



KOMUNIKASI BISNIS

SURYADI WARDIANA

KOMUNIKASI BISNIS

ISBN: 978-623-10-4745-8

Hak Cipta 2024 pada Penulis

Hak penerbitan pada UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA. Bagi mereka yang ingin memperbanyak sebagian isi buku ini dalam bentuk atau cara apapun harus mendapatkan izin tertulis dari penulis dan penerbit UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA.

Penulis:

Suryadi Wardiana, M.Ikom

Editor:

Riris Mutiara Paulina Simamora, S.Pd, M.Hum

Layout

Yusuf Kurnia, M. Kom

Desain sampul:

Lidya Lunardi, S.Kom



Penerbit:

UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA

Gedung Vipassi Lt. 1 Universitas Buddhi Dharma

Jl. Imam Bonjol No 41 Karawaci Ilir, Tangerang 15115

Telp. (021) 5517853

E-Mail: lp3m@buddhidharma.ac.id

Hak Cipta dilindungi Undang-undang

All Right Reserved

Cetakan I, _____ 2024

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa (Allah SWT) atas segala limpahan rahmat dan karunia-Nya, sehingga buku yang berjudul "**Komunikasi Bisnis**" ini dapat terselesaikan dengan baik. Buku ini dirancang untuk menjadi panduan komprehensif bagi mahasiswa, dosen, dan para praktisi yang bergerak di bidang komunikasi, khususnya dalam memahami dan menerapkan konsep-konsep dasar hingga teknik-teknik praktis yang dibutuhkan dalam dunia bisnis modern.

Dalam menyusun buku ini, saya memiliki harapan besar untuk memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pengembangan ilmu pengetahuan di bidang komunikasi, serta mendorong praktik komunikasi bisnis yang efektif, profesional, dan relevan dengan tantangan di era digital yang terus berkembang. Buku ini tidak hanya menyajikan teori-teori komunikasi yang mendasari praktik di dunia bisnis, tetapi juga menawarkan studi kasus, contoh konkret, dan strategi-strategi komunikasi yang dapat diaplikasikan langsung dalam berbagai konteks bisnis.

Setiap bab dalam buku ini disusun secara sistematis dan menggunakan bahasa yang mudah dipahami, namun tetap mempertahankan kedalaman analisis ilmiah. Pembahasan mencakup prinsip-prinsip dasar komunikasi, keterampilan mendengarkan, komunikasi nonverbal, hingga komunikasi lintas budaya dan digital. Selain itu, pembaca juga akan diajak untuk mengeksplorasi peran teknologi dalam meningkatkan efektivitas komunikasi di dunia bisnis, serta bagaimana strategi komunikasi yang tepat dapat mendukung tujuan perusahaan dan menciptakan keunggulan kompetitif.

Saya ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan dalam

proses penyusunan buku ini. Terima kasih khususnya kepada rekan-rekan sejawat di Universitas Buddhi Dharma yang telah memberikan masukan berharga, serta mahasiswa yang selalu menginspirasi melalui pertanyaan dan diskusi yang konstruktif. Tidak lupa, saya mengucapkan terima kasih kepada pihak keluarga khususnya kedua orang tua yang selalu memberikan dukungan moril, doa, dan semangat yang tiada henti.

Terima kasih juga saya sampaikan kepada Universitas Buddhi Dharma yang telah membantu dalam proses penerbitan buku ini. Semoga buku ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca dan menjadi referensi yang berguna dalam memajukan komunikasi bisnis di berbagai sektor.

Akhir kata, saya menyadari bahwa karya ini tentu masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, saya sangat mengharapkan saran dan kritik yang membangun dari para pembaca untuk perbaikan dan penyempurnaan di masa mendatang.

Selamat membaca dan semoga sukses selalu menyertai kita semua.

Tangerang, Oktober 2024
Suryadi Wardiana, M.I.Kom.

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	3
DAFTAR ISI	5
BAB 1 DASAR KOMUNIKASI	9
A. Tujuan Pembelajaran	9
B. Pengertian dan Definisi Komunikasi	10
C. Model Komunikasi (Linear, Interaksional, Transaksional). ..	13
D. Elemen Dasar dalam Komunikasi.....	15
E. Jenis-Jenis Komunikasi.....	17
F. Peran Komunikasi dalam Bisnis.....	21
G. Hambatan dalam Komunikasi	22
BAB 2 KETERAMPILAN MENDENGARKAN DAN KOMUNIKASI NONVERBAL	27
A. Tujuan Pembelajaran	27
B. Pengertian Mendengarkan Aktif.....	28
C. Teknik Mendengarkan Efektif dalam Bisnis.....	30
D. Hambatan dalam Mendengarkan	33
E. Komunikasi Nonverbal dalam Bisnis.....	36
F. Peran Bahasa Tubuh dan Isyarat dalam Interaksi Bisnis....	39
BAB 3 KOMUNIKASI BISNIS DALAM PERUSAHAAN	41
A. Tujuan Pembelajaran	41
B. Struktur Organisasi dan Hubungan Komunikasi	42
C. Komunikasi Internal: Vertikal, Horizontal, dan Diagonal	43
D. Peran Teknologi dalam Komunikasi Bisnis.....	47
E. Pengaruh Budaya Organisasi pada Komunikasi	51
BAB 4 KOMUNIKASI DALAM TIM	55
A. Tujuan Pembelajaran	55
B. Definisi dan Karakteristik Tim.....	56
C. Komunikasi Efektif dalam Kerja Tim.....	58
D. Resolusi Konflik dalam Tim.....	62

E.	Kelebihan dan Kekurangan Komunikasi dalam Tim.....	65
BAB 5 KOMUNIKASI ANTARPRIBADI DALAM BISNIS.....		69
A.	Tujuan Pembelajaran.....	69
B.	Pengertian Komunikasi Antarpribadi.....	70
C.	Keterampilan Komunikasi Antarpribadi dalam Bisnis.....	72
D.	Membangun Hubungan Kerja yang Baik.....	75
E.	Peran Kepercayaan dan Pengaruh dalam Komunikasi Antarpribadi	77
BAB 6 DASAR-DASAR KORESPONDENSI BISNIS.....		80
A.	Tujuan Pembelajaran.....	80
B.	Pengertian dan Fungsi Surat Bisnis	81
C.	Struktur Surat Bisnis yang Baik	83
D.	Etiket dalam Penulisan Surat Bisnis	86
E.	Korespondensi Formal dan Informal.....	89
BAB 7 BENTUK KOMUNIKASI BISNIS.....		93
A.	Tujuan Pembelajaran.....	93
B.	Komunikasi Organisasional	94
C.	Komunikasi Pemasaran dalam Bisnis.....	96
D.	Media dalam Komunikasi Bisnis.....	101
E.	Penggunaan Media Digital dan Sosial dalam Komunikasi Bisnis.....	105
BAB 8 PRESENTASI BISNIS YANG EFEKTIF		110
A.	Tujuan Pembelajaran.....	110
B.	Pengertian dan Tujuan Presentasi Bisnis	111
C.	Teknik Membuat dan Menyusun Presentasi yang Efektif..	114
D.	Alat Bantu Presentasi: Visual dan Multimedia	117
E.	Mengelola Audiens dalam Presentasi.....	119
BAB 9 PENULISAN <i>BAD NEWS</i>.....		123
A.	Tujuan Pembelajaran.....	123
B.	Pengertian dan Tujuan Penyampaian <i>Bad News</i>	124
C.	Strategi Penyampaian Pesan Buruk	127

D.	Pendekatan Langsung dan Tidak Langsung dalam Penyampaian <i>Bad News</i>	132
E.	Contoh Surat Penyampaian <i>Bad News</i>	137
BAB 10	PENULISAN <i>DIRECT REQUEST</i>	143
A.	Tujuan Pembelajaran.....	143
B.	Pengertian <i>Direct Request</i>	144
C.	Struktur <i>Direct request</i> yang Efektif.....	149
D.	Surat Permintaan Informasi dan Permintaan Produk/Jasa	153
E.	Respon Terhadap <i>Direct request</i>	158
BAB 11	KOMUNIKASI TENTANG PEKERJAAN DAN PENULISAN RESUME	166
A.	Tujuan Pembelajaran.....	166
B.	Pengertian Komunikasi dalam Pencarian Kerja.....	167
C.	Menulis Resume yang Baik.....	171
D.	Teknik Penulisan Surat Lamaran Kerja.....	177
E.	Membuat Cover Letter yang Efektif	183
BAB 12	WAWANCARA KERJA	189
A.	Tujuan Pembelajaran.....	189
B.	Persiapan Wawancara Kerja.....	190
C.	Teknik Menjawab Pertanyaan Wawancara.....	194
D.	Penilaian Aspek Kepribadian dalam Wawancara	200
E.	Membuat Surat Terima dan Penolakan Kerja.....	205
BAB 13	PRESENTASI BISNIS	211
A.	Tujuan Pembelajaran.....	211
B.	Tujuan dan Jenis Presentasi Bisnis.....	212
C.	Persiapan Presentasi: Topik, Audiens, dan Materi	217
D.	Mengatasi Tantangan dalam Presentasi	221
E.	Evaluasi Presentasi	226
BAB 14	LAPORAN BISNIS	230
A.	Tujuan Pembelajaran.....	230
B.	Pengertian dan Fungsi Laporan Bisnis.....	231

C. Jenis-Jenis Laporan Bisnis: Informasi dan Analitis.....	234
D. Bagian Pokok dalam Laporan Bisnis.....	238
E. Cara Menulis Laporan yang Baik dan Efektif.....	242
DAFTAR PUSTAKA.....	247
GLOSARIUM.....	249
INDEKS.....	259
HASIL SCANNING SIMILARITY.....	262
BIOGRAFI PENULIS.....	263