

Kelompok 4

Komunikasi Bisnis

Nama Anggota :

- Afifah Mila Khalilah 1811011044
- Ayu Mona Rasuani 1811011002
- Fitri syafira H 1711011067
- Ilfana Puspita Sari 1811011068
- Sitta Nuril Azizah S 1811011004
- Verlinda Fristisya 1811011036



PENGGORGANISASIAN PESAN BISNIS

1. Pentingnya Pengorganisasian Yang Baik:

Ada beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam pengorganisasian yang baik, masing-masing dijelaskan sebagai berikut :

- Subjek dan tujuan penyampaian pesan bisnis haruslah jelas.
 - Semua pesan bisnis yang disampaikan harus berhubungan dengan subjek dan tujuan, usahakan pesan bisnis yang disampaikan kepada pihak lain tersebut berkaitan dengan subjek dan tujuan penyampaian pesan bisnis
- 

- Ide atau gagasan harus dapat dikelompokkan dan disajikan dengan cara yang logis Untuk mempermudah pemahaman pesan bisnis bagi penerima pesan , perlu adanya pengelompokan ide / gagasan tersebut secara logis dan runtut
- Semua pesan bisnis yang penting harus sudah tercakup di dalamnya, Perlu dilakukan pengecekan ulang untuk meyakinkan bahwa substansi pesan bisnis yang disampaikan benar - benar sudah termasuk di dalamnya . Dalam praktik , bisa saja terjadi bahwa pesan bisnis yang penting dan seharusnya disampaikan menjadi terlupakan .



2.Manfaat Pengorganisasian yang Baik

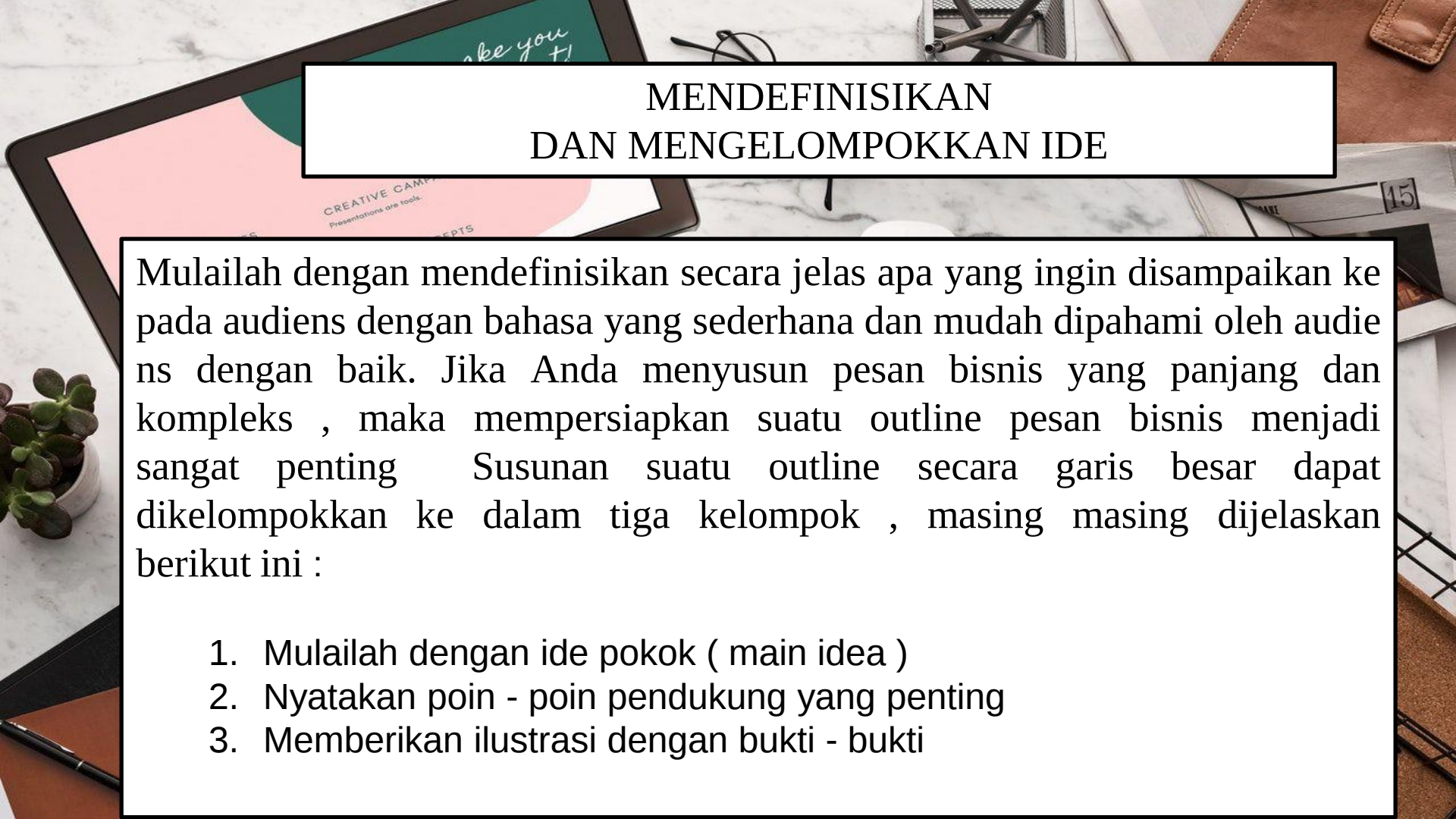
- Membantu penerima pesan memahami pesan. Dengan mengemukakan poin - poin penting secara jelas , menyusun ide secara logis dan selaras , serta memasukkan semua informasi yang relevan dalam pesan , maka penerima pesan dengan mudah dapat memahami maksud / tujuan penyampaian pesan bisnis dengan baik .
- Membantu penerima pesan menerima pesan. Misalnya , seorang konsumen yang mengajukan masalah pembelian suatu produk kepada manajer toko namun memperoleh jawaban yang tidak menyenangkan atau mengecewakan nya .

- Dengan hanya menyampaikan informasi yang relevan , waktu pembaca menjadi lebih hemat . Di samping itu , penerima pesan dapat dengan mudah mengikuti alur pemikiran pesan bisnis yang disampaikan tanpa harus memeras otak .
- Mempermudah pekerjaan komunikator, Dengan mengetahui apa yang ingin disampaikan , dan mengetahui cara menyampaikannya , maka rasa percaya diri komunikator akan meningkat . Semakin tinggi rasa percaya diri komunikator , maka semakin cepat dan efisien ia menyelesaikan pekerjaan



3. Pengorganisasian Pesan Bisnis melalui Outline

Pada dasarnya , untuk mencapai pengorganisasian yang baik dip proses tahapan , yaitu mendefinisikan dan menggolongkan ide – ide, menetapkan urutan ide - ide dengan perencanaan organisasional terpilih secara cermat

A top-down view of a desk with a laptop, pens, a small plant, and a notebook. The laptop screen shows a presentation slide with the text 'CREATIVE CAMP' and 'Presentations are tools.' The notebook has a green cover with the text 'ake you +!'. The desk is made of light-colored wood.

MENDEFINISIKAN DAN MENGELOMPOKKAN IDE

Mulailah dengan mendefinisikan secara jelas apa yang ingin disampaikan kepada audiens dengan bahasa yang sederhana dan mudah dipahami oleh audiens dengan baik. Jika Anda menyusun pesan bisnis yang panjang dan kompleks, maka mempersiapkan suatu outline pesan bisnis menjadi sangat penting. Susunan suatu outline secara garis besar dapat dikelompokkan ke dalam tiga kelompok, masing-masing dijelaskan berikut ini :

1. Mulailah dengan ide pokok (main idea)
2. Nyatakan poin - poin pendukung yang penting
3. Memberikan ilustrasi dengan bukti - bukti

Menentukan urutan dengan rencana organisasional

Pendekatan langsung (direct approach)

Pendekatan langsung sering disebut juga dengan istilah pendekatan dengan cara deduktif (deductive approach), di mana ide pokok pesan bisnis ditempatkan pada bagian pembuka (awal) , kemudian diikuti bukti bukti pendukungnya . Gunakan pendekatan langsung jika reaksi pembaca cenderung positif atau menyenangkan .

Pendekatan tidak langsung (indirect approach)

Pendekatan tidak langsung sering disebut juga dengan istilah pendekatan dengan cara induktif (inductive approach). Pendekatan ini merupakan kebalikan dari pendekatan langsung , di mana bukti-bukti pendukungnya disampaikan di bagian pembuka , kemudian diikuti oleh ide pokoknya. Pendekatan ini sering digunakan untuk menyampaikan pesan bisnis yang cenderung memberikan dampak kurang menyenangkan (negatif) bagi penerima pesan.



Tabel 5.2 Empat Rencana Organisasi untuk Pesan Singkat

Reaksi Pembaca	Rencana Organisasi	Pembuka	Isi Pesan	Penutup
Tertarik	Direct request	Mulai dengan permintaan atau ide pokok	Rinci	Rasa hormat dan adanya tindakan khusus
Senang	Pesan rutin , good news , goodwill	Mulai dengan permintaan atau goodwill	Rinci	Rasa hormat , referensi ke good news
Tidak senang	Bad news , pernyataan netral sebagai transisi ke kabar buruk	Mulai dengan jawaban negatif . Nyatakan kabar buruk dan beri saran positif	Beri alasan	Rasa hormat
Tidak tertarik	Pesan persuasif	Mulai dengan pernyataan yang mengundang perhatian	Tumbuhkan hasrat pembaca	Perlu tindakan



Thank You

