan kembali tujuan dan sasaran yang ingin dicapai. Tidak hanya itu, pemimpin tim juga dapat mengulas kinerja kolaborasi yang selama ini berjalan, apakah ada masalah yang perlu segera dicari solusinya, atau hal krusial lainnya yang perlu dibahas. Tentu saja sesi mingguan ini menjadi waktu yang tepat bagi tim untuk mendiskusikan perubahan strategi, mengajukan pertanyaan, atau memperbaiki cara kerja sebelumnya.

Memberikan umpan balik yang konstruktif

Umpan balik adalah suatu hal yang positif, di mana kita bisa menerima masukan atau pendapat dari orang lain, maupun sebaliknya, yaitu kita yang memberikan masukan untuk orang lain. Namun, umpan balik ini bisa menjadi negatif apabila disampaikan dengan cara yang tidak tepat. Untuk itu, penting sekali memberikan umpan balik dengan cara yang konstruktif. Ini bisa menjadi latihan uji keterampilan dalam berkomunikasi, karena umpan balik pada umumnya bersifat responsif.

Artinya, jika kita menerima umpan balik, kita bisa memberikan respons dengan mengucapkan terima kasih dan menghargai orang yang memberikan umpan balik. Setelah itu, kita perlu menganalisis dan mengevaluasi terkait masukan tersebut, apakah memang berpengaruh secara tepat dalam proses pengambilan keputusan.

Tanpa adanya komunikasi yang kuat, memberikan umpan balik baik secara tatap muka atau digital bisa menjadi tantangan besar. Sebab, jika umpan balik diberikan dengan destruktif, itu dapat dianggap sebagai serangan pribadi. Sebaliknya, jika umpan balik diberikan secara konstruktif, hal tersebut dapat membantu orang lain dari sisi psikologi sehingga orang tersebut akan lebih terbuka untuk memperbaiki dan meningkatkan jalan keluarnya.

Untuk memberikan umpan balik secara konstruktif, kamu dapat mendasarkan masukan pada pengamatan dan fakta, bukan penilaian (*judgement*). Berikan waktu untuk orang lain menanggapi umpan balik, karena penting sekali untuk mengetahui perspektif seseorang atas apa yang dilakukan atau dalam situasi tertentu. Kamu juga dapat mengubah umpan balik menjadi diskusi bisa hal tersebut memungkinkan sehingga kamu dapat bekerja sama untuk menghasilkan solusi, bukan hanya sekadar memberi masukan. Selain itu, penting sekali untuk memperhatikan nada bicara, kata-kata, dan metode komunikasimu. Umpan balik adalah peluang untuk berkembang, jadi pertimbangkan bagaimana perasaanmu jika ada di posisi karyawanmu.

Sebagai penutup, meningkatkan komunikasi di tempat kerja memang bukan hal yang mudah. Namun, bukan berarti tidak bisa. Semua orang bisa punya keterampilan komunikasi yang memukau, apabila konsisten dalam mempraktikkan dan tidak malu untuk bekerja sama dengan orang lain. Pada umumnya, komunikasi yang efektif terutama di tempat kerja bersumber dari lingkungan kerja yang membuat orang nyaman untuk mengungkapkan apa yang sebenarnya dipikirkan. Lingkungan di mana gagasan dengan mudah didengarkan dan diapresiasi, dapat bebas memberikan pendapat atau memberi sanggahan, hingga mengajukan pertanyaan yang mungkin dianggap 'sepele' dan tidak ber bobot.

Belajar dari Konflik Konstruktif



Apa itu konflik konstruktif?

Sebagian besar dari kita pernah mengalami konflik di tempat kerja. Baik itu kita terlibat langsung di dalamnya atau hanya menjadi saksi konflik antar rekan kerja. Konflik di tempat kerja bisa merugikan, tidak hanya bagi pihak-pihak yang terlibat tetapi juga seluruh tim. Ini memiliki dampak negatif pada produktivitas karyawan.

Namun, konflik di tempat kerja adalah hal biasa. Justru apabila di tempat kerja tidak ada konflik, kita perlu bertanya-tanya, apakah orang-orang yang terlibat di dalamnya menaruh perhatian untuk kemajuan dan tidak bersikap apatis. Banyak dari kita cenderung menganggap konflik sebagai destruktif, dan itu bisa terjadi ketika itu mengarah pada kemarahan, frustrasi, antagonisme, dan hasil negatif.

Menurut psikolog OSU Dr. Louise Douce, konflik bisa menjadi positif jika:

- Membantu orang melihat perspektif dan ide yang berbeda
- Menghasilkan keterlibatan dan kolaborasi yang lebih besar
- Membantu mengklarifikasi atau menilai kembali masalah
- Memperkuat hubungan interpersonal

Apa yang menyebabkan konflik di tempat kerja?

Konflik tempat kerja dapat terjadi dalam berbagai bentuk. Itu bisa timbul dari ketidaksepakatan atas pekerjaan, bentrokan kepribadian, pelecehan, intimidasi, dan banyak lagi.

Dalam banyak kasus, seperti intimidasi atau pelecehan, konflik bersifat destruktif, dan manajemen harus menangani kasus tersebut dengan serius.

Namun, dalam kasus lain, konflik dapat membawa hasil positif jika dikelola dengan benar.



Contoh konflik destruktif

Konflik interpersonal antara dua rekan yang ada dalam satu tim. Contohnya seperti kepribadian orang A ternyata tidak cocok dengan orang B. Atau bisa juga karena perilaku berulang yang dapat mengarah ke konflik. Contohnya adalah membuat lelucon yang menyinggung perasaan teman di kantor, atau mencuri kudapan milik orang lain. Situasi seperti ini menimbulkan lingkungan yang tidak sehat. Akibatnya sikap diskriminasi, pelecehan, hingga intimidasi dapat dengan mudah muncul. Untuk itu, pemimpin harus bisa bersikap bijak dan responsif dalam mengidentifikasi situasi tersebut dan memberikan solusinya.



Contoh konflik konstruktif

Konflik kreatif:

Contoh dari konflik kreatif adalah perdebatan yang terjadi ketika pertemuan. Ini umumnya mengarah pada diskusi dan debat yang konstruktif dalam bertukar ide dan pendapat.

Ketidaksepakatan dan konflik di tempat kerja juga memungkinkan karyawan untuk:

- Merasa lebih bebas di tempat kerja. Budaya tempat kerja yang merangkul ketidaksepakatan menciptakan ruang yang aman untuk berbagi ide.
- Mendapatkan perspektif baru. Ruang ini juga diperluas ke rekan kerjamu, yang mungkin memberikan solusi yang tidak terpikirkan olehmu.
- Memperkuat ikatan rekan kerja. Seperti halnya hubungan lainnya, berhasil menavigasi konflik ternyata dapat memperdalam kedekatan antara dua orang.



Apa aturan komunikasi yang efektif dan resolusi konflik di tempat kerja?

Perdebatan di tempat kerja tidak harus mengecilkan hati atau meremehkan. Itu bisa menjadi dialog yang kaya di mana berbagai perspektif didengar untuk mencapai keputusan terbaik. Ciri-ciri perbedaan pendapat dan konflik yang sehat di tempat kerja meliputi:

Tetap hormat. Menghormati selama ketidaksepakatan dapat berupa tindakan seperti mengajukan pertanyaan, mendengarkan secara mendalam, dan upaya lain untuk mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang topik yang sedang dibicarakan.

Tetap sopan. Bersikap kasar di tempat kerja hanya akan berdampak pada rekan kerja yang bersikap kasar juga terhadapmu. The Wall Street Journal melaporkan bahwa bersikap kasar dapat merusak kinerja pekerjaan dan rasa memiliki. Hal tersebut dapat mengarah pada tindakan mengintimidasi.

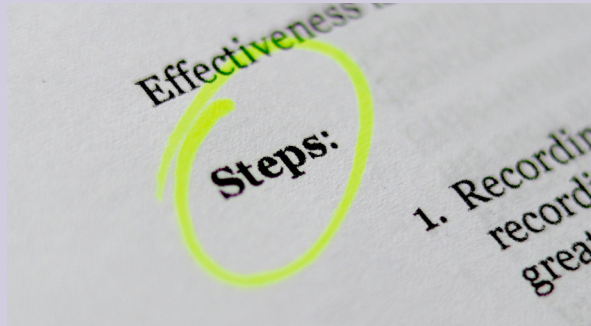
Mempertahankan pandangan positif. Ini bisa menjadi naluri alami kita untuk menganggap semua umpan balik sebagai kritik negatif. Dengan tetap bersikap positif dan berpikiran terbuka, kita dapat lebih mudah terlibat dalam diskusi yang bertentangan dengan sudut pandang kita.

Hal terpenting ketika perselisihan muncul di tim adalah memastikan argumen tidak memanas. Penulis terlaris New York Times, Liane Davey, memiliki beberapa saran tentang cara terbaik untuk meredakan konflik di antara rekan kerja, “Begitu kamu menerima bahwa konflik itu produktif dan bahwa orang yang berkonflik denganmu layak, sifat dari konflik akan segera berubah menjadi lebih baik,” katanya.

Kiat untuk debat dan konflik yang sehat di tempat kerja

Shauntrice Martin, direktur eksekutif Bay Area Urban Debate League, telah mengambil keterampilan yang dipelajari di masa mudanya melalui debat dan menerapkannya dalam kariernya. Untuk menjaga agar proyek tim tetap bersahabat, Martin menyarankan untuk:

Membuat garis besar pedoman.



Mulailah dengan daftar periksa. Di tempat kerja, Martin dan timnya menggunakan *spreadsheet* untuk menentukan tujuan dan sasaran proyek dan siapa yang bertanggung jawab atas apa. “Memiliki tujuan yang jelas, seperti dalam debat, akan membuatmu sebagai tim meraih kemenangan dengan lebih efektif,” katanya. “Pastikan ada *check-in* reguler.”

Pilih argumenmu.

Kamu bisa saja tidak setuju terhadap pendapat orang lain, tetapi jangan takut untuk memperjuangkan apa yang kamu sukai. Kamu bisa saja tidak setuju terhadap pendapat orang lain, tetapi jangan takut untuk memperjuangkan apa yang kamu sukai, terlebih jika kamu merasa bagian dari minoritas. Seperti yang diingatkan Martin kepada kita, hal terburuk yang bisa dikatakan adalah ‘tidak’.

Mengatur pikiran sebelumnya.



Berhasil unggul ketika diskusi dan debat membutuhkan jam terbang dan latihan yang sering. Ini berhubungan dengan mengutarakan kalimat secara tepat sesuai dengan apa yang dipikirkan. Melakukan hal yang sama ketika sedang bernegosiasi dapat membantu percakapan tetap pada jalurnya dan menghasilkan diskusi yang lebih produktif. Martin merekomendasikan untuk menyusun catatan dengan semua poin yang ingin kamu buat dan membacanya dengan lantang kepada seseorang yang kamu percayai. Dengan begitu, rasa percaya dirimu akan lebih mudah meningkat ketika semua mata tertuju padamu ketika sedang pertemuan. Kamu akan lebih paham bagaimana cara mempresentasikan dan membuat orang lain menjadi fokus dengan pesan yang kamu sampaikan.

Kesimpulannya, konflik yang terjadi perlu diteliti lebih dalam. Seberapa jauhkah konflik tersebut mengarah ke hal negatif, karena tidak semua konflik dicap sebagai hal yang buruk.

Pada umumnya, konflik dapat berubah menjadi hal yang membangun dan mengarah pada hasil positif apabila itu semua dimulai dari sikap pemimpin yang berhasil menangani konflik secara bijak. Konflik yang konstruktif bukan hal yang mustahil apabila pemimpin menanganinya secara positif pula. Bahkan, konflik yang merusak dapat berubah menjadi hal yang positif ketika diterapkan lewat manajemen konflik yang tepat. Harapannya, setelah membaca artikel ini, wawasanmu terhadap manajemen konflik semakin bertambah serta semakin yakin bahwa keterampilan ini bisa dikembangkan. Jadi, tidak perlu takut apabila muncul konflik, ya. Yakinkanlah bahwa kamu bisa menghadapi hal tersebut dan mengambil banyak hikmah positifnya.

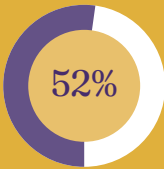
Bagaimana Membangun Budaya Komunikasi secara Terbuka?



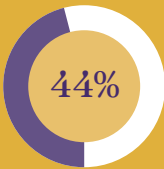
Komunikasi di tempat kerja yang efektif ternyata menentukan perkembangan bisnis. Komunikasi yang disusun secara strategis dan diterapkan dengan konsisten memiliki dampak terhadap budaya perusahaan, keterlibatan karyawan, hingga kesuksesan perusahaan. Itu karena membangun komunikasi yang baik di tempat kerja memberi kesempatan karyawan untuk bergandengan tangan dan bekerja sama mencapai tujuan.

Ada banyak peluang yang tumbuh karena mereka memahami bagaimana caranya bekerja dan menikmati perannya masing-masing dalam pekerjaan. Agar berhasil mencapainya, maka perlu adanya budaya komunikasi secara terbuka dan transparan. Karyawan perlu dibiasakan untuk merasa bebas dalam berbagi dan menerima atau memberikan umpan balik dengan jujur.

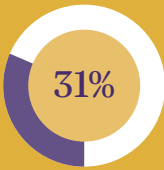
Sebuah studi dari The Economist membuat jajak panel dengan responden lebih dari 400 karyawan, manajer, dan pemimpin senior di AS. Itu menunjukkan bahwa perusahaan yang tidak menerapkan komunikasi dengan baik, ternyata respondennya:



mengatakan komunikasi yang buruk telah menambah stres



mengatakan hambatan komunikasi telah menyebabkan keterlambatan atau kegagalan proyek



mengatakan masalah komunikasi telah menurunkan semangat kerja



mengatakan miskomunikasi telah menyebabkan tujuan kinerja tidak tercapai



mengasosiasikan komunikasi yang buruk dengan kehilangan penjualan

Dari data tersebut, perusahaan perlu benar-benar membangun budaya keterbukaan akan komunikasi dan informasi. Di bawah ini ada beberapa wawasan yang dapat membantumu mengembangkan budaya komunikasi terbuka, yang dikutip dari situs qualtrics.com.

LAKUKAN UPDATE BERKALA

Komunikasi secara terbuka dapat menjadi budaya apabila itu semua dimulai dari langkah pemimpin yang punya komitmen tinggi dalam berkomunikasi secara terbuka dan jujur.

Karyawan akan punya kecenderungan untuk meniru tindakan dari seniorinya, sehingga pemimpin perlu memberi contoh dengan berbagi informasi secara transparan.

Pastikan juga bahwa informasi yang mengalir sudah diterima dengan baik oleh target audiensnya (baik karyawan, konsumen, atau siapa pun itu), dengan cara mengevaluasi saluran komunikasi yang digunakan saat ini. Dengan meluangkan waktu secara berkala untuk *update* informasi, anggota tim akan merasa lebih terhubung dengan perusahaan. Sebab, mereka menjadi semakin paham dengan keadaan saat ini dan merasa bahwa apa yang mereka lakukan memberikan kontribusi nyata pada perusahaan.



MENGUMUMKAN TUJUAN DAN HASIL

Melakukan *update* informasi menjadi penting, namun kamu dapat meningkatkan keterbukaan informasi lebih jauh dengan berbagi tujuan dan hasil (OKR/*Objective & Key Result*). Hal tersebut menjadikan tim lebih kompak karena mereka punya tujuan yang sama. Setiap anggota akan lebih fokus dalam mendalami peran kerja sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan.



CIPTAKAN KEBIASAAN UNTUK BERDISKUSI

Pemimpin perlu membiasakan proses diskusi dalam pengambilan keputusan. Kamu dapat mendorong anggota tim untuk berbagi ide, bertanya, dan meminta umpan balik. Yang terpenting, dalam berdiskusi, kita perlu membuka pikiran terhadap komentar, pertanyaan, atau mungkin kritikan dari orang lain. Sebab, jika kita merasa 'terbuka' terhadap pendapat dan masukan dari orang lain, di kemudian hari mereka akan datang kembali dan tidak segan untuk berbagi ide denganmu.



BEREMPATI DENGAN UMPAN BALIK SECARA KONSTRUKTIF

Memang tidak mudah untuk menerima kritikan dari orang lain. Pasti ada satu sisi di mana kita ingin membangun tembok yang tinggi untuk bertahan dari komentar orang lain, dan teguh dengan pendapat yang kita miliki. Namun, hal itu tidak menjadikan kita sebagai pribadi yang lebih baik, karena tidak mau membuka diri terhadap pemikiran dan pendapat baru.

Untuk itu, salah satu cara menciptakan komunikasi yang terbuka dan jujur di tempat kerja adalah mendorong umpan balik secara konstruktif. Saat orang lain berkomentar kepadamu tentang hasil kerja, keputusan bisnis, atau tentang hal lain terkait pekerjaan, pasang telinga dan hati baik-baik. Tutup mulut sejenak dari refleks untuk menyangkal dan bertahan dengan pendapat sendiri.

Cobalah untuk menyerap, memahami, dan merefleksikan pendapat dan saran yang kamu terima. Kamu dapat meluangkan waktu untuk mempertimbangkan masukan dari rekan atau atasanmu. Jangan buru-buru untuk langsung menolak ide, karena dengan begitu kamu melatih sisi empatimu dengan orang lain.

Setelah kamu mampu 'mengalahkan' rasa ego

dan mencoba menerima masukan dari pihak lain, mungkin kamu merasa itu tidak dapat ditindaklanjuti. Tidak apa-apa. Umpan balik yang masuk tidak harus semuanya diwujudkan dalam bentuk tindakan. Namun yang paling penting, setelah kamu menerima saran, tunjukkan bagaimana umpan balik tersebut berkontribusi atau mungkin berpengaruh terhadap pengambilan keputusan atau hasil kerja.

Alasannya, tidak semua saran dapat diwujudkan dalam bentuk realita, akan tetapi orang lain yang memberi masukan akan senang apabila gagasan mereka kamu dengarkan dan dipertimbangkan secara matang. Jangan lupa untuk mengucapkan terima kasih karena telah memberikan masukan, serta beri tahu mereka bahwa kamu menghargai kesediaannya untuk berbagi ide.

MEMBANGUN BUDAYA KEAMANAN PSIKOLOGIS

Dalam menerapkan budaya komunikasi terbuka di tempat kerja, mungkin langkah inilah yang paling menantang. Misalnya seperti ini, ketika pertemuan berlangsung, ada beberapa orang yang tidak setuju dengan ide yang disampaikan pembicara. Jika dalam tempat kerja mengedepankan keamanan psikologis, maka orang yang menyampaikan kritik tidak merasa terancam atau 'tidak enak hati' karena berbeda pendapat dengan orang lain.

Budaya keamanan psikologis dapat terbentuk ketika sudut pandang yang berbeda diutarakan, maka semua orang mengizinkan hal tersebut dan mengakui bahwa pendapat tersebut patut didengar atau bahkan dipertimbangkan. Menjadi benar-benar terbuka dalam sebuah tim dapat menciptakan suasana keamanan secara psikologis. Keterbukaan dan sikap keamanan psikologis ini mendorong inovasi dan kreativitas karena berhasil meningkatkan keterlibatan karyawan.

Menurut laporan dari Harvard Business Review, karyawan yang membagikan ide 'berbeda' ternyata masih menahan sebagian dari umpan balik jika menurut mereka hal tersebut bukan yang ingin didengar, terutama oleh atasan mereka. Menurut HBR, 42% karyawan yang berbicara masalah pekerjaan menahan umpan balik. Alasannya karena mereka merasa membuang waktu atau takut terhadap konsekuensi pribadi. Misalnya seperti dikucilkan dari lingkungan, disepelekan, atau upaya buruk lainnya.



Membangun budaya komunikasi yang terbuka di tempat kerja bukan tugas satu divisi saja, misalnya HRD atau departemen komunikasi. Pada akhirnya, semua orang punya peran penting dan berkontribusi membangun keterbukaan informasi, meningkatkan kepercayaan, dan rasa hormat di tempat kerja. Jadi, hal sederhana apa yang bisa kamu lakukan untuk membangun komunikasi terbuka di perusahaanmu?

SINYAL YANG LENYAP DARI MEDIA SOSIAL



Apa masalah terbesar dalam kehidupan kita?

Ketika saya ajukan pertanyaan itu ke sahabat saya, Mat Bawor, dia menjawab, "Menurut saya sih, Ndor, masalah terbesar kita adalah pendidikan, kesehatan, kemiskinan, dan korupsi."

"Bukan, Wor," saya menyergah.

Kalau kita ajukan pertanyaan itu pada seratus orang, kemungkinan

besar kita akan mendapatkan seratus jawaban yang berbeda-beda. Menurut Dale Carnegie, masalah terbesar yang mungkin kita hadapi adalah berurusan dengan orang lain.

"Dale Carnegie itu siapa, Ndoro?"

Dia penulis dan pengajar dari Amerika Serikat, juga motivator di berbagai kursus pengembangan diri, penjualan, keuangan, berbicara di depan umum, dan keterampilan interpersonal.

Menurut Carnegie, untuk menyelesaikan berbagai masalah, kita harus berurusan dengan orang lain.

Berurusan dengan orang lain membutuhkan komunikasi. Ketepatan komunikasi di era sekarang jauh lebih penting dibanding dulu karena kita hidup di masa yang rentan. Ketika pesan yang ambigu atau salah dimengerti bisa menimbulkan bencana.

Risiko yang ditimbulkan pada zaman ini lebih besar karena pilihan media yang begitu banyak. Banyaknya ragam media membuat aktivitas menarik perhatian begitu sulit. Setiap patah kata, setiap isyarat nonverbal, setiap tatapan mata yang hening di zaman sekarang mesti dipelajari dengan saksama, tak seperti sebelumnya.

Meski pernyataan itu dilontarkan pertama kali pada 1963, rasanya masih relevan sampai hari ini, pada era ketika sebuah pesan bisa sampai dengan instan berkat teknologi digital. Kita mengenalnya dalam bentuk surat elektronik (surel), pesan pendek (sandek/SMS), aplikasi perpesanan seperti Whatsapp.

Bagi sebagian orang, surel, sandek,

blog, *tweet*, status di Facebook, atau foto di Instagram, merupakan cara yang lazim untuk berkomunikasi dengan teman-teman, sahabat, keluarga, kolega, pendeknya orang lain. Di era digital seperti sekarang, memang begitulah cara berinteraksi antarmanusia.

Masalahnya, jika hanya mengandalkan media digital untuk berinteraksi, orang-orang itu akan kehilangan salah satu aspek penting dalam hubungan antarmanusia: **sinyal nonverbal**.

Ambil contoh saat ada kabar buruk menimpa seorang sahabat. Mungkin ketika dia sakit atau ada saudaranya yang meninggal. Sulit bagi kita untuk memperlihatkan rasa empati dan dukungan tanpa memeluk atau menepuk pundak sahabat yang sedang berduka.

Memberi “like” konten di Instagram atau status Facebooknya tak cukup mewakili pesan yang hendak disampaikan. Mosok foto teman kita yang menangis di pemakaman orang tuanya di Instagram diberi “like”?

“Ah, benar juga, Nodoro.”

PENULIS: **Wicaksono alias Nodoro Kakung**, jurnalis veteran, konsultan komunikasi, dan kreator konten.

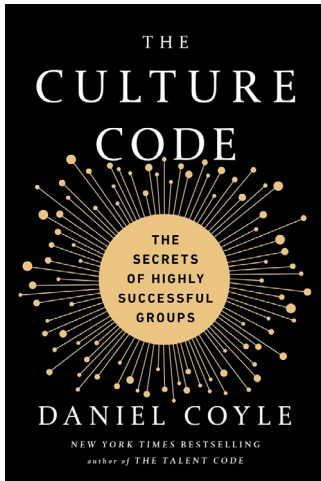
Buku, Film & *Podcast*

Telah dikurasi, tinggal diresapi,
dinikmati, dan dibagi pada teman-
teman lainnya!



Dalam buku saku Rintisan edisi kali ini, kami ingin merekomendasikan beberapa buku, film, dan *podcast* yang sudah kami pilih untuk membantumu memahami teknik komunikasi yang efektif, membangun kolaborasi yang kuat, serta mengatasi tantangan dalam sebuah tim. Mari simak rekomendasinya berikut ini.

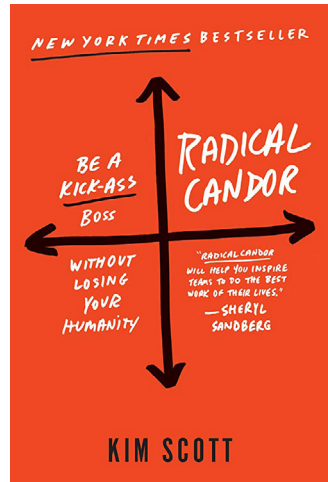
Buku



THE CULTURE CODE: THE SECRETS OF HIGHLY SUCCESSFUL GROUP

DANIEL COYLE

Ingin meningkatkan kualitas komunikasi tim? Buku ini bisa menjadi sumber inspirasimu. Ditulis oleh Daniel Coyle, buku berjudul “The Culture Code: The Secrets of Highly Successful Group” ini memperlihatkan kekuatan dari komunikasi yang efektif dan bagaimana membentuk budaya agar berhasil membentuk tim yang solid. Dapatkan pula wawasan praktis tentang cara membangun hubungan yang baik, membangun kepercayaan antar anggota tim, dan mendorong kerja sama yang hebat.



RADICAL CANDOR: BE A KICK-ASS BOSS WITHOUT LOSING YOUR HUMANITY

KIM SCOTT

Seorang pemimpin harus bisa memberikan *feedback* yang jujur dan efektif kepada anggota tim tanpa menghilangkan sisi kemanusiaan mereka. Dengan pendekatan yang berfokus pada keseimbangan antara kejujuran yang tegas dan empati, Kim Scott sebagai penulis mengilustrasikan pentingnya komunikasi yang terbuka demi menciptakan budaya kerja yang sehat dan produktif. Lewat buku ini pula kamu bisa mempelajari strategi untuk menghadapi situasi sulit, menghindari ketidaksepakatan, dan memperkuat hubungan antar anggota tim.

Film



OCEAN'S ELEVEN 2001

Menceritakan kisah Danny Ocean dan timnya yang terdiri dari spesialis dalam berbagai bidang, mereka saling bergantung satu sama lain untuk mencuri tiga kasino terkenal di Las Vegas. Di dalamnya menyoroti pentingnya membangun kepercayaan, komunikasi yang efektif, dan menghargai setiap kontribusi yang diberikan oleh setiap anggota tim demi mencapai tujuan bersama. Pesan inspiratif tersebut dibalut dengan aksi yang menghibur dan plot cerita yang rumit, makanya tak heran jika film *heist* ini dinobatkan sebagai film terlaris kelima pada tahun 2001 silam.



NOW YOU SEE ME 2013

Four Horsemen terdiri dari empat pesulap ulung yang bergabung untuk melakukan pertunjukan sulap dengan menyisipkan misi perampokan di dalamnya. Mereka harus bekerja sama sebagai tim yang solid untuk merencanakan dan melaksanakan serangkaian kejahatan ilusionis yang menarik agar mampu mengelabui penonton, sedangkan di sisi lain ada seorang detektif cerdas yang tengah menyelidiki mereka secara diam-diam. Film ini mengajarkan kita pentingnya kerja sama tim, saling percaya, dan sinergi antar anggota tim. Persiapkan dirimu dengan *ending* yang tidak terduga.

Podcast



THE TEAM COACHING ZONE

Dengarkan saluran podcast The Team Coaching Zone untuk dapatkan pemahaman lebih dalam tentang kepemimpinan tim, seperti cara membangun komunikasi yang baik dan efektif, serta tools dan sumber daya praktis untuk mendukung kepemimpinan. Setiap episodenya menyajikan wawancara 1-on-1 dengan pakar pelatih tim terkemuka dengan durasi sekitar 60 menit per episode.

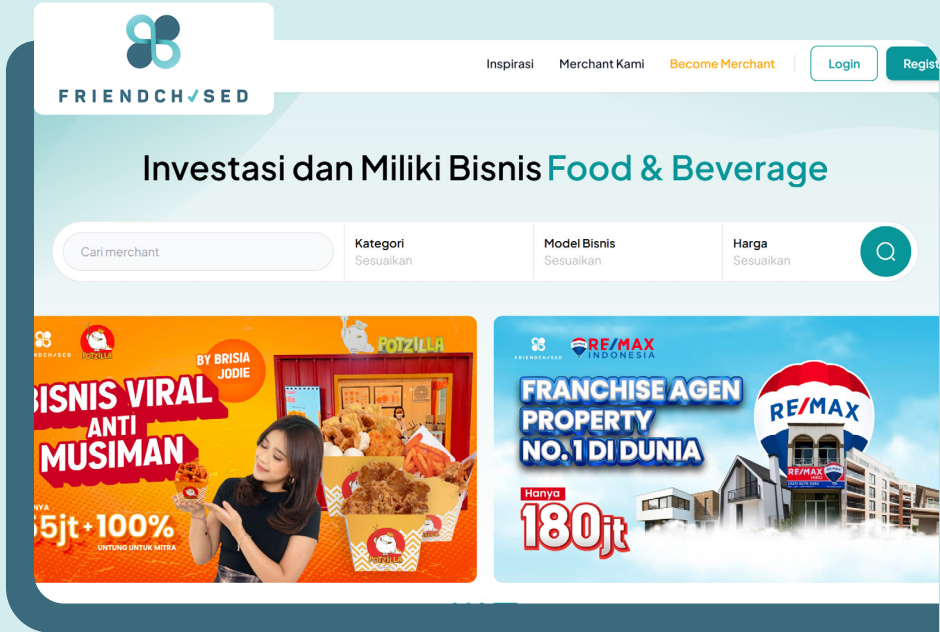
<https://bit.ly/teamcoaching-podcast>



THE COLLABORATION SUPERPOWERS PODCAST

Saluran *podcast* The Collaboration Superpowers Podcast berfokus pada kolaborasi dan komunikasi dalam lingkungan kerja yang terdistribusi dan fleksibel. Hingga saat ini sudah ada lebih dari 300 episode *podcast* yang didalamnya membahas tentang bagaimana cara membangun hubungan dan komunikasi yang kuat antar anggota tim, termasuk anggota tim yang bekerja jarak jauh (*remote*).

<https://bit.ly/collabsuperpower-podcast>



Friendchised

Teman Terpercaya Untuk Pencarian Bisnis *Franchise*-mu!

Kali ini, majalah Rintisan mewawancarai Gerald Grimaldy, salah satu *co-founder* dari alumni Startup Studio Indonesia *batch* keempat, yakni Friendchised.

ELEVATOR PITCH

Friendchised *is an online directory franchise platform in Indonesia which helps people to find their desirable franchise business.*

WEBSITE

<https://friendchised.id/>

PADA MULANYA, BAGAIMANA CERITA LATAR BELAKANG DALAM MENDIRIKAN FRIENDCHISED?

Dulu saya pernah bekerja di suatu startup di bidang properti, dimana saya bertugas menghitung Kredit Pemilikan Rumah (KPR) untuk klien. Pada saat itu saya menyadari bahwa proses membeli rumah itu sulit dan generasi millennial sekarang lumayan *struggling* untuk bisa memiliki rumah yang mereka inginkan. Membayar KPR pun tidak cukup bila hanya mengandalkan gaji untuk generasi ini. Maka dari itu saya mencari cara untuk mendapatkan penghasilan tambahan yang tidak perlu mengeluarkan energi yang banyak dan juga tidak perlu belajar banyak hal dari awal. Saya menggali bisnis apa yang dapat memenuhi kriteria tersebut, dan bisnis *franchise* atau waralaba bisa jadi jawabannya.

Sambil terus *ngulik* mencari tahu, ternyata melakukan bisnis waralaba di Indonesia itu masih sulit. Sistem waralaba yang ada kebanyakan masih membingungkan karena adanya perbedaan antara kemitraan dan waralaba. Ditambah informasi yang tidak mudah didapat serta proses perizinan yang panjang membuat *franchise* menjadi suatu hal yang sulit untuk dimengerti dan dijalankan oleh orang awam.

FOUNDER

- Gerald Grimaldy
- Ivan Sinugroho
- Michelle Hioe

DIDIRIKAN PADA

2020

INDUSTRI

Online Marketplace

JUMLAH TIM

20 Orang

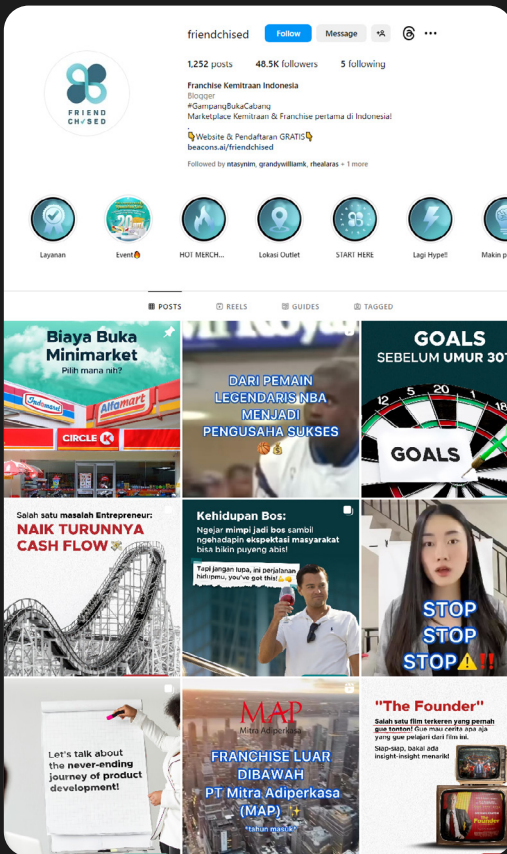
FASE PENDANAAN

Bootstrap



Karena menemukan *pain point* tersebut, saya dan *co-founder* lainnya membuat startup Friendchised sebagai jawaban permasalahan tersebut. Awalnya kami ingin sekedar membangun *marketplace listing* waralaba agar masyarakat yang ingin meningkatkan pendapatan bulanan terinformasi tentang bisnis waralaba yang tersedia di sekitarnya. Namun setelah menjalani itu, kami sadar bahwa kebanyakan orang tidak memiliki pemahaman yang baik tentang berbisnis. Bahkan banyak juga yang hanya mengikuti tren tanpa mengetahui pondasi bisnisnya bagaimana. Maka dari itu, saya ingin membukakan jalan bagi orang yang ingin berpenghasilan lebih dan orang yang memiliki uang lebih tetapi tidak tahu mau dipakai untuk apa.

Kami membangun Friendchised dengan sistem dimana setiap *customer* yang tertarik membeli di *website* kami, akan kami bantu dengan menyediakan *advisor* bisnis, agar mereka dapat belajar dan memahami tentang bisnis waralaba yang sesuai untuk mereka. Lalu untuk *customer* yang mencari bisnis sampingan, kami juga sediakan tipe bisnis *autopilot* yang tinggal terima jadi.



BAGAIMANA BUSINESS MODEL DARI FRIENDCHISED?

Seperti *marketplace* pada umumnya, kami menyediakan *listing franchise* serta dua model manajemen waralaba, yakni *autopilot* dan *self-managed*. *Autopilot* artinya bisnis akan tetap jalan tanpa pemilik turun tangan langsung. Model ini cocok untuk orang-orang yang sedang bekerja profesional. Sedangkan *self-managed* artinya bisnis dilakukan dengan manajemen dari pemilik. Pemilik waralaba akan bekerja secara langsung bersama dengan pegawai-pegawainya. Model ini cocok untuk orang-orang yang memiliki banyak waktu untuk mengatur manajemen bisnis, seperti orang yang sudah pensiun.

Kami bekerja bukan berdasarkan waktu, melainkan berdasarkan objektif yang dapat diukur. Kami fokus dalam langkah kecil terlebih dahulu. Mulai dari laporan per minggu, kuartil, lalu tahunan.



APA KEGIATAN ANDA SEBELUM MENDIRIKAN STARTUP?

Sejak SMA hingga kuliah, saya sempat memiliki beberapa bisnis mulai dari bidang fashion hingga Food & Beverage (F&B). Setelah menjalani itu semua, saya sadar bahwa butuh pengalaman untuk membangun bisnis. Mungkin membuat suatu produk itu tidak sulit, tapi untuk memasarkannya akan butuh pengetahuan. Setelah menjalani bisnis yang tidak begitu sukses, saya memutuskan untuk bekerja profesional di startup bidang properti. Pada saat itulah saya memiliki keinginan untuk memiliki penghasilan tambahan dan memutuskan membangun Friendchised.

APA TANTANGAN TERBESAR YANG DIHADAPI SAAT TAHUN PERTAMA MERINTIS FRIENDCHISED?

Ketika tim Friendchised masih kecil, kami harus mengurus semua hal sendiri. Kami harus mencari apa yang sebetulnya diinginkan oleh market dengan mencari *product-market fit*, serta apa yang bisa kita disrupti di industri waralaba ini. Hal-hal tersebut tidaklah mudah.

Goal kami adalah ingin menyediakan teknologi untuk mempermudah orang-orang membeli bisnis waralaba. Salah satu caranya adalah dengan sering-sering ngobrol dengan klien tentang masalah dan kebutuhan mereka. Kami juga rutin mengadakan sesi *Focus Group Discussion* (FGD) agar bisa mendapat sudut pandang baru dan solusi dari masalah tersebut.

Awalnya kami hanya menyediakan *merchant listing*. Tetapi itu bukan model yang *market-fit* dan itu juga bukan apa yang klien kami inginkan. Keinginan klien kami adalah dibantu dalam menjalani bisnis waralaba mulai dari diajarkan cara melakukan bisnis, mencari lokasi, mencari pegawai, dsb.

BAGAIMANA PERKEMBANGAN FRIENDCHISED SAAT INI? HAL APA YANG SEDANG DIFOKUSKAN?

Sekarang, Friendchised telah memiliki kurang lebih 200 *merchant listing* dan lebih dari 20.000 pengguna. *Merchant* waralaba yang terdaftar di Friendchised sudah tersebar di seluruh Indonesia, meskipun kebanyakan berada di Jakarta karena kebanyakan daerah lain mengikuti apa yang sedang ngetren di Jakarta.

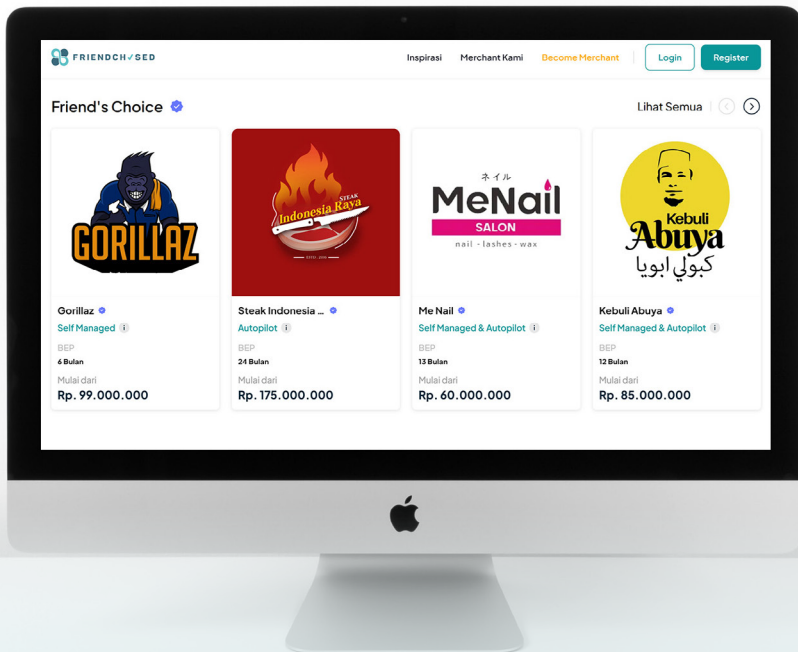
Fokus kami pada saat ini adalah mentransformasikan apa yang kami kerjakan secara manual dengan sistem *fully automated* atau otomatis. Pekerjaan seperti pencarian pegawai dan pencarian lokasi yang masih manual akan diproses secara otomatis di *website*.

Target kami adalah mempermudah klien dalam menjalankan bisnis. Kami tidak sekedar menawarkan mereka produk, tetapi setelah mereka membeli produk kami ingin mereka dapat menjaga bisnis yang mereka bangun.

APA KEUNIKAN FRIENDCHISED DIBANDINGKAN DENGAN KOMPETITORNYA?

Biasanya bisnis kompetitor kami hanya menyediakan *platform listing* saja. Klien mereka selanjutnya yang berkontak langsung dengan pemilik bisnis waralaba tersebut. Mereka juga tidak menyediakan konsultasi bisnis dan tidak membantu klien dalam menjalankan bisnisnya.

Sedangkan Friendchised turut membantu menawarkan bisnis waralaba yang cocok dan memberikan konsultasi bisnis. Kami akan memberikan ilmu dasar dalam berbisnis sebelum klien menjalankan bisnisnya. Kami akan memastikan bahwa para klien tahu apa yang mereka jalankan dan tantangan apa yang akan mereka hadapi. Poin plus juga, kami menyediakan bantuan untuk mencari lokasi dan merekrut pegawai jika klien membutuhkan.





APA PENCAPAIAN TERBESAR YANG PERNAH DIRAIH FRIENDCHISED?

Menurut saya, pencapaian terbesar dari Friendchised adalah ketika bisa membuat bisnis *steady*. Suatu bisnis perlu memiliki pemasukan yang stabil dengan pendapatan tetap. Karena kalau *revenue*-nya tidak konsisten, bisnis tersebut tidak dapat diandalkan.

Sebuah pencapaian dari perjalanan kami dari yang awalnya tidak bisa membayar tim sesuai standar hingga sekarang bisa sesuai. Dari yang tidak bisa mencukupi kebutuhan finansial tim kami, sampai sekarang sudah bisa. Serta startup Friendchised yang terus berkembang. Progres-progres kecil tersebut yang paling berharga.

**Startup
Studio** 

Friendchised adalah salah satu alumni dari program Startup Studio Indonesia yang diselenggarakan oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia. Untuk tahu lebih lanjut tentang program ini, silahkan mengunjungi *website* **www.startupstudio.id**

SEKOLAH BETA

KELAS DARING

Program pembinaan talenta digital bagi startup dari Kementerian Komunikasi dan Informatika dengan tiga jalur: **Hacker**, **Hipster**, dan **Hustler**.

Pada episode Sekolah Beta kali ini membahas *Software Architecture*, **Hans Permana** selaku **Co-Founder Agile Technica**. Sebelum memutuskan untuk kembali ke Indonesia, beliau pernah berkarir di berbagai negara sebagai Software Developer di Brockmann Consult GmbH, Software Engineer di HealthLink, juga Research Assistant di RMIT University.

SEKOLAH BETA
KELAS DARING
Hacker

Software Architecture

Ketahui pentingnya *software architecture* pada tahap desain pengembangan suatu aplikasi, untuk memastikan *software* yang *secure* dan *performant*.

Selasa, 11 Oktober 2022
20.00 - 21.00 WIB

Link Pendaftaran:
1000startupdigital.id/sekolahbeta

Eps 103

Hans Permana
Co-Founder
Agile Technica

1000startupdigital.id [@1000startupdigital](#) [1000startupid](#)

II [Progress Bar] [Speaker Icon]

Pada diskusi kali ini, Hans membagikan pengalamannya seputar *software architecture*. Mulai dari dasar-dasar seberapa penting *software architecture* dan macam-macam *pattern*, *software architecture evolution* dari yang *simple* hingga yang kompleks hingga *skill* apa saja yang diperlukan untuk memahami *software architecture* baik secara *technical* maupun *soft skills*.

Bagi yang belum tahu, *software architecture* adalah suatu keputusan desain yang merepresentasikan solusi akhir dari suatu sistem. Hal ini digunakan agar *stakeholder* dapat memahami dan bisa menganalisa bagaimana mencapai suatu kualitas yang tersedia secara aman dan mudah untuk diubah. Hans juga memberikan gambaran proses dan pentingnya *software* desain yang bagus dari segi kualitas dan *development speed*-nya.

Selanjutnya, Hans menjelaskan beberapa macam *software architecture pattern* yang

umum digunakan. Beberapa diantaranya N-Tier, Client - Server dan *Microservices*. Ketiganya ini memiliki proses yang memberikan keuntungan dan challenges berbeda-beda. Seperti, Client-server memiliki keuntungan pada server yang *centralized* sedangkan *microservice* terbagi menjadi banyak *service*.

Sebagai *software development* terutama yang baru ingin belajar, dalam memulai *software architecture evolution* tidak perlu langsung ke sesuatu yang kompleks. Bisa dengan memulai dengan sesuatu yang mudah. Selain itu, Hans juga menjelaskan *technical* dan *soft skill* yang dibutuhkan oleh seorang *software developer* untuk memahami *software architecture*. Hans menjabarkan berdasarkan dari pengalamannya.

Lalu, bagaimana cara memulai *software architecture* dari awal? Dan apa saja *skill* yang dibutuhkan untuk memahami *software architecture*?

Pada episode Sekolah Beta serial Hustler kali ini dibawakan, **Ria Chandra** yang merupakan **Design Mentor di Apple Developer Academy @BINUS**. Sebelumnya, beliau pernah berkarir sebagai **Senior User Researcher di SwipeRX**, **User Experience Researcher di HARIAN Kompas**, juga **Frontend Developer di Bahaso.com**.

The graphic is a promotional poster for a 'Usability Testing' event. At the top left, it says 'SEKOLAH BETA' and 'KELAS DARING' with a 'Hipster' tag. The main title 'Usability Testing' is in large red font. Below it, a paragraph encourages attending the 'usability testing' stage to evaluate 'user experience'. The event is scheduled for 'Rabu, 12 Oktober 2022' from '20.00 - 21.00 WIB'. A registration link '1000startupdigital.id/sekolahbeta' is provided. On the right, there's a portrait of Ria Chandra, Design Mentor at Apple Developer Academy @BINUS, labeled 'Eps 104'. At the bottom, social media handles for 1000startupdigital are listed. The entire graphic is framed within a video player interface with a play button, progress bar, and volume icon.

SEKOLAH BETA
KELAS DARING
Hipster

Usability Testing

Sedang mendesain sebuah produk?
Jangan sampai lewatkan tahapan *usability testing*
untuk mengevaluasi *user experience* dari produkmu.
Yuk cari tahu apa saja yang harus kamu lakukan!

Rabu, 12 Oktober 2022

20.00 - 21.00 WIB

Link Pendaftaran:
1000startupdigital.id/sekolahbeta

Eps 104

Ria Chandra
Design Mentor
Apple Developer Academy
@BINUS

1000startupdigital

1000startupdigital

1000startupid

Mungkin banyak dari kalian pernah mendengar istilah *usability testing* atau sering disingkat jadi UT. Pada diskusi ini, Ria membagikan ilmunya seputar *usability testing*. Mulai dari perlunya melakukan *usability testing*, melalui tahap apa aja hingga *tips & trick* dalam *usability testing*.

Usability testing itu adalah sebuah metode riset yang fokus untuk *improve usability* dari sebuah produk digital. Pentingnya *usability* ini untuk mengetahui pengalaman *user* dalam menggunakan produk dari segi kenyamanan, kemudahan pemakaian, dsb. Tujuan utama dari *usability testing* ialah untuk memenuhi *usefulness* dari sebuah produk digital.

Usability testing ini akan terus diperlukan dalam mengembangkan sebuah produk. Tahap ini bisa dilakukan di awal sebelum produk dirilis atau di tahap final product. Tapi, bisa juga *usability*

testing diperlukan saat berjalannya sebuah produk digital. Dalam tahap *usability testing* juga perlu memperhatikan tiga peran yang bekerja di dalamnya yaitu *facilitator*, *task* dan *participant*.

Selanjutnya, Ria menjelaskan tipe-tipe dari *usability testing* yaitu *moderated* dan *unmoderated*. Mulai dari perbedaan hingga poin plus dan minus jika ingin mengimplementasikan salah satunya. Ria juga memberikan contoh tools yang bisa digunakan untuk *usability testing*. Beberapa diantaranya, UsabilityHub dan Optimizezy.

Lalu, ada 4 tahapan penting dalam melakukan *usability testing* serta *tips & trick* nya berdasarkan pengalaman Ria saat bekerja sebagai UX Researcher.

SEKOLAH BETA

KELAS DARING

Hustler

Gerakan Nasional

1000

Eps 105

Financial Plan for Startup

Pahami dan temukan strategi yang tepat dalam merencanakan, memproyeksikan, dan mengatur keuangan dalam sebuah startup.

📅

Jumat, 14 Oktober 2022

🕒

20.00 - 21.00 WIB

Link Pendaftaran:

1000startupdigital.id/sekolahbeta

🌐

1000startupdigital.id

📷

1000startupdigital

🐦

1000startupid



Jibrilia Alamsjah

Founder & CEO

Proyek Beta

⏮

⏭

🔊

Pada materi Sekolah Beta kali ini menghadirkan **Jibrilia Alamsjah**, ia merupakan **Founder & CEO Proyek Beta** yang membagikan ilmunya terkait dasar keuangan startup, *game plan* keuangan dan cara membuat proyeksi keuangan untuk startup. Sebelumnya, Jibrilia pernah berkarir di dunia perbankan, Chief Financial Officer (CFO) di 3-entity Holding Company, Head of Finance di Bukukas.

Jibrilia menjabarkan ada 3 elemen esensial dalam keuangan yang wajib dimiliki oleh startup yaitu laba rugi, neraca dan arus kas. Ketiga laporan keuangan ini memiliki fungsi yang berbeda-beda tapi tujuannya membantu arus keuangan startup lebih jelas dan terarah.

Kemudian, ada 4 hal penting dalam *game plan* untuk financial planning sebuah startup. Salah satu diantaranya ialah mengetahui posisi neraca. Kamu perlu tahu dimana letak uang dalam startup, apakah sudah menjadi aset atau masih terhitung sebagai utang. Maka dari itu, penting mempunyai dasar ketiga laporan keuangan yang disebutkan sebelumnya.

Jibrilia menjelaskan cara membuat proyeksi keuangan untuk mengetahui biaya apa saja yang perlu dipersiapkan dan dikalkulasikan untuk membangun sebuah startup. Hal ini bisa diketahui dari tipe-tipe pengeluaran yang ada di startup.

Apa saja tipe-tipe pengeluaran itu? Dan bagaimana cara mengetahui item proyeksi keuangan yang sesuai dengan startup?

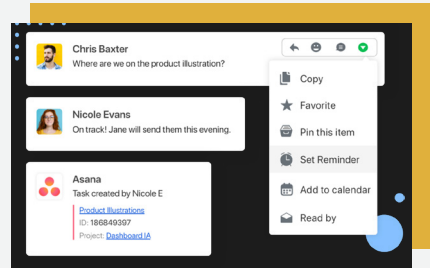
Untuk diskusi selengkapnya, simak semua episode Sekolah Beta Kelas daring melalui:

 **YouTube Gerakan Nasional 1000 Startup Digital**

Startup *Team Communication*



Flock: Satu aplikasi untuk integrasi segala aktivitas kerja tim

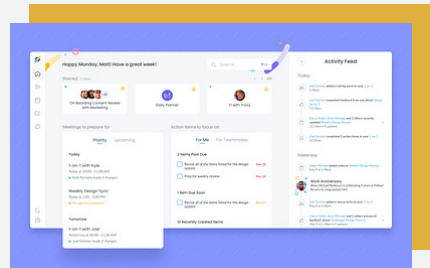


Flock merupakan salah satu tools komunikasi andalan yang bisa membantu sebuah tim berkolaborasi dan berinteraksi dengan mudah untuk tingkatan produktivitas kerja. Flock memiliki *video conferencing*, *channel messaging*, *voice note*, dan *integrated search*. Lalu, untuk produktivitas terdapat *file sharing*, *to-dos* untuk memantau aktivitas dan pekerjaan yang sedang kamu lakukan, serta *polls* dan *reminders*. Flock juga dilengkapi dengan fitur *admin controls*, *authentication*, *data retention*, dan *user permissions*. Hal menarik lainnya, Flock merupakan *team messenger* pertama yang memiliki pilihan multi bahasa untuk bahasa Rusia, Portugis, dan Spanyol.

[HTTPS://WWW.FLOCK.COM/](https://www.flock.com/)



Fellow.app: Penunjang *1-on-1* dan *meeting* yang berkualitas



1-on-1 dan *meeting* merupakan bentuk interaksi yang rutin dilakukan di semua perusahaan agar setiap pekerjaan, kendala, hingga progres bisa tersampaikan dengan baik. Oleh karena itu, kamu bisa andalkan Fellow.app untuk mewujudkan berbagai percakapan yang lebih efektif dan efisien. Terdapat beragam *template* dalam bentuk serangkaian pertanyaan yang bisa kamu pakai untuk memandu *meeting* ataupun *1-on-1*. Kamu bisa pilih sesuai dengan topik dan objektif percakapan tersebut. Lalu, Fellow.app akan membantumu mengatur jadwal dan mengintegrasikannya ke kalender. Selama berdiskusi akan ada fitur untuk merekam dan mendelegasikan tugas-tugas ke anggota tim. Terakhir, segala ide atau progres bisa kamu kumpulkan dan bagikan lewat fitur *Streams* dan *Action Items*.

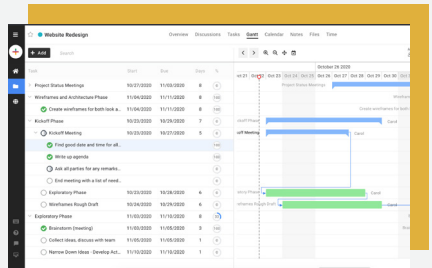
[HTTPS://FELLOW.APP/](https://fellow.app/)



ProofHub: *All-in-one tools* untuk kolaborasi tim skala besar

Jika perusahaanmu memiliki anggota tim yang banyak, tersebar, serta melibatkan *freelance*, ProofHub jadi aplikasi yang wajib kamu pakai untuk berkomunikasi dan mengatur kelancaran proyek. Tak hanya untuk mengirimkan pesan dan berkomunikasi, ProofHub juga memfasilitasi dengan 67 fitur lainnya yang bisa membantumu dalam memetakan dan mengelola proyek, membuat laporan, melihat aktivitas dan progres anggota tim, hingga mengintegrasikan dengan aplikasi penunjang lain. Startup asal California yang terbentuk sejak 2011 ini merupakan *software* yang berbasis SaaS (*software as a service*).

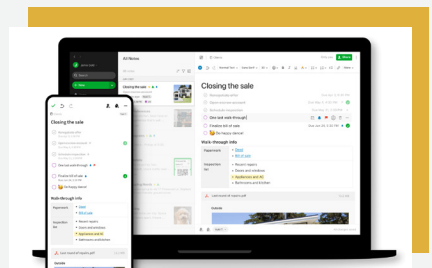
[HTTPS://WWW.PROOFHUB.COM/](https://www.proofhub.com/)



Evernote: Pencatat andalan berbagai hal penting

Berfungsi sebagai *tools* untuk menulis dan mengumpulkan informasi penting, Evernote meningkatkan kegunaannya dengan fitur-fitur canggihnya. Beberapa diantaranya yaitu fitur Sync and Organize untuk kamu yang sering kesulitan berbagi kumpulan ide atau referensi karena terlanjur tercatat pada *note* pribadi. Selain itu, fitur Web Clipper juga akan membuat catatan dan list tautanmu terkumpul dengan lebih rapi dan mudah dibaca. Kalau kamu ingin membuat catatan atau *planner* dengan lebih efektif, Evernote juga menyediakan *template* yang bisa disesuaikan dengan kebutuhanmu. Dengan beragam solusi yang dihadirkan, Evernote telah digunakan secara global oleh 100 juta pengguna.

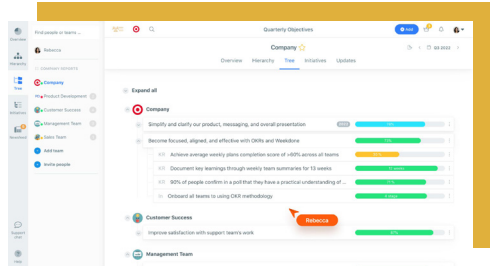
[HTTPS://EVERNOTE.COM/](https://evernote.com/)





WEEKDONE

Weekdone: Ruang menyusun OKR dan goals perusahaan



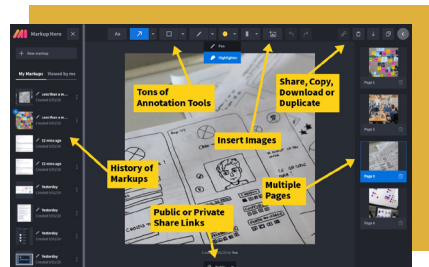
Weekdone adalah alat perencanaan untuk berbagai pekerjaan dan goals mingguan atau triwulanan. Berbagai fitur Weekdone memungkinkan pimpinan untuk mengatur fokus setiap anggota tim dan menjaganya agar selalu berada di jalur yang tepat dalam menyelesaikan pekerjaan dan mencapai tujuan bersama. Startup asal Estonia ini membantu perusahaanmu menetapkan OKR dan goals dengan lebih efisien lewat pengintegrasian setiap objektif proyek yang telah diisi oleh anggota tim. Selain itu, Weekdone juga memberikan ruang untuk *feedback*, laporan status karyawan, hingga KPI tracking.

[HTTPS://WEEKDONE.COM/](https://weekdone.com/)



Markup Hero

Markup Hero: Tools pelengkap untuk memberikan *feedback*



Kemudahan dalam memberikan catatan dan masukan untuk sebuah pekerjaan tentu akan jadi hal sederhana yang bisa meningkatkan produktivitas serta kelancaran komunikasi antar tim. Markup Hero bisa jadi salah satu tools yang mengisi peran tersebut dengan fitur anotasinya. Menambahkan teks, garis, highlight, tanda tangan elektronik, dan beragam lainnya bisa kamu lakukan dengan Markup Hero. Selain itu, koordinasi jadi akan lebih mudah karena kamu bisa mengajak anggota tim lain untuk berkolaborasi dalam catatanmu. Startup yang baru terbentuk sejak 2020 ini juga membuatmu terintegrasi dengan aplikasi penunjang seperti Chrome, Google Drive, dan juga Slack.

[HTTPS://MARKUPHERO.COM/](https://markuphero.com/)

Kamu bisa mendapat Rintisan versi cetak!

Untuk menjangkau pembaca setia buku saku Rintisan lebih dekat, Kementerian Komunikasi dan Informatika membuka kesempatan khusus bagi para pembaca terpilih untuk kami kirimkan buku saku Rintisan versi cetak setiap kali edisi baru diterbitkan.



Gimana caranya?

Ceritakan dengan detail mengapa kamu harus menjadi satu dari para pembaca terpilih yang akan kami kirimkan buku saku Rintisan dalam *form* ini:

<http://bit.ly/komunitas-rintisan>

Glosarium



1 on 1:

Pertemuan antara dua orang dalam sebuah organisasi, umumnya manajer dan karyawan, yang dilakukan secara rutin dengan tujuan tertentu.

All-hands meeting/town hall:

Pertemuan rutin di seluruh perusahaan di mana semua karyawan, pemimpin, dan pemangku kepentingan bertemu untuk membahas hal-hal terpenting di seluruh perusahaan.

Brand promises:

Janji dan keuntungan yang ditawarkan perusahaan pada pelanggannya.

Briefing:

Rapat atau sesi singkat sebelum memulai kegiatan untuk berbagi tujuan, rencana, mendiskusikan proses, memberi tugas, atau mengklarifikasi peran, dan menetapkan ekspektasi.

Co-culture:

Kelompok regional, ekonomi, sosial, agama, etnis, atau budaya lain yang memberikan pengaruh dalam masyarakat.

Communication apprehension:

Ketakutan atau kecemasan yang terkait dengan komunikasi nyata atau yang diantisipasi dengan orang atau orang lain.

Debriefing:

Pertemuan singkat atau sesi pertukaran informasi informal yang dirancang untuk meningkatkan kinerja dan efektivitas tim melalui pelajaran yang dipetik dan penguatan perilaku positif.

Feedback:

Informasi yang diberikan kepada anggota tim untuk tujuan meningkatkan kinerja tim.

Intranet:

Jaringan privat yang menggunakan protokol-protokol internet, untuk membagi informasi rahasia perusahaan atau operasi dalam perusahaan tersebut kepada karyawannya.

Newsletter:

Nama lainnya adalah buletin merupakan alat komunikasi yang digunakan seorang/sekelompok humas dalam memberikan informasi mengenai perusahaan, baik menyangkut produk yang dihasilkan, orang yang terlibat, serta informasi lain yang dapat membantu publiknya dalam berhubungan dengan urusan bisnisnya.

Person in charge:

Penanggung jawab.

Remote employees:

Karyawan dapat bekerja di luar lingkungan kantor konvensional atau tidak perlu datang ke kantor.

Virtual meetings:

sebuah kegiatan di mana semua peserta dari berbagai lokasi bergabung dalam waktu yang telah terlebih dahulu disepakati dengan menggunakan sebuah media seperti teleconference atau video conference.

Rangkaian #1000StartupDigital Akan Dimulai!

Yuk, kenalan dengan berbagai kegiatan untuk membantu mengembangkan startupmu.

#Hack4ID

Kegiatan *hackathon* luring selama dua hari untuk merumuskan rencana startup.

BOOTCAMP

Program *mentorship* 1:1 *feedback* untuk hasil validasi MVP dari para mentor.

HACKSPRINT

Bimbingan intensif satu bulan untuk riset pasar dan validasi ide dengan metode *design sprint*.

HATCH

Program inkubasi intensif 3 bulan dengan *dedicated mentor*, *startup success manager*, dan *masterclass* untuk pematangan produk.

WORKSHOP

Video pembelajaran membangun startup digital berdasarkan peran Hipster, Hacker, Hustler, dan *Founder* melalui platform #1000StartupDigital.

IGNITION

Seminar daring tentang pola pikir kewirausahaan dari para pelaku & regulator industri startup.

Untuk ikutan, dapatkan infonya di:

web.1000startupdigital.id

Bergabung Jadi Kontributor

Rintisan memiliki satu tujuan utama: menjadi sarana untuk membuka wawasan mengenai *startup*, talenta digital, ide, dan inovasi di ekosistem digital Indonesia.

Artikel di Rintisan memiliki topik yang beragam dan relevan untuk berbagai industri dan fungsi manajemen. Adapun beberapa area fokus yang dibahas adalah kepemimpinan, strategi, teknologi, operasional, *branding*, *marketing*, *legal*, keuangan, manajemen sumber daya manusia, produktivitas, dan kreativitas. Dalam memilih artikel yang diterbitkan, ini adalah 4 poin yang Rintisan cari:

ORISINALITAS

Walaupun suatu topik mungkin sudah banyak yang membahas, selalu ada cara untuk melihatnya dari sudut pandang yang berbeda. Temukan itu dan bagikan pada pembaca.

KEAHLIAN

Siapa pun dapat menjadi kontributor, asalkan ia benar-benar menguasai materi dalam tulisannya.

KEGUNAAN

Utamakan gagasan yang praktikal dan dapat dengan mudah dimengerti. Jika kamu bisa menjelaskan pemikiranmu sehingga pembaca mengerti bagaimana menerapkannya dalam situasi nyata, artikelmu dapat mengubah hidup seseorang!

BUKTI

Menulis secara deskriptif itu bagus. Namun, lebih baik lagi jika tulisanmu didukung dengan data dan fakta.

Ingin menjadi kontributor bagi Rintisan?

Kirim tulisanmu ke gerak@1000startupdigital.id dengan subjek “**Artikel untuk Rintisan**”. Kami akan memberikan *merchandise* bagi kontributor yang artikelnya terpilih untuk diterbitkan.

Kritik & Saran



Kami ingin mendengar pendapatmu mengenai artikel dan topik yang kami sajikan. Yuk, sampaikan kritik dan saranmu di bit.ly/ksrintisan

Kamu Lagi Merintis Startup?

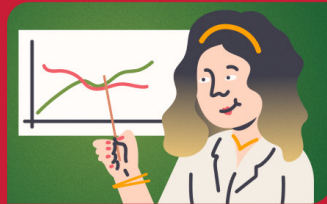
Pastikan kamu dan co-founder menguasai hal-hal ini!

Founder



Design Thinking | Lean Canvas
Building Team | Legal & Financial
Soft Skills

Hustler



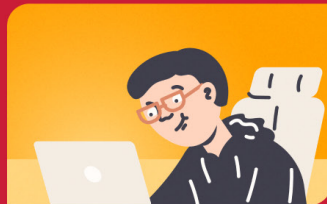
Hustler 101 | Introduction to Startup
Problem-Solution Fit
Product-Market Fit | Scale-Up

Hipster



Hipster 101 | Product Design
User Interface | User Experience
Brand Identity

Hacker



Hacker 101 | Product Development
Tech Stack | Prototyping
Product Deployment

WORKSHOP

BY GERAKAN NASIONAL **i1000** STARTUP DIGITAL

Pelajari semuanya, gratis, di Platform #1000StartupDigital!

web.1000startupdigital.id