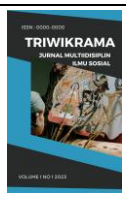
Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial
Volume 11 No 10 2026
E-ISSN: 2988-1986
Open Access:



MEMBANGUN KOMUNIKASI YANG EFEKTIF DALAM BISNIS: PERAN KOMUNIKASI VERBAL, NONVERBAL, DAN PENULISAN PESAN BISNIS

Ainun Salsabilah[1], Fiah Alwiyatul Mukti[2], Abdi Ikhsan[3], Hifzuzilal[4], Susriyanti[5]
Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Putra Indonesia YPTK, Padang, Indonesia

ARTICLE INFO

Article history:
Received Januari 2026
Revised Januari 2026
Accepted Januari 2026
Available online Januari 2026

Email:
Ainunsalsabilla897@gmail.com,
Fiahalwiyah061@gmail.com,
zhilal2709@gmail.com,
Abdi060122@gmail.com

This is an open access article under the CC BY-SA license.
Copyright © 2026 by Author.

Abstrak

Komunikasi yang baik adalah dasar penting bagi keberhasilan dan kelangsungan sebuah perusahaan. Artikel ini membahas peran penting dari komunikasi lisan, komunikasi nonverbal, serta cara menyampaikan pesan bisnis secara efektif dalam dunia kerja. Penulis menggunakan metode membaca dan menganalisis literatur untuk menekankan pentingnya kejelasan dan logika dalam berkomunikasi, baik secara lisan maupun tertulis, agar tidak terjadi salah paham. Hasilnya menunjukkan bahwa komunikasi lisan yang baik harus didukung oleh tindakan nonverbal seperti gerak tubuh dan kontak mata, agar membangun rasa percaya dan kredibilitas antar pihak. Selain itu, pengirim pesan bisnis perlu merencanakan pesan dengan tujuan jelas, memahami audiensnya, dan menggunakan nada yang profesional, agar bisa menjaga citra perusahaan. Kombinasi dari ketiga faktor komunikasi ini membantu meningkatkan kinerja para karyawan, memperkuat kerja tim, dan memastikan target organisasi tercapai secara lebih efektif.

Kata Kunci: Komunikasi Bisnis, Komunikasi Verbal, Komunikasi Nonverbal, Pesan Bisnis,

Abstract

Good communication is an important foundation for the success and sustainability of a company. This article discusses the important role of verbal communication, nonverbal communication, and how to convey business messages effectively in the workplace. The author uses the method of reading and analyzing literature to emphasize the importance of clarity and logic in communication, both verbal and written, in order to avoid misunderstandings. The results show that good verbal communication must be supported by nonverbal actions such as body language and eye contact in order to build trust and credibility between parties. In addition, business message senders need to plan messages with clear objectives, understand their audience, and use a professional tone in order to maintain the company's image. The combination of these three communication factors helps improve employee performance, strengthen teamwork, and ensure that organizational goals are achieved more effectively.

Keywords: *Business Communication, Verbal Communication, Nonverbal Communication, Business Messages.*

PENDAHULUAN

Komunikasi bisnis terdiri atas komunikasi verbal dan nonverbal yang saling melengkapi dalam proses penyampaian pesan. Komunikasi verbal mencakup penggunaan bahasa lisan dan tulisan, seperti percakapan, presentasi, laporan, dan surat bisnis, yang berfungsi untuk menyampaikan informasi secara jelas dan terstruktur. Sementara itu, komunikasi nonverbal meliputi ekspresi wajah, gerak tubuh, kontak mata, serta intonasi suara yang berperan dalam memperkuat makna pesan verbal. (Anđelić dkk., 2025)

Selain komunikasi lisan, penulisan pesan bisnis merupakan aspek penting dalam komunikasi organisasi, terutama dalam konteks profesional dan formal. Penulisan pesan bisnis berfungsi sebagai media penyampaian informasi yang terdokumentasi, sistematis, dan dapat dipertanggungjawabkan. Penulisan yang efektif menuntut kejelasan tujuan, struktur pesan yang logis, serta penggunaan bahasa yang tepat sesuai dengan audiens dan konteks komunikasi. Studi yang dilakukan oleh (Halawa et al., 2025)Arumdipta & Damayanti, (2024) menegaskan bahwa kemampuan menulis pesan bisnis yang baik berkontribusi terhadap efisiensi komunikasi dan pembentukan citra profesional organisasi.

Lebih lanjut, keterpaduan antara komunikasi verbal, nonverbal, dan penulisan pesan bisnis menjadi faktor penentu dalam membangun komunikasi yang efektif di lingkungan bisnis. Argarini, (2025) menyatakan bahwa komunikasi organisasi yang berhasil ditandai oleh keselarasan antara pesan yang disampaikan secara verbal, didukung oleh isyarat nonverbal yang tepat, serta dituangkan dalam bentuk tulisan yang jelas dan sistematis. Oleh karena itu, pemahaman yang komprehensif terhadap ketiga aspek komunikasi tersebut menjadi kebutuhan penting bagi pelaku bisnis dalam menghadapi tantangan komunikasi di era modern.

Berdasarkan uraian tersebut, artikel ini bertujuan untuk mengkaji peran komunikasi verbal dan nonverbal serta penulisan pesan bisnis dalam membangun komunikasi yang efektif dalam konteks bisnis, dengan merujuk pada hasil-hasil penelitian terkini yang relevan.

KAJIAN PUSTAKA

1. Komunikasi

Komunikasi merupakan proses penyampaian pesan dari pengirim kepada penerima dengan tujuan menciptakan kesamaan makna. Proses ini melibatkan unsur pengirim, pesan, media, penerima, dan umpan balik sebagai satu kesatuan yang saling berkaitan. Keberhasilan komunikasi ditentukan oleh tingkat pemahaman penerima terhadap pesan yang disampaikan sesuai dengan maksud pengirim (Nanlohy et al., 2021).

Dalam kajian ilmu komunikasi, komunikasi tidak hanya dipandang sebagai proses pertukaran informasi, tetapi juga sebagai proses sosial yang memengaruhi sikap, persepsi, dan perilaku individu. Arindra and Wulandari (2023) menjelaskan bahwa komunikasi berfungsi sebagai sarana membangun hubungan, menyampaikan maka, serta memengaruhi tindakan pihak lain. Oleh karena itu, komunikasi menuntut kejelasan pesan, pemilihan saluran yang tepat, serta penyesuaian pesan dengan karakteristik penerima.

Komunikasi juga mencakup aspek verbal dan nonverbal yang saling melengkapi. Komunikasi verbal menggunakan bahasa lisan dan tulisan sebagai media utama, sedangkan komunikasi nonverbal melibatkan isyarat seperti ekspresi wajah, gerak tubuh, kontak mata, dan intonasi suara. Penelitian Andelic et al, (2025) menunjukkan bahwa kesesuaian antara pesan verbal dan nonverbal berperan penting dalam menigkatkan efektivitas komunikasi dan mengurangi kesalahpahaman. Dengan demikian, komunikasi dapat dipahami sebagai proses dinamis yang bertujuan membangun pemahaman bersama melalui pertukaran pesan secara berkelanjutan.

2. Komunikasi Verbal

Komunikasi verbal merupakan bentuk komunikasi yang menggunakan bahasa sebagai media utama dalam penyampaian pesan, baik secara lisan maupun tertulis. Bahasa berfungsi sebagai sistem simbol yang memungkinkan individu menyampaikan gagasan, informasi, dan perasaan secara terstruktur dan dapat dipahami oleh pihak lain. Dalam kajian ilmu komunikasi, komunikasi verbal dipandang sebagai instrumen utama dalam proses pertukaran makna karena memiliki struktur gramatikal dan semantik yang jelas (Nanlohy et al., 2021).

Arindra & Wulandari, (2023) menyatakan bahwa komunikasi verbal merupakan sarana strategis dalam interaksi profesional dan organisasi karena memungkinkan penyampaian pesan secara eksplisit, sistematis, dan terdokumentasi. Melalui komunikasi verbal, individu dapat menjelaskan ide, memberikan instruksi, serta menyampaikan keputusan secara formal dan terarah.

3. Bentuk-bentuk Komunikasi Verbal

Komunikasi verbal terbagi menjadi dua bentuk utama, yaitu komunikasi verbal lisan dan komunikasi verbal tertulis. Komunikasi verbal lisan mencakup percakapan, diskusi, rapat, presentasi, dan wawancara yang memungkinkan terjadinya interaksi langsung dan umpan balik

secara cepat. Bentuk komunikasi ini menuntut kejelasan artikulasi, intonasi suara, serta penguasaan bahasa agar pesan dapat diterima dengan baik oleh komunikan (Marisa, 2022).

Sementara itu, komunikasi verbal tertulis meliputi surat, laporan, memo, surat elektronik, dan dokumen resmi lainnya. Komunikasi tertulis memiliki keunggulan dalam hal ketepatan, konsistensi, dan dokumentasi pesan. Menurut Nabila, (2025), komunikasi verbal tertulis menuntut kemampuan menyusun pesan secara logis, ringkas, dan sesuai dengan tujuan komunikasi, karena pesan tidak selalu disertai penjelasan tambahan secara langsung.

4. Peran Komunikasi Verbal dalam Proses Komunikasi

Komunikasi verbal memiliki peran sentral dalam membangun pemahaman bersama dan mengoordinasikan tindakan individu maupun kelompok. Kejelasan pesan verbal berpengaruh langsung terhadap efektivitas komunikasi dan pencapaian tujuan interaksi. Penelitian Anđelić et al, (2025) menunjukkan bahwa komunikasi verbal yang disampaikan secara jelas dan konsisten berkontribusi terhadap peningkatan kepercayaan dan efektivitas hubungan profesional.

Namun, efektivitas komunikasi verbal sangat bergantung pada kesesuaian bahasa dengan konteks, audiens, dan tujuan komunikasi. Penggunaan istilah yang tidak tepat, struktur kalimat yang ambigu, serta ketidaksesuaian gaya bahasa dapat menimbulkan kesalahpahaman dan distorsi makna. Oleh karena itu, komunikasi verbal memerlukan perencanaan dan penguasaan keterampilan bahasa yang memadai (Tania & Hamson, 2024).

5. Keterbatasan Komunikasi Verbal

Meskipun memiliki peran penting, komunikasi verbal memiliki keterbatasan, terutama ketika pesan disampaikan tanpa dukungan konteks nonverbal. Dalam komunikasi lisan, perbedaan latar belakang bahasa dan budaya dapat memengaruhi interpretasi pesan. Sementara dalam komunikasi tertulis, keterbatasan umpan balik langsung dapat menyebabkan pesan ditafsirkan secara berbeda oleh penerima. Oleh sebab itu, komunikasi verbal perlu disesuaikan dengan situasi dan didukung oleh strategi komunikasi yang tepat (Rakhmaniar, 2024).

6. Gagasan tentang Komunikasi Verbal

Gagasan utama dalam kajian komunikasi verbal menekankan bahwa bahasa merupakan instrumen utama dalam proses penyampaian makna yang terstruktur dan rasional. Keberhasilan komunikasi verbal ditentukan oleh kejelasan pesan, ketepatan penggunaan bahasa, serta kesesuaian antara isi pesan dan tujuan komunikasi. Komunikasi verbal yang efektif memungkinkan terjadinya kesamaan pemahaman dan koordinasi tindakan antarindivid (Halawa et al., 2025).

Selain itu, komunikasi verbal dipandang sebagai keterampilan yang dapat dikembangkan melalui penguasaan bahasa, pemahaman konteks, serta kemampuan menyusun pesan secara sistematis (Anas et al., 2021). Dengan demikian, komunikasi verbal bukan sekadar proses penyampaian kata-kata, tetapi merupakan aktivitas intelektual dan sosial yang menuntut ketepatan, kesadaran, dan tanggung jawab dalam penggunaannya.

7. Komunikasi Nonverbal

Komunikasi nonverbal merupakan proses penyampaian pesan tanpa menggunakan kata-kata, melainkan melalui isyarat fisik dan paralinguistik seperti ekspresi wajah, gerak tubuh, kontak mata, postur, jarak fisik, serta intonasi suara. Komunikasi nonverbal berfungsi sebagai pelengkap, penegas, atau bahkan pengganti pesan verbal dalam proses komunikasi. Meskipun

tidak menggunakan bahasa secara langsung, komunikasi nonverbal memiliki peran signifikan dalam membentuk persepsi dan interpretasi pesan (Sari, 2019).

Penelitian Nabila, (2025) menunjukkan bahwa komunikasi nonverbal memiliki pengaruh kuat terhadap kepercayaan, kredibilitas, dan efektivitas hubungan profesional. Isyarat nonverbal yang konsisten dengan pesan verbal dapat memperkuat makna pesan, sedangkan ketidaksesuaian antara pesan verbal dan nonverbal berpotensi menimbulkan keraguan dan kesalahpahaman. Oleh karena itu, komunikasi nonverbal sering kali menjadi indikator kejujuran, sikap, dan emosi komunikator.

Dalam konteks komunikasi formal, komunikasi nonverbal berperan penting dalam mendukung penyampaian pesan lisan, khususnya dalam presentasi, negosiasi, dan kepemimpinan. Kontak mata yang tepat, sikap tubuh yang terbuka, serta intonasi suara yang stabil dapat meningkatkan daya persuasif dan kejelasan pesan.

1) Keterpaduan Komunikasi Verbal dan Nonverbal

Komunikasi verbal dan nonverbal tidak dapat dipisahkan dalam praktik komunikasi yang efektif. Keduanya bekerja secara simultan dan saling melengkapi dalam membangun pemahaman bersama. Komunikasi verbal menyampaikan isi pesan secara eksplisit, sementara komunikasi nonverbal memberikan konteks emosional dan sikap terhadap pesan tersebut. Efektivitas komunikasi tercapai apabila pesan verbal didukung oleh isyarat nonverbal yang selaras (Purba & Siahaan, 2022).

Nanlohy et al., (2021) menyatakan bahwa ketidaksesuaian antara komunikasi verbal dan nonverbal dapat menurunkan kredibilitas komunikator dan mengganggu proses komunikasi. Oleh karena itu, penguasaan komunikasi verbal harus disertai dengan kesadaran terhadap penggunaan komunikasi nonverbal agar pesan dapat disampaikan secara utuh dan efektif.

2) Gagasan tentang Komunikasi Verbal dan Nonverbal

Gagasan utama dalam kajian komunikasi verbal dan nonverbal menekankan bahwa komunikasi merupakan proses penyampaian makna yang bersifat multidimensional. Bahasa sebagai medium komunikasi verbal memberikan struktur dan kejelasan pesan, sementara komunikasi nonverbal berfungsi memperkuat, menegaskan, atau memodifikasi makna pesan tersebut. Keberhasilan komunikasi ditentukan oleh keselarasan antara kedua bentuk komunikasi tersebut (Maysarah et al., 2025).

Komunikasi verbal dan nonverbal dipandang sebagai keterampilan yang dapat dikembangkan melalui pemahaman konsep, latihan, dan kesadaran konteks. Dalam lingkungan profesional dan organisasi, kemampuan mengintegrasikan komunikasi verbal yang jelas dengan komunikasi nonverbal yang tepat menjadi faktor penting dalam membangun hubungan kerja yang efektif, meningkatkan kepercayaan, serta meminimalkan kesalahpahaman (Wojtaszek et al., 2024).

8. Penulisan Pesan Bisnis

Penulisan pesan bisnis merupakan bagian integral dari komunikasi tertulis dalam organisasi yang digunakan untuk menyampaikan informasi, instruksi, kebijakan, maupun keputusan secara formal dan profesional. Penulisan pesan bisnis menuntut kejelasan, ketepatan, dan efisiensi bahasa agar pesan yang disampaikan dapat dipahami secara tepat oleh penerima. Guffey & Loewy, (2023) menyatakan bahwa pesan bisnis ditulis dengan tujuan utama untuk menginformasikan, membujuk, serta membangun dan memelihara hubungan profesional, sehingga penyusunannya harus berorientasi pada kebutuhan audiens dan tujuan komunikasi.

Dalam konteks komunikasi organisasi, penulisan pesan bisnis memiliki fungsi strategis karena bersifat terdokumentasi dan dapat dijadikan rujukan dalam pengambilan keputusan. Candra, (2022) menegaskan bahwa pesan bisnis tertulis berperan sebagai alat koordinasi dan pengendalian organisasi, sekaligus mencerminkan profesionalisme dan kredibilitas institusi.

Oleh karena itu, kualitas penulisan pesan bisnis berpengaruh langsung terhadap efektivitas komunikasi dan citra organisasi.

Pesan bisnis tertulis dapat disajikan dalam berbagai bentuk, seperti surat bisnis, memo, laporan, proposal, dan surat elektronik. Setiap bentuk pesan memiliki karakteristik dan tujuan yang berbeda, namun tetap harus memenuhi prinsip penulisan yang baku. Bovee & Thill, (2022) mengelompokkan pesan bisnis tertulis ke dalam pesan informatif, pesan persuasif, dan pesan rutin. Perbedaan tujuan tersebut menuntut penyesuaian struktur, gaya bahasa, dan tingkat formalitas agar pesan dapat disampaikan secara efektif.

Prinsip-prinsip utama dalam penulisan pesan bisnis meliputi kejelasan, keringkasan, kelengkapan, ketepatan bahasa, dan kesantunan. Kejelasan dicapai melalui penggunaan ba hasa yang lugas dan struktur pesan yang sistematis. Keringkasan diperlukan untuk menghindari informasi yang berlebihan, sedangkan kelengkapan memastikan bahwa seluruh informasi yang dibutuhkan penerima tercantum dalam pesan. Yu & Fu, (2014) menekankan bahwa penulis pesan bisnis perlu mempertimbangkan karakteristik audiens, tujuan komunikasi, serta media yang digunakan agar pesan tidak menimbulkan ambiguitas.

Selain aspek teknis penulisan, penulisan pesan bisnis juga berkaitan erat dengan efektivitas komunikasi organisasi. Penelitian Monica et al., (2025) menunjukkan bahwa pesan bisnis yang ditulis secara jelas dan terstruktur dapat meningkatkan efisiensi kerja serta mendukung pengambilan keputusan yang lebih baik. Dengan demikian, penulisan pesan bisnis tidak hanya berfungsi sebagai alat penyampaian informasi, tetapi juga sebagai sarana strategis dalam mendukung kinerja dan keberlanjutan organisasi.

9. Gagasan tentang Penulisan Pesan Bisnis

Gagasan utama dalam kajian penulisan pesan bisnis menekankan bahwa pesan tertulis merupakan instrumen komunikasi strategis yang berperan dalam membangun pemahaman, koordinasi, dan citra organisasi. Keberhasilan penulisan pesan bisnis ditentukan oleh kemampuan penulis dalam mengintegrasikan tujuan komunikasi, karakteristik audiens, serta prinsip-prinsip penulisan yang efektif. Penulisan pesan bisnis dipandang sebagai keterampilan profesional yang memerlukan ketelitian, kemampuan analitis, dan tanggung jawab etis dalam penyampaian informasi (Suri et al., 2023).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil kajian literatur dan analisis konseptual terhadap komunikasi verbal, komunikasi nonverbal, dan penulisan pesan bisnis, diperoleh temuan bahwa ketiga bentuk komunikasi tersebut memiliki kontribusi yang signifikan dan saling melengkapi dalam menunjang efektivitas komunikasi bisnis dan organisasi. Hasil kajian menunjukkan bahwa komunikasi yang efektif tidak hanya bergantung pada kejelasan pesan secara lisan, tetapi juga pada keselarasan isyarat nonverbal serta kualitas pesan tertulis yang disusun secara professional (Bovee & Thill, 2022).

Hasil analisis menunjukkan bahwa komunikasi verbal berperan utama dalam penyampaian informasi secara eksplisit dan rasional. Bahasa yang digunakan secara tepat, struktur pesan yang sistematis, serta kesesuaian antara isi pesan dan tujuan komunikasi terbukti mempermudah penerima dalam memahami pesan. Dalam konteks organisasi, komunikasi verbal yang jelas berkontribusi terhadap kelancaran koordinasi kerja, pengambilan keputusan, dan pencapaian target kerja secara lebih efisien Anđelić et al., (2025).

Selanjutnya, hasil kajian memperlihatkan bahwa komunikasi nonverbal memiliki peran penting dalam memperkuat dan menegaskan makna pesan verbal. Unsur nonverbal seperti ekspresi wajah, intonasi suara, postur tubuh, dan kontak mata berfungsi sebagai indikator sikap, emosi, dan tingkat keseriusan penyampai pesan. Temuan ini menunjukkan bahwa

ketidaksesuaian antara pesan verbal dan nonverbal berpotensi menimbulkan ambiguitas dan menurunkan efektivitas komunikasi, sedangkan keselarasan keduanya dapat meningkatkan kepercayaan dan pemahaman penerima pesan (Marisa, 2022).

Hasil kajian juga menunjukkan bahwa penulisan pesan bisnis merupakan elemen strategis dalam komunikasi organisasi karena bersifat terdokumentasi dan dapat dijadikan rujukan formal. Pesan bisnis tertulis yang disusun dengan prinsip kejelasan, keringkasan, kelengkapan, ketepatan bahasa, dan kesantunan terbukti mendukung efisiensi kerja serta meminimalkan kesalahpahaman. Selain itu, penulisan pesan bisnis yang baik mencerminkan profesionalisme dan kredibilitas organisasi, baik dalam komunikasi internal maupun eksternal (Bovee & Thill, 2022).

Lebih lanjut, hasil analisis menunjukkan bahwa efektivitas komunikasi bisnis meningkat secara signifikan ketika komunikasi verbal, komunikasi nonverbal, dan penulisan pesan bisnis diintegrasikan secara harmonis. Komunikasi verbal menyampaikan inti pesan, komunikasi nonverbal memberikan konteks emosional dan sikap, sementara pesan bisnis tertulis berfungsi sebagai penguat dan dokumentasi resmi. Integrasi ketiga aspek tersebut berkontribusi terhadap peningkatan kinerja karyawan, penguatan kerja sama tim, serta penciptaan lingkungan kerja yang komunikatif dan produktif.

Dengan demikian, hasil kajian ini menegaskan bahwa komunikasi bisnis yang efektif bukan merupakan hasil dari satu bentuk komunikasi semata, melainkan merupakan kombinasi dari berbagai bentuk komunikasi yang saling mendukung. Penguasaan komunikasi verbal, nonverbal, dan keterampilan penulisan pesan bisnis menjadi kompetensi penting yang perlu dikembangkan secara berkelanjutan dalam lingkungan organisasi modern.

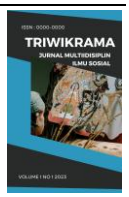
KESIMPULAN

Berdasarkan kajian teoretis dan hasil penelaahan berbagai literatur, dapat disimpulkan bahwa komunikasi merupakan proses penyampaian makna yang bersifat multidimensional dan tidak dapat dipisahkan dari konteks sosial maupun organisasi. Komunikasi verbal, komunikasi nonverbal, dan penulisan pesan bisnis memiliki peran yang saling berkaitan dan saling melengkapi dalam membangun pemahaman, koordinasi, serta efektivitas interaksi antarindividu maupun dalam lingkungan organisasi.

Komunikasi verbal berfungsi sebagai sarana utama dalam menyampaikan pesan secara eksplisit, terstruktur, dan rasional melalui penggunaan bahasa. Keberhasilan komunikasi verbal sangat ditentukan oleh kejelasan pesan, ketepatan pemilihan kata, serta kesesuaian antara isi pesan dan tujuan komunikasi. Melalui komunikasi verbal yang efektif, individu maupun organisasi dapat mencapai kesamaan pemahaman dan meminimalkan potensi kesalahpahaman dalam proses interaksi.

Sementara itu, komunikasi nonverbal berperan penting dalam memberikan konteks emosional, sikap, dan penegasan terhadap pesan verbal. Unsur-unsur nonverbal seperti ekspresi wajah, gerak tubuh, intonasi suara, dan kontak mata berkontribusi besar dalam membentuk persepsi penerima terhadap pesan yang disampaikan. Keselarasan antara pesan verbal dan isyarat nonverbal menjadi faktor kunci dalam menciptakan komunikasi yang kredibel, meyakinkan, dan efektif.

Di sisi lain, penulisan pesan bisnis menempati posisi strategis dalam komunikasi organisasi karena bersifat tertulis, formal, dan terdokumentasi. Penulisan pesan bisnis tidak hanya berfungsi sebagai alat penyampaian informasi, tetapi juga sebagai sarana koordinasi, pengendalian, serta pembentukan citra profesional organisasi. Kualitas pesan bisnis tertulis sangat dipengaruhi oleh penerapan prinsip-prinsip penulisan yang efektif, seperti kejelasan, keringkasan, kelengkapan, ketepatan bahasa, dan kesantunan, serta kemampuan penulis dalam menyesuaikan pesan dengan karakteristik audiens dan tujuan komunikasi.



Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa efektivitas komunikasi bisnis dan organisasi tidak dapat dicapai hanya dengan mengandalkan satu bentuk komunikasi saja. Integrasi komunikasi verbal yang jelas, komunikasi nonverbal yang selaras, serta penulisan pesan bisnis yang profesional merupakan faktor kunci dalam meningkatkan kinerja karyawan, memperkuat kerja sama tim, membangun kepercayaan, dan mendukung pencapaian tujuan organisasi secara berkelanjutan. Oleh karena itu, penguasaan dan pengembangan ketiga aspek komunikasi tersebut perlu dipandang sebagai keterampilan profesional yang penting dan berkelanjutan dalam dunia kerja dan organisasi modern.

DAFTAR PUSTAKA

Anas, N., Islam, U., & Sumatera, N. (2021). *Komunikasi antara Kognitif dan Kemampuan Berbahasa*. 1–8.

Argarini, F. (2025). *The Role of Communication in Organizations: Understanding Verbal, Non-Verbal, and Written Aspects (Review of Management Literature)*. *12*(1), 720–731.

Arindra, F., & Wulandari, M. P. (2023). *The link between communication competence and family communication patterns*. *7*(March), 85–104. https://doi.org/10.25139/jsk.v7i1.

Arumdipta, D. A., & Damayanti, N. (2024). *Pengaruh Konten Instagram Pada Followers Instagram @ Makarizoprofessional Terhadap Product Knowledge Dan Citra Makarizo Professional*. *4*(2), 95–105.

Bovee, L., & Thill, J. V. (2022). *Business Communication Today, 15th Edition*.

Candra, V. (2022). Komunikasi Bisnis Ebook. In *EUREKA MEDIA AKSARA, Jawa Tengah*.

Halawa, S., Hasibuan, M. K. P., Dahyanti, N., & Maulida, K. A. W. (2025). *Keterampilan Komunikasi Verbal dan Non Verbal Dalam Pembelajaran*. *5*(1). https://doi.org/10.59818/jpi.v5i1.1108

Loewy, M. E. G. and D. (2023). *Essentials of Business Communication 12e Mary e LLe n Gu ffe*. www.cengage.com/highered

Marisa, S. (2022). *Komunikasi Verbal dan Non Berbal dalam Pembelajaran*. *11*(2), 402–416.

Maysarah, S., Yuniawati, S., & Ainurrohmah, A. (2025). the Power of Silence and Speech: Uniting Verbal and Nonverbal Communication in Daily Life. *Jiic: Jurnal Intelek Insan Cendikia*, *2*(6), 10757–10767. https://jicnusantara.com/index.php/jiic

Monica, P., Natali, S., Ardana, T. N., & Kaur, S. (2025). Efektivitas Komunikasi Bisnis Dalam Meningkatkan Kinerja Organisasi Di Era Digital. *Jurnal Manajemen Dan Inovasi*, *6*(2), 259–267. https://ejurnals.com/ojs/index.php/jmiTahun2025

Nanlohy, A. A., Siahaan, C., Ilmu, F., Politik, I., Internasional, H., & Kristen, U. (2021). *Peran Komunikasi dalam suatu Organisasi The Role of Communication in an Organization*. *1*(2), 104–108.

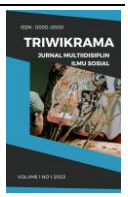
Purba, C. J. N., & Siahaan, C. (2022). EFEKTIVITAS KOMUNIKASI VERBAL DAN NON VERBAL DALAM KOMUNIKASI ANTARBUDAYA kehidupannya dan itu sudah berlangsung sejak lama . Manusia memiliki rasa penasaran yang ataupun tidak . Komunikasi terjadi tidaklah secara tiba-tiba melainkan melalui proses dengan. *Bahasa, Sastra Dan Budaya*, *9*, 106–117.

Rakhmaniar, A. (2024). *Analisis Kuantitatif Tentang Pengaruh Komunikasi Verbal Dan Nonverbal Dalam Proses Negosiasi Bisnis*. *1*.

Sari, B. R. N. (2019). *Peran Komunikasi Nonvrbal dalam perkembangan budaya*. 107–119.

Slavica Anđelić, Olivera Milutinović, Jelena Bauder, dan M. F. (2025). *EFFECTS OF VERBAL AND NON-VERBAL COMMUNICATION*. *4*, 1–12.

Suri, D. M., Ritonga, N. A. P., Anandani, T., & Suhairi, S. (2023). Mengoptimalkan Efektivitas Komunikasi Bisnis Internal Dan Eksternal Untuk Peningkatan Kinerja Organisasi. *JAKA (Jurnal Akuntansi, Keuangan, Dan Auditing)*, *3*(2), 214–222.



https://doi.org/10.56696/jaka.v3i2.8834

Tania, R., & Hamson, Z. (2024). *Peran Komunikasi Verbal dan Nonverbal dalam Kualitas Layanan Publik*. *6*(1), 26–35.

Wojtaszek, H., Wojcik-Czerniawska, A., Mastalerz, M., & Stepien, P. (2024). The Role of Consistency in Verbal and Nonverbal Communication: Enhancing Trust and Team Effectiveness in Management. *European Research Studies Journal*, *XXVII*(Issue 3), 621–636. https://doi.org/10.35808/ersj/3456

Yu, Z., & Fu, Y. (2014). A Study on the Characteristics and Writing Principles of Business Correspondence. *Proceedings of the International Conference on Education, Language, Art and Intercultural Communication*, *3*(Icelaic), 369–372. https://doi.org/10.2991/icelaic-14.2014.93

Zaskia Cahya Nabila, S. A. (2025). *PERAN KOMUNIKASI VERBAL DAN NONVERBAL DALAM NEGOSIASI BISNIS DIGITAL : STUDI KASUS ANALISIS KONTEN TIKTOK PLAYWORKS STORE*. *56*, 303–310.