

Editor: Shelby Edinov, S.E., M.M.



KOMUNIKASI BISNIS

Ilman Ansori | Nugrahini Kusumawati | Azmi Listya Anisah | Ganjar Winata Martoatmodjo
Andita Sulistyowati | Dina Amalia Mahmudah | Erlinda Sinaga | Maivalinda | Rina Eka Widjayanti
Adityas Wahyuningsih | Ali Imron | Aditya Wardhana | Carly Stiana Scheffer-Sumampouw
Juwita Andriani





KOMUNIKASI BISNIS

Pada dasarnya komunikasi bisnis mencakup pemahaman tentang bagaimana informasi dan ide-ide disampaikan antara individu atau entitas bisnis untuk mencapai tujuan tertentu. Komunikasi bisnis melibatkan pertukaran pesan antara berbagai pihak di dalam atau di luar organisasi dengan tujuan mencapai pemahaman yang jelas dan efektif. Pemahaman yang baik terhadap konsep-konsep dasar ini membantu organisasi menciptakan komunikasi bisnis yang efektif dan membangun hubungan yang kuat dengan berbagai pihak terkait. Komunikasi bisnis ini juga melibatkan pemahaman asal-usul, perkembangan, dan peran penting komunikasi dalam konteks dunia bisnis.

Buku ini membahas secara komprehensif tentang berbagai aspek dasar komunikasi bisnis yang sangat penting dalam konteks manajemen modern. Dalam buku ini para pembaca diberikan gambaran yang lengkap dan terperinci tentang berbagai aspek yang terkait dengan komunikasi, mulai dari konsep dasar hingga aplikasi praktis dalam berbagai konteks organisasi dan sosial. Buku ini dihadirkan sebagai bahan referensi bagi praktisi, akademis, mahasiswa ataupun siapa saja yang ingin mendalami lebih jauh tentang Komunikasi Bisnis.

Bab yang dibahas dalam buku ini meliputi:

- Bab 1 Konsep Dasar Komunikasi Bisnis
- Bab 2 Peran Komunikasi Efektif dalam Dunia Bisnis
- Bab 3 Jenis Komunikasi Bisnis
- Bab 4 Komunikasi Interpersonal (Komunikasi Antar Pribadi)
- Bab 5 Komunikasi Intergroup (Komunikasi Kelompok)
- Bab 6 Komunikasi Antar Budaya (Komunikasi Lintas Budaya)
- Bab 7 Perencanaan Pesan Bisnis
- Bab 8 Revisi Pesan-Pesan
- Bab 9 Menulis Pesan Rutin
- Bab 10 Komunikasi Media Visual
- Bab 11 Merencanakan Laporan Bisnis dan Proposal
- Bab 12 Menulis dan Menyelesaikan Laporan Bisnis
- Bab 13 Surat Lamaran Kerja dan Resume
- Bab 14 Wawancara Kerja



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



KOMUNIKASI BISNIS

Ilman Ansori, S.E., M.M.
Nugrahini Kusumawati, S.E., M.Ak., CTA.
Azmi Listya Anisah, S.Psi., M.B.A.
Dr. Ganjar Winata Martoatmodjo, A,Md., S.Pd., M.Pd.
Andita Sulistyowati, S.E., M.Si.
Dina Amalia Mahmudah, M.Acc., Ak.
Erlinda Sinaga, S.Pd. M.BA.
Dra. Maivalinda, M.M.
Rina Eka Widjayanti, S.E., M.M.
Adityas Wahyuningsih, S.E., M.M.
Ali Imron, S.E., M.Si.
Dr. (Cand). Aditya Wardhana, S.E., M.Si., M.M., CHRMP., CIRP.,
CHRA., CPP., CHRBP.
Carly Stiana Scheffer-Sumampouw, S.Sos., MComn.
Juwita Andriani, S.E., M.Ak.



eureka
media aksara

PENERBIT CV. EUREKA MEDIA AKSARA

KOMUNIKASI BISNIS

Penulis : Ilman Ansori, S.E., M.M. | Nugrahini Kusumawati, S.E., M.Ak., CTA. | Azmi Listya Anisah, S.Psi., M.B.A. | Dr. Ganjar Winata Martoatmodjo, A.Md., S.Pd., M.Pd. | Andita Sulistyowati, S.E., M.Si. | Dina Amalia Mahmudah, M.Acc., Ak. | Erlinda Sinaga, S.Pd. M.BA. | Dra. Maivalinda, M.M. | Rina Eka Widjayanti, S.E., M.M. | Adityas Wahyuningsih, S.E., M.M. | Ali Imron, S.E., M.Si. | Dr. (Cand). Aditya Wardhana, S.E., M.Si., M.M., CHRMP., CIRP., CHRA., CPP., CHRBP. | Carly Stiana Scheffer-Sumampouw, S.Sos., MComn. | Juwita Andriani, S.E., M.Ak.

Editor : Shelby Edinov, S.E., M.M.

Desain Sampul: Ardyan Arya Hayuwaskita

Tata Letak : Salsabela Meiliana Wati

ISBN : 978-623-120-698-5

No. HKI : EC00202439451

Diterbitkan oleh: **EUREKA MEDIA AKSARA, MEI 2024**
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 : 2024

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

Puji syukur kami ucapkan kehadiran ALLAH SWT, berkat rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan buku yang berjudul Komunikasi Bisnis.

Pembahasan dalam buku ini meliputi Konsep Dasar Komunikasi Bisnis, Peran Komunikasi Efektif Dalam Dunia Bisnis, Jenis Komunikasi Bisnis, Komunikasi Interpersonal (Komunikasi Antar Pribadi), Komunikasi Intergroup (Komunikasi Kelompok), Komunikasi Antar Budaya (Komunikasi Lintas Budaya), Perencanaan Pesan Bisnis, Pengorganisasian Pesan, Revisi Pesan-Pesan Bisnis, Menulis Pesan Rutin, Komunikasi Media Visual, Merencanakan Laporan Bisnis dan Proposal, Menulis Dan Menyelesaikan Laporan Bisnis, Surat Lamaran Kerja dan Resume, Wawancara Kerja, Presentasi Bisnis Dan Negosiasi Bisnis

Pembahasan materi dalam buku ini telah disusun secara sistematis dengan tujuan memudahkan pembaca. Buku ini dihadirkan sebagai bahan referensi bagi praktisi, akademisi, terkhusus mahasiswa yang sedang mengikuti mata kuliah yang berhubungan dengan Komunikasi Bisnis ataupun siapa saja yang ingin mendalami lebih jauh. Terbitnya buku ini diharapkan mampu memberikan pemahaman kepada para pembaca mengenai konsep dasar Komunikasi Bisnis.

Penulis merasa bahwa Buku Komunikasi Bisnis ini jauh dari sempurna, oleh karena itu segala masukan baik berupa saran maupun kritik yang membangun sangat diharapkan. Semoga buku ini dapat memberikan sumbangsih bagi kepastakaan di Indonesia dan bermanfaat bagi kita semua.

Purbalingga, April 2024

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL.....	xi
BAB 1 KONSEP DASAR KOMUNIKASI BISNIS	1
Oleh : Ilman Ansori, S.E., M.M.	
A. Pendahuluan.....	1
B. Definisi Komunikasi Bisnis.....	3
C. Tujuan Komunikasi Bisnis	5
D. Elemen-Elemen Komunikasi Bisnis	7
E. Model Komunikasi Bisnis	8
F. Konteks Komunikasi Bisnis	11
G. Keterampilan Komunikasi Bisnis	12
H. Kesimpulan	14
DAFTAR PUSTAKA	16
TENTANG PENULIS.....	19
BAB 2 PERAN KOMUNIKASI EFEKTIF DALAM DUNIA BISNIS	20
Oleh : Nugrahini Kusumawati, S.E., M.Ak., CTA.	
A. Pendahuluan.....	20
B. Manfaat Komunikasi Bisnis yang Efektif.....	20
C. Karakteristik Komunikasi Bisnis.....	21
D. Ciri Komunikasi yang Efektif.....	21
E. Ciri Komunikasi Tidak Efektif	22
F. Proses Komunikasi Efektif.....	23
G. Unsur Penting dalam Komunikasi Bisnis yang Efektif.....	24
H. Cara Komunikasi Bisnis yang Efektif.....	24
I. Penyebab Komunikasi Bisnis Tidak Efektif.....	25
J. Tiga Hal dalam Komunikasi Efektif yang dapat Mengatasi Hambatan dalam Komunikasi	25
K. Keterampilan yang diperlukan dalam Komunikasi Bisnis.....	26
L. Tips dalam Komunikasi Bisnis.....	26
M. Kesimpulan	27

	DAFTAR PUSTAKA.....	28
	TENTANG PENULIS	29
BAB 3	JENIS KOMUNIKASI BISNIS.....	30
	Oleh : Azmi Listya Anisah, S.Psi., M.B.A.	
	A. Pendahuluan	30
	B. Jenis Komunikasi Bisnis	30
	C. Kesimpulan	44
	DAFTAR PUSTAKA.....	45
	TENTANG PENULIS	46
BAB 4	KOMUNIKASI INTERPERSONAL (KOMUNIKASI	
	ANTAR PRIBADI).....	47
	Oleh : Dr. Ganjar Winata Martoatmodjo, A,Md., S.Pd.,	
	M.Pd.	
	A. Pendahuluan	47
	B. Bentuk Komunikasi Interpersonal	50
	C. Ciri Komunikasi Interpersonal	51
	D. Tujuan Komunikasi Interpersonal	54
	E. Faktor yang Mempengaruhi Komunikasi	
	Interpersonal	55
	F. Kesimpulan	57
	DAFTAR PUSTAKA.....	58
	TENTANG PENULIS	60
BAB 5	KOMUNIKASI INTERGROUP (KOMUNIKASI	
	KELOMPOK).....	61
	Oleh : Andita Sulistyowati, S.E., M.Si.	
	A. Pendahuluan	61
	B. Komunikasi Kelompok.....	62
	C. Kesimpulan	73
	DAFTAR PUSTAKA.....	75
	TENTANG PENULIS	76
BAB 6	KOMUNIKASI ANTAR BUDAYA (KOMUNIKASI	
	LINTAS BUDAYA).....	77
	Oleh : Dina Amalia Mahmudah, M.Acc., Ak.	
	A. Pendahuluan	77
	B. Pentingnya Mempelajari Komunikasi Lintas	
	Budaya	78

C. Tantangan dan Peluang dalam Komunikasi Lintas Budaya	80
D. Proses Komunikasi Lintas Budaya	80
E. Komunikasi Verbal dan Nonverbal.....	81
F. Gaya Komunikasi Verbal dan Nonverbal.....	81
G. Negosiasi Lintas Budaya	82
H. Prinsip dan Strategi Negosiasi Lintas Budaya	83
I. Komunikasi Bisnis Lintas Budaya	84
J. Etika dan etiket bisnis dalam budaya yang berbeda....	84
K. Membangun Hubungan Bisnis Lintas Budaya	86
L. Contoh Kasus Komunikasi Lintas Budaya	87
M. Kesalahpahaman dalam Negosiasi Bisnis	87
N. Perbedaan Bahasa dan Makna	88
O. Konflik Budaya di Tempat Kerja	88
P. Kesalahan Interpretasi Isyarat Nonverbal	88
Q. Kesalahpahaman dalam Komunikasi Antarpribadi	88
R. Kesalahpahaman dalam Komunikasi Tertulis	89
S. Masa Depan Komunikasi Lintas Budaya.....	89
T. Kesimpulan	90
DAFTAR PUSTAKA	91
TENTANG PENULIS	92
BAB 7 PERENCANAAN PESAN BISNIS	93
Oleh : Erlinda Sinaga, S.Pd. M.BA.	
A. Pendahuluan.....	93
B. Proses Penyusunan Pesan Bisnis	94
C. Unsur Penyusunan Pesan Bisnis	99
D. Jenis-Jenis Pesan Bisnis.....	102
E. Tujuan Penyusunan Pesan Bisnis	105
F. Kesimpulan	107
DAFTAR PUSTAKA	109
TENTANG PENULIS	110
BAB 8 REVISI PESAN-PESAN	111
Oleh : Dra. Maivalinda, M.M.	
A. Pendahuluan.....	111
B. Pesan Bisnis Tertulis	112
C. Pesan Bisnis Lisan	115

D. Pemilihan Kata yang Tepat	116
E. Membuat Kalimat Efektif	117
F. Cara Mengembangkan Paragraf.....	119
G. Strategi Revisi Gaya Penulisan	121
H. Kesimpulan	125
DAFTAR PUSTAKA.....	126
TENTANG PENULIS	127
BAB 9 MENULIS PESAN RUTIN	128
Oleh : Rina Eka Widjayanti, S.E., M.M.	
A. Pendahuluan	128
B. Pentingnya Pesan Rutin Dalam Kehidupan Sehari-Hari	129
C. Definisi Pesan Rutin.....	130
D. Jenis-Jenis Pesan Rutin.....	131
E. Strategi Penulisan Pesan Rutin.....	132
F. Karakteristik Pesan Rutin Yang Efektif	134
G. Pesan-Pesan <i>Good News</i> Pada Pesan Rutin.....	135
H. Pesan-Pesan <i>Goodwill</i> Pada Pesan Rutin	135
I. Pesan-Pesan <i>Bad News</i> Pada Pesan Rutin.....	137
J. Tujuh Tujuan Pesan <i>Bad News</i>	138
K. Pendekatan Tidak Langsung Terhadap <i>Bad News</i>	140
L. Mengurangi <i>Bad News</i>	141
M. Pendekatan Langsung Terhadap <i>Bad News</i>	142
N. Contoh Paragraf Penutup Pada Pesan-Pesan Rutin ...	144
O. Kesimpulan	144
DAFTAR PUSTAKA.....	146
TENTANG PENULIS	147
BAB 10 KOMUNIKASI MEDIA VISUAL.....	148
Oleh : Adityas Wahyuningsih, S.E., M.M.	
A. Pendahuluan	148
B. Konsep Dasar Komunikasi Media Visual	149
C. Prinsip Komunikasi Visual	151
D. Fungsi Komunikasi Visual	153
E. Elemen Komunikasi Visual.....	153
F. Strategi Komunikasi Visual.....	154
G. Kelebihan Komunikasi Visual	154

H. Desain Komunikasi Visual.....	155
I. Identitas Visual.....	156
J. Mengapa Komunikasi Visual Penting?.....	157
K. Teori Komunikasi Visual	158
L. Kesimpulan	160
DAFTAR PUSTAKA	161
TENTANG PENULIS	164
BAB 11 MERENCANAKAN LAPORAN BISNIS DAN PROPOSAL.....	165
Oleh : Ali Imron, S.E., M.Si.	
A. Pendahuluan.....	165
B. Menyusun Rencana Bisnis	166
C. Merencanakan Laporan Bisnis	179
D. Kesimpulan	180
DAFTAR PUSTAKA	182
TENTANG PENULIS	183
BAB 12 MENULIS DAN MENYELESAIKAN LAPORAN BISNIS	184
Oleh : Dr. (Cand). Aditya Wardhana, S.E., M.Si., M.M., CHRM.P., CIRP., CHRA., CPP., CHRBP.	
A. Pendahuluan.....	184
B. Langkah-Langkah Menyelesaikan Laporan Bisnis.....	185
C. Elemen Kunci dalam Laporan Bisnis	187
D. Strategi Penyusunan Laporan Bisnis yang Efektif	188
E. Tips untuk Meningkatkan Kualitas Laporan Bisnis... ..	190
F. Mengatasi Tantangan dalam Penyusunan Laporan Bisnis.....	191
G. Format dan Struktur Standar Laporan Bisnis	193
H. Kesalahan Umum yang Harus Dihindari dalam Menulis Laporan Bisnis.....	195
I. Proses Peninjauan dan Revisi laporan Bisnis	196
J. Memanfaatkan Teknologi dalam Pembuatan Laporan Bisnis	197
K. Kesimpulan	198
DAFTAR PUSTAKA	200
TENTANG PENULIS	213

BAB 13 SURAT LAMARAN KERJA DAN RESUME	214
Oleh : Carly Stiana Scheffer-Sumampouw, S.Sos., MComn.	
A. Pendahuluan	214
B. Menulis Surat untuk Tujuan Spesifik	215
C. Menulis Resume	220
D. Video Resume	226
E. Kesimpulan	228
DAFTAR PUSTAKA	230
TENTANG PENULIS	231
BAB 14 WAWANCARA KERJA.....	232
Oleh : Juwita Andriani, S.E., M.Ak.	
A. Pendahuluan	232
B. Pengertian Wawancara Kerja.....	233
C. Tujuan Wawancara Kerja	234
D. Arti Penting Wawancara Kerja	235
E. Pendekatan Wawancara	236
F. Jenis-Jenis Wawancara.....	238
G. Pertanyaan dalam Wawancara Kerja.....	240
H. Alur Wawancara Kerja	242
I. Pakaian dan Etika dalam Wawancara Kerja	242
J. Contoh Wawancara Kerja.....	244
K. Kesimpulan	246
DAFTAR PUSTAKA.....	248
TENTANG PENULIS	251

DAFTAR GAMBAR

Gambar 5. 1. Tujuan yang Jelas.....	63
Gambar 5. 2. Proses Komunikasi Secara Kelompok	70
Gambar 7. 1. Tujuan Komunikasi	94
Gambar 12. 1. Langkah-langkah Menyelesaikan Laporan Bisnis	186
Gambar 12. 2. Elemen Kunci dalam Laporan Bisnis	187
Gambar 12. 3. Strategi Penyusunan Laporan Bisnis yang Efektif	189
Gambar 12. 4. Tips untuk Meningkatkan Kualitas Laporan Bisnis	191
Gambar 12. 5. Mengatasi Tantangan dalam Penyusunan Laporan Bisnis	193
Gambar 12. 6. Format dan Struktur Standar Laporan Bisnis	194
Gambar 13. 1. Memory Hook – A.I.D.A	215
Gambar 13. 2. Surat dalam Komunikasi Bisnis pada umumnya	218
Gambar 13. 3. Contoh Surat Lamaran Kerja	219
Gambar 13. 4. Contoh penulisan beberapa pemberi referensi	223
Gambar 13. 5. Contoh Resume Kronologis	224
Gambar 13. 6. Contoh Resume Fungsional	225

DAFTAR TABEL

Tabel 7. 1. Pola Penyusunan Pesan	95
---	----



KOMUNIKASI BISNIS

Ilman Ansori, S.E., M.M.
Nugrahini Kusumawati, S.E., M.Ak., CTA.
Azmi Listya Anisah, S.Psi., M.B.A.
Dr. Ganjar Winata Martoatmodjo, A.Md., S.Pd., M.Pd.
Andita Sulistyowati, S.E., M.Si.
Dina Amalia Mahmudah, M.Acc., Ak.
Erlinda Sinaga, S.Pd. M.BA.
Dra. Maivalinda, M.M.
Rina Eka Widjayanti, S.E., M.M.
Adityas Wahyuningsih, S.E., M.M.
Ali Imron, S.E., M.Si.
Dr. (Cand). Aditya Wardhana, S.E., M.Si., M.M., CHRMP.,
CIRP., CHRA., CPP., CHRBP.
Carly Stiana Scheffer-Sumampouw, S.Sos., MComn.
Juwita Andriani, S.E., M.Ak.



BAB

1

KONSEP DASAR KOMUNIKASI BISNIS

Ilman Ansori, S.E., M.M.
Universitas Mayasari Bakti

A. Pendahuluan

Era globalisasi dan liberalisasi ekonomi, benar-benar berdampak luar biasa, selain terjadinya krisis dan ancaman, juga melahirkan kompetisi bisnis yang luar biasa. Sekarang ini permasalahan dalam dunia bisnis menjadi semakin kompleks. Pelaku bisnis pada berbagai lapisan semakin bertambah. Pertambahan pelaku bisnis ini membawa perubahan yang cepat dan signifikan, apalagi dengan lancarnya transportasi, semakin canggih alat komunikasi, sehingga perkembangan bisnis dengan cepat mengglobal. Perubahan bisnis yang mengglobal ini dimungkinkan oleh adanya komunikasi yang bisa menjangkau sasaran secara lebih cepat. Dengan demikian, perlu dipelajari tentang apa, mengapa dan bagaimana komunikasi bisnis itu.

Pada dasarnya komunikasi bisnis mencakup pemahaman tentang bagaimana informasi dan ide-ide disampaikan antara individu atau entitas bisnis untuk mencapai tujuan tertentu. Komunikasi bisnis melibatkan pertukaran pesan antara berbagai pihak di dalam atau di luar organisasi dengan tujuan mencapai pemahaman yang jelas dan efektif. Pemahaman yang baik terhadap konsep-konsep dasar ini membantu organisasi menciptakan komunikasi bisnis yang efektif dan membangun hubungan yang kuat dengan berbagai pihak terkait. Komunikasi bisnis ini juga melibatkan pemahaman asal-usul, perkembangan, dan peran penting komunikasi dalam konteks dunia bisnis.

DAFTAR PUSTAKA

- Aiello, G., & Parry, K. (2019). *Visual Communication: Understanding Images in Media Culture*. SAGE Publications.
- Amaliah, D., Sariyatun, S., & Musaddad, A. A. (2018). Values of Pii Pesenggiri: Morality, Religiosity, Solidarity, and Tolerance. *International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding*, 5(5), 179. <https://doi.org/10.18415/ijmmu.v5i5.340>
- Baldwin, J., & Roberts, L. (2006). *Visual Communication: From Theory to Practice*. AVA Publishing.
- Bo Bergström. (2008). *Essentials of Visual Communication*. Laurence King Publishing.
- Bovée, C. L., & Thill, J. V. (2010). *Business communication essentials*. Pearson Education India.
- Dr. Dorothy Rouly .H. Pandjaitan, S.E., M. S., & Driya Wiryawan S.E., M. . (2016). komunikasi Bisnis. In *Business and Communication* (Issue March).
- Griffin, R. W., & Ebert, R. J. (2008). *Bisnis, edisi 8, jilid 1*. Erlangga.
- Guffey, M. E., & Loewy, D. (2016). *Essentials of business communication*. Cengage Learning.
- Katz, B. (1994). Komunikasi Bisnis. In *Jakarta: PT Ikrar Abadi*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management (15th Global Edition)*. England: Person Education Limited.
- Krishnan, I. A., Kanasan, M., Tailan, N. D., Sundram, P. G. P., & Kaur, K. (2022). Reviews on the Job Interview Approaches in Malaysia Context Isai. *Malaysian Journal of Social Sciences and Humanities (MJSSH)*, 7(10). <https://doi.org/10.47405/mjssh.v7i10.1901>
- Lesikar, R. V., Pettit, J. D., & Flatley, M. E. (2012). *Basic business communication (9th ed.)*. Irwin Burr Ridge, IL.

- Lesokar, R. V., & Flatley, M. E. (2002). *Basic business communication: skills for empowering the internet generation*. McGraw-Hill/Irwin, Boston.
- Locker, K. O., & Kaczmarek, S. K. (2014). *Business communication: Building critical skills*. McGraw-Hill.
- Mansyur, A. R. (2020). Dampak COVID-19 Terhadap Dinamika Pembelajaran Di Indonesia. *Education and Learning Journal, Vol. 1, No*, 113–123.
- Page, J. T., & Duffy, M. (2021). *Visual Communication: Insights and Strategies*. Wiley.
- Patriana, E. (2014). Komunikasi Interpersonal Yang Berlangsung Di Bapas Surakarta. *Journal of Rural and Development, 5(2)*, 203–214.
- Sanaky, H. (2009). *Media Pembelajaran*. Safiria Insania Press.
- Schudlik, K., Reinhard, M. A., & Müller, P. (2020). Prepared to fake? The relationship between applicants' job interview preparation and faking. *International Journal of Selection and Assessment, 29(1)*, 29–54. <https://doi.org/10.1111/ijsa.12317>
- Serpil Kir (Ed.). (2019). *New Media and Visual Communication in Social Networks*. IGI Global.
- Subari, I., Windriani, D., Mahrunnisya, D., Hanum, I., & Anjelyna, A. (2022). PELATIHAN KOMUNIKASI BISNIS TENTANG ENGLISH JOB INTERVIEW PADA SISWA SMK MUHAMMADIYAH 2 BANDAR LAMPUNG Imam. *Adiguna: Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat, 7(2)*, 301–308.
- Suraprajit, P. (2020). Job interview: An analysis of communication strategies used by thai prospective employees. *Theory and Practice in Language Studies, 10(9)*, 1025–1031. <https://doi.org/10.17507/tpls.1009.03>

- Tinarbuko, S. (2015). *DEKAVE: Desain Komunikasi Visual Penanda Zaman Masyarakat Global*. Center for Academic Publishing Service.
- Utoyo, A. W., Aprilia, H. D., Kuntjoro, R. A. D. R. I., & Kurniawan-Jakti, A. (2021). Visual communication analysis the effect of signs and colors on traffic safety in Jakarta. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 729(1). <https://doi.org/10.1088/1755-1315/729/1/012087>
- Vedeler, J. S. (2022). How is disability addressed in a job interview? *Disability and Society*, 0(0), 1–20. <https://doi.org/10.1080/09687599.2022.2162860>
- Wijayanti, F. I., Djatmika, Sumarlam, & Sawardi, F. (2022). Commissive Speech Act in Job Interview : How Applicants Depict Good Leader Characters in Response to Situational Questions. *The Second International Conference on Communication, Language, Literature and Culture (ICCoLLiC)*, 6(1), 1–17. <https://doi.org/10.20961/ijsascs.v6i1.69931>
- Williams, R., & Newton, J. (2009). *Visual Communication: Integrating Media, Art, and Science*. Taylor & Francis

TENTANG PENULIS



Ilman Ansori, S.E., M.M.

Universitas Mayasari Bakti

Penulis lahir di Tasikmalaya tanggal 11 November 1991. Penulis adalah Dosen Tetap pada Program Studi Manajemen, Universitas Mayasari Bakti. Menyelesaikan pendidikan Dasar dari tahun 1999-2005 di SDN Cilangen Tasikmalaya, jenjang menengah pertama dari tahun 2005-2008 di SMPN 2 Ciawi Tasikmalaya, jenjang menengah atas dari tahun 2009-2012 di MAN 3 Tasikmalaya, melanjutkan pendidikan jenjang Sarjana dari tahun 2012-2016 di Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Siliwangi Tasikmalaya, Lulus dengan IPK 3,61 Predikat Dengan Pujian, kemudian melanjutkan pendidikan jenjang S2 dari tahun 2020-2022 di Program Studi Magister Manajemen, Program Pascasarjana, Universitas Siliwangi Tasikmalaya, Lulus dengan IPK 4,00 Predikat Summa Cumlaude, menjadi Lulusan Terbaik dan Tercepat jenjang S2 tingkat Universitas dan Program Studi.

BAB 2

PERAN KOMUNIKASI EFEKTIF DALAM DUNIA BISNIS

Nugrahini Kusumawati, S.E., M.Ak., CTA.
Universitas Bina Bangsa

A. Pendahuluan

Komunikasi bisnis yang efektif didefinisikan bahwa perusahaan atau suatu organisasi melakukan proses komunikasi dua arah yaitu mendengar dan berbicara yang dilakukan untuk kegiatan sehari-hari. Dalam komunikasi bisnis diperlukan rasa saling menghormati. Kunci penting dalam komunikasi bisnis yang efektif untuk mencapai tujuan strategis dan mempunyai peran untuk meningkatkan kinerja organisasi atau perusahaan (Mei Suri, et al). Komunikasi bisnis yang efektif tergantung pada ketrampilan seseorang dalam mengirim atau menerima pesan. Secara umum, untuk menyampaikan pesan bisnisseseorang dapat menggunakan tulisan ataupun lisan, sedangkan untuk menerima pesan bisnis, seseorang dapat menggunakan pendengaran dan bacaan. (Djoko Purwanto, 2019).

B. Manfaat Komunikasi Bisnis yang Efektif

Menurut Boove & Thrill komunikasi bisnis yang efektif menjadi kekuatan perusahaan di dalam membangun hubungannya dengan pemangku kepentingan. Menurut (Rosalin, et al, 2020) manfaat dengan adanya komunikasi bisnis yang efektif diantaranya adalah :

1. Bisa mendeteksi dengan cepat hal-hal yang berpotensi masalah
2. Dapat menyelesaikan masalah dengan cepat

DAFTAR PUSTAKA

- Alam, Y.W. dan Dwiarta, I.M. (2023). *Komunikasi Bisnis*.
- Daga, R. (2021). *Buku Ajar Komunikasi Bisnis*.
- Efektivitas Komunikasi Bisnis Internal Dan Eksternal Untuk Peningkatan Kinerja Organisasi', *Keuangan dan Auditing*, 3(2), pp. 214–222. Available at: <http://publikasi.dinus.ac.id/index.php/jaka>.
- Era 'New Normal'*.
- Mei Suri, D., Amelia Pratiwi Ritonga, N. and Anandani, T. 'Mengoptimalkan
- Mujiatun, S. dan Rahmayati. (2023). *Komunikasi Bisnis. Pendekatan Praktis*.
- Purwanto, Djoko. (2019). *Komunikasi Bisnis*.
- Rosalin, S., Susilowati dan Ambulani, N. (2020). *Komunikasi Bisnis*
- Srimudin, A. dan Syukerti, N. *Model-Model Komunikasi Bisnis yang Efektif di*

TENTANG PENULIS



Nugrahini Kusumawati, S.E., M.Ak., CTA

Universitas Bina Bangsa

Penulis lahir di lulusan SI Akuntansi dari Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Malangkucecwara Malang, S2 Akuntansi dari Universitas Pancasila Jakarta. Karir sebagai Dosen dimulai tahun 2004. Selain sebagai dosen juga Sekretaris Program Studi Akuntansi di STIE Al Khairiyah periode 2009 - 2012. Di tahun 2013 sebagai Ketua Program Studi Akuntansi di STIE Al Khairiyah. Pada tahun 2014 - 2019 sebagai Ketua Program Studi Akuntansi di Universitas Bina Bangsa, dan pada periode tahun 2019 - 2022 sebagai Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Bina Bangsa. Aktifitas lain juga sebagai editor dan reviewer di beberapa jurnal nasional yang terakreditasi SINTA. Email penulis: innanugrahini@gmail.com

BAB 3

JENIS KOMUNIKASI BISNIS

Azmi Listya Anisah, S.Psi., M.B.A.

Badan Riset dan Inovasi Nasional

A. Pendahuluan

Dalam bab sebelumnya, kita telah memahami konsep dasar komunikasi bisnis dan peran komunikasi yang efektif dalam dunia bisnis. Pada bab ini kita akan mempelajari mengenai jenis-jenis komunikasi bisnis. Komunikasi bisnis terdiri atas beberapa komponen pesan diantaranya pengirim, media pesan, dan penerima pesan. Pemahaman mengenai jenis komunikasi bisnis dapat membantu pengirim dan penerima pesan dalam menyampaikan pesan dan memberikan feedback dengan tepat sehingga komunikasi yang efektif dapat tercapai.

B. Jenis Komunikasi Bisnis

Memahami jenis komunikasi bisnis diperlukan untuk memperlancar terjadinya komunikasi bisnis. Komunikasi dibedakan berdasarkan jumlah orang yang terlibat, ruang lingkup komunikasi, dan berdasarkan bentuknya.

1. Komunikasi Berdasarkan Jumlah Orang yang Terlibat dalam Proses Komunikasi

a. Komunikasi Intrapersonal (*Intrapersonal Communication*)

Intrapersonal communication hanya melibatkan satu orang atau disebut sebagai “self-talk” (McLean, 2018). Komunikasi ini terjadi ketika seseorang berkomunikasi dengan dirinya sendiri melalui proses pikiran dan perasaan yang membentuk konsep diri seseorang serta

DAFTAR PUSTAKA

- Candra, V., et al. (2022). *Komunikasi Bisnis*. Purbalingga: Eureka Media Aksara.
- Hashim, H. and Rashid, N. (2022). *Introduction to Business Communication* (Cetakan ke-1). Selangor: Politeknik Sultan Salahuddin Abdul Aziz Shah.
- Locker, K.O. and Kaczmarek, S.K. (2016). *Business Communication: Building Critical Skills*. New York: McGraw-Hill.
- McLean, S. (2018). *Business Communication for Success*. Boston: FlatWorld.
- Simarmata, H., et al. (2021). *Teori Komunikasi Bisnis*. Medan: Yayasan Kita Menulis.

TENTANG PENULIS



Azmi Listya Anisah, S.Psi., M.B.A.

Badan Riset dan Inovasi Nasional

Penulis lahir di Ketapang tanggal 13 Maret 1991. Penulis adalah peneliti di Badan Riset dan Inovasi Nasional. Penulis lulus dari pendidikan S1 jurusan Psikologi Universitas Gadjah Mada pada tahun 2012 dan lulus dari S2 jurusan Manajemen Universitas Gadjah Mada pada tahun 2016. Penulis menekuni bidang yang berkaitan dengan manajemen Sumber Daya Manusia, manajemen Aparatur Sipil Negara, serta psikologi industri dan organisasi. Dalam dua tahun terakhir, penulis melakukan penelitian terkait dengan Aparatur Sipil Negara dan saat ini sedang menulis artikel jurnal mengenai persiapan pensiun bagi ASN.

BAB 4

KOMUNIKASI INTERPERSONAL (KOMUNIKASI ANTAR PRIBADI)

Dr. Ganjar Winata Martoatmodjo, A.Md., S.Pd., M.Pd.
Universitas Muhammadiyah Pringsewu Lampung

A. Pendahuluan

Komunikasi merupakan bagian penting dalam kehidupan manusia. Sebagai makhluk sosial, manusia perlu berkomunikasi dalam kehidupannya. Karena masyarakat hidup bersebelahan dan saling berkomunikasi serta saling membutuhkan informasi dan komunikasi. Oleh karena itu komunikasi sangat penting terutama dalam organisasi dimana setiap orang saling berinteraksi agar pesan yang disampaikan dapat diterima dan interaksi tersebut menghasilkan respon atau timbal balik. Jika hubungan interpersonal dalam suatu perusahaan atau organisasi berjalan dengan baik, misalnya komunikasi horizontal yaitu antara karyawan dengan karyawannya, dan komunikasi vertikal yaitu antara pemilik dan karyawannya dapat berjalan dengan baik maka makna pesan yang disampaikan dari komunikasi tersebut dapat menjadi lebih baik dan dipahami oleh medianya. Harus ada komunikasi dua arah atau timbal balik antar kedua belah pihak.

Menurut Nofrion (2018), komunikasi adalah proses pertukaran gagasan, pesan dan kontak serta interaksi sosial, termasuk fungsi dasar kehidupan manusia. Melalui komunikasi, manusia dapat saling mengenal, membina hubungan, meningkatkan kerja sama, saling mempengaruhi, bertukar pikiran dan pendapat, serta mengembangkan masyarakat dan kebudayaan. Dapat dikatakan bahwa komunikasi memegang

DAFTAR PUSTAKA

- Amaliah, D., Sariyatun, S., & Musaddad, A. A. (2018). Values of Piil Pesenggiri: Morality, Religiosity, Solidarity, and Tolerance. *International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding*, 5(5), 179. <https://doi.org/10.18415/ijmmu.v5i5.340>
- Devito, J. A. (2016). *The Interpersonal Communication Book*. England: Pearson Education Limited.
- Ghufron, M. N. & Rini R. (2014). *Teori-Teori Psikologi*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.
- Harapan, E. & Ahmad, S. (2016). *Komunikasi Antar Pribadi: Perilaku Insani dalam Organisasi Pendidikan*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Hilmi, A.dkk. (2015). *Pengaruh Eps, Der, Per, Roa Dan Roe Terhadap Harga Saham Pada Perusahaan Tambang Yang Terdaftar Di Bei Untuk Periode 2011-2013*. Banjarmasin: STIE Nasional Banjarmasin.
- Irawan. (2017). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: Pustaka Media.
- Marlina, A. (2018). *Pengendalian Diri dan Komunikasi Interpersonal Pengaruhnya terhadap Kinerja Karyawan (Studi Pada PT. Len Industri (Persero)*. Universitas Komputer Indonesia.
- Muhammad, A. (2014). *Komunikasi Organisasi*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Nofrion. (2018). *Komunikasi Pendidikan*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Patriana, E. (2014). Komunikasi Interpersonal Yang Berlangsung Di Bapas Surakarta. *Journal of Rural and Development*, 5(2), 203-214.
- Rafiq, A. (2014). *Dampak Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Suatu Masyarakat*. Global Komunika Vol. 1(1). UPN Veteran Jakarta.

- Saraswati, A. K. (2014). *Innovative Leadership: A Paradigm in Modern HR Practices*. Global Journal of Finance and Management.
- Sarwono, P. (2014). *Buku Acuan Nasional Pelayanan Kesehatan*. Jakarta: Yayasan Bina Pustaka.
- Taufiq, R. (2016). *Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan*. Jakarta: Ghalia Indonesia.

TENTANG PENULIS



**Dr. Ganjar Winata Martoatmodjo,
A,Md., S.Pd., M.Pd.**

Universitas Muhammadiyah Pringsewu
Lampung

Penulis lahir di Kotabumi, Lampung
Utara pada tanggal 31 Mei 1985. Penulis
merupakan anak kedua dari pasangan
Drs. Lasiman, M.Pd. dan Siti Aisyah, S.Pd.
Penulis adalah dosen tetap pada Program

Studi Magister Administrasi Pendidikan Universitas
Muhammadiyah Pringsewu Lampung. Penulis menyelesaikan
pendidikan D3 Bahasa Inggris, S1 Pendidikan Matematika dan S2
Manajemen Pendidikan di Universitas Lampung. Selanjutnya
Penulis meneruskan studi Doktorat pada S3 Manajemen Pendidikan
Universitas Negeri Jakarta dan selesai pada tahun 2016. Pada tahun
2013, saat menyelesaikan pendidikan Magisternya, Penulis
mendapatkan predikat sebagai lulusan terbaik pertama pada
tingkat Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan dan juga tingkat
Universitas Lampung. Saat ini Penulis aktif menghasilkan berbagai
karya tulis, diantaranya buku-buku yang sudah diterbitkan dan
artikel- artikel penelitian dalam berbagai jurnal pendidikan. Email
Penulis: abotnatha@yahoo.co.id

BAB 5

KOMUNIKASI INTERGROUP (KOMUNIKASI KELOMPOK)

Andita Sulistyowati, S.E., M.Si.
Universitas Siber Muhammadiyah

A. Pendahuluan

Pada suatu organisasi, proses komunikasi dalam kelompok adalah hal yang perlu diperhatikan. Dalam proses komunikasi kelompok, seringkali terjadi beberapa dinamika yang khas. Kelompok merupakan sesuatu yang umum dalam kehidupan masyarakat hingga dalam lingkungan pekerjaan. Kita sering menggunakan nama kolektif untuk kelompok sebagai cara yang nyaman untuk merujuk atau menghadapkan diri pada sebagian dari populasi seolah-olah itu adalah sebuah entitas tunggal, seperti kelas sekolah, kelompok usia, atau kategori sosial. Orang-orang berkumpul dalam kelompok setiap kali tindakan dan pekerjaan yang dilakukan secara bersama diharapkan mampu memberikan keuntungan dalam efisiensi atau untuk meningkatkan peluang kesuksesan dalam suatu usaha seperti kelompok dalam penugasan di kelas, lingkungan pekerjaan, satuan militer, atau tim penelitian (Powell, 1996).

Proses komunikasi dalam kelompok atau diskusi kelompok adalah langkah-langkah yang terjadi saat sekelompok orang berkumpul untuk bertukar ide, informasi, dan pendapat terkait suatu topik atau masalah tertentu. Tahapan dimulai dari definisi tujuan diskusi, diikuti dengan pemilihan anggota kelompok yang sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan. Setelah itu, kelompok membentuk struktur dan membagi peran untuk memfasilitasi interaksi yang efektif. Selama diskusi,

DAFTAR PUSTAKA

- Engleberg, I. N. and Wynn, D. R. (2013). *Working in Groups: Pearson New International Edition*. Pearson Higher Ed.
- Powell, D. (1996). 'Group communication', *Communications of the ACM*, 39(4), pp. 50-53. doi: 10.1145/227210.227225.
- Prof . S P Bansal *et al.* (2019). *Module Management Business Communication*.
- Venditti, P. and McLean, S. L. (2014). *An introduction to group communication*. lardbucket. org.

TENTANG PENULIS



Andita Sulistyowati, S.E., M.Si.

Universitas Siber Muhammadiyah

Penulis lahir di Purworejo pada tanggal 30 Oktober 1994. Penulis adalah dosen tetap pada Program Studi Akuntansi Universitas Siber Muhammadiyah. Penulis menyelesaikan pendidikan S1 dan S2 di STIE YKPN Yogyakarta pada tahun 2020. Pengalaman secara praktis, penulis pernah menjadi seorang Konsultan Keuangan Badan Layanan Umum Daerah (BLUD) dan BUMDes di PT. Syncore Indonesia tahun 2020-2021. Saat ini penulis juga aktif menjadi Tutor pada program studi Akuntansi dan Akuntansi Keuangan Publik di Universitas Terbuka. Selain itu setelah menikah penulis juga sedang menikmati proses menjadi seorang ibu bagi anaknya yang baru saja dilahirkan.

BAB 6

KOMUNIKASI ANTAR BUDAYA (KOMUNIKASI LINTAS BUDAYA)

Dina Amalia Mahmudah, M.Acc., Ak.
Universitas Pekalongan

A. Pendahuluan

Komunikasi lintas budaya adalah kunci untuk memahami dan menghormati perbedaan antar budaya di dunia yang semakin terhubung. Dalam era globalisasi, individu dan organisasi sering terlibat dalam interaksi lintas budaya, baik dalam konteks bisnis, pendidikan, atau hubungan antarbangsa (Bovee dan Thill, 2020). Memahami bagaimana budaya mempengaruhi cara orang berkomunikasi, berpikir, dan bertindak sangat penting untuk menghindari kesalahpahaman, konflik, dan hambatan dalam berinteraksi. Dengan mempelajari komunikasi lintas budaya, dapat mengembangkan keterampilan yang diperlukan untuk membangun hubungan yang kuat dan saling menguntungkan dengan orang dari berbagai latar belakang budaya.

Komunikasi lintas budaya adalah proses pertukaran informasi, makna, dan pemahaman antar individu atau kelompok yang memiliki latar belakang budaya yang berbeda. Menurut Locker, et al., (2023), hal ini dapat terjadi dalam berbagai bentuk seperti komunikasi verbal terdiri dari berbicara dan menulis, nonverbal terdiri dari gestur, ekspresi wajah, bahasa tubuh, dan melalui media seperti telepon, email, internet.

DAFTAR PUSTAKA

- Bovee, C.L., Thill, J. V. (2020). *Business Communication Today*, 15th ed. Pearson, Boston.
- Bové, L., Thill, J. V. (2020). *Business Communication Essentials Fundamental Skills for the Mobile Digital Social Workplace*. Pearson, Boston.
- Hartley, P., Marriott, S., Knapton, H. (2023). *Professional and Business Communication: Personal Strategies for the Post-Digital Future*. Routledge, London.
- Locker, K.O., Mackiewicz, J., Aune, J.E., Kienzler, D.S. (2023). *Business Communication*, 13th ed. Mc Graw Hill, New York.
- Lustig, M.W., Koester, J., Halualani, R. (2021). *Intercultural Competence: Interpersonal Communication Across Cultures*, 8th ed. Pearson, Boston.
- Purwanto, D. (2019). *Komunikasi Bisnis*, 5th ed. Erlangga, Jakarta.
- Suwatno. (2019). *Komunikasi Bisnis*. Salemba Empat, Jakarta.
- Suyatni, S., Zanny, S.A. (2018). *Aplikasi Komunikasi Bisnis*. Salemba Empat, Jakarta.

TENTANG PENULIS



Dina Amalia Mahmudah, M.Acc., Ak.

Universitas Pekalongan

Penulis lahir di Kota Pekalongan, Penulis adalah dosen tetap pada Program Studi Akuntansi di Universitas Pekalongan. Menyelesaikan pendidikan S1 (S.E) di Universitas Islam Indonesia dan melanjutkan profesi (Ak.) dan S2 (M.Acc) di Universitas Gadjah Mada. Penulis mempunyai motivasi untuk berbagi pengetahuannya dan berperan aktif dalam perkembangan akuntansi modern.

BAB

7

PERENCANAAN PESAN BISNIS

Erlinda Sinaga, S.Pd. M.BA.

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Madani

A. Pendahuluan

Dalam membangun suatu bisnis ada beberapa hal penting yang perlu diperhatikan, seperti halnya dalam perencanaan pesan bisnis. Pesan bisnis yang akan dikirim harus melalui tahap perencanaan terlebih dahulu, karena isi daripada pesan tersebut haruslah memuat informasi atau gagasan agar tersampaikan dengan baik ke si penerima pesan. Komunikasi akan tercapai secara efektif apabila didukung dengan pesan yang sudah diorganisir dan dirancang dengan baik terlebih dahulu. Dalam bab ini akan dibahas mengenai bagaimana proses dari penyusunan perencanaan pesan bisnis yang baik sehingga ide dari pada gagasan, kredibilitas dari komunikator, ide pokok yang akan disampaikan, evaluasi audiens dan saluran komunikasi dapat disampaikan dengan baik kepada si penerima pesan.

Menurut Rosalin et al (2020), pesan yang akan disampaikan oleh seorang komunikator haruslah dievaluasi terlebih dahulu karena jika suatu pesan telah terlanjur dikirim dengan kata-kata yang kurang baik maka si penerima pesan akan sulit melupakan isi pesan tersebut terlebih jika isinya tidak sesuai dengan ekspektasi si penerima seperti mengandung kata-kata yang membuat si penerima tersinggung ataupun kecewa. Berikut ini akan dibahas lebih lanjut perihal perencanaan dari pesan bisnis.

DAFTAR PUSTAKA

Afridayani, Cahyani, Y., & Sopiyan, M. (2020). *Komunikasi Bisnis. Tangerang Selatan.*

Akib, S., Mulyaningsih, T., Sari, D. P., Purwaningsiwi, U., Amelia, D., Suhadarliyah, Ghazy, A. A. (2023). *Komunikasi Bisnis. Nusa Tenggara*

Barat.

Brounstein, M., Bell, A. H., & Smith, D. M. (2010). *Business Communication. United States of America: Edwards Brothers.*

Lawson, C., Gill, R., Feekery, A., & Witsel, M. (2019). *Skill for Business*

Professionals. Singapore: Cambridge University Press.

Rosalin, S., Natalia, D. C., Sulistiowati, & Ambulani, N. (2020).

Komunikasi Bisnis (Pendekatan Praktis). Malang: UB Press.

TENTANG PENULIS



Erlinda Sinaga, S.Pd. M.B.A.

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Madani
Penulis lahir di Balai Tengah, pada tanggal 31 Mei 1991. Penulis adalah dosen tetap pada Program Studi Manajemen di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Madani Balikpapan. Menyelesaikan pendidikan S1 di Universitas Negeri Medan jurusan Pendidikan Akuntansi pada Tahun 2014 kemudian melanjutkan pendidikan ke jenjang S2 di Yuan Ze University Taiwan dengan jurusan MBA-International Business dan lulus di tahun 2018.

BAB

8

REVISI PESAN-PESAN

Dra. Maivalinda, M.M.
Universitas Dharma Andalas

A. Pendahuluan

Revisi (perbaikan) pesan adalah tahap terakhir dalam proses penyusunan pesan bisnis. Hal ini dilakukan untuk memastikan apakah pesan yang direncanakan dan di susun sudah memenuhi kriteria bebas dari salah penulisan. Tidak ada tulisan seseorang yang sempurna sebelum menjadi sebuah *draft* yang baru. Kesiapan direvisi dapat dimaknai bahwa dia menyadari sifat komunikasi yang dinamis. Revisi dibutuhkan supaya pesan bisnis yang sudah direncanakan dan dibuat sesuai dengan keinginan. Proses revisi ini juga dibutuhkan untuk mengartikulasikan ide dengan jelas. Revisi adalah penataan ulang dan penyempurnaan rancangan yang telah dikembangkan sehingga selaras dengan tujuan penulis, kebutuhan dan karakteristik penerima. Sebagai sebuah langkah penting dalam proses penulisan, seseorang seringkali menjadi frustrasi karena tidak bisa mempertahankan objektivitas dan fokus ketika menulis. Maka proses merevisi yang melibatkan orang lain dalam merevisi tulisannya menjadi sangat penting.

Menurut Guffey & Loewy (2012) revisi pesan merupakan tahap terakhir dari penulisan yang difokuskan pada tiga poin, yaitu pengeditan (*editing*), pengkoreksian (*proofreading*) dan evaluasi (*evaluation*). Dewi (2012) membagi revisi pesan menjadi 4 poin, yaitu: menyunting pesan, menulis ulang pesan,

DAFTAR PUSTAKA

- Dewi, S. (2007). *Komunikasi Bisnis*. Yogyakarta: Penerbit Andi
- Astuti, W. D. M. M. N. M. (2007). *Bahasa Indonesia laras ekonomi*.
- Guffey, M. E., & Loewy, D. (2012). *Essentials of Business Communication*.
<https://books.google.com/books?id=ogWEV66kKE4C&pgis=1>
- McLean, S. (2005). *Business Communication for Success*.
- Purwanto, J. (2011). *Komunikasi Bisnis*. Jakarta: Erlangga
<https://open.lib.umn.edu/businesscommunication/chapter/7-3-style-revisions/>

TENTANG PENULIS



Dra. Maivalinda, M.M.

Universitas Dharma Andalas

Penulis lahir di Rengat (Riau) tanggal 15 Mei 1968. Penulis adalah dosen tetap pada Program Studi S1. Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Dharma Andalas. Menyelesaikan pendidikan S1 di Universitas Andalas, jurusan Sastra Inggris dan S2 pada STIE KBP jurusan Magister Manajemen. Penulis mengajar mata kuliah

Komunikasi Bisnis, Komunikasi dalam Bahasa Inggris, Komunikasi dan Korespondensi dalam Bahasa Inggris. Motivasi penulis menghasilkan karya sendiri untuk dapat memperkaya wawasan, menambah dan berbagi ilmu kepada yang lain. Karya yang sudah diterbitkan dalam bentuk bahan ajar untuk mata kuliah: Komunikasi dan Korespondensi dalam Bahasa Inggris, Komunikasi dalam Bahasa Inggris, Komunikasi Bisnis, Bank dan Lembaga Keuangan lainnya (BLK) dan Bank dan Lembaga Keuangan Syariah (BLKS).

BAB 9

MENULIS PESAN RUTIN

Rina Eka Widjayanti, S.E., M.M.

PJJ Manajemen Universitas Siber Muhammadiyah

A. Pendahuluan

Dalam dunia yang semakin terhubung secara digital dan bergerak dengan kecepatan yang luar biasa, pesan rutin menjadi salah satu aspek penting dari komunikasi sehari-hari. Dari pesan email yang di terima setiap pagi dari atasan di kantor, hingga pengingat tagihan bulanan dari penyedia layanan, pesan rutin menyelaraskan jadwal, memberikan informasi penting, dan membangun hubungan antara individu dan organisasi. Dalam konteks bisnis, pesan rutin menjadi tulang punggung dalam menjaga aliran informasi yang lancar dan efektif di antara anggota tim dan departemen. Dalam kehidupan pribadi, pesan rutin membantu Anda tetap terhubung dengan teman, keluarga, dan komunitas kami. Bahkan dalam dunia pendidikan, pesan rutin memainkan peran penting dalam menyampaikan informasi tentang jadwal, tugas, dan perkembangan siswa kepada orang tua dan siswa itu sendiri.

Namun, seringkali Anda melihat bahwa pesan rutin tidak selalu disusun dengan baik. Mungkin pesan tersebut terlalu formal dan kaku, atau mungkin terlalu longgar dan tidak jelas. Terkadang, pesan rutin bahkan dapat menjadi sumber kebingungan atau ketidakpuasan bagi penerimanya. Oleh karena itu, kemampuan untuk menulis pesan rutin yang efektif adalah keterampilan yang sangat berharga dalam dunia komunikasi modern. Dalam bab ini, akan membahas secara

DAFTAR PUSTAKA

Guffey, M. E., Loewy, D., Almonte, R. (2016) *Essentials of business communication*. 8th edn. Toronto: Nelson.

Purwanto, D. (2019) *Komunikasi Bisnis*. Edisi 5. Jakarta: Erlangga.

TENTANG PENULIS



Rina Eka Widjayanti, S.E., M.M.

PJJ Manajemen Universitas Siber Muhammadiyah

Penulis lahir di Lampung Tengah tanggal 24 januari 1994. Penulis adalah dosen tetap pada Program Studi S1 PJJ Manajemen. Saat ini juga juga menjadi dosen LB Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Menyelesaikan pendidikan S1 dan S2 sarjana dan magister pada Jurusan Manajemen di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. memiliki beberapa penelitian dan pengabdian yang berbasis dengan UMKM, Bisnis Digital, Digital Marketing, saat ini berkonsentrasi pada keilmuan Manajemen Sumberdaya Manusia, Manajemen Operasional dan Etika Bisnis Secara Umum atau Etika Bisnis Islam. Fokuskan pikiran pada tujuan untuk mencapai sebuah keberhasilan **“Willing and Planning is Needed”**

BAB 10 | KOMUNIKASI MEDIA VISUAL

Adityas Wahyuningsih, S.E., M.M.
Universitas Siber Muhammadiyah

A. Pendahuluan

Dalam era di mana teknologi semakin canggih, media visual telah menjadi bagian penting dari kehidupan sehari-hari kita, mengubah cara kita memahami, menyampaikan, dan menerima informasi. Selain itu, media visual bukan hanya alat untuk menghibur, tetapi juga alat yang efektif untuk menyampaikan pesan kompleks dalam waktu singkat (Williams & Newton, 2009). Media visual mencakup berbagai bentuk, seperti desain grafis, animasi, video, gambar, dan lainnya, yang semua bertujuan untuk berkomunikasi dengan audiens melalui penggunaan elemen visual (Aiello & Parry, 2019). Komunikasi media visual memiliki kekuatan untuk menangkap perhatian dengan cepat, membangkitkan emosi, dan menyampaikan informasi secara efektif. Kita dapat memahami pesan dalam gambar atau video tanpa harus membaca atau mendengarkan secara menyeluruh. Oleh karena itu, media visual telah menjadi bahasa yang dapat digunakan oleh semua lapisan masyarakat, tanpa memandang latar belakang bahasa atau pendidikan mereka. Kemampuan media visual untuk merangsang imajinasi dan mengekspresikan ide-ide kompleks menjadikannya alat yang sangat efektif dalam berbagai konteks, seperti periklanan, seni, pendidikan, dan bahkan politik. Perkembangan teknologi juga telah memberikan dorongan signifikan dalam pengembangan media visual, memungkinkan kreativitas tanpa

DAFTAR PUSTAKA

- Aiello, G., & Parry, K. (2019). *Visual Communication: Understanding Images in Media Culture*. SAGE Publications.
- Amaliah, D., Sariyatun, S., & Musaddad, A. A. (2018). Values of Piil Pesenggiri: Morality, Religiosity, Solidarity, and Tolerance. *International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding*, 5(5), 179. <https://doi.org/10.18415/ijmmu.v5i5.340>
- Baldwin, J., & Roberts, L. (2006). *Visual Communication: From Theory to Practice*. AVA Publishing.
- Bo Bergström. (2008). *Essentials of Visual Communication*. Laurence King Publishing.
- Bovée, C. L., & Thill, J. V. (2010). *Business communication essentials*. Pearson Education India.
- Dr. Dorothy Rouly .H. Pandjaitan, S.E., M. S., & Driya Wiryawan S.E., M. . (2016). komunikasi Bisnis. In *Business and Communication* (Issue March).
- Griffin, R. W., & Ebert, R. J. (2008). *Bisnis, edisi 8, jilid 1*. Erlangga.
- Guffey, M. E., & Loewy, D. (2016). *Essentials of business communication*. Cengage Learning.
- Katz, B. (1994). Komunikasi Bisnis. In *Jakarta: PT Ikrar Abadi*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management (15th Global Edition)*. England: Person Education Limited.
- Krishnan, I. A., Kanasan, M., Tailan, N. D., Sundram, P. G. P., & Kaur, K. (2022). Reviews on the Job Interview Approaches in Malaysia Context Isai. *Malaysian Journal of Social Sciences and Humanities (MJSSH)*, 7(10). <https://doi.org/10.47405/mjssh.v7i10.1901>
- Lesikar, R. V., Pettit, J. D., & Flatley, M. E. (2012). *Basic business communication (9th ed.)*. Irwin Burr Ridge, IL.

- Lesokar, R. V., & Flatley, M. E. (2002). *Basic business communication: skills for empowering the internet generation*. McGraw-Hill/Irwin, Boston.
- Locker, K. O., & Kaczmarek, S. K. (2014). *Business communication: Building critical skills*. McGraw-Hill.
- Mansyur, A. R. (2020). Dampak COVID-19 Terhadap Dinamika Pembelajaran Di Indonesia. *Education and Learning Journal, Vol. 1, No*, 113–123.
- Page, J. T., & Duffy, M. (2021). *Visual Communication: Insights and Strategies*. Wiley.
- Patriana, E. (2014). Komunikasi Interpersonal Yang Berlangsung Di Bapas Surakarta. *Journal of Rural and Development, 5(2)*, 203–214.
- Sanaky, H. (2009). *Media Pembelajaran*. Safiria Insania Press.
- Schudlik, K., Reinhard, M. A., & Müller, P. (2020). Prepared to fake? The relationship between applicants' job interview preparation and faking. *International Journal of Selection and Assessment, 29(1)*, 29–54. <https://doi.org/10.1111/ijsa.12317>
- Serpil Kir (Ed.). (2019). *New Media and Visual Communication in Social Networks*. IGI Global.
- Subari, I., Windriani, D., Mahrurnisya, D., Hanum, I., & Anjelyna, A. (2022). PELATIHAN KOMUNIKASI BISNIS TENTANG ENGLISH JOB INTERVIEW PADA SISWA SMK MUHAMMADIYAH 2 BANDAR LAMPUNG Imam. *Adiguna: Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat, 7(2)*, 301–308.
- Suraprajit, P. (2020). Job interview: An analysis of communication strategies used by thai prospective employees. *Theory and Practice in Language Studies, 10(9)*, 1025–1031. <https://doi.org/10.17507/tppls.1009.03>

- Tinarbuko, S. (2015). *DEKAVE: Desain Komunikasi Visual Penanda Zaman Masyarakat Global*. Center for Academic Publishing Service.
- Utoyo, A. W., Aprilia, H. D., Kuntjoro, R. A. D. R. I., & Kurniawan-Jakti, A. (2021). Visual communication analysis the effect of signs and colors on traffic safety in Jakarta. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 729(1). <https://doi.org/10.1088/1755-1315/729/1/012087>
- Vedeler, J. S. (2022). How is disability addressed in a job interview? *Disability and Society*, 0(0), 1–20. <https://doi.org/10.1080/09687599.2022.2162860>
- Wijayanti, F. I., Djatmika, Sumarlam, & Sawardi, F. (2022). Commissive Speech Act in Job Interview : How Applicants Depict Good Leader Characters in Response to Situational Questions. *The Second International Conference on Communication, Language, Literature and Culture (ICCoLLiC)*, 6(1), 1–17. <https://doi.org/10.20961/ijsascs.v6i1.69931>
- Williams, R., & Newton, J. (2009). *Visual Communication: Integrating Media, Art, and Science*. Taylor & Francis.

TENTANG PENULIS



Adityas Wahyuningsih, S.E., M.M.

Universitas Siber Muhammadiyah

Penulis lahir di Gunungkidul tanggal 12 April 1995. Penulis adalah dosen tetap pada Program Studi PJJ Akuntansi Universitas Siber Muhammadiyah. Menyelesaikan S1 Akuntansi dan S2 Manajemen di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Lulus S1 pada 2017 dengan predikat cumlaude dan S2 lulus pada tahun 2020. Selain aktif mengajar penulis juga aktif dalam menulis buku, jurnal penelitian, dan pengabdian. Untuk saat ini penulis juga menjadi reviewers di Journal of Cyber Business and Law (JOCBAL). Hasil penelitiannya dimuat di jurnal nasional serta menghasilkan buku yang sudah ber-ISBN yaitu buku Akuntansi Perbankan. Selain berkecimpung dalam dunia pendidikan, penulis juga memiliki hobi berbisnis.

BAB 11 | MERENCANAKAN LAPORAN BISNIS DAN PROPOSAL

Ali Imron, S.E., M.Si.

Institut Teknologi dan Sains Nahdlatul Ulama (ITSNU)
Pekalongan

A. Pendahuluan

Dalam era yang terus berkembang dan kompetitif, pemahaman yang kuat tentang kondisi bisnis menjadi kunci utama kesuksesan. Sebagai bagian dari komitmen perusahaan untuk menghadirkan informasi yang berkualitas dan relevan. Laporan bisnis bertujuan untuk memberikan gambaran menyeluruh tentang kinerja bisnis perusahaan selama periode yang tertentu. perusahaan telah melakukan analisis mendalam terhadap berbagai aspek operasional, finansial, dan strategis yang mempengaruhi kinerja perusahaan. Dalam laporan bisnis perusahaan telah mengidentifikasi tren, peluang, serta tantangan yang harus diatasi untuk memastikan pertumbuhan yang berkelanjutan. Laporan bisnis adalah dokumen yang menyajikan informasi tentang kinerja suatu perusahaan atau organisasi selama periode tertentu. Laporan ini mencakup berbagai aspek dari kegiatan bisnis, termasuk namun tidak terbatas pada keuangan, operasional, pemasaran, sumber daya manusia, dan dampak lingkungan sosial. Tujuan utama dari laporan bisnis adalah untuk memberikan gambaran yang jelas tentang kondisi bisnis saat ini, menyoroti pencapaian-pencapaian yang signifikan, mengidentifikasi tantangan yang dihadapi, serta merumuskan strategi untuk pertumbuhan dan keberlanjutan masa depan. Laporan bisnis biasanya ditujukan

DAFTAR PUSTAKA

- Rangkuti, F. (2016). Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis Edisi 14. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Rangkuti, F. (2005). BUSINESS PLAN Teknik Membuat Perencanaan di Perusahaan Edisi Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Rufaidah, P. (2013). Manajemen Strategik.
- Fahmi, Irham. 2013. Manajemen Strategis. Bandung: Alfabeta
- Turrahmah H. (2023). Perencanaan Usaha (Bisnis Plan). Forum Bisnis Dan Kewirausahaan Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis Universitas Multi Data Palembang. Vol. 13 No. 1 September 2023

TENTANG PENULIS



Ali Imron, S.E., M.Si.

Institut Teknologi dan Sains Nahdlatul Ulama (ITSNU) Pekalongan

Penulis lahir di Pekalongan tanggal 5 September 1973. Penulis adalah dosen tetap pada Program Studi Akuntansi Fakultas Desain Kreatif dan Bisnis Digital, Institut Teknologi dan Sains Nahdlatul Ulama (ITSNU) Pekalongan. Menyelesaikan pendidikan S1 pada Fakultas Ekonomi Universitas Pekalongan dan melanjutkan S2 Program Studi Manajemen Pada Fakultas Ekonomi Universitas Jendral Soedirman dan melanjutkan S2 pada Jurusan Menulis. Penulis menekuni bidang Bisnis Digital.

BAB 12 | MENULIS DAN MENYELESAIKAN LAPORAN BISNIS

**Dr. (Cand). Aditya Wardhana, S.E., M.Si., M.M., CHRMP.,
CIRP., CHRA., CPP., CHRBP.**
Universitas Telkom

A. Pendahuluan

Laporan bisnis adalah dokumen yang dibuat untuk menyampaikan informasi tentang perkembangan, kinerja, dan hasil usaha suatu perusahaan. Laporan bisnis memiliki tujuan untuk memberikan pemahaman yang lebih baik tentang kondisi keuangan dan operasional perusahaan kepada pemangku internal dan eksternal. Anantadjaya et al (2023), Setiawan and Rahardjo (2022), Liniarti (2022), Zahna (2022), Amelia (2022), Haryanto, Imawan, and Majid (2022), Muchtasib et al (2021), Rahmi (2021), Silva (2021), Marjohan (2021), Kholmi, Wahyuni, and Heni (2020), Ayuni and Budiasni (2020), Vidyanata et al (2020), Harianti, Harahap, and Hendyansyah (2020), Lubis, Firmansyah, and Nirana (2020), Yuniawati, Daryanto, and Djohar (2019). Laporan keuangan menjadi sumber utama yang digunakan dalam penyusunan laporan bisnis. Dalam menilai kinerja keuangan perusahaan, analisis terhadap laporan keuangan dapat dilakukan dengan menggunakan rasio-rasio keuangan. Rasio keuangan ini memberikan tolak ukur dalam mengevaluasi kinerja perusahaan dan dapat membantu mengidentifikasi potensi kesulitan keuangan atau risiko kebangkrutan. Keterbatasan penelitian ini antara lain adalah beberapa laporan tahunan pada perusahaan otomotif hanya mengungkapkan beberapa poin penting seperti gambaran umum perusahaan, tata kelola perusahaan, dan laporan keuangan. Marjohan, and Sugiyanto (2022), Mas'adah et al

DAFTAR PUSTAKA

- Ainiyah, M. and Rustiadi, S. (2020) "Business Strategy Formulation to Increase Profit of Agung Artomoro Company," *International Journal of Management, Entrepreneurship, Social Science and Humanities (IJMESH)*, 3(1),p. 34-40. Available at: <https://doi.org/10.31098/ijmesh.v3i1.182>.
- AL-Shatnawi, M, H. and Al-Haija, A, A, A. (2018) "The Effect of Information Content of Integrated Business Reports on the Credit Decision Making at Jordanian Commercial Banks," *International Business Research*; Vol. 11, No. 6,p. 226-242. Available at: <https://doi.org/10.5539/ibr.v11n6p226>.
- Alqam, A, M., Ali, Y, H. and Hamshari, M, Y. (2021) "The Relative Importance of Financial Ratios in Making Investment and Credit Decisions in Jordan," *International Journal of Financial Research*, 12(2),p. 284-293. Available at: <https://doi.org/10.5430/ijfr.v12n2p284>.
- Amelia, A, E. (2022) "Business Model Analysis in Kartinipedia Application Using Business Model Canvas (BMC) Approach," *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 6(1),p 400-412. Available at: <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/IJEBAR/article/viewFile/4569/2058>.
- Anantadjaya, D, P, S. et al. (2023) "Pengaruh Financial Capabilities, Networking Terhadap Kinerja Usaha UMKM di Kota Sukabumi Melalui Intellectual Capital," *Jurnal Bisnisman*, 5(1),p. 16-32. Available at: <https://doi.org/10.52005/bisnisman.v5i1.131>.
- Anggityo, L. and Sudhartio, L. (2020) "Website and Pricing Strategy Development: A Business Coaching at Local SME," *Proceeding International Conference on Family Business and Entrepreneurship*, 2(1). Available at: <https://doi.org/10.33021/icfbe.v2i1.3547>.

- Anim, O, R. et al. (2021) "Exploring The Impact of Corporate Social Responsibility on the Financial Performance of Rural and Community Banks in Ghana," *International Business Research*, 14(2),p. 37-42. Available at: <https://doi.org/10.5539/ibr.v14n2p37>.
- Anisah, A. and Hidayat, W, E. (2023) "Peran Budaya Organisasi Sekolah dan Kepuasan Guru dalam Meningkatkan Prestasi Siswa," *Syntax Idea (Cirebon, Cetak)*, 5(1),p. 113-121. Available at: <https://doi.org/10.46799/syntax-idea.v5i1.2123>.
- Arfandi, A. (2018) "Analisis Kinerja Keuangan Sebelum dan Sesudah Initial Public Offering (IPO) Pada Perusahaan Non Keuangan di Bursa Efek Indonesia," *Jurnal WRA*, 6(2),p. 1347-1364. Available at: <https://doi.org/10.24036/wra.v6i2.102516>.
- Ariana, L. and Romadona, R, M. (2021) "Akselerasi Inovasi Produk Litbang Berbasis Teknologi Nano Melalui Pendekatan Technopreneuership," *JEPA (Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis) (Online)*, 5(1),p. 257-273. Available at: <https://doi.org/10.21776/ub.jepa.2021.005.01.24>.
- Ayuni, S, M, N. and Budiasni, N, W, N. (2020) "The Implementation of Profit Sharing at Lembaga Perkreditan Desa," *International Journal of Social Science and Business*, 4(3),p. 472-479. Available at: <https://doi.org/10.23887/ijssb.v4i3.28468>.
- Azry, M. and Kamal, N, M. (2020) "Perancangan Company Profile SLB Autis YPPA Padang," *DEKAVE: Jurnal Desain Komunikasi Visual*, 10(1),p. 100-119. Available at: <http://ejournal.unp.ac.id/index.php/dkv/article/viewFile/108122/103162>.
- Bell, L, R. (2007) "The Manager's Role in Financial Reporting: A Risk Consultant's Perspective." *Business Communication Quarterly*, 70(2),p. 222-226. Available at: <https://doi.org/10.1177/10805699070700020602>.

- Borhan, H., Mohamed, N, R. and Azmi, N. (2014) "The Impact of Financial Ratios on The Financial Performance of A Chemical Company," *World Journal of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development (Print)*, 10(2),p. 154-160. Available at: <https://doi.org/10.1108/wjemsd-07-2013-0041>.
- Budiono, A. and Loice, R. (2012) "Business Process Reengineering in Motorcycle Workshop X for Business Sustainability," *Procedia Economics and Finance*, 4,p. 33-43. Available at: [https://doi.org/10.1016/s2212-5671\(12\)00318-8](https://doi.org/10.1016/s2212-5671(12)00318-8).
- Bukit, b, A, T, V. et al. (2022) "The Influence of ROE, Intellectual Capital, Leverage, ROA, Liquidity, Dividend Policy on Financial Performance in the Food and Beverage Sub Sector Manufacturing Companies on IDX For The 2018 - 2020 Period," *Devotion (Online)*, 3(5),p. 452-461. Available at: <https://doi.org/10.36418/dev.v3i5.140>.
- Defianty, M. and Hidayat, N, D. (2020) "A Framework Strategy to Overcome Barriers in Writing for Publication," *Proceedings of the 2nd International Conference on Islam, Science and Technology (ICONIST 2019)*,p. 55-59 Available at: <https://doi.org/10.2991/assehr.k.200220.010>.
- Dwipriyoko, E. and Widjajani. (2020) "Partial Business Process Re-engineering in New Generation Cooperatives Enterprise Architecture Implementation," *Journal of Physics: Conference Series*, 1477(5),p. 052033-052033. Available at: <https://doi.org/10.1088/1742-6596/1477/5/052033>.
- Fahreza, M. (2020) "Marketing Communication Strategy to Reopen A Business Venture," *Journal of Socioeconomics and Development*, 2(2),p. 116 - 124. Available at: <http://publishing-widyagama.ac.id/ejournal-v2/index.php/jsed/article/download/1170/1122>.
- Fawzi, M, A. and Sunarti, S. (2021) "Factors Affecting the Performance of F&B Industry in Malaysia and Indonesia," *Jurnal Economia*, 17(1),p. 65-80. Available at:

<https://journal.uny.ac.id/index.php/economia/article/viewFile/36010/pdf>.

- Fazilah, A, A., Jaafar, N, N. and Sulaiman, S. (2014) "Critical Success Factors of New Product Development and Impact on Performance of Malaysian Automotive Industry," *Advanced Materials Research*, 903,p. 431-437. Available at: <https://doi.org/10.4028/www.scientific.net/amr.903.431>.
- Fazilah, A, A., Jaafar, N, N. and Suraya, S. (2014) "Critical Success Factors of New Product Development and Impact on Performance of Malaysian Automotive Industry," *AMR*, 903,p. 431-7. Available at: <https://www.scientific.net/AMR.903.431>.
- Gunawan, I., Pituringsih, E. and Widiastuty, E. (2019) "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di BEI Periode 2014-2016," *E-Jurnal Akuntansi*,p. 2396-2396. Available at: <https://doi.org/10.24843/eja.2019.v26.i03.p27>.
- Gustyana, T, T. et al. (2021) "The Effect of Financial Policy, Managerial Ownership, Profitability, and Company Size on Company Value in Automotive and Component Sub-Sector Companies Registered in Indonesia Stock Exchange Period 2014-2018," *Jurnal Manajemen Indonesia*, 21(1),p. 66-66. Available at: <https://doi.org/10.25124/jmi.v21i1.3358>.
- Harianti, A., Harahap, L. and Hendyansyah, H. (2020) "Laporan Keuangan Berbasis Standar Akuntansi Keuangan Entitas Mikro, Kecil, dan Menengah bagi Pelaku Usaha Mikro," *AKURASI: Jurnal Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 2(1),p. 9-20. Available at: <https://doi.org/10.36407/akurasi.v2i1.159>.
- Haryanto, H., Imawan, A. and Majid, A. (2022) "BUMDes School For Financial Management," *International Journal of Community Service (Online)*, 2(1),p. 37-45. Available at: <https://doi.org/10.51601/ijcs.v2i1.64>.

- Hidayah, R, N. (2020) "Effect of Education and Training (Diklat/Bimtek), Understanding of Regional Financial Accounting System (SIMDA) on Performance of Regional Financial Management," *BIMA Journal*, 1(1),p. 61-72. Available at: <https://doi.org/10.37638/bima.1.1.61-72>.
- Imran, M. et al. (2020) "Retraction Note: The Mediating Role of Total Quality Management Between Entrepreneurial Orientation and SMEs Export Performance," *Management Science Letters*,p. 4-4. Available at: <https://doi.org/10.5267/j.msl.2020.10.0r4>.
- Kamaluddin, A., Ishak, I, N. and Mohammed, F, N. (2019) "Financial Distress Prediction Through Cash Flow Ratios Analysis," *International Journal of Financial Research (Print)*, 10(3),p. 63-63. Available at: <https://doi.org/10.5430/ijfr.v10n3p63>.
- Khandelwal, C. et al. (2019) "Financial Risk Reporting Practices: Systematic Literature Review and Research Agenda," *The Bottom Line*, 32(3),p. 185-210. Available at: <https://doi.org/10.1108/BL-03-2019-0071>.
- Kholmi, M., Wahyuni, D, E. and Heni, F. (2020) "Analisis Praktitik Pengungkapan Intellectual Capital Studi Pada Perusahaan Sub Sektor Industri Otomotif," *Jurnal Akademi Akuntansi (JAA)*, 3(2),p. 191-199. Available at: <https://doi.org/10.22219/jaa.v3i2.13227>.
- Kuchumov, V, A. et al. (2022) "Analysis and Recommendations for Improving The Financial Stability of Agricultural Production," *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 949 (2022) 012059,p. 1-6. Available at: <https://doi.org/10.1088/1755-1315/949/1/012059>.
- Lasamahu, R, F. (2017) "Perlindungan Hukum Terhadap Franchisee Dalam Perjanjian Waralaba (Studi Kasus: Analisis Putusan Pengadilan PT. Lingkar Natura Inti dan Natasha Kasakeyan)," *Hukum dan Pembangunan*, 36(3),p. 307-307. Available at: <https://doi.org/10.21143/jhp.vol36.no3.1260>.

- Limbong, H, C. et al. (2021) "Financial Ratio Analysis at PT. Adaro Energy Tbk. Based on The 2017 – 2020 Financial Statements," Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics, 4(1),p. 77-86. Available at: <https://doi.org/10.31538/ijse.v4i1.1460>.
- Liniarti, S. (2022) "Akuntabilitas Pengelolaan Dana Bantuan Operasional Sekolah (Bos) Dalam Penyelenggaraan Pendidikan Di Sekolah Madrasah Aliyah Negeri Di Kabupaten Karo," Jurnal Pengabdian Masyarakat, 2(6),p. 275-287. Available at: <https://doi.org/10.59818/jpm.v2i6.345>.
- Lubis, A, T., Firmansyah, F. and Nirana, S. (2020) "The Governance and Business Behavior of BUMDesa in Jambi Province," Proceedings of the 4th Padang International Conference on Education, Economics, Business and Accounting (PICEEBA-2 2019), 124, 851-856. Available at: <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.200305.151>.
- Marjohan, M. (2021) "Analysis of The Effect of Profitability and Liquidity on Income Management Which Impact on Company Value in Soe Banks Registered on Indonesia Stock Exchange Period 2009-2019," Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia, 6(3),p. 1297-1305. Available at: <https://jurnal.syntaxliterate.co.id/index.php/syntax-literate/article/download/2307/1949>.
- Marjohan, M. and Sugiyanto, S. (2022) "Financial Performance Assessment Of The First Private Auto Parts Company In Indonesia Based On Ratio Analysis," JIMF (Jurnal Ilmiah Manajemen Forkamma) (Online), 6(1),p. 77-77. Available at: <https://doi.org/10.32493/frkm.v6i1.25728>.
- Mas'adah, N. et al. (2021) "Comparative Analysis of Financial Performance Upon Automotive Companies Registered in BEI," International Journal Of Science, Technology & Management, 802-817. Available at: <https://web.archive.org/web/20210716150828/https://ijstm.inarah.co.id/index.php/ijstm/article/download/208/174>.

- Mawaddah, P., Huang, B. and Chang, Y, C. (2020) "Analysis of the Key Success Factors for Commercializing Innovation," *IPTEK: The Journal for Technology and Science*, 31(2),p. 111-111. Available at: <https://doi.org/10.12962/j20882033.v31i2.6330>.
- Muchtasib, B, A. et al. (2021) "Penguatan dan Pengembangan Usaha Koperasi," *Mitra Akademia*, 4(2),p. 190-197. Available at: <https://jurnal.pnj.ac.id/index.php/mak/article/download/4278/2419>.
- Murifal, B. (2021) "Strategi Manajemen Mengoptimalkan Kinerja dengan Konsep Beyond Budgeting," *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 5(1),p. 245-252. Available at: <http://ekonomis.unbari.ac.id/index.php/ojsekonomis/article/viewFile/318/176>.
- Musfiroh, L. et al. (2023) "Memitigasi Risiko Pembiayaan Bermasalah Pada Baitul Mal Wat Tamwil (Pengabdian Pada BMT NU Cabang Kecamatan Ajung Kabupaten Jember)," *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(3),p. 29-36. Available at: <https://doi.org/10.59818/jpm.v3i3.504>.
- Nasarudin, I, M. (2017) "Keterbukaan Informasi oleh Perusahaan Publik," *Jurnal Hukum & Pembangunan*, 18(3)p. 248-253. Available at: <https://doi.org/10.21143/jhp.vol18.no3.1265>.
- Olivia, H. and Hirawati, H. (2021) "Pengaruh Struktur Aktiva dan Profitabilitas Terhadap Struktur Modal (Penelitian Pada PT. Unilever Indonesia, Tbk)," *Business Management Analysis Journal*, 4(2),p. 40-53. Available at: <https://doi.org/10.24176/bmaj.v4i2.6425>.
- Pahmi, A, M. and Mastang. (2020) "Strategy Design and Business Model Improvement in a MSME Located in District Cileungsi Bogor," *Journal of Physics: Conference Series*, 1477(5),p. 052008-052008. Available at: <https://doi.org/10.1088/1742-6596/1477/5/052008>.

- Pasaribu, A, B. (2021) "Growth Of Financial Performance PT. Gresik Cipta Sejahtera (GCS) Year 2011-2014 Using Financial Ratio Analysis," *Inspirasi & Strategi*, 12(1),p. 1-8. Available at: <https://doi.org/10.35335/inspirat.v12i1.51>.
- Patty, P, B, J, M., Nurhayati, P. and Muhibuddin, W, F. (2021) "Business Development Strategy Through Value Creation Analysis in Automotive E-Commerce Platform," *Journal of Physics: Conference Series*, 1764,p. 1-10. Available at: <https://doi.org/10.1088/1742-6596/1764/1/012037>
- Prakosa, K, D. and Firmansyah, A. (2022) "Apakah Revolusi Industri 5.0 Dapat Menghilangkan Profesi Akuntan?," *Jurnalku*, 2(3),p. 316-340. Available at: <https://jurnalku.org/index.php/jurnalku/article/download/282/233>.
- Pranata, Y., Andretti, L, A. and Siti, S. (2019) "Penerapan Knowledge Management System Sales and Customer Care pada PT Satria Medikantara Palembang," *Bina Darma Conference on Computer Science*,p. 118-343. Available at: <https://doi.org/10.48550/arXiv.1911.01277>.
- Prasetyowati, N. and Prihastiwi, A, D. (2022) "Analisis Laporan Keuangan dalam Menilai Kinerja Keuangan PT. Mandom Indonesia Tbk Tahun 2019," *Global Financial Accounting Journal*, 6(1),p. 1-10. Available at: <https://doi.org/10.37253/gfa.v6i1.6099>.
- Prawijaya, A., Harahap, H, R. and Revida, E. (2021) "Strategi Bisnis Business Model Canvas pada Bumdes-Mart Berkah," *Perspektif (Medan)*, 11(1),p. 169-178. Available at: <https://doi.org/10.31289/perspektif.v11i1.5371>.
- Purwanto, A. (2017) "Lingkungan Bisnis dan Budaya Organisasi: Peranannya Terhadap Strategi Bisnis dan Kinerja Bank Umum Syariah," *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, 18(1),p. 130-138. Available at: <https://jurnal.unmer.ac.id/index.php/jkdp/article/view/786>.

- Putra, A, R., Putra, B, R. and Fitri, H. (2020) "Analisis SWOT Dalam Penentuan Strategi Bisnis Kafe 165 Universitas Putra Indonesia YPTK Padang," *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 1(5),p. 464-476. Available at: <https://doi.org/10.31933/jimt.v1i5.206>.
- Putra, E, W., Kusuma, L, I. and Dewi, W, M. (2020) "Firm Characteristic, Ownershio Structure and Voluntary Disclosure: A Study of Indonesian listed Manufacturing Firm," *International Journal of Economics, Business and Accounting Research*, 4(02). Available at: <https://doi.org/10.29040/ijebar.v4i02.1138>.
- Rahman, A, N., Yaacob, Z. and Radzi, M, R. (2016) "An Overview of Technological Innovation on SME Survival: A Conceptual Paper," *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 224,p. 508-515. Available at: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1877042816305110>.
- Rahmi, M. (2021) "Pelatihan Manajemen Usaha Dalam Meningkatkan Usaha UMKM Kuliner," *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1),p. 5-14. Available at: <https://doi.org/10.59818/jpm.v1i1.29>.
- Reschiwati, R., Budiantini, A. and Gusmiarni, G. (2021) "Examining the effect of firm-specific factors on the automotive industry in Indonesia," *International Journal of Research In Business and Social Science*, 10(3),p. 36-45. Available at: <https://doi.org/10.20525/ijrbs.v10i3.1092>.
- Rohyani, P, I. (2021) "Peningkatan Prestasi Belajar PPKn Materi Sistem dan Dinamika Demokrasi dengan Pembelajaran Metode Ceramah, Belajar Aktif dan Pembelajaran Autentik," *Syntax Idea*, 3(10),p. 2122-2122. Available at: <https://doi.org/10.36418/syntax-idea.v3i10.1529>.
- Roni, M., Meriyati, M. and Hermanto, A. (2021) "Capital Structure Changes in the Automotive Sector Affected By Financial

- Performance," *El Barka*, 4(1),p. 108-133. Available at: <https://doi.org/10.21154/elbarka.v4i1.3086>.
- Rusdiono, S, A., Asmara, A. and Kirbrandoko, K. (2020) "Analisis Strategi Pengembangan Bisnis PT. TAF (Toyota Astra Financial Services)," *Jurnal Manajemen dan Organisasi*, 10(1),p. 24-35. Available at: <https://doi.org/10.29244/jmo.v10i1.28858>.
- Saad, A, Z. et al. (2021) "Assessing Business Process Re-Engineering Warning Signs and Organizational Performance: A Case Study of Perbadanan Kemajuan Pertanian Pahang, Malaysia," *International journal of academic research in business & social sciences*, 11(11),p. 79-90. Available at: <https://doi.org/10.6007/ijarbss/v11-i11/11192>.
- Safitri, W. and Dayati, K, H. (2021) "Linguistics Feature in Introduction Section Written By Lectures on Journal Scientific and Applied Informatic and Journal of Technopreneurship and Information System," *Teaching English and Language Learning English Journal (Online)*, 1(1),p. 10-24. Available at: <https://doi.org/10.36085/telle.v1i1.1321>.
- Salim, E. et al. (2020) "West Sumatra MSMEs' Strategy in Facing Competition in the 4.0 Industrial Revolution Using SWOT Analysis," *Proceedings of the 8th International Conference on Entrepreneurship and Business Management (ICEBM 2019) UNTAR*, 142, 395-398. Available at: <https://www.atlantispress.com/proceedings/icebm-19/125941529>.
- Sandradewi, K. et al. (2022) "Research and Development Barriers in Management and Business Area: Strategic Management Overview," *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (Online)*, 6(1),p. 405-405. Available at: <https://doi.org/10.29040/ijebar.v6i1.4830>.
- Saputra, D., Suryanti, N, M, N. and Malik, I. (2023) "Penerapan Model Problem Based Learning Berbantuan Learning Journals Untuk Meningkatkan Kemampuan Berpikir Kritis Siswa Pada Pembelajaran Sosiologi Kelas XI IPS 1 SMAN 1

- Praya," *Jurnal Ilmiah Profesi Pendidikan*, 8(2),p. 1020-1024. Available at: <https://doi.org/10.29303/jipp.v8i2.1354>.
- Schmidt, L, F. and Oh, I. (2016) "The Crisis of Confidence in Research Findings in Psychology: Is Lack of Replication The Real Problem? Or Is It Something Else?," *Archives of Scientific Psychology*, 4(1),p. 32-37. Available at: <https://doi.org/10.1037/arc0000029>.
- Setiawan, A, M. and Rahardjo, B. (2022) "Analisis Model Bisnis Pada Sadajiwa Coffee and Eatery Magelang," *Junal Ilmiah Ekonomi Manajemen*, 13(2),p. 71-82. Available at: <https://doi.org/10.52657/jiem.v13i2.1871>.
- Silitonga, S, E. (2023) "The Performance of PT TA Assets Indonesia Employees is Influenced By The Provision of Salaries Through Job Satisfaction," *Dinasti International Journal of Management Science*, 4(5),p. 1011-1024. Available at: <https://doi.org/10.31933/dijms.v4i5.1881>.
- Silva, D, N. (2021) "Ekosistem Usaha Rintisan Mahasiswa: Studi Kasus Proyek Bisnis di Masa Pandemi Covid-19," *Jurnal Bisnis & Kewirausahaan*, 17(1),p. 32-43. Available at: <http://ojs.pnb.ac.id/index.php/JBK/article/download/2337/1705>.
- Siswanto, J. and Novarena, S, N. (2016) "Identification of Business System Based on Business Process of Small Culinary Enterprises." 2016 International Conference on Information Technology Systems and Innovation (ICITSI), Bandung, Indonesia, 2016,p. 1-8. Available at: <https://doi.org/10.1109/icitsi.2016.7858244>.
- Sukitsch, M., Engert, S. and Baumgartner, J, R. (2015) "The Implementation of Corporate Sustainability in the European Automotive Industry: An Analysis of Sustainability Reports," *Sustainability*, 7(9),p. 11504-11531. Available at: <https://doi.org/10.3390/su70911504>.

- Taleghani, M. and Taleghani, A. (2021) "The Analysis and Evaluation of profitability in Accepted Companies in Tehran Stock Exchange with ROA and ROE Approaches in Industrial Companies," *International Journal of Recent Development in Engineering and Technology*, 10(1),p. 38-40. Available at: <https://doi.org/10.54380/ijrdetv10i106>.
- Vidyanata, D. et al. (2020) "Value Co-Destruction: Analisa Faktor Pada Start-Up Business Mahasiswa," *DeReMa (Development of Research Management): Jurnal Manajemen*, 15(1),p. 1-14. Available at: <https://doi.org/10.19166/derema.v15i1.2044>.
- Vyychytilova, J. et al. (2020) "Risk Reporting Practices of Listed Companies: Cross- Country Empirical Evidence from the Auto Industry," *Journal of Competitiveness*, 12(4),p. 161-179. Available at: <https://www.cjournal.cz/files/391.pdf>.
- Wardhana, Aditya. (2024) "Bisnis Internasional Di Era Digital," *Eureka*
- Yulia, Y. et al. (2020) "BUSINESS DEVELOPMENT STRATEGY USING BUSINESS MODEL CANVAS APPROACH," *Jurnal muara : ilmu ekonomi dan bisnis*, 4(1),p. 106-106. Available at: <https://doi.org/10.24912/jmieb.v4i1.7563>.
- Yuniaristanto. et al. (2014) "Proposed Business Process Technology Commercialization: A Case Study of Electric Car Technology Incubation," *2014 International Conference on Electrical Engineering and Computer Science (ICEECS)*, Kuta, Bali, Indonesia, 2014,p. 254-259. Available at: <https://doi.org/10.1109/iceecs.2014.7045257>.
- Yuniawati, P, I., Daryanto, K, H. and Djohar, S. (2019) "Penyusunan Balanced Scorecard pada PT Cipta Paramula Sejati," *Jurnal Manajemen dan Organisasi (JMO)*, 9(3),p. 150-163. Available at: <http://jurnal.ipb.ac.id/index.php/jmo/article/download/28226/18007>.

Zahna, Z, R. (2022) "Pemberian Insentif PPh 21 dan Implementasinya di Tengah Pandemi Covid-19 di Indonesia," LAWSUIT Jurnal Perpajakan, 1(1),p. 67-76. Available at: <https://doi.org/10.30656/lawsuit.v1i1.4256>.

TENTANG PENULIS



Dr. (Cand). Aditya Wardhana, S.E., M.Si., M.M., CHRMP., CIRP., CHRA., CPP., CHRBP.

Universitas Telkom

Penulis merupakan dosen tetap di Universitas Telkom. Menyelesaikan studi Sarjana Ekonomi di Universitas Padjadjaran tahun 1997. Kemudian, penulis menyelesaikan studi Magister Sains di Universitas Padjadjaran tahun 2003 dan menyelesaikan studi Magister Pengelolaan di Universitas Pasundan tahun 2012. Saat ini penulis sebagai kandidat Doktor Ilmu Pengelolaan di Universitas Pasundan. Penulis memiliki kepakaran di bidang pengelolaan sumber daya manusia, pemasaran, dan strategi bisnis. Penulis memiliki pengalaman praktisi di PT Perusahaan Gas Negara Tbk serta sebagai konsultan di berbagai BUMN serta pada KemenKo Perekonomian RI dan KemenHub. Penulis aktif menulis lebih dari 400 buku serta memiliki Sertifikasi Penulis Buku Non-Fiksi dari BSNP RI. Penulis meraih penghargaan sebagai dosen dengan kinerja penelitian terbaik dari LLDIKTI Wilayah IV pada tahun 2022. Email Penulis: adityawardhana@telkomuniversity.ac.id.

BAB 13 | SURAT LAMARAN KERJA DAN RESUME

Carly Stiana Scheffer-Sumampouw, S.Sos., MComn.
Universitas Pelita Harapan

A. Pendahuluan

Surat adalah alat atau medium untuk individu dapat berkomunikasi. Surat merupakan medium yang pada dasarnya tidak memerlukan listrik, karena surat ditulis diatas kertas putih (biasanya berukuran HVS atau A4). Akan tetapi, jika direnungkan kembali, surat tetap membutuhkan listrik (komputer) untuk menuliskan lalu mencetaknya diatas secarik kertas. Sedangkan, pembaca surat tidak membutuhkan listrik jika surat tersebut dicetak, namun tetap membutuhkan listrik atau perangkat elektronik lainnya jika surat itu harus dibaca melalui komputer ataupun telepon genggam. Surat juga bersifat antar pribadi, karena ia dikirimkan dari satu orang kepada satu orang lainnya. Namun, sekali lagi kemajuan teknologi dewasa ini, memungkinkan satu orang pengirim surat dapat langsung mengirimkannya kepada banyak orang (menggunakan fasilitas *mailing list* pada internet). Walaupun demikian, surat tetap dikategorikan sebagai medium cetak (bukan elektronik) dan medium komunikasi yang menghubungkan satu orang dengan satu orang lainnya (walau kemajuan teknologi sudah memungkinkan pengiriman surat dari satu orang kepada banyak orang). Surat juga masih dapat ditulis tangan walau itu hanya terjadi pada level personal, sementara pada level komunikasi bisnis surat haruslah diketik, sehingga dipastikan terbaca dan terkesan rapih, professional serta formal.

DAFTAR PUSTAKA

- CANVA, n.d. CV. [Online] Available at: www.canva.com [Accessed 09 March 2024].
- Jerry S. Wilson, I. B., 2008. *Managing Brand YOU*. s.l.:Amacom.
- Kaczmarek, K., 2012. *Business Communication, Building Critical Skills, Sixth Edition*. 6 ed. s.l.:McGraw International.
- Permana, I., 2012. *Brand Is Like A Donut*. Jakarta: BIP.
- Sue C. Camp, M. L. S., 2019. *College English and Business Communication, Eleventh Edition*. 11 ed. New York: McGraw Hill Education.

TENTANG PENULIS



**Carly Stiana Scheffer-Sumampouw, S.Sos.,
MComn.**

Universitas Pelita Harapan

Setelah 8 tahun pengalaman mengajar penuh waktu di universitas ini ditambah sebelumnya 7 tahun bekerja sebagai dosen paruh waktu di Universitas Pelita Harapan, saya akhirnya memfokuskan penelitian dan pelayanan komunitas saya pada media digital dan komunikasi. Digital bukan hanya kata yang ditambahkan di depan kata lain tetapi itu adalah keniscayaan. Bahkan menjadi agenda prioritas presidensi Indonesia atas inisiatif G20 yang disebut transformasi digital. Sejak 2017, Kementerian Informasi dan Komunikasi Indonesia memiliki agenda untuk mengubah kota dan kabupaten menjadi kota pintar.

Kota pintar berupaya mengubah kota dan komunitas secara digital. Sebelumnya, saya menyebutkan bahwa smart branding adalah salah satu pilar *smart city* menurut pemerintah kita. Jadi, konsep smart city saling terkait dengan konsep *city branding* yang menjadi fokus penelitian saya sejak tahun 2020. Pada tahun 2022, kami telah melakukan penelitian di Sulawesi Utara, dan sebelumnya, kami melakukan penelitian di Sulawesi Tengah yang bertopik smart city branding-Palu Geopark City. Idenya adalah untuk mendukung Palu dengan membuat Museum Nalodo - Pusat Keberlanjutan. Museum Nalodo akan berfungsi sebagai tempat wisata di mana orang belajar dan menyebarkan informasi terutama tentang bencana alam dan perubahan iklim.

BAB 14 | WAWANCARA KERJA

Juwita Andriani, S.E., M.Ak.
Universitas Siber Muhammadiyah

A. Pendahuluan

Komunikasi adalah praktek fundamental yang tak terpisahkan dari kehidupan manusia. Sebagai makhluk sosial, manusia tak dapat menghindari pentingnya komunikasi dalam interaksi sehari-hari. Komunikasi memungkinkan individu untuk berinteraksi dan memahami satu sama lain. Ini merupakan proses yang memungkinkan pertukaran makna. Dalam konteks bisnis organisasional, komunikasi selalu menjadi elemen yang terlibat, seperti dalam rekrutmen tenaga kerja (Subari et al., 2022). Wawancara adalah aspek penting dari setiap proses penerimaan pegawai. Tahapan ini merupakan pintu masuk pertama ke dunia profesi bagi mereka yang baru saja lulus. Bagi para profesional berpengalaman yang sedang mencari peluang baru, wawancara merupakan tantangan penting dalam upaya memperluas pengalaman kerja. Dengan kata lain, sebelum memulai peran sebagai karyawan di suatu perusahaan atau lembaga, individu harus menjalani tahap wawancara kerja yang umumnya diadakan (Suraprajit, 2020). Proses wawancara kerja menjadi strategi krusial bagi perusahaan dalam mengevaluasi pelamar yang melamar. Aspek-aspek tertentu, terutama karakteristik pribadi yang ditampilkan secara verbal dan nonverbal, menjadi fokus perhatian pewawancara saat proses wawancara berlangsung. Wawancara kerja sendiri merupakan dialog antara dua pihak

DAFTAR PUSTAKA

- Aiello, G., & Parry, K. (2019). *Visual Communication: Understanding Images in Media Culture*. SAGE Publications.
- Asri, C. P. (2019). *Komunikasi Bisnis Untuk Mahasiswa dan Kalangan Umum*.
- Amaliah, D., Sariyatun, S., & Musaddad, A. A. (2018). Values of Pii Pesenggiri: Morality, Religiosity, Solidarity, and Tolerance. *International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding*, 5(5), 179. <https://doi.org/10.18415/ijmmu.v5i5.340>
- Baldwin, J., & Roberts, L. (2006). *Visual Communication: From Theory to Practice*. AVA Publishing.
- Bo Bergström. (2008). *Essentials of Visual Communication*. Laurence King Publishing.
- Bovée, C. L., & Thill, J. V. (2010). *Business communication essentials*. Pearson Education India.
- Dorothy Rouly, H. Pandjaitan, & Driya Wiryawan (2016). komunikasi Bisnis. In *Business and Communication* (Issue March).
- Freiberger, P. (2014). *The Essential Guide to Interviewing: Everything You Need to Know to Really Ace the Interview*.
- Fry, R. (2016). *101 Smart Questions to Ask on Your Interview*
- Griffin, R. W., & Ebert, R. J. (2008). *Bisnis, edisi 8, jilid 1*. Erlangga.
- Guffey, M. E., & Loewy, D. (2016). *Essentials of business communication*. Cengage Learning.
- Katz, B. (1994). Komunikasi Bisnis. In *Jakarta: PT Ikrar Abadi*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th Global Edition). England: Person Education Limited.
- Krishnan, I. A., Kanasan, M., Tailan, N. D., Sundram, P. G. P., & Kaur, K. (2022). Reviews on the Job Interview Approaches in

- Malaysia Context Isai. *Malaysian Journal of Social Sciences and Humanities* (MJSSH), 7(10).
<https://doi.org/10.47405/mjssh.v7i10.1901>
- Lesikar, R. V., Pettit, J. D., & Flatley, M. E. (2012). *Basic business communication* (9th ed.). Irwin Burr Ridge, IL.
- Lesokar, R. V., & Flatley, M. E. (2002). *Basic business communication: skills for empowering the internet generation*. McGraw-Hill/Irwin, Boston.
- Locker, K. O., & Kaczmarek, S. K. (2014). *Business communication: Building critical skills*. McGraw-Hill.
- Mansyur, A. R. (2020). Dampak COVID-19 Terhadap Dinamika Pembelajaran Di Indonesia. *Education and Learning Journal*, Vol. 1, No, 113–123.
- Nathan J. Gordon, William L. Fleisher, Gregory L. Adams. (2020). *Effective Interviewing and Interrogation Techniques*.
- Page, J. T., & Duffy, M. (2021). *Visual Communication: Insights and Strategies*. Wiley.
- Patriana, E. (2014). Komunikasi Interpersonal Yang Berlangsung Di Bapas Surakarta. *Journal of Rural and Development*, 5(2), 203–214.
- Sanaky, H. (2009). *Media Pembelajaran*. Safiria Insania Press.
- Schudlik, K., Reinhard, M. A., & Müller, P. (2020). Prepared to fake? The relationship between applicants' job interview preparation and faking. *International Journal of Selection and Assessment*, 29(1), 29–54. <https://doi.org/10.1111/ijsa.12317>
- Serpil Kir (Ed.). (2019). *New Media and Visual Communication in Social Networks*. IGI Global.
- Subari, I., Windriani, D., Mahrunnisya, D., Hanum, I., & Anjelyna, A. (2022). Pelatihan Komunikasi Bisnis Tentang English Job Interview Pada Siswa SMK Muhammadiyah 2 Bandar Lampung Imam. *Adiguna: Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 7(2), 301–308.

- Suraprajit, P. (2020). Job interview: An analysis of communication strategies used by thai prospective employees. *Theory and Practice in Language Studies*, 10(9), 1025–1031. <https://doi.org/10.17507/tpls.1009.03>
- Tinarbuko, S. (2015). *DEKAVE: Desain Komunikasi Visual Penanda Zaman Masyarakat Global*. Center for Academic Publishing Service.
- Utoyo, A. W., Aprilia, H. D., Kuntjoro, R. A. D. R. I., & Kurniawan-Jakti, A. (2021). Visual communication analysis the effect of signs and colors on traffic safety in Jakarta. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 729(1). <https://doi.org/10.1088/1755-1315/729/1/012087>
- Vedeler, J. S. (2022). How is disability addressed in a job interview? *Disability and Society*, 0(0), 1–20. <https://doi.org/10.1080/09687599.2022.2162860>
- Wijayanti, F. I., Djatmika, Sumarlam, & Sawardi, F. (2022). Commissive Speech Act in Job Interview: How Applicants Depict Good Leader Characters in Response to Situational Questions. *The Second International Conference on Communication, Language, Literature and Culture (ICCoLLiC)*, 6(1), 1–17. <https://doi.org/10.20961/ijssacs.v6i1.69931>
- Williams, R., & Newton, J. (2009). *Visual Communication: Integrating Media, Art, and Science*. Taylor & Francis

TENTANG PENULIS



Juwita Andriani, S.E., M.Ak.

Universitas Siber Muhammadiyah

Penulis lahir di kota Bangka Belitung, anak kedua dari dua bersaudara, lahir di Bangka Belitung dan kini merintis karir di tanah rantau yaitu kota Yogyakarta. Penulis menempuh Pendidikan SD, SMP, dan SMA di Bangka Belitung. Penulis melanjutkan pendidikan Program Sarjana dan Pascasarjana di Yogyakarta dan lulus dengan Predikat *Cumlaude*. Penulis sekarang bekerja sebagai dosen tetap program studi Akuntansi di Universitas Siber Muhammadiyah. Selain aktif mengajar, penulis aktif menulis buku dan berbagai penelitian, dan aktif lain-lain. Motivasi penulis dalam buku ini yaitu untuk mendidik atau memberikan wawasan kepada pembaca terkait pentingnya berkomunikasi dalam bisnis.



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 : EC00202439451, 18 Mei 2024

Pencipta
Nama : **Ilman Ansori, Nugrahini Kusumawati dkk**
Alamat : Kp. Cilangen, RT 001 RW 002, Desa Kiarajungkung, Kecamatan Sukahening, Kabupaten Tasikmalaya, Jawa Barat, 46155, Sukahening, Tasikmalaya, Jawa Barat, 46155

Kewarganegaraan : Indonesia

Pemegang Hak Cipta
Nama : **Ilman Ansori, Nugrahini Kusumawati dkk**
Alamat : Kp. Cilangen, RT 001 RW 002, Desa Kiarajungkung, Kecamatan Sukahening, Kabupaten Tasikmalaya, Jawa Barat, 46155, Sukahening, Tasikmalaya, Jawa Barat, 46155

Kewarganegaraan : Indonesia

Jenis Ciptaan : **Buku**
Judul Ciptaan : **Komunikasi Bisnis**
Tanggal dan tempat diumumkan untuk pertama kali di wilayah Indonesia atau di luar wilayah Indonesia : 13 Mei 2024, 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 : 000614807

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 JENDERAL KEKAYAAN INTELEKTUAL
u.b.

Direktur Hak Cipta dan Desain Industri

IGNATIUS M.T. SILALAH
NIP. 196812301996031001

Disclaimer:

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