

KONTRAK PERKULIAHAN

I. MANFAAT MATA KULIAH

Sesuai dengan sifat ilmu komunikasi yang multidisiplin, kegiatan komunikasi bisnis merupakan praktik komunikasi yang memanfaatkan informasi dari disiplin lain di luar ilmu komunikasi seperti ilmu ekonomi, psikologi, sosiologi dan ilmu bahasa. Manfaat mengikuti mata kuliah ini agar mahasiswa memiliki pemahaman dan kemampuan tentang berbagai konsep dasar, fungsi dan peran komunikasi dalam kegiatan bisnis. Disamping itu, mahasiswa diharapkan mampu menganalisa dan menafsirkan informasi untuk kepentingan bisnis dan mampu merancang, mempersiapkan dan menyusun pesan-pesan untuk kegiatan komunikasi bisnis, baik komunikasi internal maupun eksternal, dan menggunakan media/teknologi komunikasi dalam kegiatan-kegiatan komunikasi bisnis.

II. DESKRIPSI PERKULIAHAN

Mata kuliah Komunikasi Bisnis pada dasarnya merupakan mata kuliah praktis. Semakin hari semakin disadari pentingnya kegiatan komunikasi bisnis dalam kegiatan bisnis modern. Komunikasi tersebut dilakukan untuk mencapai tujuan-tujuan organisasi/lembaga bisnis. Komunikasi bisnis mencakup berbagai hal yang berkaitan dengan komunikasi baik secara lisan atau tulisan dalam dunia bisnis. Disamping penjelasan tentang hakikat; definisi; dan konteks komunikasi dan prinsip-prinsip dasar berkomunikasi, materi komunikasi bisnis juga mencakup proses penulisan, pelaporan, serta keberhasilan berkomunikasi melalui pemanfaatan berbagai media komunikasi yang ada saat ini.

III. TUJUAN INSTRUKSIONAL

Setelah mengikuti mata kuliah ini, mahasiswa diharapkan memiliki kemampuan :

- ✚ Mendeskripsikan konsep, teori, prosedur, dan prinsip-prinsip yang mendasari komunikasi bisnis.
- ✚ Mendeskripsikan konsep dasar, fungsi dan peran komunikasi dalam kegiatan bisnis
- ✚ Menganalisis dan menafsirkan informasi untuk kepentingan bisnis
- ✚ Merancang, mempersiapkan dan menyusun pesan-pesan untuk kegiatan komunikasi bisnis, baik komunikasi internal maupun eksternal.
- ✚ Memanfaatkan berbagai media komunikasi untuk kepentingan bisnis

IV. STRATEGI PERKULIAHAN

Metode perkuliahan ini lebih banyak dalam bentuk tanya jawab, diskusi, dan pemberian tugas. Dengan demikian diharapkan mahasiswa aktif dalam perkuliahan. Untuk setiap perkuliahan dosen memberikan penjelasan singkat pada setiap awal pertemuan untuk memberikan latar belakang dan kerangka berpikir bagi mahasiswa tentang materi yang akan dibahas dan selanjutnya mahasiswa diharapkan mampu menganalisa, berargumentasi dan berpartisipasi dalam setiap materi yang diajarkan.

V. MATERI / BACAAN PERKULIAHAN

Literatur/bacaan pokok dalam perkuliahan ini adalah:

1. Bovee, Courtland L. dan Jhon V. Thill, 1989, *Business Communication Today*, New York : McGrawHill, 1989.
2. Curtis, [Dan B., James J. Floyd., Jerry L. Winsor.](#) *Komunikasi Bisnis dan Profesional* Cetakan : IV, [Remaja Rosdakarya](#). Bandung. Mei 2000
3. Effendi, Onong Uchjana. Prof.,Drs.,M.A., *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktik*. Remaja Karya Bandung. 1986
4. _____., *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Citra Aditya Bakti Bandung. 2003
5. Machfoedz, Mahmud. *Dasar-dasar Komunikasi Bisnis* ed. 1 cet. 1. UPP AMP YKDN. Yogyakarta. 2002.
6. Mulyana, Deddy. Prof. H. M.A., Ph.D. *Ilmu Komunikasi : Suatu Pengantar*. PT. Remaja Rosdakarya Bandung. 2007
7. Purwanto, Djoko. Drs., MBA., *Komunikasi Bisnis*: Erlangga. Jakarta 2003.
8. Sendjaja, Sasa Djuarsa., *Materi Pokok Pengantar Komunikasi IKOM4130* --cet. 6.-- Universitas Terbuka Jakarta. 2003
9. Subarna, Tatang., *Materi Pokok Komunikasi Bisnis SKOM4432*-- cet. 6. -- Universitas Terbuka. Jakarta. 2003
10. Sutojo, Siswanto dan Michael Setiawan., *Komunikasi Bisnis yang Efektif* ., PT. Damar Mulia Pustaka Jakarta 2003

VI. TUGAS

Untuk melengkapi kegiatan perkuliahan, mahasiswa diberi tugas-tugas , baik tugas individu maupun kelompok.

a). Tugas Individual

Secara individual tiap mahasiswa akan diberi tugas dalam setiap pokok bahasan yang disampaikan.

b). Tugas kelompok

Tugas kelompok dilakukan di dalam kelas dengan tujuan melatih kebiasaan/kemampuan mahasiswa untuk mempresentasikan, diskusi dan bekerjasama dalam kelompok

VII. KRITERIA PENILAIAN

Penilaian akan dilakukan oleh pengajar dengan menggunakan kriteria sebagai berikut:

Nilai	Point	Range
A	4	85 – 100
B	3	70 – 84
C	2	55 – 69
D	1	50 – 54
E	0	≤ 49

Dalam menentukan nilai akhir akan digunakan pembobotan sebagai berikut:

presentasi (25%)

tugas (15%)

ujian mid (25%)

ujian akhir (35%)

VIII. JADWAL PERKULIAHAN

Pertemuan ke:	Topik Bahasan	Daftar Pustaka
I dan II	<p>Kuliah Pertama:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Penjelasan umum kontrak perkuliahan dan materi secara keseluruhan 2. Perkenalan setiap mahasiswa <p>Ruang lingkup komunikasi dan komunikasi bisnis :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Hakikat, definisi dan konteks Komunikasi 2. Prinsip-prinsip dasar berkomunikasi 3. Pengertian-pengertian Komunikasi Bisnis 	Buku 3, 4, 5, 6, 7, 8 & 9
III	<p>konsep-konsep dasar komunikasi Bisnis :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Konsep-konsep dasar komunikasi yang diaplikasikan dalam kegiatan bisnis 2. Variabel-variabel dalam komunikasi bisnis 3. Komunikasi dalam manajemen bisnis 4. Proses komunikasi dalam kegiatan komunikasi bisnis. 	Buku 1, 5, 7 dan 9
IV	<p>Keberhasilan komunikasi dalam organisasi :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Hubungan Komunikasi dalam Organisasi 2. Pola Komunikasi dalam organisasi 3. Cara mengelola komunikasi 4. Cara meningkatkan keterampilan komunikasi 	Buku 1, 2 dan 7
V	<p>Fungsi Komunikasi Internal dan eksternal dalam Komunikasi Bisnis :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Komunikasi internal dan eksternal dalam komunikasi bisnis 2. Fungsi-fungsi komunikasi dalam komunikasi bisnis 3. Analisis khalayak Komunikasi Bisnis 	Buku 3, 7, 9 dan 10
VI	<p>Langkah-langkah dalam melakukan perencanaan pesan-pesan bisnis :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pemahaman proses komposisi 2. Penentuan tujuan 3. Analisis audiens 4. Seleksi saluran dan media komunikasi 	Buku 1, 2, 7, 9 dan 10
VII	<p>Pengorganisasian pesan-pesan bisnis :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Hal-hal yang menyebabkan pesan-pesan tak terorganisasi dengan baik 2. Pentingnya pengorganisasian yang baik 3. Pengorganisasian pesan-pesan melalui outline 	Buku 1, 2, 7, 9 dan 10
Ujian tengah semester		
VIII	<p>revisi (perbaikan) terhadap pesan-pesan bisnis :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Keterampilan Merevisi 2. Pemilihan Kata Yang Tepat 3. Cara Membuat Kalimat Efektif 	Buku 1, 2, 7, 9 dan 10

IX, X dan XI	<p>penggunaan alat/media komunikasi modern dalam hubungannya dengan kegiatan komunikasi bisnis :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Arti penting teknologi komputer 2. Komponen dasar komputer 3. Hambatan komunikasi dalam memanfaatkan komputer 4. Cd-rom dan komunikasi bisnis 5. Aplikasi cd-rom dalam bisnis 6. Cd-rom based training program 7. Internet 	Buku 1, 5 dan 7
XII	<p>Penulisan Laporan Bisnis :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Arti dan penggolongan laporan bisnis 2. Persiapan sebelum menulis laporan bisnis 3. Bagian pokok laporan bisnis 4. Organisasi tubuh laporan bisnis 	Buku 1, 2, 7, 9 dan 10
XIII dan XIV	<p>Presentasi Bisnis :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pengertian Presentasi Bisnis 2. Tipe-tipe Presentasi Bisnis 3. Proposisi Tentang Presentasi 4. Tahap-Tahap Presentasi 	Buku 1, 2, 7, 9 dan 10
UJIAN SEMESTER		

Gorontalo, 2013

Dosen Mata Kuliah

Zulaeha Laisa, S.Sos., M.Si
NIP. 19731214 200312 2001