

Komunikasi Bisnis

edisi kedua

Bab 4

Perencanaan Pesan-pesan Bisnis

Proses Komposisi

- Perencanaan
- Organisasi dan komposisi
- Revisi

Penentuan Tujuan

- Mengapa tujuan harus jelas
 - Keputusan untuk meneruskan pesan
 - Keputusan untuk menanggapi audiens
 - Keputusan untuk memusatkan isi pesan
 - Keputusan untuk menetapkan media yang akan digunakan

Penentuan Tujuan

- Tujuan komunikasi bisnis
 - Memberi informasi
 - Memberi persuasi
 - Melakukan kolaborasi
- Cara menguji tujuan
 - Realistis?
 - Tepat waktu?
 - Tepat orangnya?
 - Tepat tujuannya?

Analisis Audiens

- Cara mengembangkan profil audiens
 - Menentukan ukuran dan komposisi audiens
 - Siapa audiensnya
 - Reaksi audiens
 - Tingkat pemahaman audiens
 - Hubungan komunikator dengan audiens

Analisis Audiens

- Cara memuaskan kebutuhan akan informasi audiens
 - Temukan/cari apa yang diinginkan audiens
 - Antisipasi terhadap pertanyaan yang tidak diungkapkan
 - Berikan semua informasi yang diperlukan
 - Yakinkan bahwa informasinya akurat
 - Temukan ide-ide yang paling menarik bagi audiens
- Cara memuaskan kebutuhan motivasional audiens

Penentuan Ide Pokok

- Teknik *brainstorming*
 - *Storyteller's tour*
 - *Random list*
 - *CFR worksheet*
 - *Journalistic approach*
 - *Question and answer chain*
- Pembatasan cakupan

Seleksi Saluran dan Media

- Komunikasi lisan
 - Umpan balik segera
 - Ekonomis
 - Menyampaikan pesan kontroversial dengan lebih baik
- Komunikasi tertulis
 - Dapat direncanakan & dikendalikan
 - Distorsi minimal