KOMUNIKASI BISNIS

Ine Elyane

Pertemuan ke-2

Pengertian Bisnis

- Kegiatan isstem ekonomi yang diarahkan pada mangemen dan distribusi hasil industri dan jasa profesional yang mendtangkankuntungan (panuju)

- Kegiatan organisasi yang dilkukan,oleh sekolompok orang yang beraturan danproses yang dilakukan bersama-sama untuk mencapai tujuan organisasi (andrews and andrews)

Pengertian Komunikasi Bisnis

- Adanya pertukaran ide, pesan dan konsep yang berkaitan dengan pencapaian serangkaian tujuan komersin(katz)
- Pertukaran ide-ide ,opini,informasi ,instruksi dan sejenisnya yang dikemukakan baik secara personal,ataupun non personal melalui simbol atau tanda untuk mencapai tujuan perushaan(rosenblatt)
- Komunikasi dalam organisasi bisnis ditunjukan untuk menyelesaikan masalah dan membuat keputusan (curtis dkk)
- Kounikasi yang igunakan alam dunia bisnis mencakup berbagai macam bentuk verbal maupun non verbal (poerwanto)

Asumsi-asumsi Dasar Komunikasi Bisnis

- Asumsi dasar konsumen sebagai bagian besar ekternal publik dunia bisnis.
- Asumsi dasar produsen sebagai bagian penentu kebijakan dunia bisnis.
- Asumsi dasar karyawan atau buruh sebagai bagian internal dunia bisnis.

Ruang Lingkup Kombis

- Internal komunication
- External comunication
- Intrnal konukasi, komunikasi yang trjadi diantra orang-orang yang berada dalam suatu perusahaan

Bentuk bentuk komunikasi internal

1. *Downward communication*, yakni alirankomunikasi komunikasi dari atasan ke bawahan umumnya terkait dengan ttg jwb dan wewenang seseorang dlm organiasi

Tujuannya:

- memberi penghargaan
- memberi informasi atau argumentasi
- memberi informasi ttg prosedur dan praktek orgniasi
- memberi umpan balik pelaksanaan kerja
- menyajikan informasi aspek ideologi dalam menanamkan pengertian ttg tujuan

Bentuk-bentuk Internal komunikasi

2. *Upward communication* aliran komunikasi yang berasal dari bawah ke atasan

- apresiasi
- percaya

3. *Horizontal communication*

Komunikasi yang terjadi antara bagian-bagian yang memiliki posisi sejajar dalam suatu orgniasi.

- mempersuasi
- berbagi informasi

4. *Diagonal communication*, melibatkan dua tingkat orgniasi yang berbeda. Ini biasanya terjadi dalam organisasi besar yang memiliki ketrgantungan

External communication

External comunication, dilakukan oleh pihak organisasi atau perushaan melalui kesepakatan mangement untuk melakukankomunikasi dengan pihak luar.

Kesepakatan manajemen untuk melakukan/ dilakukan oleh pihak org/perushaan melalui komunikasi denganpublik luar

Media yangdigunakan adalah media umum dan media massa

Efek kegiatan kombis

- Perubahan sikap.
- Perubahan opini.
- Perubahan perilaku.

KEGIATAN KOMBIS

- PUBLISITAS.
- SEMINAR.
- DISKUSI.
- PERIKLANAN.
- PAMERAN.
- NEGOSIASI.
- LOBYING.

BENTUK KOMUNIKASI DALAMKEGIATAN BISNIS

- KOMUNIKASI ANTAR PERSONA.
- KOMUNIKASI KELOMPOK.
- KOMUNIKASI MASSA.

Karateristik KOMBIS

1. Pesan yang disampaikan terkandung disusun untuk audience yang membutuhkan informasi.
2. Pesan bisnis yang disusun dengan mempertimbangkan batasan waktu dan biaya
3. Pesan bisnis biasanya disusun untuk lebih dari satu tujuan
4. Pesan bisnis harus mempertimbangkan nada dari pengaruhnya terhadap audience

RUANG LINGKUP KOMBIS

INTERNAL COMMUNICATION,KOMUNIKASI YANG TERJADI ANTARA ORNG-ORANG YANG BERBEDA DI DALAM SUATU PERUSAHAAN:

1.DOWNWARD COMMUNICATION, ALIRAN KOMUNIKASI DARI ATASAN KEBAWAHAN UMUMNYA TERKAIT DGN TANGGUNGJAWAB DAN WEWENANG SESEORANG DALAM SUATU ORG/PERUSAHAAN

2. Upward communication, aliran komunikasi yang berasal dari bawah menuju keatas
3. Horizontal communication, komunikasi yang terjadi antara bagian-bagian yang memiliki posisi sejajar dalam suatu organisasi
4. Diagonal communication, melibatkan komunikasi antara dua tingkat organisasi yang berbeda. Diterapkan dalam organisasi besar yang ketergantungan.

Perencanaan pesan bisnis

3 tahap penyusunan pesan bisnis:

1. Perencanaan
2. Komposisi
3. revisi

Perencanaan

1. Penentuan tujuan

- Tujuan yang jelas dapat membantu pengambilan keputusan.
- Tujuan kombis; informing, persuading, collaborating.
- Cara menguji tujuan: realistik, tepat waktu, pengiriman yang tepat, dapat diterima.

2. Analisis audiens

- Penentuan profil audiens: jumlah & komposisi audiens, siapa audiens, reaksi audiens, tingkat pemahaman audiens, hubungan komunikator dengan audiens.
- Cara memuaskan kebutuhan informasi: cari apa yang diinginkan, antisipasi terhadap pertanyaan, berikan semua informasi yang diperlukan serta akurat dan penekanan ide
- Cara memuaskan kebutuhan motivasi: pendekatan pesan argumentasi dan emosi audiens

Pengorganisasian pesan bisnis

- Hal-hal tak terorganisasikan pesan dengan baik: bertel-tele, informasi tidak relevan, menyajikan ide tidak logis dan info penting yang terlupakan.
- Pengorganisasian pesan yang baik harus memperhatikan: subjek & tujuan yang jelas, informasi harus berhubungan dengan tujuan, pengelompokan dan penyajian ide secara logis dan mempermudah pekerjaan komunikasi
- Manfaat pengorganisasian pesan yang baik: membantu audiens memahami pesan dan menerima pesan, hemat waktu dan informasi tercakup

Pengorganisasian pesan melalui outline

- 3 tahap penyusunan outline: mulai dengan ide pokok, menyusun point-point pendukung dan memberi illustrasi dengan bukti-bukti.
- Menentukan penyampaian pesan: pendekatan langsung dan pendekaran tidak langsung.
- Model organisasional: direct request, god news, bad news dan pesan-pesan persuasi.

Laporan Bisnis

- Laporan bisnis adalah suatu laporan yang memiliki sifat netral, memiliki satu tujuan dan berisi rencana penyajian fakta kepada oarng, untuk tujuan bisnis tertentu (Herta A. Murphy & Herbert W. Hildelbrandt)
- Laporan bisnis adalah suatu pesan yang objektif, teratur untuk menyampaikan informasidari suatu bagian organisasi ke organisasi lain, untuk memecahkan masalah(Hematreet & Baby)

Penggolongan laporan bisnis

Berdasarkan

1. Fungsi (laporan informasi dan lap. Analitik)
2. Subjek
3. Formalitas (formal dan informal)
4. Keasliam (laporan otoriter, skarela, swasta dan publik)
5. Frekuensi (berkala dan khusus)
6. Jenis (memorandum, surat, dalam cetakan dan formal)

7. Pelaksanaan proyek (lap. Pendahuluan, perkembangan dan lap. Akhir)
8. Pelaksanaan pertemuan (lap. Agenda, lap. Resolusi, lap. Notulen dan lap. Pertemuan).

Pengorganisasian Tubuh Laporan

1. Cara menyusun tubuh laporan: cara deduktif dan induktif.
2. Cara penyusunan teks laporan: membuat kriteria, menyusunkan urutan peristiwa, mendeskripsian lokasi, menjelaskan suatu proses, menyusun urutan tingkat familiaritas, menyusun sumber yang digunakan dan pemecahan masalah.