

Pemanfaatan Teknologi Media Komunikasi Universitas Djuanda Bersama Mitra Kerja

Dimas Bayu Nugroho¹, Ali Alamsyah Kusumadinata², Agustina Multi Purnono³.

¹⁻³Program Studi Sains Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,
Universitas Djuanda.

¹⁻³Alamat email: dimas.bayunugroho@unida.ac.id ; ²Alamat email:
ali.alamsyah@unida.ac.id ; ³Alamat email: agustina.m@unida.ac.id

ABSTRAK

Adaptasi terhadap teknologi komunikasi telah menjadi bagian integral dari strategi organisasi dalam menghadapi perubahan dinamis di era digital. evolusi pola komunikasi dari waktu ke waktu, terutama sejak adopsi teknologi komunikasi yang lebih baru. Melalui analisis yang mendalam, penelitian ini akan mencoba mengidentifikasi perubahan dalam preferensi atau kecenderungan pemilihan media komunikasi antara Universitas Djuanda dengan Mitra Kerja Sama. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif data dikumpulkan melalui wawancara dengan pegawai universitas. Hasil penelitian ini ditemukan adanya perkembangan teknologi komunikasi telah mengubah pola penggunaan media komunikasi di Universitas Djuanda dengan mitra kerja sama. Terjadi pergeseran dari komunikasi tradisional menuju platform digital, dengan fokus pada efisiensi, keterbukaan terhadap inovasi, dan adaptasi terhadap tantangan teknis yang mungkin timbul. Pemilihan media komunikasi oleh Universitas Djuanda dengan Mitra Kerja Sama melibatkan proses analisis mendalam dan pertimbangan faktor-faktor yang kompleks. Dalam dinamika hubungan kerjasama, pemilihan media tidak hanya didasarkan pada teknologi semata, tetapi juga pada pemahaman yang mendalam terhadap kebutuhan, karakteristik mitra, dan konteks komunikasi yang beragam.

Kata Kunci: Adaptasi teknologi, Mitra kerja, Teknologi komunikasi, Universitas Djuanda

PENDAHULUAN

Dekade terakhir, perkembangan teknologi telah mengubah cara kita berkomunikasi secara fundamental. Perkembangan ini telah membawa dampak besar pada cara manusia berinteraksi, berbagi informasi, dan menjalin hubungan. Dengan munculnya internet, ponsel pintar, media sosial, dan berbagai media komunikasi lainnya, transformasi dalam dunia komunikasi menjadi semakin nyata.

Di era di mana konektivitas komunikasi digital telah menjadi norma, pemilihan media untuk berkomunikasi di lingkungan kerja adalah pertimbangan penting yang tak hanya terkait dengan efisiensi, tetapi juga etika dalam interaksi. Setiap media memiliki keunikan dan pilihan tersebut dapat memengaruhi bagaimana pesan diterima dan dinilai oleh penerima. Konteks ini, pertimbangan akan kecocokan dan kesesuaian media untuk mengirim pesan tertentu menjadi perhatian etika yang signifikan. Sebagai contoh, diawal era kemajuan teknologi dan komputerisasi, email seringkali menjadi pilihan utama dalam komunikasi formal di tempat kerja. Penggunaannya memungkinkan pengiriman pesan yang rinci, formal, dan dapat diarsipkan dengan baik (Ridaryanthi, 2021). Meskipun demikian, dalam beberapa kasus, penggunaan email untuk masalah yang lebih sensitif secara personal atau yang memerlukan diskusi lebih mendalam mungkin kurang tepat, karena email seringkali kurang mampu mengungkapkan nuansa emosi atau konteks yang diperlukan dan email dinilai memiliki kecenderungan atas response time yang lambat (Ridaryanthi, 2021). Komunikasi yang berfungsi memberitahukan atau menerangkan mengandung muatan persuasif karena pembicara menginginkan pendengarnya mempercayai fakta dan informasi disampaikan dengan akurat dan layak untuk diketahui (Purnomo A. M., 2023)

Saat ini, komunikasi digital di dunia bisnis dan pendidikan telah berevolusi menjadi suatu ekosistem yang mencakup email, pesan instan, panggilan video, jejaring sosial dan platform kolaborasi seperti Slack atau Microsoft Teams ataupun Zoom, karena itu kebutuhan literasi digital pun meningkat (Maruti, 2022). Media komunikasi digital lainnya yang sangat populer digunakan di Indonesia adalah WhatsApp, Facebook dan Instagram (Sukrillah, Ratnamulyani, & Kusumadinata, 2018; Alviyana, 2023).

Zoom telah menjadi salah satu teknologi yang mendominasi dalam interaksi baru-baru ini, menawarkan platform video konferensi yang cepat, jelas, dan memiliki kelebihan signifikan lainnya (Septantiningtyas, 2022). Keunggulan utamanya terletak

pada kemampuannya menyediakan pengalaman pertemuan virtual yang interaktif dan responsif. Dengan antarmuka yang mudah digunakan, Zoom memungkinkan pertemuan online. Kehadirannya yang kuat sebagai alat komunikasi telah mengubah cara berinteraksi serta memungkinkan pertemuan jarak jauh yang efektif. Meskipun bukan satu-satunya platform video konferensi, popularitas Zoom menunjukkan bagaimana teknologi ini memenuhi kebutuhan akan komunikasi (Setyorini, 2022).

WhatsApp telah menjadi salah satu media komunikasi lainnya yang berpengaruh dalam interaksi modern. Platform pesan instan ini menawarkan kemudahan komunikasi cepat, segera, dan hampir tanpa hambatan jarak dan waktu. Dengan kehadiran grup, perusahaan dapat membentuk forum diskusi yang memungkinkan berbagi informasi secara langsung dan mengkoordinasikan proyek dengan lebih efisien pada banyak orang baik rekan kerja ataupun customer bisnis (Astria, 2021). WhatsApp memiliki fitur seperti panggilan suara atau video memperluas kemungkinan komunikasi, memungkinkan diskusi yang lebih mendalam atau pertemuan virtual di mana pun lokasi anggota tim berada. WhatsApp juga menjadi sarana untuk menghubungkan bisnis dengan pelanggan mereka. Dari layanan pelanggan hingga pemasaran, platform ini memungkinkan perusahaan untuk menjalin interaksi langsung dengan consumer (Astria, 2021; Sukrillah, Ratnamulyani, & Kusumadinata, 2018). Misalnya, pesan cepat memungkinkan pertanyaan pelanggan dijawab secara langsung, meningkatkan kepuasan pelanggan. Dalam hal pemasaran, WhatsApp Business memberikan kesempatan untuk mengirimkan informasi promosi, penawaran spesial atau bahkan melakukan transaksi langsung dengan pelanggan. Menurut Huges & Fill Perkembangan teknologi digital mengantarkan komunikasi pemasaran pada era baru, di manapersonalisasi produk dan komunikasi antara penjual dan pembeli menjadi fokus pemasar (Purnomo, Pratidina, & Setiawan, 2022).

Keberadaan platform-platform tersebut menjadi bukti luasnya diversifikasi komunikasi digital, meskipun hal ini membuka kemungkinan komunikasi yang lebih

besar, diversifikasi media dalam komunikasi juga membawa tantangan. Penting untuk memahami konteks yang tepat untuk setiap platform, mempertimbangkan privasi dan keamanan, serta memahami batasan dan keunggulan dari masing-masing media. Etika dalam komunikasi melalui media digital adalah fondasi penting untuk menjaga integritas, kepercayaan, dan nilai-nilai moral dalam berinteraksi (Turnip, 2021). Dengan memahami pertimbangan etika ini, diharapkan pengguna media komunikasi digital dapat menjaga integritas komunikasi dan memastikan bahwa pesan yang kita sampaikan melalui media mencerminkan nilai-nilai yang kita anut (Turnip, 2021). Tujuan penelitian ini adalah mendeskripsikan pemanfaatan teknologi media komunikasi yang digunakan dalam menjalin proses kerjasama dengan mitra kerja.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif. Metode deskriptif kualitatif merupakan pendekatan yang bertujuan untuk menggambarkan dan menjelaskan suatu fenomena atau peristiwa yang diamati secara mendalam dan terperinci. Dalam konteks penelitian kualitatif, metode deskriptif fokus pada penjabaran komprehensif terhadap karakteristik, perilaku, atau keadaan yang terjadi dalam konteks alami di lapangan. Metode ini tidak hanya mengumpulkan data, tetapi juga menganalisis, menggambarkan, dan menginterpretasi informasi yang diperoleh untuk memahami secara mendalam bagaimana suatu fenomena terjadi dan dijelaskan oleh subjek penelitian. Dengan pendekatan ini, peneliti berusaha untuk mengeksplorasi makna di balik fenomena yang diamati, memberikan gambaran yang detail dan kontekstual, serta memahami bagaimana subjek dalam penelitian mengalami dan memahami hal tersebut. Metode deskriptif kualitatif mampu menggambarkan keragaman perspektif, nilai-nilai, dan konteks yang melingkupi fenomena yang diteliti.

Penelitian kualitatif merupakan pendekatan yang memfokuskan pada pemahaman mendalam terhadap fenomena sosial. Menurut Sugiyono (2016)

penelitian kualitatif menitikberatkan pada penjelajahan, penggalian, dan pemahaman yang lebih detail terkait dengan suatu konteks, persepsi, serta interpretasi yang terlibat dalam sebuah fenomena. Pendekatan ini tidak hanya terfokus pada angka atau data kuantitatif, namun lebih pada konteks, proses, dan makna yang terkandung di dalamnya. Dalam konteks penelitian ini, pendekatan kualitatif dapat menggali pandangan, preferensi, serta evaluasi Biro Kerja Sama terhadap media komunikasi digital, memberikan pemahaman yang lebih mendalam terhadap aspek-aspek non-angka dan interpretatif dalam interaksi bisnis.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah triangulasi, Menurut Sugiyono (2016) triangulasi adalah teknik analisis di mana data dari beberapa sumber yang berbeda digunakan untuk memverifikasi atau mengonfirmasi hasil temuan. Dalam konteks penelitian ini, sumber data berasal dari wawancara dengan pihak-pihak terkait di Biro Kerja Sama, observasi atas praktik komunikasi yang terjadi, serta data yang diperoleh dari dokumen seperti surat-menyurat, laporan kegiatan, atau rekaman komunikasi tertentu.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Setelah melakukan analisis wawancara dengan narasumber atau informan kunci dan melakukan observasi dilapangan, peneliti dapat menganalisis perkembangan teknologi komunikasi yang digunakan oleh Universitas Djuanda dengan mitra kerjasama. Maka hasil penelitian tersebut dipaparkan dalam pembahasan.

Perkembangan teknologi komunikasi mempengaruhi perubahan pola penggunaan media komunikasi sebagai alat komunikasi dalam menjalin kerjasama. Dari hasil analisis dapat dilihat bahwa perkembangan teknologi komunikasi telah memberikan dampak signifikan pada pola penggunaan media komunikasi di Universitas Djuanda, khususnya dalam berinteraksi dengan mitra kerja sama. Dulu, komunikasi dalam konteks universitas dan mitra kerja mungkin lebih banyak

mengandalkan media komunikasi tradisional seperti surat resmi atau pertemuan tatap muka. Namun, dengan perkembangan teknologi, terjadi transisi signifikan ke media komunikasi digital seperti email dan aplikasi pesan instan. Hal ini memudahkan komunikasi yang lebih cepat dan efisien.

Keberadaan platform kolaborasi online seperti Microsoft Teams, Slack, atau Zoom tampaknya telah menjadi bagian integral dari pola komunikasi. Universitas Djuanda dan mitra kerja sama menggabungkan teknologi ini untuk memfasilitasi pertemuan virtual, berbagi dokumen secara real-time, dan memperkuat kerja sama antarinstansi. Zoom dan Google Meet menjadi alat penting untuk pertemuan jarak jauh, memberikan solusi efektif terutama dalam mengatasi perbedaan zona waktu. Evaluasi yang dilakukan oleh biro kerjasama menunjukkan respons positif terhadap penggunaan teknologi ini, yang membantu mengatasi kendala geografis dan memperluas jangkauan komunikasi.

Wawancara mencatat adanya evaluasi terhadap masalah jaringan sebagai dampak dari menggunakan platform virtual. Hal ini menunjukkan bahwa perkembangan teknologi tidak selalu tanpa hambatan, dan organisasi perlu proaktif dalam menanggapi masalah teknis yang mungkin muncul. Meskipun ada penggunaan platform kolaborasi, email tetap memainkan peran penting dalam komunikasi formal. Ini mencerminkan perubahan dinamika komunikasi yang mencakup kombinasi antara metode tradisional dan teknologi modern.

Respons positif dari tim kerjasama terhadap hasil evaluasi menunjukkan sikap terbuka dan antusiasme terhadap inovasi teknologi. Ini mencerminkan kesadaran akan pentingnya terus belajar dan berkembang sesuai dengan perkembangan teknologi komunikasi. Bagi perguruan tinggi pelaksana yang terlibat dalam untuk mengetahui seberapa efektif implementasi kegiatan yang dilakukan di lingkungan Universitas bukan hanya untuk mengetahui tingkat keefektifannya, tetapi juga penting untuk mendapatkan gambaran tentang apa yang seharusnya dilakukan oleh pihak Universitas dalam memperbaiki kinerja kegiatan dalam konteks perbaikan

berkelanjutan (*continual improvement*) (Hernawan, Seran, Purnamasari, Purnomo, & Apriliani, 2022).

Perkembangan teknologi komunikasi telah mengubah pola penggunaan media komunikasi di Universitas Djuanda dengan mitra kerja sama. Terjadi pergeseran dari komunikasi tradisional menuju platform digital, dengan fokus pada efisiensi, keterbukaan terhadap inovasi, dan adaptasi terhadap tantangan teknis yang mungkin timbul. Pentingnya pendekatan yang seimbang antara tradisional dan modern juga tercermin dalam keberlanjutan penggunaan email dan media sosial profesional. Inisiatif penyesuaian dan pembelajaran terus mendorong kemajuan dalam hubungan dan kolaborasi antara universitas dan mitra kerja sama.

Faktor-faktor yang mempengaruhi pemilihan suatu media komunikasi oleh Universitas Djuanda dalam berinteraksi dengan mitra kerja sama erat hubungannya dengan penggunaan informasi dan kemajuan teknologi. Pemilihan media komunikasi oleh Universitas Djuanda dalam berinteraksi dengan mitra kerja sama merupakan keputusan yang kompleks dan terkait erat dengan kebutuhan dan konteks komunikasi yang beragam. Dari data wawancara di atas, beberapa proses dan faktor yang mempengaruhi pemilihan media komunikasi dapat diidentifikasi. Sebelum memilih media komunikasi, Universitas Djuanda melakukan analisis mendalam terhadap kebutuhan komunikasi. Ini mencakup pemahaman akan jenis informasi yang akan disampaikan, tingkat urgensi, dan tujuan komunikasi.

Jenis pesan yang akan disampaikan memengaruhi pilihan media. Jika pesan bersifat formal dan memerlukan dokumen resmi, surat atau email mungkin dipilih. Untuk diskusi real-time, pertemuan virtual melalui Zoom atau Google Meet dapat menjadi pilihan. Keamanan informasi menjadi pertimbangan penting. Misalnya, jika komunikasi melibatkan pertukaran data sensitif atau kontrak bisnis, Universitas Djuanda mungkin lebih memilih penggunaan media komunikasi yang memiliki standar keamanan tinggi.

Jenis mitra kerja sama juga mempengaruhi pemilihan media. Jika mitra cenderung lebih responsif terhadap komunikasi melalui media sosial profesional, Universitas Djuanda mungkin memanfaatkan platform tersebut untuk membangun hubungan. Ketersediaan dan kemampuan teknologi di pihak Universitas Djuanda dan mitra juga diperhitungkan. Apabila mitra tidak memiliki akses ke teknologi tertentu, alternatif yang lebih umum atau dapat diakses lebih mudah dapat dipilih. Media yang dipilih harus memberikan fleksibilitas dan efisiensi dalam komunikasi. Kemampuan untuk beradaptasi dengan jadwal yang padat dan memberikan respons cepat menjadi pertimbangan penting. Salah satu contoh masalah seperti perubahan interaksi komunikasi, jika sebelumnya dapat dinilai lebih cepat dan mudah sekarang perlu berinteraksi komunikasi dengan *system online* secara jarak jauh yang kadang mengalami kesulitan menyesuaikan waktu satu sama lain, bahkan tidak mengirimkan pesan hingga terjadi miskomunikasi (Purnomo A. M., 2023).

Faktor-faktor pemilihan media komunikasi, media dipilih berdasarkan sejauh mana mereka efektif dalam menyampaikan pesan dan mencapai tujuan komunikasi. Ini mencakup pertimbangan terhadap apakah media tersebut memfasilitasi pemahaman yang baik antara Universitas Djuanda dan mitra kerja sama. Kemudahan penggunaan media menjadi faktor penting. Jika suatu media terlalu kompleks atau memerlukan pelatihan khusus, hal ini dapat mempengaruhi pilihan, terutama dalam konteks beragam tingkat literasi digital di kalangan mitra.

Faktor biaya operasional juga memainkan peran penting. Universitas Djuanda perlu mempertimbangkan keberlanjutan pemilihan media dari segi biaya, termasuk biaya perangkat lunak, lisensi, atau infrastruktur teknologi yang dibutuhkan. Sikap dan kesiapan mitra kerja sama terhadap perubahan mempengaruhi pemilihan media. Jika mitra lebih terbuka terhadap media komunikasi baru, Universitas Djuanda mungkin lebih cenderung mengadopsi inovasi tersebut. Media yang dipilih harus memiliki ketahanan terhadap masalah teknis. Evaluasi terhadap masalah jaringan

dan upaya penanganannya merupakan indikator penting dalam menilai ketahanan suatu media.

Pemilihan media komunikasi oleh Universitas Djuanda dengan mitra kerja sama melibatkan proses analisis mendalam dan pertimbangan faktor-faktor yang kompleks. (Novinnadiaz, Hernawan, & Purnomo, 2023) menyatakan bahwa dinamika hubungan kerjasama, pemilihan media tidak hanya didasarkan pada teknologi semata, tetapi juga pada pemahaman yang mendalam terhadap kebutuhan, karakteristik mitra, dan konteks komunikasi yang beragam.

KESIMPULAN

Adaptasi terhadap teknologi komunikasi di lingkungan Universitas Djuanda dan mitra kerja adalah kebutuhan penting dalam menghadapi dinamika bisnis dan kerja yang terus berkembang. Proses ini memerlukan kesadaran, adaptasi, dan pembelajaran terus-menerus. Penggunaan video conference, seperti Zoom atau Microsoft Teams, telah menjadi norma baru dalam berkomunikasi, membuka peluang kolaborasi global dan meningkatkan efisiensi komunikasi. Tantangan dalam mengembangkan inisiatif terkait teknologi komunikasi dapat diatasi melalui pelatihan karyawan, integrasi cloud, dan pengelolaan hubungan mitra. Kesadaran bahwa adaptasi masih dalam tahap awal dan perlunya pelatihan khusus di masa depan adalah penting. Peningkatan pemahaman dan keterampilan karyawan dalam memanfaatkan teknologi menjadi kunci sukses dalam hubungan dengan mitra. Evaluasi terus-menerus terhadap penggunaan teknologi dan respons terhadap perubahan juga penting. Organisasi harus terbuka terhadap umpan balik, melakukan perbaikan berkelanjutan, dan mengembangkan strategi adaptasi yang sesuai. Perubahan pola penggunaan media komunikasi sebagai hasil dari adaptasi terhadap teknologi bukan hanya keharusan, tetapi juga peluang untuk meningkatkan cara kerja dan hubungan kolaboratif dengan mitra kerja sama.

REFERENSI

- Alviyana. (2023). Pengaruh media sosial instagram terhadap pemasaran produk UMKM asli Pacitan. *Jurnal Komunikasi Sosial Budaya*, 1(1), 1-6.
- Astria, D. (2021). Pemanfaatan Aplikasi Whatsapp Bisnis Dalam Strategi Pemasaran Online Untuk Meningkatkan Penjualan. *Jurnal Eksyar (Jurnal Ekonomi Syariah)*, 8(2), 246-270.
- Hernawan, D., Seran, G. G., Purnamasari, I., Purnomo, A. M., & Apriliani, A. (2022). Perspektif Kebijakan Berbasis Bukti Terhadap Implementasi Kebijakan Merdeka Belajar Kampus Merdeka. *Jurnal Governansi*, 8(1), 1-10.
- Maruti, E. S. (2022). Pemanfaatan Aplikasi Microsoft Teams Dalam Proses E-Learning Untuk Meningkatkan Literasi Digital Siswa Sekolah Dasar. *Seminar Nasional Bahasa, Sastra, Seni, Dan Pendidikan Dasar 2*.
- Novinnadiaz, H., Hernawan, D., & Purnomo, A. M. (2023). Hubungan Iklim Komunikasi Dengan Kinerja Sub Bagian Persidangan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Kabupaten Bogor Di Masa Pandemi. *Karimah Tauhid*, 2(6), 2919-2924.
- Purnomo, A. M. (2023). Efektivitas Penggunaan Pesan Dalam Media Komunikasi Pemasaran Online. Metacommunication. *Journal Of Communication Studies*, 8(2), 232-245.
- Purnomo, A. M., Pratidina, G., & Setiawan, M. F. (2022). Komunikasi Pemasaran Perusahaan Pasca Pandemi: Studi Respon Pelanggan Terhadap Pesan Di Instagram. *Jurnal Komunikatio*, 8(2), 103-113.
- Ridaryanthi, M. (2021). Penyuluhan Daring: Etika Komunikasi Menggunakan Email Untuk Menunjang Efektivitas Komunikasi Dalam Bisnis. *Jurnal Praktis Dan Dedikasi Sosial*, 4(2), 62-68.
- Septantiningtyas, N. (2022). Efektifitas Pembelajaran Daring Melalui Aplikasi Zoom Terhadap Minat Belajar Siswa. *Edukatif: Jurnal Ilmu Pendidikan*, 4(4).
- Setyorini, E. (2022). Efektifitas Pemanfaatan Zoom Meeting Terhadap Bekerja Dari Rumah Pada Masa Pandemi Covid-19. *Academia: Jurnal Inovasi Riset Akademik*, 2(1).
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sukrillah, A., Ratnamulyani, I. A., & Kusumadinata, A. A. (2018). Pemanfaatan Media Sosial Melalui Whatsapp Group Fei Sebagai Sarana Komunikasi. *Jurnal Komunikatio*, 3(2), 95-104. doi:<https://doi.org/10.30997/jk.v3i2.919>
- Turnip, E. Y. (2021). Etika Berkomunikasi Dalam Era Media Digital. *Intelektiva*, 3(4), 37-45.