ANALISIS AUDIENS

Bahan Ajar Komunikasi Bisnis

Dosen : Gumgum Gumilar, S.Sos., M.Si.

- Sasaran atau target utama dari komunikasi adalah audience atau penerima, karenanya analisis terhadap audiens sangat diperlukan.
- Audiens dalam komunikasi bisa individu atau organisasi.
- Audiens biasanya memiliki pemahaman yang berbeda atas pesan yang mereka terima.

MENGEMBANGKAN PROFIL AUDIENS

- Analisis terhadap audiens yang sudah dikenal relatif lebih mudah dilakukan.
- Apabila audiens belum dikenal, maka petunjuk berikut bisa dipergunakan untuk membantu melakukan analisis :

Analize	Siapa pihak penerima pesan?
Understand	Bagaimana pengetahuan penerima mengenai subjek
Demographics	Berapa umur, jenis kelamin, pendidikan penerima?
Interest	Apa yang menarik perhatian penerima?
Environment	Apakah penerima bersahabat atau bermusuhan?
Needs	Informasi apa yang diperlukan penerima?
Customize	Bagaimana penyesuaian pesan yang diperlukan?
Expectation	Apa yang diharapkan penerima?

MENGENALI PENERIMA PRIMER

- Apabila penerima terdiri dari beberapa orang, perlu dikenali orang-orang penting yang berpengaruh atau bertindak sebagai pengambil keputusan.
- Biasanya, orang yang berkedudukan tinggi yang bertindak sebagai pengambil keputusan.
- Namun, adakalanya justru orang yang berkedudukan rendah yang berpengaruh terhadap pengambilan keputusan.

MENETAPKAN JUMLAH KOMPOSISI AUDIENS

- Jumlah penerima juga mempengaruhi pesan bisnis
- Menulis pesan bisnis yang ditujukan hanya kepada satu orang akan berbeda dengan pesan bisnis yang ditujukan kepada banyak orang.
- Gaua penulisan, format, dan bahasa pesan bisnis yang ditujukan kepada orang banyak cenderung formal.

MENGUKUR TINGKAT PEMAHAMAN AUDIENS

- Apabila penerima memiliki latar belakang yang sama dengan pengirim, maka pada umumnya mereka dianggap memiliki pemahaman yang relatif sama terhadap suatu pesan, pengirim tidak perlu melakukan usaha-usaha tertentu untuk memebrikan pemahaman.
- Apabila penerima memiliki latar belakang yang berbeda, maka pengirim harus siap memberikan penjelasan-penjelasan tanpa rasa bosan agar tidak terjadi salah interpretasi.

MEMPERKIRAKAN REAKSI PENERIMA

- Cara mengorganisasikan pesan sangat tergantung pada reaksi yang diperkirakan akan dilakukan oleh penerima.
- Untuk menghindari kritik dan perdebatan, pesan bisnis sebaiknya dilengkapi dengan argumentasi yang didukung dengan bukti-bukti yang cukup dan penjelasan yang memadai, serta diakhiri dengan kesimpulan dan rekomendasi.

MEMENUHI KEBUTUHAN INFORMASI AUDIENS

- Pesan yang baik akan mampu memenuhi semua pertanyaan penerima.
- Memenuhi kebutuhan informasi penerima merupakan salah satu kunci sukses pesan bisnis.

- Ada lima pedoman yang perlu diperhatikan agar pesan bisnis mampu memenuhi kebutuhan informasi audiens, yaitu :

1. Temukan apa yang ingin diketahui audiens
2. Antisipasi pertanyaan yang tidak diungkapkan
3. Berikan semua informasi yang diperlukan oleh audiens
4. Pastikan bahwa informasi yang diberikan akurat.
5. Tekankan gagasan yang paling menarik bagi audiens

MEMUASKAN KEBUTUHAN EMOSIONAL DAN PRAKTIS AUDIENS

- Pesan yang bertujuan membujuk dan bekerjasama sering kali gagal mengubah keyakinan atau perilaku audiens.
- Kegagalan itu bisa disebabkan oleh pesan yang menyajikan informasi yang tidak diperlukan, alasan yangdikemukakan tidak rasional, dan terlalu panjang atau tidak menarik untuk dibaca.