

Dr. Teddy Hikmat Fauzi, M.Si.

KOMUNIKASI BISNIS



KOMUNIKASI BISNIS

KOMUNIKASI BISNIS

Dr. Teddy Hikmat Fauzi, M.Si.



ADITAMA

CONTOH BUKU

Persembahan Dari Kami
Semoga Bermanfaat

RF.EKO.53.01.2021

Dr. Teddy Hikmat Fauzi, M.Si.

KOMUNIKASI BISNIS

Editor/Penerbit: Rachmi
Desain Sampul: Eri Ambardi
Setting & Layout Isi: Rahmat

Sumber gambar pada sampul dan awal bab: adaptasi dari berbagai sumber

Diterbitkan & dicetak oleh PT Refika Aditama
Jl. Mengger Girang No. 98, Bandung 40154
Telp. (022) 5205985, Fax. (022) 5205984
Email: refika_aditama@yahoo.co.id
Anggota Ikapi

Cetakan Kesatu, Oktober 2021

ISBN 978-623-6232-32-4

©2021

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang.
Dilarang mengutip atau memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini
TANPA IZIN TERTULIS dari penerbit.



KATA PENGANTAR

Peranan komunikasi di era digital erat hubungannya dengan lingkungan sosial, membawa pesan akan perubahan perilaku sikap dan tindakan manusia, baik sebagai individu mau pun kelompok. Dalam catatan buku ini, memuat tentang fungsi dan peranan komunikasi dalam perspektif bisnis sebagai media peningkatan pengetahuan dan nalar mahasiswa mau pun bagi kepentingan *user* sebagai pelaku usaha, secara implementatif memberikan ruang interaksi hubungan kolaboratif dengan tujuan untuk menyamakan persepsi dalam bentuk pertukaran informasi atas perbedaan status sosial. Masalah yang dihadapi dalam mengaplikasikan komunikasi yang efektif adalah faktor "*semantic problem*", yang sering kali menyebabkan makna komunikasi sudah tidak lagi memiliki kualitas dan kurang produktif karena pesan (*message*) yang disampaikan tidak

mempertimbangkan aspek-aspek lingkungan, status sosial, budaya, gender, dan kajian geografis yang secara strategis memberikan dampak luas atas makna pesan (*message*) yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan. Coretan buku *Komunikasi Bisnis* diharapkan memberikan pencerahan akan konsep, teori, dan pengetahuan dasar komunikasi secara umum mau pun dalam konteks bisnis secara berkualitas, yang memberikan makna “komunikatif” dan bebas distorsi, yang dapat mengakomodir rangkaian proses sosial psikologis dan membina tata hubungan status yang terlibat dalam proses manajemen.

Penyusunan bab-bab dalam tulisan ini dilakukan secara sistematis, meliputi uraian konsep, teori, serta model komunikasi bisnis secara konvensional mau pun kontemporer, sehingga dapat dijadikan pengetahuan dasar serta bahan rekomendasi bagi para akademisi dan praktisi yang berminat mempelajarinya.

Bandung, September 2021

Penulis

- Suryaningsih, H. (2009). *Pengaruh Gaya Komunikasi Pimpinan Struktural terhadap Kinerja Staf di Universitas Padjadjaran*. Bandung: Universitas Padjadjaran.
- Suwiknyo, E. (2017, Desember 11). *Ekonomi*. Retrieved from Bisnis.com: <https://ekonomi.bisnis.com/read/20171211/10/717149/pmk-e-commerce-mencakup-barang-tak-berwujud>
- Ting Stela, T. (1999). *Communicating Across Culture*. New York: The Guilford Press.
- Tordera, N., Romá, V. G., & Peiro, J. M. (2008). The Moderator Effect of Psychological Climate on the Relationship Between Leader - Member Exchange (LMX) Quality and Role Overload. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 55-78.
- Tracy, K., & Eisenberg, E. (1991). Giving Criticism: A Multiple-Goal Case Study. *Research on Language and Social Interaction*, 37-70.
- Tresnawati, Y., & Prasetyo, K. (2018). Pemetaan Konten Digital Promosi Kuliner Kika's Catering di Media Sosial. *PROfesi Humas*, 102-119, 104 .
- Tubbs, L. S. (2008). *Human Communication: Prinsip-prinsip Dasar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Tubbs, S. L., & Moss, S. (2005). *Human Communication: Prinsip-prinsip Dasar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Ullen, Y. (2015). Strategi Komunikasi Bisnis PT Alif Persada Nusantara dalam Meningkatkan Penjualan Garden Hills Estate Tahun 2013. *eJournal Ilmu Komunikasi*, 134-144.
- Utari, P. (2020, November 23). *Manajemen Komunikasi*. Retrieved from Manajemenkomunikasi.blogspot.com: <http://manajemenkomunikasi.blogspot.com/2012/09/perspektif-tujuh-tradisi-dalam-teori.html>
- Wahyuningsih, & Puji, H. (2006). *Etika Profesi Kebidanan*. Yogyakarta.
- Ward, S. (2020, July 18). What Is a Business? Definition and Examples of a Business. California, USA.
- West, R., & Turner, L. H. (2010). *Introduction of Communication*. New York: McGraw-Hill.
- Zuchdi, D. (1995). Pembentukan Sikap. *Cakrawala Pendidikan*, 51-63.

KOMUNIKASI BISNIS

Buku *Komunikasi Bisnis* memuat tentang fungsi dan peranan komunikasi dalam perspektif bisnis sebagai media peningkatan pengetahuan dan nalar mahasiswa mau pun bagi kepentingan *user* sebagai pelaku usaha, secara implementatif memberikan ruang interaksi hubungan kolaboratif dengan tujuan untuk menyamakan persepsi dalam bentuk pertukaran informasi atas perbedaan status sosial. Buku ini diharapkan memberikan pencerahan akan konsep, teori, dan pengetahuan dasar komunikasi secara umum mau pun dalam konteks bisnis secara berkualitas, yang memberikan makna “komunikatif” dan bebas distorsi, yang dapat mengakomodir rangkaian proses sosial psikologis dan membina tata hubungan status yang terlibat dalam proses manajemen.



Associated Professor Teddy Hikmat Fauzi, lahir di Bandung, 59 tahun yang lalu. Menamatkan kullahnya di program Doktor Ilmu Sosial Universitas Padjadjaran pada tahun 2007 dengan bidang kajian utama di bidang Ilmu Administrasi pada konsentrasi Administrasi Bisnis. Penulis merupakan dosen tetap di program studi Ilmu Administrasi Bisnis-Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pasundan sejak tahun 1998. Kiprahnya sebelum menjadi dosen tetap Yayasan Universitas Pasundan,

beliau pernah mengikuti *short course* pada perusahaan Shinwa Seisakusho, Co., Ltd. Washizu Kosai-Shi Shizuoka-Ken Jepang (1988-1990) yang difasilitasi oleh AOTS (The Association of Overseas Technical Scholarship). Penulis pernah bekerja di salah satu bank swasta (1991), bank pemerintah (1997), menjadi kepala cabang perusahaan sekuritas di Bandung (1998), serta aktif sebagai anggota asesor BAN PT sejak tahun 2008. Karya tulis ilmiah yang telah dihasilkannya meliputi *Manajemen Bisnis Global* (2002), *Pasar Uang dan Pasar Modal* (2010), *Manajemen Strategik* (2018), *Manajemen Strategis Bisnis* versi Bahasa Indonesia dan Bahasa Inggris (2019), dan *Teori dan Dasar-dasar Berpikir Sistem* (2020). Sampai sekarang, penulis aktif dalam berbagai kegiatan seminar, baik sebagai pemateri mau pun sebagai peserta seminar, serta aktif menulis hasil luaran penelitian pada beberapa jurnal nasional mau pun internasional.



PT. Refika Aditama

Jl. Mengger Girang No. 98, Bandung 40254
Telp. (022) 5205985, Fax. (022) 5205984

✉ refika_aditama@yahoo.co.id
✉ refika.aditama@gmail.com
🌐 www.refika.co.id

EKONOMI (RFEKO.53)

ISBN 978-623-6232-22-4



9 786236 232224
Harga P. Jawa Rp. 100.000