

# **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