

**Editor**  
**Doddy Mulyono**



**BUKU AJAR**

**KOMUNIKASI**

**BISNIS**

**Esaka Pratala | Yudi Nur Supriadi**

# Tentang Penulis



**Esaka Pratata, S.Sos.,MM** Lulus S1 Program Studi Ilmu Administrasi Niaga di Sekolah Tinggi Ilmu Sosial dan Ilmu Politik STISIP Yuppentek Tangerang tahun 2007, Lulus S2 di Program Magister Management Universitas Muhammadiyah Tangerang Tahun 2017. Saat ini adalah Dosen tetap di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Yuppentek Indonesia. Mengampu Mata Kuliah Komunikasi Bisnis, Kreativitas Inovasi dan Strategi Kebijakan Bisnis. Aktif menulis artikel di berbagai Jurnal Ilmiah dan menjadi Narasumber di berbagai kegiatan seminar.



**Dr. Yudi Nur Supriadi, Sos.I, MM. CRA, CRP, C.NNLP., CM.NNLP., CMA.CIQnR.** Merupakan Dosen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta. Saat ini dipercaya sebagai Direktur Utama PT. Garuda Prestasi Nusantara. Aktif melakukan pengajaran Rumpun Manajemen, Ia memilih menghabiskan waktu untuk menulis buku. Karya-karya yang sudah dimuat di surat kabar, dan website.

Karya yang berbentuk buku seperti buku-buku manajemen dll, anak terakhir dari 4 bersaudara ini sering melakukan konferensi baik nasional maupun internasional. Publikasi pada jurnal ilmiah nasional bereputasi dan jurnal internasional terindex scopus Scopus Q1, Q2, Q3, Q4. beberapa karyanya pernah dipublikasikan pada Jurnal SINTA 2, 3, 4, dan 5 Prestasi yang diraih tingkat nasional sebagai juara pertama sarjana berpestasi tingkat nasional, saat ini juga aktif melaksanakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Lolos sebagai ketua tim penelitian dana hibah Eskternal DRPM kemendikbud pada tahun 2022 dan tahun 2023.



0858 5343 1992  
eurekamediaaksara@gmail.com  
Jl. Banjaran RT.20 RW.10  
Bojongsari - Purbalingga 53362



# BUKU AJAR KOMUNIKASI BISNIS

Esaka Pratata  
Yudi Nur Supriadi



**eureka**  
**media aksara**

PENERBIT CV. EUREKA MEDIA AKSARA

## BUKU AJAR KOMUNIKASI BISNIS

**Penulis** : Esaka Pratata  
Yudi Nur Supriadi

**Editor** : Doddy Mulyono

**Desain Sampul** : Ardyan Arya Hayuwaskita

**Tata Letak** : Revita Amalia

**ISBN** : 978-623-151-632-9

**No. HKI** : EC002023102962

Diterbitkan oleh : **EUREKA MEDIA AKSARA, OKTOBER 2023**  
**ANGGOTA IKAPI JAWA TENGAH**  
**NO. 225/JTE/2021**

**Redaksi:**

Jalan Banjaran, Desa Banjaran RT 20 RW 10 Kecamatan Bojongsari  
Kabupaten Purbalingga Telp. 0858-5343-1992  
Surel : eurekaediaaksara@gmail.com

Cetakan Pertama : 2023

**All right reserved**

Hak Cipta dilindungi undang-undang  
Dilarang memperbanyak atau memindahkan sebagian atau seluruh  
isi buku ini dalam bentuk apapun dan dengan cara apapun,  
termasuk memfotokopi, merekam, atau dengan teknik perekaman  
lainnya tanpa seizin tertulis dari penerbit.

## KATA PENGANTAR

*Assalamu'alaiikum Wr. Wb.*

Syukur Alhamdulillah atas Kehadirat Allah SWT dan Shalawat beserta salam kepada Nabi Besar Muhammad SAW penyusun panjatkan sebagai pembuka kalimat pada kesempatan yang berbahagia ini. Buku Ajar komunikasi bisnis ini diharapkan dapat membantu mahasiswa/i untuk memahami secara baik mengenai komunikasi khususnya komunikasi dalam lingkup organisasi bisnis. Pokok materi yang dikupas pada Buku Ajar perkuliahan ini bersumber dari berbagai literatur materi komunikasi, mencakup pengertian komunikasi dan dasar komunikasi, peran komunikasi dalam dunia bisnis, komunikasi dalam organisasi bisnis, komunikasi lintas budaya, pemanfaatan TIK dalam organisasi bisnis, persentasi bisnis, perencanaan pesan-pesan bisnis, pengorganisasian pesan bisnis dan penyusunan laporan bisnis.

Pada kesempatan yang berbahagia ini, penyusun menyampaikan terimakasih yang cukup besar kepada semua pihak yang telah mendukung tersusunnya Buku Ajar perkuliahan ini.

Tangerang, September 2023  
Penyusun

Penulis

## DAFTAR ISI

<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>iv</b>
<b>BAB 1 PEMAHAMAN DASAR TENTANG KOMUNIKASI</b>	
<b>BISNIS.....</b>	<b>1</b>
A. Sejarah Ilmu Komunikasi .....	1
B. Bisnis sebagai Fenomena Sosial .....	4
C. Pengertian Komunikasi Bisnis .....	6
D. Bentuk Dasar Komunikasi.....	8
E. Proses Komunikasi.....	10
F. Munculnya Kesalahpahaman dalam Komunikasi .....	11
G. Cara Memperbaiki Komunikasi.....	13
<b>BAB 2 PERAN KOMUNIKASI DALAM BISNIS .....</b>	<b>16</b>
A. Memahami Peran Komunikasi dalam Bisnis.....	16
B. Ruang Lingkup Komunikasi Bisnis .....	23
C. Variabel-Variabel Komunikasi Bisnis.....	25
D. Prinsip – Prinsip Komunikasi Bisnis.....	35
E. Rangkuman.....	37
<b>BAB 3 KOMUNIKASI DALAM ORGANISASI BISNIS .....</b>	<b>39</b>
A. Hubungan Komunikasi .....	39
B. Pola Komunikasi .....	44
C. Meningkatkan Kemampuan Komunikasi .....	51
D. Rangkuman.....	51
<b>BAB 4 KOMUNIKASI LINTAS BUDAYA .....</b>	<b>53</b>
A. Pengertian Komunikasi Lintas Budaya .....	53
B. Pentingnya Komunikasi Bisnis Lintas Budaya .....	54
C. Budaya dan Komponennya .....	55
D. Komunikasi dengan Orang yang Berbudaya Asing ....	63
E. Rangkuman.....	64
<b>BAB 5 TEKNOLOGI INFORMASI DALAM KOMUNIKASI</b>	
<b>BISNIS.....</b>	<b>66</b>
A. Keuntungan Menguasai Teknologi Informasi .....	66
B. Pemanfaatan Teknologi Informasi dalam Komunikasi	
Bisnis.....	67

<b>BAB 6</b>	<b>PERSENTASI BISNIS DAN AUDIENCE.....</b>	<b>76</b>
	A. Perencanaan Persentasi .....	76
	B. Pengorganisasian Persentasi.....	78
	C. Pelaksanaan Persentasi.....	80
<b>BAB 7</b>	<b>PERENCANAAN PESAN-PESAN BISNIS .....</b>	<b>85</b>
	A. Pemahaman Proses Komunikasi .....	85
	B. Penentuan Tujuan.....	86
	C. Analisis <i>Audience</i> .....	87
	D. Penentuan Ide Pokok.....	87
	E. Seleksi Saluran dan Media .....	88
	F. Contoh Study Kasus .....	89
<b>BAB 8</b>	<b>PENGORGANISASIAN DAN REVISI PESAN</b>	
	<b>BISNIS .....</b>	<b>92</b>
	A. Pengorganisasian Melalui Outline .....	92
	B. Pemilihan Kata.....	94
	C. Membuat Kalimat Efektif.....	95
<b>BAB 9</b>	<b>PENULISAN LAPORAN BISNIS .....</b>	<b>97</b>
	A. Pengertian Laporan Bisnis .....	97
	B. Penggolongan Laporan Bisnis .....	98
	C. Persiapan Penulisan Laporan Bisnis .....	99
	D. Bagian Pokok Laporan Bisnis .....	100
	E. Organisasi Tubuh Laporan Bisnis .....	101
	F. Penulisan Laporan Singkat .....	102
	G. Pembuatan Laporan Bisnis.....	105
	<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>107</b>
	<b>TENTANG PENULIS .....</b>	<b>109</b>



## **BUKU AJAR KOMUNIKASI BISNIS**

Esaka Pratata  
Yudi Nur Supriadi





# BAB

# 1

## PEMAHAMAN DASAR TENTANG KOMUNIKASI BISNIS

### A. Sejarah Ilmu Komunikasi

Kata komunikasi atau *communication* secara etimologi berasal dari bahasa latin yaitu *communis* yang memiliki arti “sama”. *Communico, communication* atau *communicare* yang memiliki arti membuat sama atau *make to common*. Mengutip Kadar Nurjaman dan Umam Khaerul (2012). Pada awalnya komunikasi digunakan untuk mengungkapkan kebutuhan organis. Sinyal-sinyal kimiawi pada organisme awal digunakan untuk reproduksi. Seiring dengan evolusi kehidupan, sinyal-sinyal kimiawi primitif yang digunakan dalam berkomunikasi juga ikut berevolusi dan membuka peluang terjadinya perilaku yang lebih rumit, seperti tarian kawin pada ikan.

Pada binatang, selain untuk seks, komunikasi juga dilakukan untuk menunjukkan keunggulan, biasanya dengan sikap menyerang. Menurut sejarah evolusi sekitar 250 juta tahun yang lalu, munculnya “otak reptile” menjadi penting karena otak memungkinkan reaksi fisiologis terhadap kejadian didunia luar yang kita kenal sebagai emosi. Pada manusia modern, otak reptile ini masih terdapat pada sistim limbic otak manusia, dan hanya dilapisi oleh otak lain “tingkat tinggi”.

Sifat manusia untuk menyampaikan keinginannya dan untuk mengetahui hasrat orang lain, merupakan awal keterampilan manusia berkomunikasi secara otomatis melalui lambang-lambang isyarat, kemudian disusul dengan

# BAB 2

## PERAN KOMUNIKASI DALAM BISNIS

### A. Memahami Peran Komunikasi dalam Bisnis

Kegiatan komunikasi manusia pada dasarnya ada 4 yaitu berbicara, mendengarkan, membaca dan menulis. Keempat kegiatan tersebut biasanya dikategorikan menjadi komunikasi lisan dan komunikasi tertulis. Munculnya komunikasi tertulis, tidak dengan sendirinya menghilangkan komunikasi lisan, karena keduanya saling melengkapi. Kita bisa melihat orang yang melakukan presentasi yang menampilkan bagian-bagian penting ditayangkan misalnya melalui LCD Projector dan ada juga uraian yang disampaikan secara lisan.

Menurut ahli komunikasi, dalam kegiatan komunikasi bisnis, hampir separuh kegiatan komunikasi manusia yaitu 45%-nya adalah mendengarkan/menyimak pesan yang disampaikan orang lain. Sedangkan untuk membaca 16%. Sedangkan berbicara kita lakukan sebanyak 30 % dari kegiatan komunikasi kita dan menulis 9%. Kita bisa mengkaji sendiri kegiatan komunikasi yang kita lakukan sehari-hari. Benarkah kita lebih banyak mendengar dibandingkan dengan berbicara, dan lebih banyak membaca dibandingkan dengan menulis ? Anda tentu memiliki jawaban masing-masing. Namun jawaban itu biasanya mendekati apa yang dikemukakan para ahli komunikasi itu.

Lantas, bagaimana pengaruhnya kegiatan komunikasi tersebut terhadap penyimpanan informasi yang disampaikan melalui komunikasi tersebut dalam diri kita. Ternyata, bila informasi diserap dengan cara membaca maka kita mengingat

# BAB 3 | KOMUNIKASI DALAM ORGANISASI BISNIS

## A. Hubungan Komunikasi

Keberhasilan komunikasi dalam suatu organisasi merupakan aset penting bagi pencapaian sasaran atau tujuan organisasi tersebut. Keberhasilan komunikasi yang tercermin dalam efektivitas dan efisiensinya merupakan alat perekat organisasi, yang dapat mempengaruhi nama baik (*goodwill*) organisasi yang bersangkutan.

Hubungan yang terjalin di dalam suatu organisasi baik antar individu maupun antar pimpinan dan bawahan merupakan salah satu kunci keberhasilan suatu organisasi. Untuk merekatkan hubungan antar karyawan serta hubungan pimpinan dengan bawahan maka salah satu alat yang digunakan adalah "KOMUNIKASI".

### 1. Peran Manajerial

Manajer pada semua level organisasi bisnis memiliki peran strategis bagi pengembangan organisasi ke depan. Menurut Mintzberg, terdapat tiga peran manajerial yang dapat diterapkan oleh seorang manajer dalam suatu organisasi, yaitu: peran antar pribadi (*interpersonal roles*), peran informasional (*informational roles*), dan peran keputusan (*decisional roles*). Masing-masing peran manajerial tersebut tidak dapat dilepaskan dengan betapa pentingnya kegiatan komunikasi dalam dunia bisnis. Melalui masing-masing peran tersebut seorang manajer harus mampu mengkomunikasikan ide, gagasan atau informasi kepada

# BAB

# 4

# KOMUNIKASI LINTAS BUDAYA

## A. Pengertian Komunikasi Lintas Budaya

Bagi para pelaku bisnis, pemahaman yang baik terhadap budaya di suatu daerah, wilayah, atau negara menjadi sangat penting artinya bagi pencapaian tujuan organisasi bisnis. Secara sederhana, komunikasi bisnis lintas budaya adalah komunikasi yang digunakan dalam dunia bisnis baik komunikasi verbal maupun nonverbal dengan memperhatikan faktor-faktor budaya di suatu daerah, wilayah, atau negara. Pengertian lintas budaya dalam hal ini bukanlah semata-mata budaya asing (internasional), tetapi juga budaya yang tumbuh dan berkembang di berbagai daerah dalam wilayah suatu negara.

Indonesia sebagai salah satu negara yang sangat kaya dengan aneka macam budaya merupakan salah satu contoh yang sangat berharga bagi para pelaku bisnis dalam menerapkan komunikasi bisnis lintas budaya. Sebagaimana diketahui, setiap daerah yang ada di Indonesia ini memiliki kekhasan budaya yang tidak dimiliki oleh daerah lainnya, seperti bagaimana seseorang berkomunikasi dengan orang lain, bagaimana seseorang menghargai orang lain, bagaimana mereka memanfaatkan waktu yang ada, bagaimana mereka bekerja, bagaimana mereka meyakini atau mempercayai sesuatu yang sudah turun menurun dari nenek moyang mereka, bagaimana mereka berpakaian, dan bagaimana mereka memperlakukan suatu produk.

# BAB

# 5

## TEKNOLOGI INFORMASI DALAM KOMUNIKASI BISNIS

### A. Keuntungan Menguasai Teknologi Informasi

Kemajuan yang telah dicapai manusia dalam bidang Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) merupakan sesuatu yang patut kita syukuri karena dengan kemajuan tersebut akan memudahkan manusia dalam mengerjakan pekerjaan dan tugas yang harus dikerjakannya. Namun, tidak semua kemajuan yang telah dicapai tersebut membawa dampak positif. Diantara kemajuan yang telah dicapai tersebut ternyata dapat membawa dampak negatif bagi manusia. Dibawah ini akan dipaparkan dampak positif (keuntungan) dan negative (kerugian) dari penggunaan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) dalam bidang sosial, pendidikan, ekonomi, dan pemerintahan.

1. Bidang Sosial : Kemajuan teknologi komunikasi yang cepat dapat mempermudah komunikasi antara suatu tempat dan tempat yang lain.
2. Bidang Pendidikan :
  - a. Informasi yang dibutuhkan akan semakin cepat dan mudah di akses untuk kepentingan pendidikan.
  - b. Inovasi dalam pembelajaran semakin berkembang dengan adanya inovasi *e-learning* yang semakin memudahkan proses pendidikan.
  - c. Kemajuan TIK juga akan memungkinkan berkembangnya kelas *virtual* atau kelas yang berbasis *teleconference* yang tidak mengharuskan sang pendidik dan peserta didik berada dalam satu ruangan.

# BAB 6

## PRESENTASI BISNIS DAN *AUDIENCE*

### A. Perencanaan Presentasi

Presentasi adalah suatu bentuk komunikasi lisan yang berorientasi pada proposal, yang disajikan dalam suatu lingkungan tertentu kepada peserta presentasi yang relatif homogen dari berbagai tingkatan. Presentasi dapat berfungsi untuk menyampaikan informasi dan juga mempengaruhi pengambilan keputusan. Berikut beberapa perbedaan antara presentasi dan pidato umum.

**Tabel 1. Perbedaan antara Presentasi dan Pidato Umum**

NO.	PRESENTASI	PIDATO UMUM
1	Jumlah peserta presentasi relatif sedikit	Jumlah peserta presentasi relatif banyak
2	Peserta presentasi relatif homogeny	Peserta presentasi relatif heterogen
3	Dalam lingkungan bisnis	Dalam lingkungan non bisnis
4	Topik ditetapkan lebih dulu	Topik dinegosiasikan
5	Komunikasi verbal lebih interaktif	Komunikasi verbal kurang interaktif
6	Pesan diuji	Pesan tidak diuji
7	Penggunaan alat bantu multimedia lebih banyak	Penggunaan alat bantu multimedia lebih terbatas

# BAB 7 | PERENCANAAN PESAN-PESAN BISNIS

## A. Pemahaman Proses Komunikasi

Pesan bisnis adalah suatu pesan yang dibuat oleh pengirim kepada seseorang ataupun organisasi untuk menyampaikan informasi yang tertulis maupun tidak tertulis, dalam rangka berkomunikasi mengenai kegiatan bisnis. Perencanaan pesan bisnis adalah suatu proses komposisi penyusunan pesan bisnis. Proses tersebut terdiri dari perencanaan, pengorganisasian, dan revisi.

### 1. Perencanaan

Proses perencanaan meliputi 3 tahapan penting yang perlu diperhatikan, yaitu mendefinisikan tujuan, menganalisis audiens, dan memilih saluran serta media komunikasi yang akan digunakan.

### 2. Pengorganisasian

Proses ini dimulai dengan merangkai kata, kalimat, paragraf, dan memilih ilustrasi yang diperlukan untuk mendukung ide pokok bahasannya. Perlu diperhatikan bagaimana menggunakan kata-kata, kalimat, paragraf yang sederhana, mudah dipahami, dimengerti, dan dilaksanakan oleh si penerima pesan.

### 3. Revisi

Jika ternyata belum sesuai, perlu dilakukan pengecekan sekaligus revisi atau perbaikan seperlunya,

# BAB 8

## PENGGORGANISASIAN DAN REVISI PESAN BISNIS

### A. Pengorganisasian Melalui Outline

Pada dasarnya, untuk mencapai pengorganisasian yang baik diperlukan dua proses tahapan, yaitu pendefinisian dan penggolongan ide-ide; dan penetapan urutan ide-ide dengan perencanaan organisasional yang terpilih secara hati-hati.

#### 1. Mendefinisikan dan mengelompokkan ide-ide

Memutuskan apa yang harus dikatakan adalah masalah mendasar yang harus dipecahkan oleh setiap komunikator. Jika materi yang disajikan lemah, apalagi tidak memiliki suatu gaya yang menarik, fakta yang ada dapat menjadi kabur. Cepat atau lambat, *audience* akan menyimpulkan bahwa yang disampaikan benar-benar tidak bernilai sedikitpun. Semua kegiatan komunikasi, baik menelpon, membuat 3 paragraf surat, atau menulis laporan 200 halaman, harus dimulai dengan mendefinisikan isi materinya. Semakin panjang dan kompleks materi yang akan disampaikan, semakin penting tahap pertama ini.

Apabila pesan yang disusun panjang dan kompleks, pembuatan outline sangat diperlukan dan menjadi penting artinya. Mengapa demikian? Sebuah outline akan membantu memvisualisasikan hubungan antara bagian yang satu dengan bagian yang lain. Disamping itu, outline juga akan memberikan arahan sehingga komunikator dapat menyampaikan ide-ide dengan cara yang sistematis, efisien dan efektif. Melalui perencanaan yang baik, outline akan



# BAB

# 9

# PENULISAN LAPORAN BISNIS

## A. Pengertian Laporan Bisnis

Menurut Herta A.Murphy Laporan Bisnis adalah suatu laporan yang memiliki sifat netral, tidak memihak, memiliki tujuan yang jelas, dan berisi rencana penyajian fakta kepada seorang atau lebih untuk tujuan bisnis tertentu. Menurut Himstreet Laporan Bisnis adalah suatu pesan-pesan objektif yang disusun secara teratur dan digunakan untuk menyampaikan informasi dari suatu bagian organisasional atau dari satu institusi atau lembaga kelembaga yang lain guna membantu pengambilan keputusan atau pemecahan masalah.

Pada umumnya penulisan laporan bisnis digunakan untuk memenuhi berbagai keperluan, antara lain :

1. Untuk memonitor dan mengendalikan operasional perusahaan.
2. Untuk membantu mengimplementasikan kebijakan-kebijakan dan prosedur-prosedur yang telah ditetapkan perusahaan.
3. Untuk memenuhi persyaratan-persyaratan hukum dan peraturan-peraturan yang berlaku bagi perusahaan.
4. Untuk mendokumentasikan prestasi kerja yang diperlukan baik bagi keperluan internal maupun eksternal.
5. Untuk menganalisis informasi dan memberikan bimbingan bagi pengambilan keputusan-keputusan atas masalah tertentu.

## DAFTAR PUSTAKA

- Andri feriyanto dan Endang Shyta Triana. 2015. *Komunikasi Bisnis (Strategi Komunikasi dalam Mengelola Bisnis)*. Pustaka Baru. Yogyakarta.
- Curtis, Dan B., James J. Floyd and Jerry L. Winsor. 1996. *Business and Professional Communication*. (Terjemahan). Jakarta: PT. Rosda Jayaputra.
- Carté, P dan Fox, C. 2006. *Bridging The Culture Gap Komunikasi Lintas Budaya*. (Terjemahan Dra. K. Anggraini, M.Si). Jakarta: Indeks.
- Dimbleby, R. Dan Burton, G. 1985. *More Than Words: An Introduction to Communication*. London: Methuen.
- Effendy, Onong Uchjana. 1986. *Dinamika Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Fiske, J. 2004. *Cultural and Communication Studies: Sebuah Pengantar Paling Komprehensif*. (Terjemahan Yosol Iriantara dan Idi Subandy Ibrahim). Yogyakarta: Jalasutera.
- Guffey, Mary Ellen; Rhodes, Kathleen; Rogin, Patricia, 2006, *Komunikasi Bisnis : Proses dan Produk Buku 1 dan 2*, Penerbit Salemba Empat, Jakarta.
- <http://www.slideshare.net/bandidasmillenix/komunikasi-dalam-organisasi>.
- Kadar Nurjaman dan Khaerul Umam. 2012. *Komunikasi dan Public Relation (Panduan untuk Mahasiswa, Birokrat dan Praktisi Bisnis)*. Pustaka Setia. Bandung.
- Katz, Bernard. 1994. *Turning Practical Communication into Business Power*. (Terjemahan). Jakarta: PT. Pustaka Binaman Pressindo.
- Kreitner, Robert, dkk. 2005. *Perilaku Organisasi (Organization Behaviour)*, Salemba Empat: Jakarta.

- Muhammad, Arni. 2004. *Komunikasi Bisnis*: Bumi Aksara.
- Mulyana, D. 2005. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: Remadja Rosdakarya.
- Murphy, H. A. dan Herbert, W. H. 1991. *Effective Business Communication*. New York: McGraw-Hill.
- Poerwanto dan Zakaria Lantang Sukirno. 2016. *Komunikasi Bisnis (Perpektif Konseptual dan Kultural)*. Pustaka Pelajar. Yogyakarta.
- Veithzal. 2004. *Kiat Memimpin dalam Abad ke-21*. Radja Grafindo: Jakarta.
- Rakhmat, Jalaluddin. 1993. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Richard. 2003. *Manajemen*, Erlangga: Jakarta.
- Robbins, Stephen. 2002. *Perilaku Organisasi*. Printice Hall: Jakarta.
- Rosenblatt, S. et al. 1977. *Business Communication*. Englewood Cliff, N.J.: Prentice Hall.

## TENTANG PENULIS



**Esaka Pratata, S.Sos.,MM** Lulus S1 Program Studi Ilmu Administrasi Niaga di Sekolah Tinggi Ilmu Sosial dan Ilmu Politik STISIP Yuppentek Tangerang tahun 2007, Lulus S2 di Program Magister Management Universitas Muhammadiyah Tangerang Tahun 2017. Saat ini adalah Dosen tetap di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Yuppentek Indonesia. Mengampu Mata Kuliah Komunikasi Bisnis, Kreativitas Inovasi dan Strategi Kebijakan Bisnis. Aktif menulis artikel di berbagai Jurnal Ilmiah dan menjadi Narasumber di berbagai kegiatan seminar.



**Dr. Yudi Nur Supriadi, Sos.I, MM. CRA, CRP, C.NNLP., CM.NNLP., CMA.CIQnR.** Merupakan Dosen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta. Saat ini dipercaya sebagai Direktur Utama PT. Garuda Prestasi Nusantara. Aktif melakukan pengajaran Rumpun Manajemen, Ia memilih menghabiskan waktu untuk menulis buku. Karya-karya yang sudah dimuat di surat kabar, dan website. Karya yang berbentuk buku seperti buku-buku manajemen dll, anak terakhir dari 4 bersaudara ini sering melakukan konferensi baik nasional maupun internasional. Publikasi pada jurnal ilmiah nasional bereputasi dan jurnal internasional terindex scopus Scopus Q1, Q2, Q3, Q4. beberapa karyanya pernah dipublikasikan pada Jurnal SINTA 2, 3, 4, dan 5 Prestasi yang diraih tingkat nasional sebagai juara pertama sarjana berpestasi tingkat nasional, saat ini juga aktif melaksanakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Lolos sebagai ketua tim penelitian dana hibah Eskternal DRPM kemendikbud pada tahun 2022 dan tahun 2023.



REPUBLIK INDONESIA  
KEMENTERIAN HUKUM DAN HAK ASASI MANUSIA

## SURAT PENCATATAN CIPTAAN

Dalam rangka perlindungan ciptaan di bidang ilmu pengetahuan, seni dan sastra berdasarkan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta, dengan ini menerangkan:

Nomor dan tanggal permohonan : EC002023102962, 1 November 2023

**Pencipta**

Nama : **Esaka Pratata dan Yudi Nur Supriadi**  
Alamat : Gg. Urut Cluster Qosky 5 Residence No. 5, Pinang (penang), Tangerang, Banten, 15145  
Kewarganegaraan : Indonesia

**Pemegang Hak Cipta**

Nama : **Esaka Pratata dan Yudi Nur Supriadi**  
Alamat : Gg. Urut Cluster Qosky 5 Residence No. 5, Pinang (penang), Tangerang, Banten, 15145  
Kewarganegaraan : Indonesia

Jenis Ciptaan : **Buku**  
Judul Ciptaan : **Buku Ajar Komunikasi Bisnis**  
Tanggal dan tempat ditunjukkan untuk pertama kali di wilayah Indonesia atau di luar wilayah Indonesia : 9 Oktober 2023, di Purbalingga  
Jangka waktu perlindungan : Berlaku selama hidup Pencipta dan terus berlangsung selama 70 (tujuh puluh) tahun setelah Pencipta meninggal dunia, terhitung mulai tanggal 1 Januari tahun berikutnya.

Nomor pencatatan : 000535917

adalah benar berdasarkan keterangan yang diberikan oleh Pemohon.  
Surat Pencatatan Hak Cipta atau produk Hak terkait ini sesuai dengan Pasal 72 Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta.

a.n. MENTERI HUKUM DAN HAK ASASI MANUSIA  
Direktur Hak Cipta dan Desain Industri



Anggoro Dasananto  
NIP. 196412081991031002

Disclaimer:  
Dalam hal pemohon memberikan keterangan tidak sesuai dengan surat pernyataan, Menteri berwenang untuk mencabut surat pencatatan permohonan.