



# KOMUNIKASI SEBAGAI PESAN

Pertemuan 15 -16

nadiasasmita@uny.ac.id

# PROSES PENYAMPAIAN PESAN

## A. Pengertian Pesan

Pesan adalah sesuatu yang dikirim atau diterima sewaktu tindakan komunikasi berlangsung.

## B. Tahapan Dalam Membuat Pesan Bisnis.

1. Perencanaan Pesan
2. Penyusunan Pesan
3. Revisi Pesan

# 1. Merencanakan Pesan

## a. Penentuan Tujuan

Penentuan tujuan dari pesan berfungsi agar gagasan dan maksud dari sebuah pesan dapat tersampaikan.

Ada 3 tujuan umum pesan bisnis, yaitu:

- 1) Memberikan informasi .
- 2) Membujuk atau persuasi.
- 3) Melakukan kerjasama.



*Tujuan yang baik dari sebuah pesan mempunyai kriteria sebagai berikut.*

- 1) Tujuan bersifat realistik, artinya ide atau gagasan sesuai kemampuan yang ada
- 2) Waktu yang tepat, artinya waktu menjadi bahan pertimbangan yang penting dalam menyampaikan pesan.
- 3) Tujuan diterima perusahaan, artinya tujuan penyampaian suatu pesan hendaknya sesuai dengan tujuan perusahaan secara keseluruhan.

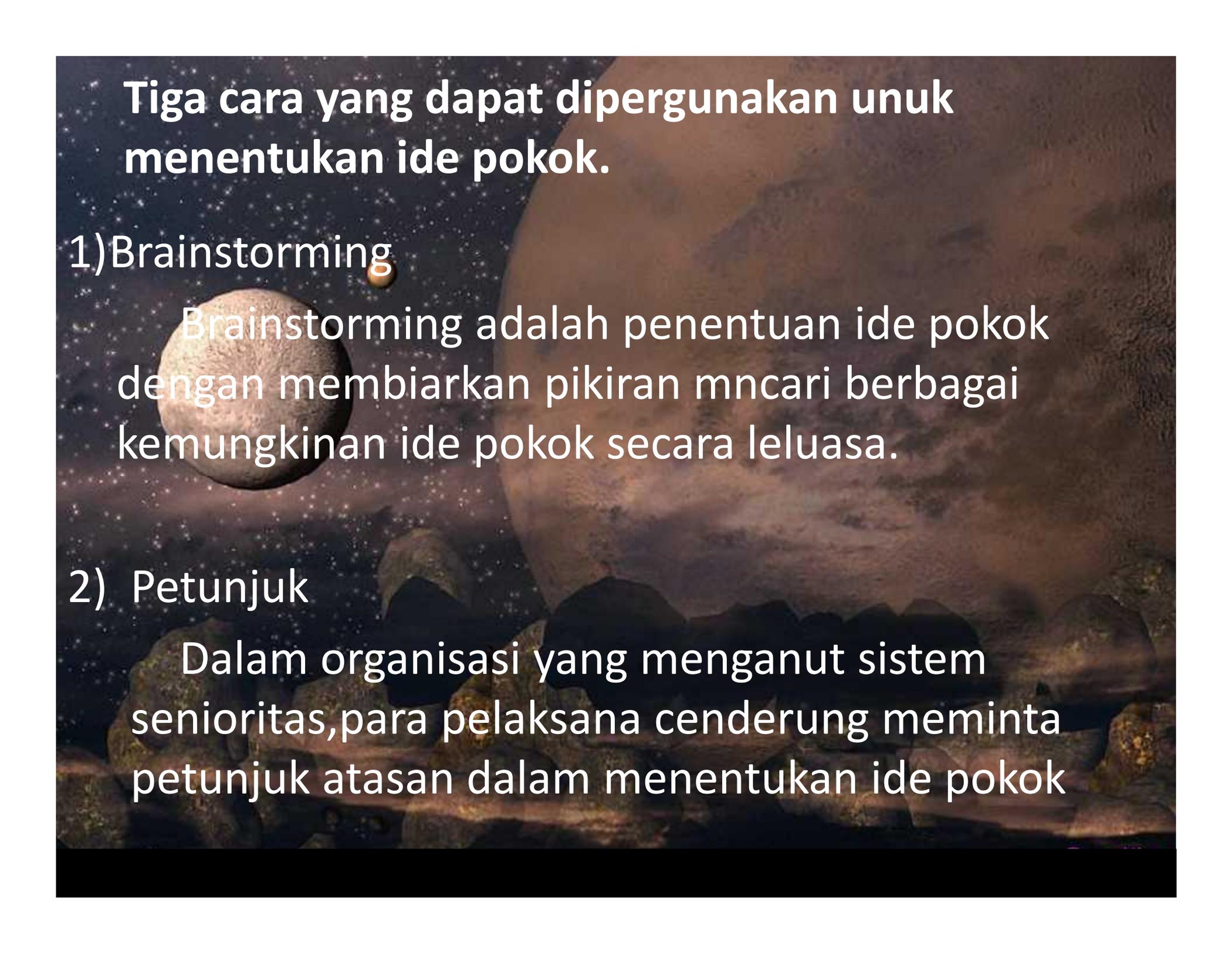


## b. Analisis Audiens

Analisis audiens akan memberikan paling sedikit 2 informasi penting, yaitu membantu dalam memahami keadaan dan sikap komunikan dan mempermudah penyampaian pesan.

## c. Penentuan Ide pokok

Ide pokok merupakan pernyataan suatu topik yang menjelaskan isi dan tujuan topik tersebut sehingga dapat diterima audiens dengan baik .

The background of the slide is a space-themed image. It features a large, reddish-brown planet on the right side, a smaller greyish planet on the left, and a tiny orange planet in the upper middle. The background is filled with numerous small white stars against a dark blue and black space.

**Tiga cara yang dapat dipergunakan unuk menentukan ide pokok.**

**1) Brainstorming**

Brainstorming adalah penentuan ide pokok dengan membiarkan pikiran mncari berbagai kemungkinan ide pokok secara leluasa.

**2) Petunjuk**

Dalam organisasi yang menganut sistem senioritas, para pelaksana cenderung meminta petunjuk atasan dalam menentukan ide pokok

### 3) Kebiasaan

Untuk sesuatu yang relatif sama atau kejadian yang berulang-ulang, biasanya di kembangkan ide pokok tertentu yang relatif sama.

#### d. Pemilihan Saluran Media

Biasanya perusahaan sering menggunakan media massa dalam menyampaikan pesan bisnisnya karena media massa mampu menghilangkan hambatan waktu dan tempat.



## 2. Penyusunan Pesan

Tujuan penyusunan pesan bisnis hendaknya tetap berpusat pada penerima pesan dan harus memiliki tujuan yang jelas.

*2 tahap dalam menyusun pesan bisnis:*

### **A. Mengorganisasikan Pesan Bisnis**

Pesan haruslah terorganisasi dengan baik karena akan memberikan beberapa manfaat, yaitu:

- 1) Membantu penerima memahami pesan.
- 2) Membantu penerima menerima pesan.
- 3) Menghemat waktu penerima pesan.
- 4) Menyederhanakan tugas komunikator.

*Cara mengorganisasi pesan yang baik dapat dilakukan dengan 3 langkah.*

1) Menetapkan ide/gagasan pokok.

Setiap pesan bisnis memiliki satu ide/gagasan pokok.

2) Mengelompokkan ide/gagasan.

Ide pokok biasanya didukung oleh beberapa ide pendukung.

3) Memutuskan pola atau pendekatan urutan gagasan.

Setelah langkah kedua dilakukan, maka yang ketiganya memutuskan pola/pendekatan.

*Berdasarkan reaksi pelanggan perusahaan terdapat 4 bentuk organisasi pesan bisnis.*

**1) Permintaan langsung (direct request)**

Adalah pesan yang penyampaiannya langsung pada poin yang dituju yang dapat berbentuk surat atau memo.

**2) Pesan Rutin (Good News atau Goodwill)**

Adalah pesan atau informasi yang disampaikan secara rutin yang merupakan bagian dari bisnis tetap, dan penerima umumnya bersifat netral.

### 3) Bad News

Adalah pesan-pesan yang tidak menyenangkan dan berpotensi menimbulkan kekecewaan. Contohnya Penolakan lamaran kerja.

### 4) Pesan Persuasif

Bertujuan untuk mebujuik penerima yang tidak tertarik pada pesan tersebut.

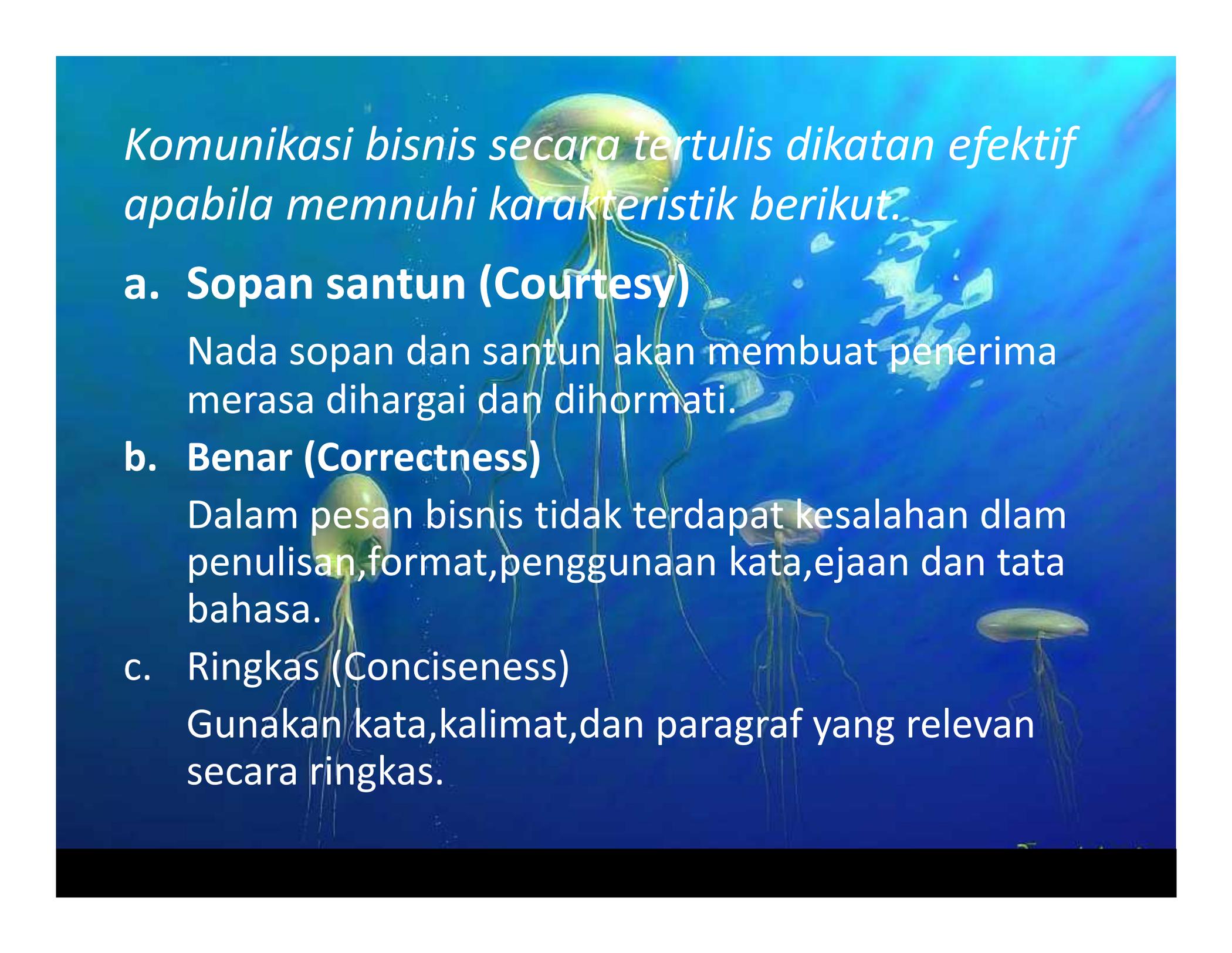
*A little gift from hell...* FireCube

## B. Memformulasikan Pesan Bisnis

Gaya adalah cara menggunakan kata-kata untuk mencapai nada atau kesan secara berlebihan.

Dalam Komunikasi lisan dan menyampaikan pesan-pesan bisnis perlu dihindari berikut ini.

- 1) Pembicaraan yang bertele-tele
- 2) Pembicaraan yang tidak relevan dan tidak logis
- 3) Informasi penting terlupakan
- 4) Pengelompokan dan urutan pesan tidak menunjukkan satu kesatuan yang logis



*Komunikasi bisnis secara tertulis dikatakan efektif apabila memenuhi karakteristik berikut.*

**a. Sopan santun (Courtesy)**

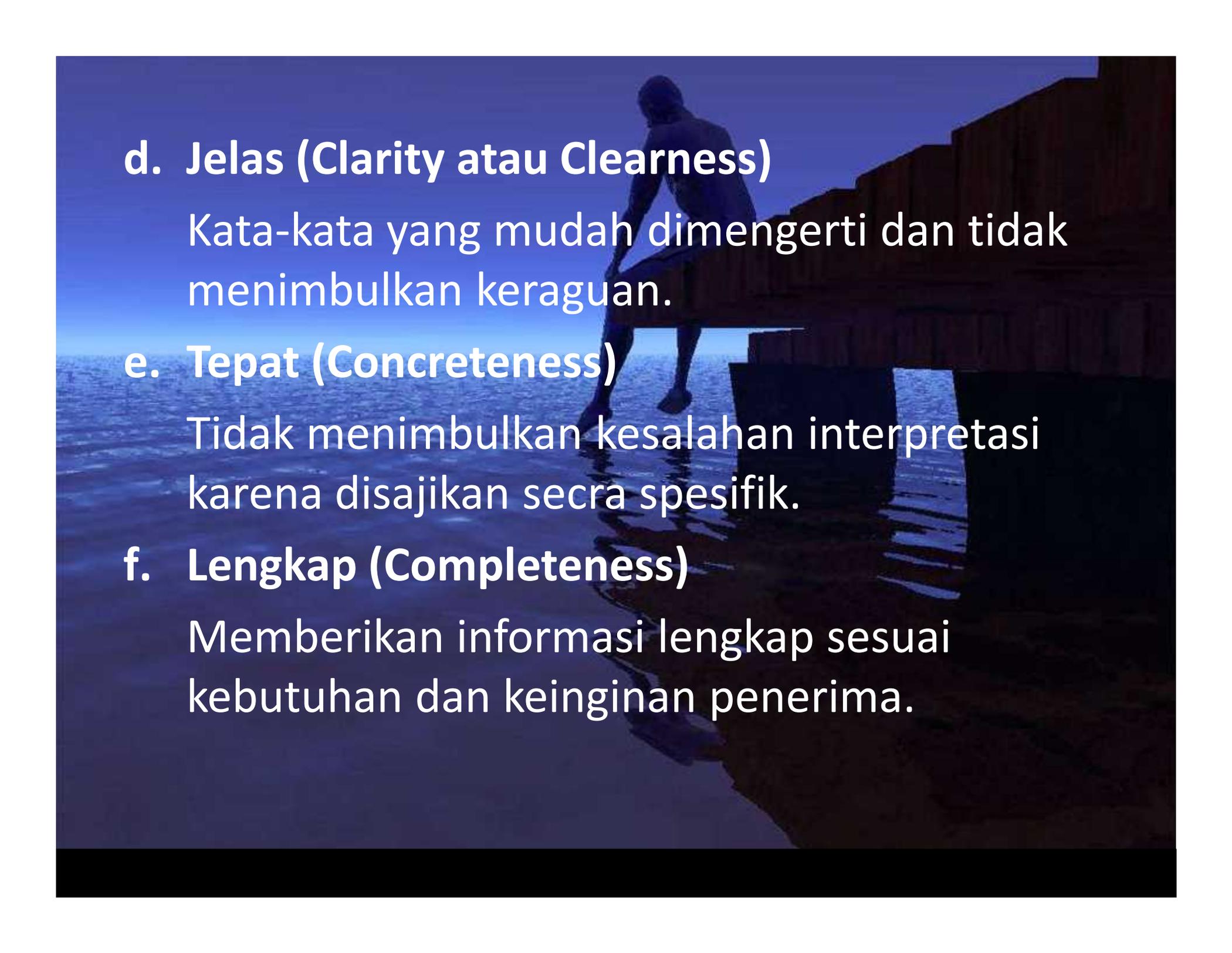
Nada sopan dan santun akan membuat penerima merasa dihargai dan dihormati.

**b. Benar (Correctness)**

Dalam pesan bisnis tidak terdapat kesalahan dalam penulisan, format, penggunaan kata, ejaan dan tata bahasa.

**c. Ringkas (Conciseness)**

Gunakan kata, kalimat, dan paragraf yang relevan secara ringkas.

A person is sitting on a wooden pier that extends over the ocean. The scene is captured at sunset or sunrise, with a warm, golden glow in the sky and water. The person is seen from the side, looking out towards the horizon. The pier is made of dark wood and has several vertical posts supporting it. The water is calm, reflecting the light from the sky.

**d. Jelas (Clarity atau Clearness)**

Kata-kata yang mudah dimengerti dan tidak menimbulkan keraguan.

**e. Tepat (Concreteness)**

Tidak menimbulkan kesalahan interpretasi karena disajikan secara spesifik.

**f. Lengkap (Completeness)**

Memberikan informasi lengkap sesuai kebutuhan dan keinginan penerima.

# 3. Revisi Pesan Bisnis

## a. Menyunting pesan (Editing)

Draf pesan yang telah selesai harus ditelaah ulang dan diperbaiki lagi, baik dari sudut isi maupun gaya bahasa yang digunakan, organisasi serta format penulisannya.

## b. Mengevaluasi isi dan organisasi

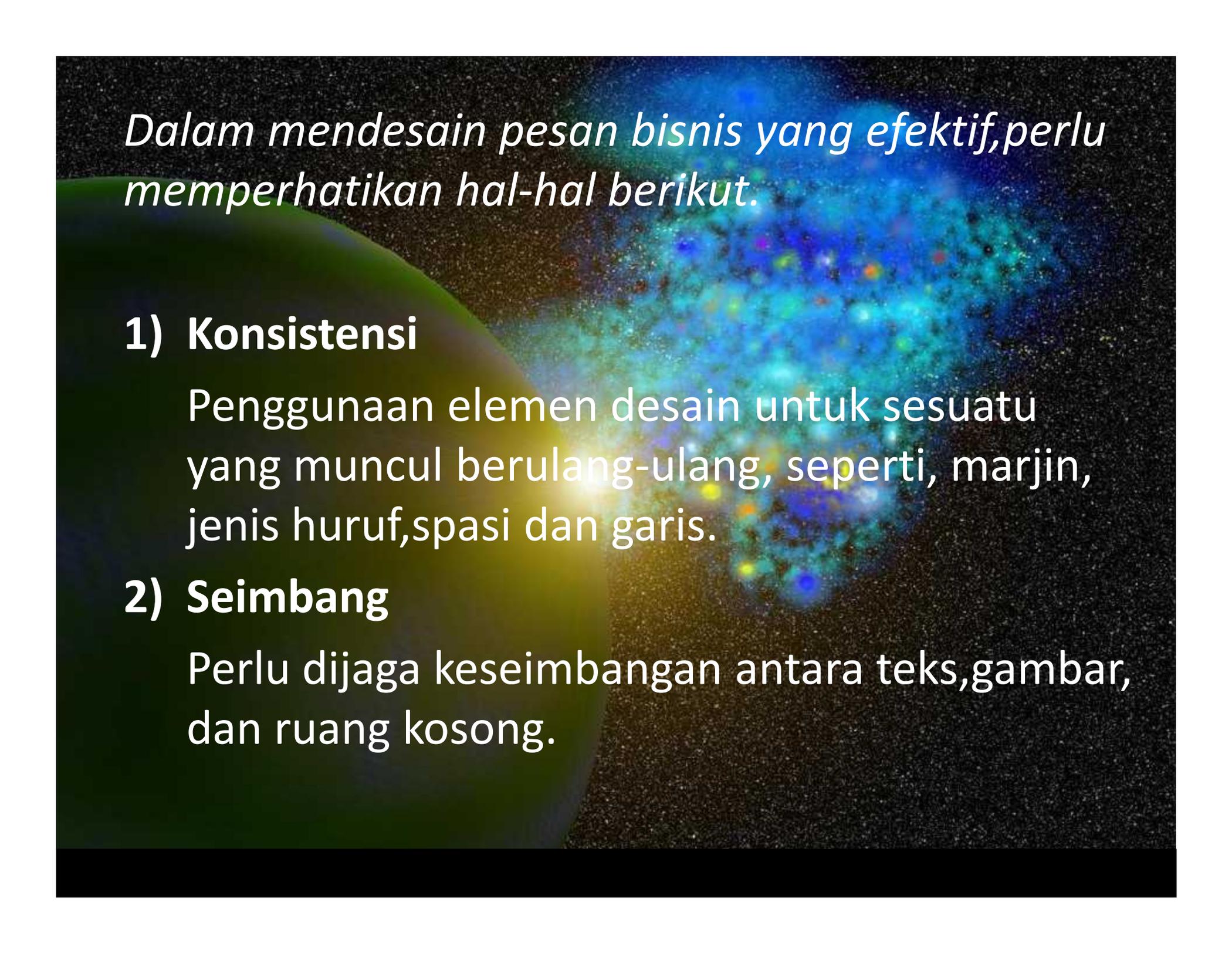
Evaluasi dimulai dengan membaca secara cepat dan memusatkan perhatian pada isi, organisasi, dan format pesan.

### **c. Menulis ulang pesan**

Ketika menulis ulang, perhatian ditujukan pada setiap kata yang memberikan kontribusi pada kalimat yang efektif dan pengembangan kalimat agar menjadi paragraf yang bertahan secara logis.

### **d. Memproduksi pesan**

Desain pesan yang efektif akan memberi pedoman kepada pembaca dalam menyimak seluruh isi dokumen.



*Dalam mendesain pesan bisnis yang efektif, perlu memperhatikan hal-hal berikut.*

## **1) Konsistensi**

Penggunaan elemen desain untuk sesuatu yang muncul berulang-ulang, seperti, margin, jenis huruf, spasi dan garis.

## **2) Seimbang**

Perlu dijaga keseimbangan antara teks, gambar, dan ruang kosong.

### **3) Terkendali**

Desain diusahakan sederhana,terlalu banyak sentuhan dekoratif akan menyebabkan dokumen terlihat kacau.

### **4) Rincian**

Desain yang baik akan memberikan kemudahan bagi pembaca untuk mencari rincian pesan.

## e. Mencetak pesan

Hal-hal yang harus diperhatikan:

1. Kebenaran gelar atau nama penerima
2. Halaman
3. Judul
4. Gambar, dll

Setelah yakin semuanya benar baru dicetak.



# SEKIAN

*paraphernalia*