

EFEKTIVITAS KOMUNIKASI BISNIS DALAM MENINGKATKAN KINERJA ORGANISASI DI ERA DIGITAL

Peby Monica¹

pebymonicashmbng1301@gmail.com¹

Shakila Natali²

shakilanatali.putri@gmail.com²

Tasya Novi Ardana³

tasya.novi2018@gmail.com³

Sherrindeep Kaur⁴

sherrindeepkaur@gmail.com⁴

^{1,2,3,4}Universitas Negeri Medan

ABSTRACT

This study aims to analyze the role of business communication in improving organizational performance in the digital era. The method used is a literature study from various national and international journals and a descriptive-qualitative approach. The results of the study indicate that effective business communication, both verbally and non-verbally, can improve team coordination, accelerate decision-making, and build harmonious working relationships. The development of information technology expands communication channels, such as the use of email, instant messaging applications, and digital collaborative platforms, which also increase work efficiency. Therefore, companies need to adapt to communication technology and equip employees with digital communication skills. This article is expected to be a reference for practitioners and academics in understanding the importance of business communication as a strategy to improve organizational performance.

Keywords: *Business Communication, Organizational Performance, Digital Era, Information Technology, Digital Communication.*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran komunikasi bisnis dalam meningkatkan kinerja organisasi di era digital. Metode yang digunakan adalah studi pustaka dari berbagai jurnal nasional dan internasional serta pendekatan deskriptif-kualitatif. Hasil kajian menunjukkan bahwa komunikasi bisnis yang efektif, baik secara verbal maupun non-verbal, mampu meningkatkan koordinasi tim, mempercepat pengambilan keputusan, dan membangun hubungan kerja yang harmonis. Perkembangan teknologi informasi memperluas saluran komunikasi, seperti penggunaan email, aplikasi pesan instan, dan platform kolaboratif digital, yang turut meningkatkan efisiensi kerja. Oleh karena itu, perusahaan perlu beradaptasi dengan teknologi komunikasi serta membekali karyawan dengan

keterampilan komunikasi digital. Artikel ini diharapkan menjadi referensi bagi praktisi dan akademisi dalam memahami pentingnya komunikasi bisnis sebagai strategi peningkatan kinerja organisasi.

Kata Kunci: Komunikasi Bisnis, Kinerja Organisasi, Era Digital, Teknologi Informasi, Komunikasi Digital.

PENDAHULUAN

Komunikasi bisnis merupakan komponen kunci dalam operasional organisasi, berperan penting dalam pertukaran informasi, pengambilan keputusan, dan pembangunan hubungan kerja. Di era digital saat ini, komunikasi tidak lagi hanya berlangsung secara tatap muka, tetapi juga melalui media digital yang semakin beragam dan dinamis. Tantangan globalisasi dan transformasi digital menuntut perusahaan untuk menyesuaikan gaya komunikasi agar tetap relevan dan kompetitif.

Perubahan pola komunikasi ini berpengaruh terhadap dinamika organisasi. Kesalahan komunikasi dapat berdampak pada penurunan produktivitas, konflik internal, bahkan kegagalan strategi bisnis. Sebaliknya, komunikasi yang efektif mampu meningkatkan efisiensi, mempercepat koordinasi, dan memperkuat budaya organisasi. Oleh karena itu, kajian ini bertujuan untuk memahami bagaimana efektivitas komunikasi bisnis memengaruhi kinerja organisasi, khususnya dalam konteks digitalisasi.

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan signifikan

dalam cara organisasi menjalankan komunikasi bisnis. Dalam konteks modern, komunikasi tidak lagi bergantung pada tatap muka atau media cetak, melainkan telah bertransformasi ke dalam bentuk digital yang lebih cepat, fleksibel, dan luas jangkauannya. Menurut Men (2014) dalam jurnal *Public Relations Review*, penggunaan media digital seperti email, media sosial, dan platform kolaboratif dapat meningkatkan kecepatan distribusi informasi serta membangun hubungan yang lebih terbuka antara karyawan dan manajemen. Transformasi ini menandai pentingnya literasi digital sebagai bagian dari kompetensi komunikasi bisnis masa kini.

Komunikasi digital dalam organisasi juga memainkan peran penting dalam membentuk persepsi dan keterlibatan karyawan. Verčič dan Vokić (2017) dalam *Journal of Business Research* menunjukkan bahwa komunikasi internal berbasis teknologi informasi yang dilakukan secara efektif dapat meningkatkan kepuasan kerja dan menciptakan iklim organisasi yang sehat. Selain itu, media digital memungkinkan komunikasi dua arah

yang lebih interaktif, sehingga karyawan merasa didengarkan dan lebih terlibat dalam proses pengambilan keputusan organisasi.

Namun, adopsi teknologi komunikasi digital juga menghadirkan tantangan baru, terutama terkait dengan overload informasi dan ketidakefektifan penyampaian pesan. Cardon dan Marshall (2015) dalam *Business and Professional Communication Quarterly* menyatakan bahwa meskipun media digital memfasilitasi komunikasi yang cepat, namun tanpa strategi komunikasi yang tepat, hal ini dapat menyebabkan kebingungan, miskomunikasi, hingga konflik antar departemen. Oleh karena itu, organisasi perlu mengembangkan pendekatan komunikasi yang strategis dan adaptif dalam menghadapi kompleksitas komunikasi digital.

Selain itu, pemanfaatan komunikasi digital dalam dunia bisnis turut memengaruhi hubungan eksternal organisasi, seperti hubungan dengan pelanggan, mitra, dan pemangku kepentingan lainnya. Menurut penelitian oleh Mishra, Boynton, dan Mishra (2014) dalam *Journal of Business Communication*, komunikasi digital yang transparan dan responsif dapat meningkatkan reputasi perusahaan serta membangun kepercayaan jangka panjang dengan publik. Oleh sebab itu, pemahaman terhadap komunikasi bisnis dalam era digital bukan hanya penting untuk efisiensi internal, tetapi juga menjadi kunci untuk menjaga daya saing di tengah pasar global yang dinamis.

KAJIAN PUSTAKA

Pentingnya Komunikasi Bisnis

Komunikasi bisnis merupakan proses pertukaran informasi dan makna antara individu atau kelompok dalam organisasi untuk mencapai tujuan bersama (Redding, 1972). Iklim komunikasi yang terbuka, penuh kepercayaan, dan melibatkan partisipasi aktif dinilai mampu meningkatkan efisiensi kerja dan keterlibatan karyawan. Bovee dan Thill (2017) menyatakan bahwa komunikasi yang efektif harus dilandasi prinsip etika seperti kejujuran, rasa hormat, dan tanggung jawab. Etika dalam komunikasi mendukung terciptanya hubungan kerja yang harmonis serta memperkuat kepercayaan di lingkungan organisasi.

Muslih (2020) menambahkan bahwa komunikasi yang jelas dan terarah berperan penting dalam membangun motivasi kerja, terutama di masa krisis seperti pandemi COVID-

19. Komunikasi yang baik membantu menjaga stabilitas organisasi dan semangat kerja karyawan.

Dengan demikian, komunikasi bisnis tidak hanya berfungsi sebagai media penyampaian informasi, tetapi juga sebagai alat strategis dalam membangun etos kerja dan mendukung pencapaian tujuan organisasi secara efektif.

Transformasi Komunikasi di Era Digital

Pada era digital, organisasi menghadapi pergeseran paradigma komunikasi dari tatap muka ke saluran digital seperti email, video conference, dan platform kolaborasi (Puspitasari & Aslan, 2024). Teknologi ini memungkinkan pertukaran informasi secara real-time lintas lokasi, mendukung fleksibilitas kerja, dan meningkatkan efisiensi operasional. Namun demikian, tantangan seperti overload informasi dan kesenjangan literasi digital tetap menjadi perhatian yang perlu dikelola dengan baik oleh organisasi.

Dalam konteks strategi komunikasi bisnis, Bahri, Wijaya, dan Santoso (2023) menyatakan bahwa perusahaan perlu menyesuaikan pendekatan komunikasi mereka dengan karakteristik konsumen digital. Pemanfaatan media sosial, pesan instan, dan email marketing secara terintegrasi terbukti mampu meningkatkan keterlibatan pelanggan, khususnya generasi muda yang menuntut komunikasi yang cepat dan interaktif. Oleh karena itu, organisasi dituntut untuk mampu memanfaatkan platform digital secara cerdas agar komunikasi tetap efektif dan relevan. Aulia (2024) menekankan peran penting kecerdasan buatan (AI) dalam memperkuat komunikasi digital, terutama dalam bidang pemasaran. AI memungkinkan personalisasi pesan berdasarkan data perilaku konsumen, otomatisasi komunikasi, serta analisis

respons secara lebih akurat. Inovasi ini tidak hanya meningkatkan efektivitas komunikasi, tetapi juga memperdalam hubungan antara organisasi dan konsumennya.

Dengan demikian, transformasi komunikasi di era digital menuntut organisasi untuk tidak hanya mengadopsi teknologi, tetapi juga mengembangkan strategi komunikasi yang adaptif dan berbasis data. Komunikasi digital kini menjadi bagian integral dari manajemen organisasi yang berfungsi bukan hanya sebagai alat penyampai pesan, tetapi juga sebagai penopang utama dalam pencapaian tujuan bisnis secara kompetitif.

Komunikasi Efektif dan Kinerja Organisasi

Komunikasi efektif dalam organisasi merupakan proses penyampaian pesan secara jelas, terbuka, dan saling dipahami, yang bertujuan mendukung pencapaian tujuan bersama. Grunig (1992), melalui Excellence Theory, menjelaskan bahwa komunikasi dua arah yang simetris dan strategis dapat meningkatkan efektivitas organisasi, memperkuat hubungan internal-eksternal, serta meminimalkan konflik yang berpotensi menurunkan kinerja.

Penelitian Najih (2017) menunjukkan bahwa efektivitas komunikasi pimpinan berkontribusi signifikan terhadap kinerja karyawan, dengan pengaruh sebesar 39,3%. Komunikasi yang terbuka dan konsisten

mendorong semangat kerja dan memperkuat koordinasi tim. Hal ini mempertegas bahwa komunikasi tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga menjadi alat manajerial dalam menggerakkan sumber daya manusia secara optimal. Temuan Nainggolan dan Kuntadi (2023) menunjukkan bahwa komunikasi yang baik, terutama di era digital, mampu meningkatkan produktivitas, kerja sama, dan inovasi. Penggunaan media digital seperti email dan platform kolaboratif mempercepat proses koordinasi dan mendukung fleksibilitas kerja.

Dengan demikian, komunikasi yang efektif menjadi elemen strategis dalam membangun budaya kerja yang produktif serta mendorong peningkatan kinerja organisasi secara menyeluruh.

Strategi Meningkatkan Efektivitas Komunikasi Bisnis

Efektivitas komunikasi bisnis sangat dipengaruhi oleh struktur dan perencanaan komunikasi yang terorganisir, yang memperlancar koordinasi, mempercepat pengambilan keputusan, dan meningkatkan kinerja karyawan (Wardani, 2023). Oleh karena itu, pengelolaan komunikasi yang sistematis menjadi kunci dalam membangun budaya organisasi yang terbuka dan kolaboratif. Salah satu strategi utama adalah penerapan komunikasi horizontal, yaitu komunikasi antar individu pada tingkat hierarki sejajar, yang mempercepat arus informasi dan memperkuat kerja sama

lintas tim serta hubungan eksternal perusahaan (Adelika et al., 2023). Selain itu, di era digital, strategi komunikasi harus adaptif terhadap teknologi dan perilaku pengguna dengan memanfaatkan media sosial, platform pesan instan, dan sistem komunikasi daring. Memahami karakteristik generasi digital menjadi penting agar strategi komunikasi lebih relevan dan efektif (Bahri et al., 2023).

Dengan demikian, kombinasi komunikasi horizontal, pemanfaatan teknologi digital, dan perencanaan komunikasi yang terstruktur secara sinergis meningkatkan efektivitas komunikasi bisnis dalam organisasi modern.

Contoh:

Komunikasi bisnis secara umum dipahami sebagai proses pertukaran informasi dan makna antar individu atau kelompok dalam konteks profesional untuk mencapai tujuan organisasi (Robbins & Coulter, 2020). Nugroho (2022) menekankan bahwa keberhasilan komunikasi sangat dipengaruhi oleh media yang digunakan serta kemampuan interpersonal pelakunya. Dalam era digital, konsep komunikasi mengalami perubahan signifikan karena hadirnya teknologi komunikasi berbasis internet seperti email, video conference, dan aplikasi kolaborasi (Dwidienawati et al., 2020).

Selain itu, Purwanto dan Suryanto (2021) dalam penelitiannya menunjukkan bahwa komunikasi

internal yang baik memiliki korelasi positif terhadap produktivitas dan loyalitas karyawan. Dengan demikian, pengelolaan komunikasi yang tepat dalam organisasi tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyampaian informasi, tetapi juga sebagai alat manajerial untuk menggerakkan sumber daya manusia secara efektif.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif berbasis studi pustaka. Data diperoleh melalui analisis terhadap artikel jurnal, buku akademik, dan laporan riset terpercaya yang membahas topik komunikasi bisnis, teknologi informasi, dan manajemen organisasi. Fokus utama adalah pada identifikasi hubungan antara komunikasi dan kinerja organisasi di era digital, serta strategi penerapan komunikasi digital yang efektif.

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Pentingnya Komunikasi Bisnis Komunikasi bisnis berperan dalam menyampaikan visi, misi, dan kebijakan perusahaan kepada seluruh elemen organisasi. Melalui komunikasi yang jelas, tujuan organisasi dapat dipahami dan dijalankan secara efektif oleh setiap individu. Komunikasi juga penting dalam membangun kepercayaan dan loyalitas karyawan, serta menjaga hubungan baik dengan pelanggan dan mitra bisnis.

Analisis literatur menunjukkan bahwa komunikasi bisnis yang jelas,

terbuka, dan beretika menjadi fondasi utama peningkatan kinerja organisasi. Redding (1972) mendefinisikan komunikasi bisnis sebagai proses pertukaran informasi dan makna antar-individu untuk mencapai tujuan bersama, di mana prinsip etika (kejujuran, rasa hormat, tanggung jawab) memperkuat kepercayaan dan keterlibatan karyawan.

Dalam konteks eksternal, komunikasi yang baik berkontribusi terhadap citra perusahaan di mata pelanggan dan mitra bisnis. Misalnya, layanan pelanggan yang responsif dan komunikasi pemasaran yang tepat sasaran dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dan memperkuat keunggulan kompetitif perusahaan (Kotler & Keller, 2019).

1. Transformasi Komunikasi di Era Digital Perkembangan teknologi informasi telah merevolusi cara organisasi berkomunikasi. Email, platform seperti Slack, Microsoft Teams, dan Zoom memungkinkan komunikasi real-time lintas lokasi. Hal ini mendukung model kerja jarak jauh dan kolaborasi antar departemen yang lebih fleksibel. Namun, tantangan tetap ada, seperti overload informasi dan kesenjangan literasi digital.

Menurut Puspitasari & Aslan (2024), adopsi komunikasi digital telah mempercepat alur kerja, terutama pada organisasi yang menerapkan sistem kerja hybrid atau remote. Namun demikian,

transformasi ini juga menimbulkan tantangan seperti:

- Information overload, yaitu karyawan menerima terlalu banyak pesan dari berbagai platform dalam waktu singkat
 - Kesenjangan literasi digital, terutama pada generasi yang tidak terbiasa menggunakan teknologi komunikasi modern.
 - Kurangnya sentuhan personal, yang dapat memengaruhi kualitas relasi antar anggota tim.
2. Komunikasi Efektif dan Kinerja Organisasi Komunikasi yang efektif terbukti meningkatkan produktivitas dan efisiensi kerja. Dalam organisasi yang komunikasinya lancar, proses kerja lebih terkoordinasi, konflik dapat diminimalisir, dan motivasi kerja meningkat. Selain itu, pemimpin yang memiliki kemampuan komunikasi yang baik cenderung lebih sukses dalam mengelola tim dan mencapai target organisasi. Temuan Nainggolan & Kuntadi (2023) menunjukkan bahwa kombinasi komunikasi tatap muka dan digital meningkatkan produktivitas dan inovasi, karena saluran digital mempercepat arus informasi sementara interaksi langsung menjaga kedalaman makna pesan.

Studi lain oleh Dwidienawati et al. (2020) menunjukkan bahwa komunikasi efektif juga meningkatkan employee engagement dan job satisfaction, yang pada akhirnya berpengaruh positif terhadap hasil kinerja tim dan pencapaian tujuan organisasi.

3. Strategi Meningkatkan Efektivitas Komunikasi Bisnis Beberapa strategi yang dapat diterapkan antara lain: pelatihan komunikasi digital untuk karyawan, penggunaan sistem manajemen informasi yang terintegrasi, penetapan etika komunikasi digital, dan penguatan komunikasi interpersonal di tengah penggunaan media digital. Penerapan strategi ini harus disesuaikan dengan budaya organisasi dan kebutuhan komunikasi masing-masing tim. Efektivitas komunikasi bisnis dapat ditingkatkan melalui tiga strategi utama. Pertama, pelatihan komunikasi dan literasi digital membantu karyawan memahami dan menggunakan media komunikasi secara optimal. Kedua, mendorong komunikasi horizontal mempercepat arus informasi dan meningkatkan kerja sama antar bagian. Ketiga, pemanfaatan teknologi seperti AI dan data analytics memungkinkan analisis pola komunikasi untuk meningkatkan akurasi dan efisiensi penyampaian pesan. Ketiga strategi

ini penting untuk menciptakan komunikasi yang adaptif dan mendukung kinerja organisasi.

SIMPULAN

Komunikasi bisnis yang efektif menjadi faktor krusial dalam meningkatkan kinerja organisasi, terutama di era digital yang sarat dengan perubahan teknologi. Dengan mengintegrasikan teknologi informasi ke dalam sistem komunikasi internal dan eksternal, organisasi dapat menciptakan lingkungan kerja yang kolaboratif, produktif, dan adaptif. Diperlukan komitmen organisasi dalam membangun budaya komunikasi yang terbuka, serta investasi pada pelatihan dan infrastruktur komunikasi digital.

Di era digital, pemanfaatan teknologi informasi, seperti media sosial, email, dan platform kolaboratif, dapat meningkatkan fleksibilitas dan efisiensi komunikasi lintas tim dan lintas lokasi. Namun, adaptasi terhadap teknologi harus diimbangi dengan pelatihan dan pengembangan keterampilan komunikasi digital bagi seluruh sumber daya manusia.

Diperlukan pula strategi komunikasi yang berbasis data, etika, dan partisipatif untuk memastikan keterlibatan seluruh elemen organisasi. Ke depan, integrasi teknologi seperti kecerdasan buatan dan analitik komunikasi dapat menjadi penopang utama dalam menciptakan komunikasi bisnis yang efektif, responsif, dan relevan

dalam mencapai keunggulan kompetitif organisasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Owusu-Kyei, M., Kong, Y., Akomeah, M. O., & Afriyie, S. O. (2022). Impact of Digital Marketing Communication on Organizational Growth. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 12(12), 1460 - 1492.
- Ananyi, Solomon & Ololube, Nwachukwu Prince. (2023). A COMPARATIVE ANALYSIS OF THE DIFFERENCES BETWEEN LEADERSHIP AND MANAGEMENT. 5. 327- 344.
- Nugroho, R. (2022). Strategi Komunikasi Bisnis di Era Digital. *Jurnal Komunikasi Profesional*, 5(2), 45-53.
- Cardon, P. W., & Marshall, B. (2015). The hype and reality of social media use for work collaboration and team communication. *Business and Professional Communication Quarterly*, 78(1), 115-139. <https://doi.org/10.1177/2329490614558701>
- Men, L. R. (2014). Strategic internal communication: Transformational leadership, communication channels, and employee satisfaction. *Public Relations Review*, 40(2), 264-276. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2013.10.001>
- Verčič, A. T., & Vokić, N. P. (2017). Engaging employees through internal communication.

Journal of Business Research, 70, 1–8.
<https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2016.11.003>

Mishra, K., Boynton, L., & Mishra, A. (2014). Driving employee engagement: The expanded role of internal communications. *International Journal of Business Communication*, 51(2), 183–202. <https://doi.org/10.1177/2329488414525399>

Verčič, A. T., Verčič, D., & Sriramesh, K. (2012). Internal communication: Definition, parameters, and the future. *Public Relations Review*, 38(2), 223–230. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2011.12.019>