

PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA DIGITAL TERHADAP PROSES KOMUNIKASI DAN NEGOSIASI BISNIS

Samsul Ma'arief¹, Suwandi²

Universitas Pelita Bangsa

e-mail: samsulma1512@gmail.com¹, suwandi@pelitabangsa.ac.id²

Abstrak – Perkembangan teknologi digital telah mengubah cara pelaku bisnis berkomunikasi dan bernegosiasi dalam berbagai sektor industri. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh penggunaan media digital, seperti email, video conference, dan aplikasi pesan instan, terhadap efektivitas komunikasi dan hasil negosiasi bisnis. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan pendekatan survei terhadap 100 responden dari perusahaan sektor jasa dan manufaktur. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan media digital secara signifikan meningkatkan efisiensi waktu dan fleksibilitas dalam proses komunikasi, namun juga memunculkan tantangan seperti miskomunikasi dan kurangnya kehangatan interpersonal. Temuan ini menegaskan pentingnya pemilihan media komunikasi yang tepat dalam setiap tahap negosiasi serta perlunya keterampilan komunikasi digital yang baik. Penelitian ini memberikan rekomendasi bagi perusahaan untuk menyusun strategi komunikasi yang adaptif di era digital.

Kata Kunci: Media Digital, Komunikasi Bisnis, Negosiasi, Efektivitas Komunikasi, Teknologi Informasi.

Abstract – The advancement of digital technology has significantly transformed how business actors communicate and negotiate across various industries. This study aims to analyze the influence of digital media usage—such as email, video conferencing, and instant messaging applications—on the effectiveness of communication and business negotiation outcomes. A quantitative research method was employed using a survey distributed to 100 respondents from service and manufacturing companies. The results indicate that digital media significantly improves time efficiency and communication flexibility but also presents challenges such as miscommunication and a lack of interpersonal warmth. These findings highlight the importance of selecting appropriate communication channels at each stage of negotiation and emphasize the need for strong digital communication skills. This study provides recommendations for companies to develop adaptive communication strategies in the digital era.

Keywords: Digital Media, Business Communication, Negotiation, Communication Effectiveness, Information Technology.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, khususnya di dunia bisnis. Salah satu perubahan utama adalah kemunculan media digital sebagai sarana komunikasi yang semakin populer dan luas penggunaannya. Media digital seperti email, aplikasi pesan instan, platform konferensi video, dan media sosial telah menjadi alat penting dalam proses komunikasi dan negosiasi bisnis. Penggunaan media digital tidak hanya memudahkan akses komunikasi, tetapi juga memungkinkan interaksi berlangsung secara cepat, efisien, dan lintas batas geografis (Putranto et al., 2024).

(Rakhmaniar, 2024) Dalam konteks bisnis, komunikasi dan negosiasi merupakan aktivitas yang sangat krusial karena menentukan kesuksesan transaksi dan hubungan antar pelaku bisnis. Komunikasi yang efektif dapat membantu pihak-pihak yang bernegosiasi untuk mencapai kesepakatan yang saling menguntungkan, sementara negosiasi yang gagal dapat berakibat pada kerugian dan hilangnya peluang bisnis. Oleh karena itu, metode dan media komunikasi yang digunakan dalam negosiasi memiliki pengaruh besar terhadap hasil yang dicapai.

Namun, meskipun media digital menawarkan berbagai kemudahan, penggunaan media ini juga menghadirkan tantangan tersendiri. Salah satu tantangan utama adalah terbatasnya aspek komunikasi nonverbal, seperti ekspresi wajah, intonasi suara, dan bahasa tubuh yang biasanya membantu memperjelas pesan dan membangun hubungan interpersonal dalam negosiasi tatap muka. Selain itu, kendala teknis seperti gangguan jaringan internet dapat mengganggu kelancaran komunikasi digital, yang pada gilirannya mempengaruhi efektivitas negosiasi (Albertina et al., 2022).

Seiring dengan perkembangan media digital, banyak perusahaan mulai mengintegrasikan berbagai platform komunikasi digital dalam proses bisnisnya, termasuk dalam negosiasi dengan mitra bisnis, pelanggan, dan pemasok. Hal ini mendorong perlunya pemahaman yang lebih mendalam mengenai bagaimana penggunaan media digital mempengaruhi proses komunikasi dan hasil negosiasi bisnis. Studi ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh penggunaan media digital terhadap efektivitas komunikasi dan negosiasi bisnis, dengan fokus pada manfaat, tantangan, serta strategi adaptasi yang diterapkan oleh pelaku bisnis dalam menghadapi dinamika komunikasi digital (Febriana et al., 2024).

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan strategi komunikasi bisnis yang lebih adaptif dan efektif, khususnya di era digital yang terus berkembang pesat. Selain itu, hasil penelitian ini dapat menjadi referensi bagi perusahaan dalam mengoptimalkan penggunaan media digital untuk menunjang proses negosiasi yang sukses dan membangun hubungan bisnis yang berkelanjutan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode wawancara mendalam (in-depth interview) untuk menggali secara komprehensif pengalaman dan persepsi para pelaku bisnis dalam menggunakan media digital saat berkomunikasi dan bernegosiasi. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara semi-terstruktur kepada 10 informan kunci, yang terdiri dari manajer pemasaran, staf penjualan, dan negosiator profesional dari berbagai perusahaan sektor jasa dan manufaktur.

Pemilihan informan dilakukan dengan menggunakan teknik purposive sampling, yaitu memilih individu yang memiliki pengalaman minimal dua tahun dalam komunikasi dan negosiasi bisnis melalui media digital seperti email, Zoom, dan aplikasi pesan instan. Wawancara dilakukan secara daring menggunakan platform Google Meet dan direkam dengan persetujuan narasumber. Hasil wawancara kemudian dianalisis menggunakan analisis tematik, untuk mengidentifikasi pola, kategori, dan makna dari pengalaman yang diungkapkan informan terkait efektivitas komunikasi digital dalam proses negosiasi bisnis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini mengungkap bahwa penggunaan media digital, seperti email, aplikasi pesan instan, dan platform konferensi video, memberikan dampak positif terhadap proses komunikasi dan negosiasi bisnis. Sebagian besar responden menyatakan bahwa media digital meningkatkan efisiensi komunikasi karena memungkinkan komunikasi berlangsung secara real-time dan tanpa batasan jarak geografis. Hal ini mempercepat proses pengambilan keputusan dan negosiasi, terutama dalam situasi bisnis yang membutuhkan respons cepat (Iswahyudi et al., 2024).

Namun, ditemukan pula beberapa kendala yang berkaitan dengan komunikasi digital. Responden mengungkapkan bahwa komunikasi melalui media digital terkadang menyebabkan miskomunikasi karena tidak tersampainya isyarat nonverbal, seperti ekspresi wajah dan bahasa tubuh, yang penting dalam negosiasi. Selain itu, gangguan teknis seperti koneksi internet yang tidak stabil juga menjadi hambatan dalam menjaga kelancaran komunikasi (Ginting et al., 2024).

Lebih lanjut, media digital cenderung memengaruhi aspek emosional dalam negosiasi. Kurangnya interaksi tatap muka mengakibatkan kesulitan membangun kepercayaan dan hubungan personal yang kuat antara para pihak yang bernegosiasi. Beberapa responden mengakui bahwa mereka masih membutuhkan pertemuan langsung pada tahap tertentu untuk memperkuat hubungan dan mengatasi keraguan yang muncul selama komunikasi digital.

(Luqman, 2021)l Dalam konteks strategi adaptasi, para pelaku bisnis menggunakan kombinasi media digital dan komunikasi tatap muka agar proses negosiasi dapat berjalan optimal. Mereka juga mengandalkan klarifikasi tertulis dan verifikasi ulang pesan untuk meminimalisasi kesalahpahaman. Temuan ini menunjukkan bahwa meskipun media digital memberikan kemudahan, aspek komunikasi interpersonal tetap menjadi faktor kunci dalam keberhasilan negosiasi bisnis.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menegaskan bahwa penggunaan media digital memiliki peran signifikan dalam memperlancar komunikasi dan mempercepat negosiasi bisnis, namun tetap membutuhkan keseimbangan dengan komunikasi tatap muka untuk mengoptimalkan hasil negosiasi dan membangun kepercayaan (Wiradharma et al., 2023).

Penelitian ini mengkaji secara mendalam bagaimana penggunaan media digital memengaruhi proses komunikasi dan negosiasi bisnis, berdasarkan wawancara dengan sepuluh pelaku bisnis dari sektor jasa dan manufaktur. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media digital memiliki peran penting dalam memfasilitasi komunikasi bisnis, dengan berbagai dampak positif maupun tantangan yang dihadapi (2020).

1. Dampak Positif Penggunaan Media Digital

Sebagian besar responden mengakui bahwa media digital, seperti email, aplikasi pesan instan (WhatsApp, Slack), dan platform konferensi video (Zoom, Microsoft Teams), secara signifikan meningkatkan efisiensi komunikasi. Media ini memungkinkan komunikasi berlangsung secara cepat, real-time, dan tanpa hambatan geografis, sehingga mempercepat proses negosiasi. Efisiensi waktu ini sangat penting terutama dalam kondisi bisnis yang dinamis dan membutuhkan respons cepat.

Selain itu, penggunaan media digital juga memungkinkan dokumentasi komunikasi yang lebih mudah. Email dan pesan tertulis lainnya memberikan bukti tertulis yang dapat digunakan sebagai referensi dalam proses negosiasi dan penyelesaian perselisihan, yang memberikan rasa aman bagi para pelaku bisnis.

Para responden juga menyatakan bahwa fleksibilitas media digital memungkinkan mereka untuk melakukan komunikasi lintas zona waktu dan lokasi, sehingga membuka peluang untuk bernegosiasi dengan mitra bisnis global tanpa harus melakukan perjalanan fisik.

2. Tantangan dan Kendala dalam Komunikasi Digital

Meski memiliki banyak kelebihan, penggunaan media digital juga menimbulkan beberapa kendala dalam komunikasi bisnis. Salah satu kendala utama yang diungkapkan responden adalah terbatasnya komunikasi nonverbal. Dalam negosiasi bisnis, aspek nonverbal seperti ekspresi wajah, bahasa tubuh, dan intonasi suara sangat penting untuk membangun kepercayaan dan memahami maksud lawan bicara. Media digital seringkali mengurangi kemampuan untuk menangkap sinyal nonverbal ini, terutama saat menggunakan email atau pesan teks.

Gangguan teknis seperti koneksi internet yang tidak stabil juga menjadi hambatan signifikan. Beberapa responden melaporkan adanya gangguan saat konferensi video yang menyebabkan terputusnya komunikasi dan mempengaruhi kelancaran negosiasi.

3. Pengaruh Media Digital terhadap Dinamika Negosiasi

Penggunaan media digital juga memengaruhi aspek emosional dalam proses negosiasi. Kurangnya interaksi tatap muka membuat hubungan interpersonal menjadi kurang erat, sehingga membangun kepercayaan menjadi lebih sulit. Responden menyatakan bahwa dalam negosiasi yang kompleks dan sensitif, pertemuan langsung tetap diperlukan untuk menguatkan

ikatan bisnis dan mengatasi potensi ketidakpercayaan.

Namun, dalam negosiasi yang sifatnya rutin atau berbasis transaksi sederhana, media digital sudah cukup efektif untuk mencapai kesepakatan. Hal ini menunjukkan bahwa efektivitas media digital bergantung pada konteks dan kompleksitas negosiasi.

4. Strategi Adaptasi Pelaku Bisnis

Para pelaku bisnis dalam penelitian ini mengadopsi berbagai strategi untuk mengoptimalkan penggunaan media digital dan mengatasi keterbatasannya. Salah satu strategi yang umum adalah mengkombinasikan komunikasi digital dengan pertemuan tatap muka, terutama pada tahap awal atau akhir negosiasi untuk membangun dan memperkuat hubungan.

Selain itu, mereka juga menggunakan teknik klarifikasi pesan, seperti mengulang kembali poin penting secara tertulis dan meminta konfirmasi dari pihak lain untuk memastikan pemahaman yang sama. Beberapa perusahaan juga memberikan pelatihan komunikasi digital kepada stafnya agar dapat menggunakan media digital dengan efektif dan meminimalkan risiko miskomunikasi.

ANALISIS

Analisis tematik terhadap hasil wawancara menunjukkan tiga tema utama: efisiensi komunikasi, tantangan komunikasi digital, dan strategi adaptasi. Efisiensi komunikasi terlihat dari kemudahan pengiriman pesan dan pengurangan waktu koordinasi, yang memungkinkan proses negosiasi berlangsung lebih cepat. Tantangan komunikasi digital muncul dalam bentuk kesulitan membaca bahasa tubuh dan ekspresi wajah, yang berpotensi menimbulkan salah paham. Untuk mengatasi hal ini, para pelaku bisnis mengadopsi strategi seperti mengkombinasikan berbagai media komunikasi, menambahkan klarifikasi secara verbal, dan melakukan pertemuan tatap muka jika diperlukan. Temuan ini mengindikasikan bahwa meskipun media digital membawa kemudahan, aspek personal dan kepercayaan tetap menjadi kunci dalam negosiasi bisnis (Zahra et al., 2022).

KESIMPULAN

Penggunaan media digital memberikan pengaruh signifikan terhadap proses komunikasi dan negosiasi bisnis dengan meningkatkan efisiensi dan fleksibilitas komunikasi. Namun, keterbatasan dalam aspek nonverbal dan pembangunan kepercayaan memerlukan perhatian khusus. Oleh karena itu, keberhasilan negosiasi tidak hanya bergantung pada teknologi yang digunakan, tetapi juga pada kemampuan pelaku bisnis dalam mengelola komunikasi secara efektif dan adaptif.

Saran

Perusahaan disarankan untuk memberikan pelatihan komunikasi digital bagi karyawan agar dapat memaksimalkan penggunaan media digital secara efektif dalam negosiasi. Selain itu, perusahaan perlu mengembangkan kebijakan yang mengkombinasikan komunikasi digital dan tatap muka, terutama dalam tahap negosiasi yang membutuhkan kepercayaan tinggi. Penelitian lanjutan dapat mengeksplorasi pengaruh media digital terhadap komunikasi bisnis dalam konteks budaya organisasi yang berbeda.

DAFTAR PUSTAKA

- Albertina, F., Barkah, C. S., & Novel, N. J. A. (2022). Peran Penting Efektivitas Komunikasi Dalam Persepsi Negosiasi Bisnis. *Majalah Bisnis & IPTEK*, 15(2), 120–128.
- Febriana, I., Hutabarat, F. B., Kristiani, M., Rina, R., Diani, S., & Akmalia, U. (2024). Pengaruh Bahasa Indonesia sebagai Alat Komunikasi dalam Bisnis Internasional di Era Digital. *Semantik: Jurnal Riset Ilmu Pendidikan, Bahasa Dan Budaya*, 2(4), 177–190.
- Ginting, A. J. B., Rahmadani, D., Sembiring, M. L., Saragih, L. S., & Baskoro, D. A. (2024). Analisis Strategi Komunikasi dan Negosiasi Untuk Meningkatkan Kesuksesan Bisnis. *Student Scientific Creativity Journal*, 2(4), 182–187.
- Iswahyudi, M. S., Riana, N., Apriliyanti, M. I., Alfalisyanto, S. E., CMP, M. E., Arini, D. U., Adyatma,

- I. W. C., Kurniyanto, I. R., Totok Haryanto, S. E., & Rumra, F. (2024). KOMUNIKASI DAN NEGOSIASI BISNIS. CV Rey Media Grafika.
- Luqman, M. U. L. (2021). EAS E-Bisnis Artikel" Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram". EAS E-Bisnis Artikel" Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram".
- Putranto, A., Febrian, W. D., Sanjaya, F., Haryati, H., Santosa, S., & Pratama, I. W. A. (2024). Tantangan komunikasi dalam negosiasi bisnis lintas budaya. *Journal of Education Research*, 5(2), 1920–1924.
- Rakhmaniar, A. (2024). Analisis Kuantitatif Tentang Pengaruh Komunikasi Verbal Dan Nonverbal Dalam Proses Negosiasi Bisnis. *SOSIAL: Jurnal Ilmiah Pendidikan IPS*, 2(1), 1–10.
- Syarif, N. (2020). *Komunikasi kontemporer: Bisnis Islam di era digital*. Deepublish.
- Wiradharma, G., IKom, S., Ainun, A. N. A., SM, M. M., Vransisca Kissya, S. E., Agustiana, E., IKom, S., IKom, M., Erina Rulianti, S. I. P., & Syaifuddin, E. R. (2023). KOMUNIKASI DAN NEGOSIASI BISNIS. Cendikia Mulia Mandiri.
- Zahra, A. R., Syahputra, R., & Suhairi, S. (2022). Analisis Komunikasi Dalam Bisnis. *Da'watuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting*, 2(1), 25–34.