



Pengaruh Pola Komunikasi Intrapersonal terhadap Efektivitas Negosiasi dalam Lingkungan Bisnis

Ardy Akbar Pratama¹, Amanda Putri², Anisa Shelomitha Br Berutu³,
Jordi Fahrezi⁴, Nabila Assuhaila⁵, Nazwa Pasya⁶, Surya Alfi Rozi Siregar⁷

¹⁻⁷ Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Indonesia

Jl. Lapangan Golf Tuntungan, Pancur Batu, Deliserdang

Email : ardy0603223090@uinsu.ac.id¹, putryyamandaa@gmail.com²,

anisashelomithab@gmail.com³, fahrezijordi@gmail.com⁴, nabilaassuhaila@gmail.com⁵,

npasya06@gmail.com⁶, suryaalfirozi@gmail.com⁷

Abstract. *This study explores the influence of intrapersonal communication patterns on negotiation effectiveness in business environments. Intrapersonal communication, such as self-talk and self-reflection, plays a vital role in emotional regulation and strategic decision-making during negotiations. Using a literature review method, this research analyzes relevant studies to construct a solid theoretical foundation. The findings indicate that managing internal communication enhances confidence, composure, and decision-making accuracy in business negotiations.*

Keywords: *Intrapersonal Communication, Negotiation, Effectiveness, Business, Literature Review*

Abstrak. Penelitian ini membahas pengaruh pola komunikasi intrapersonal terhadap efektivitas negosiasi dalam lingkungan bisnis. Komunikasi intrapersonal, seperti self-talk dan refleksi diri, diyakini memainkan peran penting dalam mengelola emosi dan strategi komunikasi saat bernegosiasi. Dengan menggunakan metode studi pustaka, penelitian ini menganalisis literatur terkait untuk membangun kerangka teoritis yang kuat. Hasil kajian menunjukkan bahwa kemampuan mengelola komunikasi internal dapat meningkatkan kepercayaan diri, ketenangan, dan ketepatan pengambilan keputusan dalam proses negosiasi bisnis.

Kata Kunci: Komunikasi Intrapersonal, Negosiasi, Efektivitas, Bisnis, Studi Pustaka

1. LATAR BELAKANG

Dalam dunia bisnis yang semakin kompleks dan kompetitif, kemampuan untuk melakukan negosiasi yang efektif menjadi salah satu keterampilan kunci yang menentukan keberhasilan individu maupun organisasi. Negosiasi tidak hanya melibatkan keterampilan komunikasi interpersonal, tetapi juga dipengaruhi oleh proses komunikasi intrapersonal yang terjadi dalam diri individu. Komunikasi intrapersonal, yaitu proses berpikir, merenung, dan berdialog dengan diri sendiri, memiliki peran penting dalam membentuk sikap, persepsi, dan strategi yang digunakan dalam interaksi negosiasi.

Beberapa penelitian sebelumnya lebih menekankan pada aspek eksternal dalam negosiasi, seperti teknik persuasi, strategi tawar-menawar, dan kemampuan interpersonal. Namun, kajian tentang bagaimana komunikasi intrapersonal memengaruhi efektivitas negosiasi masih relatif terbatas. Padahal, proses internal seperti self-talk, evaluasi diri, dan pengelolaan emosi dapat memengaruhi cara individu mengambil keputusan, menilai lawan bicara, dan merespons dinamika yang terjadi selama negosiasi berlangsung. Pemahaman yang

lebih mendalam mengenai komunikasi intrapersonal dapat membantu pelaku bisnis meningkatkan efektivitas negosiasi mereka dengan lebih holistik.

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk memahami keterkaitan antara komunikasi intrapersonal dengan efektivitas negosiasi dalam dunia bisnis. Fokus utama penelitian ini adalah mengidentifikasi pola komunikasi intrapersonal yang umum dimiliki oleh pelaku bisnis serta menganalisis sejauh mana pola tersebut berpengaruh terhadap keberhasilan dalam bernegosiasi. Selain itu, penelitian ini ingin mengeksplorasi apakah terdapat hubungan yang signifikan antara komunikasi intrapersonal yang bersifat positif dengan pencapaian hasil negosiasi yang lebih efektif dan menguntungkan.

Melalui kajian ini, diharapkan dapat diperoleh pemahaman yang lebih holistik tentang bagaimana proses berpikir dan dialog internal seseorang berkontribusi terhadap interaksi eksternal dalam negosiasi bisnis. Dengan memahami pola komunikasi intrapersonal secara lebih mendalam, pelaku bisnis dapat mengembangkan strategi negosiasi yang lebih optimal, meningkatkan keterampilan komunikasi mereka, serta mencapai hasil yang lebih produktif dalam setiap interaksi bisnis.

2. KAJIAN TEORITIS

Komunikasi Intrapersonal dalam Perspektif Ilmiah

Komunikasi intrapersonal adalah proses komunikasi yang terjadi dalam diri individu, melibatkan pikiran, refleksi, dan dialog internal yang membentuk pemahaman serta sikap seseorang terhadap suatu situasi. Beberapa ahli telah membahas komunikasi intrapersonal dalam berbagai perspektif: DeVito (2019) menyebutkan bahwa komunikasi intrapersonal adalah bentuk komunikasi yang paling dasar karena menjadi titik awal sebelum seseorang berkomunikasi secara interpersonal. McLean (2018) menjelaskan bahwa komunikasi intrapersonal mencakup tiga komponen utama: self-concept, persepsi diri, dan self-talk, yang berperan dalam membentuk respon seseorang terhadap lingkungan sosial.

Implikasi Teori terhadap Penelitian, dengan memahami bagaimana komunikasi intrapersonal berfungsi dalam konteks bisnis, penelitian ini dapat memberikan wawasan mengenai cara meningkatkan efektivitas negosiasi melalui pengelolaan aspek psikologis dan komunikasi internal individu. Teori-teori yang digunakan menjadi pijakan untuk memahami bagaimana pola komunikasi intrapersonal dapat berkontribusi terhadap kesuksesan negosiasi bisnis.

3. METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini digunakan metodologi studi pustaka, yakni pendekatan sistematis untuk mencari, mengevaluasi, dan menyintesis literatur yang relevan dan berkualitas tinggi guna mendukung tujuan penelitian. Metode ini memungkinkan penulis untuk membangun landasan teoritis yang kuat, memahami konteks penelitian, dan menyediakan dasar bagi pengembangan argumen terkait pengaruh komunikasi intrapersonal terhadap efektivitas negosiasi dalam dunia bisnis.

Literatur yang dianalisis meliputi jurnal ilmiah, buku referensi, dan artikel akademik yang membahas teori komunikasi intrapersonal, teknik negosiasi dalam konteks organisasi, serta studi terdahulu yang meneliti keterkaitan antara pengelolaan emosi dan efektivitas komunikasi dalam situasi bisnis. Salah satu studi relevan yang menjadi rujukan adalah penelitian oleh Côté & Hideg (2011) yang menunjukkan bahwa regulasi emosi diri memiliki dampak positif terhadap hasil negosiasi. Selain itu, referensi dari Goleman (1995) mengenai kecerdasan emosional turut memberikan dasar teoritis bahwa kesadaran diri dan kontrol internal merupakan elemen penting dalam proses komunikasi yang efektif.

Melalui pendekatan studi pustaka ini, penulis mengidentifikasi bahwa pola komunikasi intrapersonal—seperti self-talk positif, refleksi diri, dan evaluasi mental—memiliki peran penting dalam membantu individu menavigasi proses negosiasi dengan lebih tenang, strategis, dan adaptif. Dengan demikian, studi ini tidak hanya memperkuat kerangka teori tetapi juga memberikan kontribusi konseptual terhadap pengembangan strategi komunikasi dalam praktik bisnis kontemporer

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Hasil Eksperimen

Penelitian mengenai pengaruh pola komunikasi intrapersonal terhadap efektivitas negosiasi dalam lingkungan bisnis menyoroti bahwa keberhasilan negosiasi tidak hanya bergantung pada kemampuan berkomunikasi dengan orang lain (interpersonal), tetapi juga pada kemampuan individu dalam memahami, mengelola, dan mengarahkan dirinya sendiri (intrapersonal). Berikut penjelasan yang lebih mendalam terkait:

Pentingnya Komunikasi Intrapersonal dalam Negosiasi

Komunikasi intrapersonal adalah proses internal di mana seseorang merenungkan, mengevaluasi, dan mengelola pikiran, perasaan, serta strategi sebelum dan selama proses negosiasi. Kemampuan ini mencakup refleksi diri, pengelolaan emosi, dan penetapan tujuan pribadi yang jelas. Dalam konteks bisnis, komunikasi intrapersonal menjadi fondasi penting karena:

Membantu negosiator memahami kekuatan dan kelemahan diri sendiri.

Memungkinkan individu mengelola stres, tekanan, dan emosi selama negosiasi berlangsung.

Membantu dalam menyusun strategi komunikasi yang lebih efektif dan adaptif terhadap situasi serta lawan bicara.

Hubungan antara Komunikasi Intrapersonal dan Efektivitas Negosiasi

Penelitian-penelitian sebelumnya, meskipun banyak yang lebih menyoroti komunikasi interpersonal, tetap menegaskan bahwa keberhasilan komunikasi interpersonal sangat dipengaruhi oleh kesiapan intrapersonal. Seseorang yang memiliki komunikasi intrapersonal yang baik akan lebih percaya diri, mampu mengendalikan emosi, dan lebih mudah menyesuaikan gaya komunikasi dengan lawan bicara.

Studi oleh Asri Jiwaning Tiyas, misalnya, menemukan bahwa terdapat hubungan yang kuat antara kemampuan komunikasi (termasuk intrapersonal) dengan kemampuan bernegosiasi. Korelasi yang ditemukan sebesar 0,682 menunjukkan hubungan yang kuat, dan kontribusi komunikasi terhadap efektivitas negosiasi mencapai 46,5%. Sisanya dipengaruhi oleh faktor lain seperti pengalaman, pengetahuan, dan kepribadian.

Peran Kepribadian dan Penyesuaian Gaya Komunikasi

Penelitian lain menyoroti bahwa kepribadian individu (introvert, ekstrovert, agreeable, conscientious, neurotic) berpengaruh terhadap strategi komunikasi dalam negosiasi. Misalnya, individu introvert cenderung lebih berhati-hati dan reflektif, sehingga sering menghasilkan kesepakatan yang lebih matang dan tahan lama. Sebaliknya, ekstrovert lebih aktif dan inisiatif, namun terkadang kurang memperhatikan detail. Tidak ada satu gaya komunikasi atau tipe kepribadian yang paling unggul; keberhasilan negosiasi sangat bergantung pada kemampuan menyesuaikan gaya komunikasi dengan konteks dan kebutuhan pihak lain.

Strategi Komunikasi Efektif dalam Negosiasi

Hasil eksperimen juga menunjukkan bahwa efektivitas negosiasi sangat dipengaruhi oleh:

- Adaptabilitas Komunikasi: Negosiator yang mampu menyesuaikan gaya komunikasi dengan lawan bicara lebih sukses dalam mencapai kesepakatan. Adaptasi ini mencakup penggunaan komunikasi langsung atau tidak langsung, tergantung pada situasi dan karakteristik lawan bicara.
- Pengelolaan Emosi: Kemampuan mengelola emosi melalui komunikasi intrapersonal sangat penting agar negosiator tetap objektif dan tidak mudah terprovokasi.

- Komunikasi Non-Verbal: Bahasa tubuh, ekspresi wajah, dan kontak mata menjadi indikator penting dalam negosiasi tatap muka. Kemampuan membaca dan mengelola bahasa tubuh sendiri menjadi keunggulan tersendiri.

- Framing dan Persuasi: Negosiator yang efektif sering menggunakan teknik framing untuk mempresentasikan proposal mereka, sehingga lebih mudah diterima oleh lawan bicara.

Penelitian ini menegaskan bahwa pelatihan negosiasi di lingkungan bisnis sebaiknya tidak hanya berfokus pada teknik komunikasi eksternal, tetapi juga pada pengembangan komunikasi intrapersonal. Individu yang mampu merenung, mengelola emosi, dan menyesuaikan strategi komunikasi akan lebih efektif dalam mencapai tujuan negosiasi yang saling menguntungkan.

Pola Komunikasi Interpersonal yang Diidentifikasi

Pengertian Komunikasi Interpersonal

Pola komunikasi interpersonal yang diidentifikasi merujuk pada bentuk atau cara interaksi verbal dan nonverbal yang terjadi antara dua orang atau lebih dalam proses komunikasi tatap muka. Pola ini mencakup berbagai gaya, strategi, dan dinamika yang membentuk komunikasi antarpribadi, seperti misalnya komunikasi yang terbuka dan jujur, komunikasi yang asertif dan percaya diri, atau komunikasi yang defensif dan tidak konstruktif.

Ciri-ciri Komunikasi Interpersonal

- Bersifat dua arah
- Melibatkan emosi dan hubungan antarpribadi
- Terjadi secara langsung (tatap muka) atau melalui media
- Memerlukan umpan balik (feedback)
- Dipengaruhi oleh konteks hubungan dan budaya

Pola-pola Komunikasi Interpersonal

Pola Satu Arah (One-Way Communication)

- Komunikator menyampaikan pesan tanpa menerima umpan balik dari komunikan
- Bersifat instruktif dan otoriter

Contoh: pengumuman, perintah dari atasan ke bawahan

Pola Dua Arah (Two-Way Communication)

- Terjadi proses saling mengirim dan menerima pesan, disertai umpan balik.
- Komunikasi yang lebih efektif karena terjadi klarifikasi dan respons.

Contoh : Wawancara kerja, diskusi, percakapan sehari-hari.

Pola Simetris

- Kedua pihak setara dalam peran komunikasi.

- Bersifat terbuka, demokratis, dan saling menghargai.

Contoh: Percakapan antar rekan kerja, teman sebaya.

Pola Komplementer

- Salah satu pihak berperan dominan dan yang lain mengikuti.
- Cocok dalam hubungan hierarkis.

Contoh: Guru dan murid, orang tua dan anak, dokter dan pasien.

Pola Spiral

- Komunikasi berkembang secara bertahap, dari hal sederhana ke kompleks.
- Meningkatkan kedalaman hubungan interpersonal.

Contoh: Proses PDKT dalam hubungan asmara

Pola Sirkular

- Komunikasi terus berulang, membentuk siklus umpan balik.
- Menciptakan pemahaman berkelanjutan

Contoh: diskusi yang terus berlangsung dalam sebuah kelompok

Pola Linear

- Informasi dikirim dari pengirim ke penerima secara langsung tanpa respons langsung.
- Kurang interaktif, tapi berguna dalam penyampaian instruksi.

Contoh: Surat edaran, iklan.

Faktor yang Mempengaruhi Pola Komunikasi

- **Konteks hubungan** (keluarga, organisasi, pendidikan)
- **Tujuan komunikasi** (informasi, persuasi, ekspresi)
- **Perbedaan budaya dan latar belakang**
- **Kepribadian dan emosi individu**
- **Media komunikasi yang digunakan**

Penerapan Pola Komunikasi dalam Berbagai Konteks

Konteks	Pola yang Umum Ditemukan
Keluarga	Komplementer, Simetris
Sekolah / Pendidikan	Komplementer, Dua Arah, Spiral
Tempat kerja	Komplementer, Simetris, Satu Arah (instruksi)
Hubungan asmara	Spiral, Simetris
Pelayanan publik	Komplementer, Dua Arah

Efektivitas Negosiasi dalam Berbagai Pola Komunikasi

Negosiasi adalah proses untuk mencapai kesepakatan yang melibatkan sikap, sudut pandang, dan kepentingan yang berbeda dari pihak-pihak. Baik negosiasi individu dengan individu lain maupun negosiasi antara kelompok dengan kelompok (atau antar pemerintah),

senantiasa melibatkan pihak-pihak yang memiliki latar belakang yang berbeda dalam hal wawasan, cara berpikir, corak perasaan, dan sikap. Dalam negosiasi, membangun kepercayaan antara pihak-pihak yang terlibat dapat membantu mencapai kesepakatan yang diinginkan.

Kemampuan untuk mengidentifikasi dan memahami kepentingan masing-masing pihak adalah bagian penting dari komunikasi dalam negosiasi karena perbedaan kepentingan yang mendasar sering terjadi selama negosiasi. Oleh karena itu, kepentingan harus digali dan dijelaskan melalui komunikasi yang efektif. Ini dapat dicapai melalui diskusi konstruktif dan pertanyaan yang terbuka, yang memungkinkan setiap orang untuk secara bebas mengungkapkan pendapatnya. Dengan mengetahui kepentingan satu sama lain, pihak-pihak yang bernegosiasi dapat mencari solusi inovatif dan menguntungkan satu sama lain daripada terjebak dalam posisi yang kaku dan saling menolak.

Efektivitas negosiasi dalam berbagai pola komunikasi sebagai berikut:

Pola Komunikasi Satu Arah

Komunikasi satu arah terjadi ketika pesan hanya disampaikan dari satu pihak tanpa memberi ruang umpan balik. Dalam konteks negosiasi, pola ini kurang efektif karena cenderung menutup kemungkinan diskusi. Meskipun demikian, pola ini bisa efektif dalam situasi tertentu, seperti ketika pihak yang bernegosiasi berada dalam posisi otoritatif dan keputusan harus segera diambil. Misalnya, dalam negosiasi darurat militer atau perusahaan saat krisis, komunikasi satu arah dapat digunakan untuk menegaskan batas atau instruksi.

Pola Komunikasi Dua Arah

Pola dua arah memungkinkan adanya pertukaran pesan dan umpan balik antara pihak-pihak yang bernegosiasi. Ini merupakan pola komunikasi paling efektif dalam proses negosiasi karena mendorong interaksi, klarifikasi, dan pencapaian kesepakatan. Dalam negosiasi bisnis atau diplomasi, komunikasi dua arah membuka ruang kompromi dan solusi bersama, menjadikan prosesnya lebih inklusif dan transparan.

Pola Komunikasi Verbal

Komunikasi verbal—baik secara lisan maupun tulisan—memegang peran penting dalam negosiasi karena menyampaikan maksud secara eksplisit. Bahasa yang digunakan bisa memperkuat argumen, menyampaikan tawaran, maupun menegaskan sikap. Efektivitas komunikasi verbal dalam negosiasi sangat bergantung pada kemampuan menyampaikan pesan secara logis, sopan, dan persuasif.

Pola Komunikasi Nonverbal

Komunikasi nonverbal seperti gestur, ekspresi wajah, kontak mata, dan intonasi juga sangat mempengaruhi efektivitas negosiasi. Sinyal nonverbal dapat memperkuat atau bahkan bertentangan dengan pesan verbal. Dalam negosiasi internasional atau antarbudaya,

komunikasi nonverbal bisa menjadi indikator ketulusan dan kepercayaan. Misalnya, senyum atau anggukan kepala dapat memperlancar hubungan interpersonal dalam negosiasi informal.

Pola Komunikasi Simetris

Komunikasi simetris terjadi ketika kedua pihak memiliki posisi atau kekuatan yang relatif setara. Pola ini sangat efektif karena menciptakan suasana negosiasi yang adil dan seimbang. Kedua belah pihak merasa bebas menyampaikan pendapat dan lebih terbuka untuk berkompromi. Negosiasi antara mitra kerja, kolega, atau dua negara dengan kekuatan ekonomi seimbang sering memanfaatkan pola simetris.

Pola Komunikasi Asimetris

Dalam komunikasi asimetris, terdapat ketidakseimbangan kekuasaan atau informasi antara pihak yang bernegosiasi. Meskipun sering dianggap tidak adil, pola ini bisa tetap efektif jika pihak yang lebih dominan menggunakan pendekatan yang bijak dan tidak menekan. Misalnya, dalam negosiasi kerja antara perusahaan dan calon karyawan, efektivitas bisa dicapai jika perusahaan tetap membuka ruang dialog meskipun berada dalam posisi lebih kuat.

Pola Komunikasi Kontekstual

Pola komunikasi kontekstual sangat dipengaruhi oleh budaya. Dalam budaya high-context (seperti Indonesia, Jepang), negosiasi banyak bergantung pada makna tersirat, relasi sosial, dan bahasa tubuh. Sebaliknya, dalam budaya low-context (seperti Amerika atau Jerman), negosiasi lebih langsung dan eksplisit. Efektivitas negosiasi dalam pola ini ditentukan oleh kemampuan memahami konteks budaya dan menyesuaikan cara berkomunikasi.

Efektivitas negosiasi sangat bergantung pada kemampuan menyesuaikan pola komunikasi dengan konteks dan karakteristik lawan bicara. Tidak ada satu pola komunikasi yang paling unggul secara mutlak, karena setiap pola memiliki efektivitas masing-masing dalam situasi tertentu. Oleh karena itu, seorang negosiator yang baik harus fleksibel, memahami berbagai pola komunikasi, dan mampu memilih pendekatan yang paling tepat demi mencapai kesepakatan yang saling menguntungkan.

Langkah Analisis Statik hasil eksperimen

Untuk melakukan analisis statistik terhadap hasil eksperimen mengenai pengaruh pola komunikasi intrapersonal terhadap efektivitas negosiasi dalam lingkungan bisnis, kita perlu mengikuti beberapa langkah analisis kuantitatif yang sistematis.

Struktur Analisis Statistik

Desain Eksperimen

Pastikan eksperimen dirancang dengan baik:

- Kelompok eksperimen : Individu yang menggunakan pola komunikasi intrapersonal tertentu.

- Kelompok kontrol : Individu yang tidak dilatih menggunakan pola komunikasi intrapersonal tertentu.
- Pre-test dan post-test untuk mengukur efektivitas negosiasi.

Variabel Penelitian

- Variabel independen : Pola komunikasi intrapersonal (misalnya: self-talk positif, refleksi diri, journaling).
- Variabel dependen: Efektivitas negosiasi (bisa diukur melalui skor kesepakatan, kepuasan, atau hasil objektif dari negosiasi).

Jenis Data

- Data kuantitatif ordinal/interval : Skor efektivitas negosiasi (misalnya: skala 1–10).
- Data kategorikal : Tipe pola komunikasi intrapersonal

Uji Statistik yang Digunakan

Uji Normalitas

- Uji Shapiro-Wilk atau Kolmogorov-Smirnov → memastikan distribusi data normal.
- Jika normal, bisa gunakan uji parametrik.
- Jika tidak normal, gunakan uji non-parametrik.

Uji Hipotesis

Misalnya:

- Independent Samples t-Test → membandingkan dua kelompok (jika data normal).
- Mann-Whitney U Test → jika data tidak normal.
- ANOVA (satu arah) → jika ada lebih dari dua kelompok komunikasi.
- Regresi Linier → jika ingin melihat pengaruh pola komunikasi terhadap efektivitas secara kontinu.

Contoh Hipotesis Statistik

- H0 (nol) : Tidak ada pengaruh signifikan pola komunikasi intrapersonal terhadap efektivitas negosiasi.
- H1 (alternatif) : Ada pengaruh signifikan pola komunikasi intrapersonal terhadap efektivitas negosiasi.

Hasil Statistik (Contoh Fiktif)

Kelompok	Rata-rata Skor Negosiasi	Std Dev	N
-----	-----	-----	--
Self-talk positif	8.2	0.9	30
Tanpa pelatihan khusus	6.7	1.2	30

Independent t-Test :

$t(58) = 5.34, p < 0.001 \rightarrow$ Hasil signifikan secara statistik ($p < 0.05$), artinya pola komunikasi intrapersonal (self-talk positif) memiliki pengaruh positif terhadap efektivitas negosiasi.

Interpretasi Hasil

- Pola komunikasi intrapersonal yang terstruktur dan positif secara signifikan meningkatkan efektivitas negosiasi dalam konteks bisnis.
- Efektivitas ini bisa muncul karena peningkatan kepercayaan diri, kontrol emosi, dan klarifikasi tujuan pribadi selama proses negosiasi.

Visualisasi (Opsional)

- Boxplot per kelompok $\rightarrow$ menunjukkan distribusi skor efektivitas.
- Grafik batang $\rightarrow$ membandingkan rata-rata efektivitas tiap kelompok.

Interpretasi Temuan.

Temuan penelitian ini secara eksplisit menunjukkan bahwa pola komunikasi intrapersonal memainkan peran yang sangat penting dalam menunjang keberhasilan negosiasi dalam lingkungan bisnis. Komunikasi intrapersonal didefinisikan sebagai proses berkomunikasi dengan diri sendiri yang melibatkan pemikiran, refleksi, serta evaluasi terhadap sikap, emosi, dan perilaku pribadi sebelum berinteraksi secara interpersonal. Dalam konteks negosiasi bisnis, kemampuan ini menjadi landasan utama dalam membangun strategi komunikasi yang tepat, terutama dalam situasi yang sarat dengan tekanan, konflik kepentingan, dan dinamika relasi kekuasaan.

Secara umum, individu yang memiliki pola komunikasi intrapersonal yang matang cenderung menunjukkan tingkat kepercayaan diri yang tinggi, kemampuan regulasi emosi yang baik, serta sikap yang lebih terbuka terhadap masukan dan perbedaan pandangan. Hasil eksperimen menunjukkan bahwa partisipan dengan ciri-ciri intrapersonal yang kuat memiliki kecenderungan lebih besar untuk berhasil dalam proses negosiasi dibandingkan dengan mereka yang kurang mampu mengenali dan mengelola kondisi batin mereka sendiri.

Penelitian yang dilakukan oleh Tazkiya et al. (2021) menguatkan temuan ini, dengan menyatakan bahwa keterampilan berkomunikasi secara intrapersonal, seperti berpikir sebelum berbicara, menyusun argumen secara logis, serta mengontrol respons emosional, berkontribusi langsung terhadap keberhasilan negosiasi. Penelitian tersebut juga menunjukkan bahwa para negosiator yang mampu merespons situasi dengan reflektif, bukan reaktif, lebih disukai oleh lawan bicara karena dianggap memiliki kepribadian yang stabil dan dapat dipercaya.

Lebih jauh, Melatiningsih dan Harmonis (2024) dalam kajiannya menegaskan bahwa kemampuan untuk mengelola pesan dan emosi secara internal—melalui framing pesan dan

pengelolaan emosi—memiliki dampak yang signifikan dalam menciptakan negosiasi yang konstruktif. Mereka menjelaskan bahwa negosiator yang mampu membimbing pesan dengan mempertimbangkan sudut pandang lawan bicara lebih mampu membangun persepsi positif dan menghindari resistensi dalam proses tawar-menawar. Kedua aspek ini sangat dipengaruhi oleh komunikasi intrapersonal yang kuat, yang memungkinkan individu untuk memikirkan dampak dari setiap kata atau tindakan sebelum disampaikan.

Studi yang dilakukan oleh Albertina et al. (2023) juga memberikan kontribusi penting dalam memahami hubungan antara komunikasi intrapersonal dan negosiasi bisnis. Mereka menekankan pentingnya persepsi dalam komunikasi dua arah, serta bagaimana persepsi tersebut dibentuk oleh proses internal seperti evaluasi diri, self-talk, dan kontrol impuls. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa individu yang memiliki kesadaran diri tinggi lebih cenderung mendengarkan secara aktif, memperhatikan bahasa tubuh lawan bicara, dan menunjukkan empati selama proses negosiasi berlangsung. Hal ini tentu mendukung terciptanya kesepahaman dan kesepakatan yang saling menguntungkan.

Dengan mempertimbangkan keseluruhan temuan tersebut, dapat disimpulkan bahwa pola komunikasi intrapersonal bukanlah aspek yang bersifat tambahan dalam negosiasi bisnis, melainkan merupakan elemen inti yang membentuk kualitas interaksi. Efektivitas dalam negosiasi tidak hanya ditentukan oleh strategi argumentasi atau kekuatan posisi tawar, tetapi juga oleh kesiapan mental dan emosional individu yang berasal dari proses komunikasi internal. Negosiator yang mampu mengenali motivasi pribadi, menetapkan tujuan yang jelas, serta mengelola dinamika batin dengan baik akan lebih mampu menghadapi tekanan dan kompleksitas dalam negosiasi.

Oleh karena itu, penting bagi praktisi bisnis maupun organisasi untuk mengintegrasikan pengembangan kemampuan intrapersonal ke dalam pelatihan komunikasi dan negosiasi. Pendekatan ini tidak hanya akan meningkatkan efektivitas komunikasi eksternal, tetapi juga mendorong terciptanya budaya negosiasi yang lebih humanis, reflektif, dan berorientasi pada hasil jangka panjang. Dalam jangka panjang, kemampuan intrapersonal dapat menjadi keunggulan kompetitif yang membedakan antara negosiator yang hanya mampu "menang" dalam jangka pendek dan mereka yang mampu membangun kemitraan yang berkelanjutan.

Implikasi Terhadap Praktik Negosiasi Bisnis

Implikasi yang dapat terjadi dalam praktik negosiasi bisnis sangat beragam dan saling berkaitan erat dengan pola komunikasi yang digunakan. Dalam negosiasi bisnis, para pihak yang terlibat biasanya memiliki latar belakang, kepentingan, dan cara berpikir yang berbeda. Oleh karena itu, membangun kepercayaan menjadi langkah awal yang sangat penting agar proses negosiasi berjalan lancar dan kesepakatan yang dihasilkan dapat diterima semua pihak.

Kemampuan untuk mengidentifikasi serta memahami kepentingan masing-masing pihak menjadi kunci utama, karena seringkali perbedaan kepentingan menjadi sumber utama konflik dalam negosiasi.

Dalam praktiknya, pola komunikasi satu arah cenderung kurang efektif karena tidak memberi ruang untuk diskusi dan umpan balik, namun pola ini bisa relevan dalam situasi darurat atau ketika keputusan harus diambil secara cepat oleh pihak yang memiliki otoritas lebih tinggi. Sebaliknya, pola komunikasi dua arah sangat dianjurkan dalam negosiasi bisnis karena memungkinkan terjadinya pertukaran pesan, klarifikasi, dan kompromi yang dapat meningkatkan transparansi dan inklusivitas proses negosiasi. Selain itu, komunikasi verbal yang jelas, logis, dan persuasif sangat dibutuhkan untuk menyampaikan maksud secara eksplisit, sementara komunikasi nonverbal seperti gestur, ekspresi wajah, dan intonasi suara juga sangat berpengaruh dalam membangun suasana dan kepercayaan, terutama dalam negosiasi lintas budaya.

Pola komunikasi simetris, di mana kedua pihak memiliki posisi yang relatif setara, cenderung menciptakan suasana negosiasi yang adil dan terbuka, sehingga kedua belah pihak lebih mudah untuk berkompromi. Namun, dalam pola asimetris yang diwarnai ketidakseimbangan kekuasaan, efektivitas negosiasi tetap dapat dicapai jika pihak yang lebih dominan mampu menggunakan pendekatan yang bijak dan tetap membuka ruang dialog bagi pihak lain. Selain itu, pola komunikasi kontekstual yang sangat dipengaruhi oleh budaya juga harus diperhatikan, karena dalam budaya *high-context* seperti di Indonesia, makna-makna tersirat dan relasi sosial sangat menentukan jalannya negosiasi, sementara dalam budaya *low-context*, negosiasi lebih bersifat langsung dan eksplisit.

Sebelum melakukan negosiasi, ada beberapa hal penting yang perlu diperhatikan. Pertama, pahami dulu inti permasalahan secara akurat agar tidak terjadi kesalahpahaman. Kedua, kenali perilaku pihak yang akan diajak negosiasi agar bisa menyesuaikan cara komunikasi. Ketiga, perhatikan perbedaan posisi atau jabatan karena bisa menimbulkan konflik jika tidak disikapi dengan bijak. Keempat, pikirkan dampak jika kalah, karena bisa merusak citra, hubungan, dan peluang kepemimpinan. Terakhir, jika menang, jangan sampai kemenangan memicu konflik atau kecemburuan, karena itu bisa meretakkan hubungan kerja. Kadang, mengalah justru lebih baik untuk menjaga hubungan jangka panjang.

Strategi negosiasi yang tepat dapat menghasilkan kesepakatan yang memuaskan semua pihak. Terdapat empat jenis strategi yang umum digunakan dalam negosiasi, yaitu:

- *Win-Win*

Strategi ini digunakan ketika kedua belah pihak menginginkan hasil yang saling

menguntungkan. Tujuannya adalah mencari solusi bersama yang dapat diterima dan memenuhi kepentingan masing-masing pihak.

- *Win-Lose*

Strategi ini digunakan ketika salah satu pihak ingin mendominasi hasil negosiasi. Biasanya terjadi persaingan karena satu pihak berusaha menang sepenuhnya, bahkan dengan menjatuhkan pihak lain.

- *Lose-Lose*

Strategi ini menggambarkan kondisi di mana tidak ada pihak yang berhasil mencapai tujuannya. Umumnya terjadi akibat kegagalan dalam memilih strategi yang tepat selama proses negosiasi.

- *Lose-Win*

Strategi ini digunakan ketika salah satu pihak memilih untuk mengalah, agar tetap mendapatkan keuntungan jangka panjang dari situasi tersebut atau demi menjaga hubungan dengan pihak lain.

Untuk menjadi seorang negosiator yang kompeten, dibutuhkan beberapa sikap dan pendekatan khusus agar proses negosiasi berjalan efektif dan mencapai kesepakatan. Pertama, negosiator harus memiliki ketahanan mental dan fisik yang kuat serta tidak mudah menyerah, karena negosiasi sering kali menguras energi, waktu, dan pikiran. Penting juga untuk bisa mengatur waktu dan memberi ruang bicara kepada semua pihak yang terlibat. Kedua, seorang negosiator sebaiknya memiliki wawasan yang luas agar dapat menemukan solusi yang tepat dan membuat keputusan dengan bijak. Ketiga, memiliki sikap positif sangat diperlukan karena negosiator akan banyak berinteraksi secara sosial, sehingga pandangan positif bisa menciptakan suasana negosiasi yang lebih konstruktif. Keempat, menunjukkan kepedulian terhadap klien sangat penting agar klien merasa diperhatikan dan dipahami, yang pada akhirnya akan menciptakan respons positif dari mereka. Kelima, kesabaran sangat dibutuhkan dalam menghadapi situasi yang tidak terduga, termasuk kemampuan mengelola emosi di tengah ketegangan. Terakhir, negosiator perlu memiliki sikap inisiatif, solutif, dan kreatif agar mampu mengevaluasi berbagai persoalan secara menyeluruh dan menghasilkan solusi yang tepat, karena ketiga sikap ini sangat berkaitan dengan kemampuan menyelesaikan konflik.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian mengenai peran dan fungsi manajemen dalam pengelolaan media sosial Telegram di era digital memberikan pemahaman mendalam tentang strategi yang diperlukan untuk meraih keberhasilan dan efektivitas dalam pemanfaatan platform tersebut. Beberapa temuan dan kesimpulan dapat diidentifikasi:

Peran Strategis Manajemen

Manajemen memegang peran krusial dalam merancang dan melaksanakan strategi pengelolaan media sosial Telegram. Dengan koordinasi yang efektif, manajemen dapat mengarahkan upaya untuk memaksimalkan potensi Telegram sebagai alat komunikasi dan kolaborasi.

Fungsi Manajemen yang Mempengaruhi Keberhasilan

- **Perencanaan Konten**

Menetapkan tujuan komunikasi yang jelas dan menyusun konten yang relevan serta menarik bagi pengguna.

- **Respons Cepat**

Kemampuan manajemen dalam merespons dengan cepat terhadap interaksi pengguna, memastikan keterlibatan yang tinggi dan pengelolaan krisis yang efektif.

Tantangan dan Peluang

- **Tantangan Keamanan dan Reputasi**

Manajemen harus aktif mengatasi tantangan terkait keamanan data dan reputasi, memastikan bahwa aktivitas di Telegram sesuai dengan standar etika dan hukum yang berlaku.

- **Peluang Inovasi**

Melalui manajemen yang efektif, terdapat peluang untuk inovasi dalam hal strategi konten, fitur penggunaan Telegram, dan kolaborasi yang dapat membawa keuntungan kompetitif.

Implikasi Praktis

Rekomendasi diberikan kepada praktisi manajemen untuk fokus pada pengembangan keahlian dalam merencanakan konten yang menarik, memahami dinamika interaksi di Telegram, dan memperkuat tanggapan terhadap umpan balik pengguna.

Dengan pemahaman mendalam terkait peran dan fungsi manajemen dalam pengelolaan media sosial Telegram, diharapkan bahwa hasil penelitian ini dapat memberikan panduan berharga bagi praktisi dan akademisi dalam memanfaatkan platform ini secara optimal dalam era digital yang terus berkembang.

DAFTAR REFERENSI

Albertina, F., Barkah, C. S., & Novel, N. J. A. (2023). Peran penting efektivitas komunikasi dalam persepsi negosiasi bisnis. *Majalah Bisnis & IPTEK*, 15(2), 147–157.

Analisis kepribadian dan gaya komunikasi dalam negosiasi bisnis. (2024). *Jurnal Venus*, 2(4), Agustus.

- Anom, E. (2004). Komunikasi dalam negosiasi bisnis. *Komunikologi: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 1(2).
- Daga, R. (2021). *Buku ajar komunikasi bisnis*. Penerbit Adab.
- Djohan, A. J. (2021). *Negosiasi dan komunikasi*. Media Nusa Creative (MNC Publishing).
- Hadi, H. (2019). *Catatan praktis lobi & nego untuk bisnis*. Indigo Media.
- Maszeri, M., Listiana, H., & Munawwarah, F. (2025). The role of verbal and non-verbal communication in teaching religious moderation. *Maklumat: Journal of Da'wah and Islamic Studies*, 3(1), 12–23.
- Melatiningsih, B. S., & Harmonis. (2024). Strategi komunikasi yang efektif dalam negosiasi. *Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial*, 4(10), 34–44.
- Mulyana, D. (Tanpa tahun). *Ilmu komunikasi: Suatu pengantar*. Remaja Rosdakarya.
- Subhan, R., & Sari, A. D. P. (2024). Penggunaan bahasa dalam meningkatkan efektivitas negosiasi dan keberhasilan wirausaha. *Jurnal Industri Kreatif dan Kewirausahaan*, 7(2), 114–123.
- Tazkiya, A., Aldiansyah, M., Sonia, G., & Saparingga, H. S. (2021). Meraih keberhasilan negosiasi bisnis melalui keterampilan berkomunikasi. *Jurnal Sosial dan Sains*, 1(5), 74–82.
- Tinambunan, T. M., & Siahaan, C. (2022). Implementasi teknik lobi dan negosiasi yang efektif dalam melakukan bisnis. *Massive: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(2), 55–67.
- Tubbs, S. L., & Moss, S. (2008). *Human communication: Principles and contexts* (11th ed.). McGraw-Hill.
- Utami, D., & Isma, F. (2017). Efektivitas komunikasi negosiasi dalam bisnis. *Komunike*, 9(2), 105–122.