

Strategi Komunikasi dalam Negosiasi Gaji Saat Wawancara Kerja

Enjelina Dewita Sari¹, Vinka Rachma Aulia², Destiar Fachrurozy³, Suwandi⁴
Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pelita Bangsa^{1,2,3,4}

*Email:

enjelinadewitasari@gmail.com¹, vinka.r.a05@gmail.com², agustinamuliaputri@gmail.com³,
suwandi@pelitabangsa.ac.id⁴

Sejarah Artikel:

Diterima 07-06-2025
Disetujui 08-06-2025
Diterbitkan 10-06-2025

ABSTRACT

Communication is the basis of all human activities. Because without communication, interaction between people, whether individually, in groups or organisations, is impossible. Most human interactions take place in interpersonal communication situations. Lobbying is an informal effort that is persuasive in nature carried out by one party (person, group, private sector, government) that has certain interests to attract support from parties that have an influence on the course of an interest. Negotiation is a bargaining process by negotiating with other parties to reach an agreement. Salary negotiation is an important part of the job interview process which is often a crucial moment between the candidate and the company. The success of salary negotiation does not only depend on the figures proposed, but is also greatly influenced by the communication strategy used by the candidate. This article aims to analyze effective communication strategies in salary negotiation during a job interview. The method used is a literature review combined with a case study of negotiation simulation. The results show that the use of assertive, empathetic, and data-based communication can increase the success of negotiations. Candidates who are able to communicate their values in a professional and strategic way tend to get better negotiation results.

Keywords: *Communication, Negotiation, Salary, Job Interview, Strategy*

ABSTRAK

Komunikasi adalah dasar dari seluruh kegiatan antar manusia. Karena tanpa komunikasi interaksi antar manusia, baik secara perorangan, kelompok maupun organisasi tidak mungkin terjadi. Sebagian besar interaksi manusia berlangsung dalam situasi komunikasi antar pribadi. Lobby adalah suatu upaya informal yang bersifat persuasif yang dilakukan oleh satu pihak (orang, kelompok, swasta, pemerintahan) yang memiliki kepentingan tertentu untuk menarik dukungan dari pihak yang memiliki pengaruh terhadap jalannya suatu kepentingan. Negosiasi adalah proses tawar-menawar dengan cara berunding dengan pihak lain untuk mencapai suatu kesepakatan. Negosiasi gaji merupakan bagian penting dalam proses wawancara kerja yang sering kali menjadi momen krusial antara kandidat dan pihak perusahaan. Keberhasilan negosiasi gaji tidak hanya bergantung pada angka yang diajukan, tetapi juga sangat dipengaruhi oleh strategi komunikasi yang digunakan oleh kandidat. Artikel ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi yang efektif dalam negosiasi gaji saat wawancara kerja. Metode yang digunakan adalah kajian pustaka yang dikombinasikan dengan studi kasus

simulasi negosiasi. Hasil menunjukkan bahwa penggunaan komunikasi asertif, empatik, dan berbasis data dapat meningkatkan keberhasilan negosiasi. Kandidat yang mampu mengkomunikasikan nilai dirinya dengan cara yang profesional dan strategis cenderung mendapatkan hasil negosiasi yang lebih baik.

Kata Kunci: Komunikasi, Negosiasi, Gaji, Wawancara Kerja, Strategi

Bagaimana Cara Sitasi Artikel ini:

Enjelina Dewita Sari, Vinka Rachma Aulia, Destiar Fachrurozy, & Suwandi. (2025). Strategi Komunikasi dalam Negosiasi Gaji Saat Wawancara Kerja. *Jejak Digital: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(4), 963-972. <https://doi.org/10.63822/qpbep613>

PENDAHULUAN

Secara umum setiap perusahaan selalu ingin mencapai kesuksesan dalam usahanya dalam artian selalu berupaya dengan berbagai strategi yang akan digunakan dalam menjalankan usahanya. Hal tersebut bisa tercapai ketika perusahaan memiliki hubungan dengan penghasil sumber daya (pebisnis) yang handal. Pada era saat ini persaingan di dunia usaha semakin meningkat berakibat pada jumlah penjualan produk dari waktu ke waktu akan mengalami pasang surut. Gelombang naik turunnya penjualan tersebut dapat kecil dan dapat pula semakin besar sehingga berimbas pada profit yang diperoleh perusahaan. Kenyataan inilah yang mengundang perusahaan untuk berpikir faktor apakah yang dapat mempengaruhi perkembangan penjualan produknya. Besar kecilnya perkembangan penjualan pada hakekatnya dipengaruhi dua faktor utama, yaitu faktor eksteren dan faktor interen. Faktor eksternal merupakan faktor yang tidak dapat dikendalikan oleh perusahaan, faktor tersebut berupa antara lain: situasi perekonomian, kebijakan pemerintah, keadaan pesaing serta selera dari konsumen itu sendiri. Sedangkan faktor internal adalah faktor yang dapat dikendalikan oleh perusahaan, faktor tersebut antara lain berupa keadaan produk, penetapan harga, cara-cara promosi, saluran distribusi dan kegiatan bermitra dengan pihak lain. Komunikasi adalah dasar dari seluruh kegiatan antar manusia. Karena tanpa komunikasi interaksi antar manusia, baik secara perorangan, kelompok maupun organisasi tidak mungkin terjadi. Sebagian besar interaksi manusia berlangsung dalam situasi komunikasi antar pribadi. Sedangkan Lobby & Negosiasi mengandung makna kemampuan seseorang untuk mempengaruhi pihak lain dengan mendasarkan pada kekuatan komunikasi antar pribadi. Effendy (2003:28) mengatakan hakikat komunikasi adalah proses pernyataan antar manusia, pernyataan tersebut berupa pikiran atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan bahasa sebagai alat penyalur. Adanya pesan yang ingin disampaikan kepada lawan bicara dan ditanggapi dengan baik maka sudah terjadi proses komunikasi yang baik. Namun apabila pesan yang ingin disampaikan kepada lawan bicara menciptakan kesalahpahaman dan berujung emosi maka bisa dikatakan bahwa terjadi kegagalan komunikasi. Dimana pesan yang diucapkan tidak tersampaikan dengan baik dan benar. (Chotijah, 2021)

Negosiasi secara sederhana dapat diartikan sebagai suatu proses komunikasi dua arah yang mempertimbangkan suatu hal dengan cara tawar-menawar atau berunding sehingga menghasilkan jawaban yang disepakati bersama. Negosiasi adalah sebuah proses yang terjadi antara dua pihak atau lebih yang pada mulanya memiliki pemikiran berbeda, hingga akhirnya mencapai kesepakatan. Negosiasi sangat penting dalam kehidupan sehari-hari, karena bertujuan untuk memecahkan konflik dan mencapai suatu kesepakatan bersama. Adapun pihak-pihak yang terlibat dalam negosiasi adalah negosiator sebagai pihak pertama, dan adversary yang merupakan lawan negosiator sebagai pihak kedua (Syahrir, 2018). Kehidupan sehari-hari maupun organisasi, negosiasi akan selalu dibutuhkan karena perbedaan pendapat atau pandangan pasti selalu ada. Suatu konflik dan masalah pasti selalu ada dan membutuhkan negosiasi untuk meminimalisirnya. Konflik dapat terjadi dalam suatu organisasi karena anggota di dalamnya masing-masing memiliki keperluan atau kepentingan yang berbeda, akan tetapi memiliki visi misi atau tujuan yang sama. Seperti konflik antara bos dan karyawan terkait tugas dan tanggung jawab, atau antara sesama divisi dan sebagainya (Mulyadi, 2016; Felicia, 2019). Secara sederhana organisasi merupakan suatu kesatuan yang dimana seluruh anggota memiliki tujuan yang sama. Organisasi adalah kesatuan sosial yang dikoordinasikan secara sadar, dengan sebuah batasan yang relatif dapat diidentifikasi, yang bekerja atas dasar yang relatif terus menerus untuk mencapai suatu tujuan bersama atau sekelompok tujuan (Surbakti, 2010). Terjadinya arus komunikasi dari banyak arah membuat organisasi tidak bisa lepas dari suatu konflik. Konflik dalam suatu organisasi tidak selalu negatif jika dilibatkan dengan strategi negosiasi yang baik,

karena dapat mencapai suatu kesepakatan bersama yang dapat menguntungkan semua pihak. Akan tetapi, negosiasi dalam suatu organisasi juga memiliki tantangan seperti perbedaan kepentingan yang cukup kuat dari masing-masing pihak, kurang adanya kepercayaan dari masing-masing pihak, dan keterlibatannya emosional baik dari satu atau seluruh pihak (Akbar, 2019). Dalam dunia kerja yang kompetitif, proses wawancara kerja menjadi tahapan penting dalam menentukan kecocokan antara calon karyawan dan perusahaan. Salah satu aspek yang kerap menjadi tantangan dalam proses ini adalah negosiasi gaji. Banyak kandidat merasa tidak nyaman atau kurang percaya diri saat harus membicarakan kompensasi, padahal hal ini adalah hak sekaligus kewajiban yang patut dinegosiasikan secara profesional.

Negosiasi gaji bukan sekadar soal angka, melainkan bagaimana kandidat mampu menyampaikan keinginannya dengan komunikasi yang efektif, diplomatis, dan meyakinkan. Oleh karena itu, strategi komunikasi menjadi komponen esensial dalam proses negosiasi tersebut.

TINJAUAN PUSTAKA

Pengertian Komunikasi

Dalam bahasa Latin, "komunikasi" berarti "pemberitahuan". Menurut J.A. Devito (2015), komunikasi seringkali didefinisikan sebagai proses berbagi informasi melalui simbol, baik secara verbal maupun nonverbal. Salah satu pengertian dasar yang ia berikan menyatakan bahwa komunikasi adalah "proses pengiriman pesan yang melibatkan pemberitahuan atau pertukaran informasi antara individu. Beberapa ahli mendefinisikan komunikasi sebagai kegiatan mengirim dan menerima pesan. Dalam konteks tertentu, itu dapat mengganggu pesan dan memiliki kesempatan untuk memberi komentar. Menurut Rogers dan Kincaid (1981), komunikasi adalah proses di mana beberapa orang mengirim dan menerima pesan untuk mencapai rasa saling memahami yang mendalam. Ketika orang atau organisasi menggunakan berbagai bentuk media untuk menyampaikan dan menerima informasi, ide, emosi, atau pesan, ini disebut komunikasi. Definisi komunikasi yang lebih formal adalah pertukaran ide dan informasi di antara orang-orang dengan tujuan untuk meningkatkan pengetahuan mereka satu sama lain. Semua orang dari orang yang mengirim pesan hingga yang menerimanya, serta media atau metode transmisi, pengirim, pesan, penerima, dan umpan balik selanjutnya membentuk proses komunikasi. Komunikasi adalah proses pertukaran informasi, ide, emosi, dan niat antarindividu atau kelompok (Tubbs & Moss, 2008). Dalam konteks wawancara kerja, komunikasi memainkan peran vital dalam menyampaikan kualifikasi, ekspektasi, dan kesesuaian antara individu dengan organisasi. Tujuan komunikasi bisa bermacam-macam, mulai dari sekadar pertukaran informasi, pembentukan hubungan sosial, pengarahan, hingga persuasi dan mempengaruhi perilaku. Ketika ada komunikasi yang efektif, penerima dapat memahami pesan dengan baik dan tujuan komunikasi tercapai. Namun, banyak hal, seperti perbedaan bahasa, budaya, latar belakang, atau gangguan dalam saluran, dapat mengganggu komunikasi. Oleh karena itu, memahami proses komunikasi dan mampu menyesuaikan diri dengan berbagai situasi sangat penting dalam berbagai konteks kehidupan, baik pribadi maupun profesional. Istilah "pola komunikasi" mengacu pada metode lugas untuk menggambarkan interaksi antara beberapa bagian dari suatu proses komunikasi (Soejanto, 2001: 27). Seperti yang dikemukakan oleh Anggi Suteja Maura Winarso (2020), pola komunikasi berfungsi sebagai penggambaran lugas dari proses komunikasi, yang menjelaskan keterkaitan antara berbagai elemen komunikasi. Pola komunikasi adalah bentuk atau pola hubungan antara individu atau kelompok yang memungkinkan pengiriman dan penerimaan pesan yang tepat dengan cara yang memungkinkan makna yang dimaksudkan dapat dipahami. Dalam konteks hubungan antara organisasi dan individu, sangat penting untuk dicatat bahwa pola

komunikasi melibatkan proses menghubungkan dua komponen - deskripsi atau rencana - menjadi langkah-langkah dalam tindakan. Komponen-komponen ini memainkan peran penting dalam terjadinya hubungan. Selain itu, interaksi antara individu dan kelompok dapat menampilkan berbagai pola komunikasi (Philep M. Regar, Evelin Kawung & Joanne P. M. Tangkudung, 2014). Beberapa di antaranya adalah: 1) Pola komunikasi jenis pertama adalah pola primer, yang sangat bergantung pada simbol-simbol untuk mentransfer makna dari satu orang ke orang lain. Saluran komunikasi langsung terjalin antara pengirim dan penerima melalui penggunaan simbol-simbol seperti kata-kata, gerak tubuh, visual, dan lain-lain. Seberapa baik komunikator menggunakan simbol untuk menyampaikan makna sangat penting dalam pola ini. 2) Pola Komunikasi Kedua: Setelah menggunakan simbol sebagai media primer, komunikator dalam pola ini akan menggunakan alat atau metode sebagai media sekunder untuk mengirimkan informasi kepada komunikan. Pola ini melibatkan penyandian pesan dalam beberapa jenis tanda, baik tertulis atau lisan, dan kemudian mengirimkannya melalui beberapa jenis media komunikasi, baik internet, telepon, atau surat. 3) Pola komunikasi linier adalah pola komunikasi di mana pesan berjalan langsung dari pengirim ke penerima tanpa berhenti untuk mempertimbangkan reaksi atau umpan balik dari penerima. Komunikator berada di tempat asal komunikasi, sementara komunikan berada di tempat tujuan. Kedua belah pihak tidak berkomunikasi satu sama lain. Pengiriman dan penerimaan informasi ini mengikuti pola linier yang ketat. 4) Pola komunikasi yang memungkinkan adanya umpan balik dari komunikator kepada komunikan adalah pola komunikasi sirkular. Umpan balik sangat penting bagi efektivitas komunikasi, dan pola ini melibatkan komunikator yang menanggapi komunikan setelah menyampaikan pesan. Sifat dua arah dari pola komunikasi sirkular memungkinkan pertukaran informasi yang terus menerus dan dinamis antara komunikator dan penerima umpan balik..

Pengertian Negosiasi

Menurut Fisher dan Ury (1981), negosiasi adalah proses dua pihak atau lebih yang berusaha mencapai kesepakatan yang saling menguntungkan. Dalam negosiasi gaji, kandidat dan perusahaan mencari titik temu antara kompensasi yang diharapkan dengan kemampuan organisasi.

Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi adalah pendekatan atau metode yang digunakan untuk menyampaikan pesan agar tujuan tercapai secara efektif. Dalam negosiasi, beberapa strategi umum meliputi:

- **Komunikasi asertif:** Menyampaikan keinginan secara jelas dan tegas tanpa mengabaikan hak orang lain.
- **Komunikasi persuasif:** Meyakinkan pihak lain menggunakan argumen logis dan emosional.
- **Komunikasi empatik:** Mengedepankan pemahaman terhadap perspektif lawan bicara.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif yang mengadopsi pendekatan kualitatif. Sugiyono (2014) menyatakan bahwa penelitian kualitatif merupakan metode yang berlandaskan pada filosofi post positivisme, digunakan untuk menyelidiki objek dalam kondisi alami, yang berbeda dengan eksperimen. Dalam penelitian ini, peneliti berperan sebagai instrumen utama, dan pemilihan sumber data dilakukan secara purposif serta menggunakan teknik Snowball. Pengumpulan data dilakukan dengan triangulasi, analisis data yang bersifat induktif atau kualitatif, serta hasil dari penelitian ini lebih menekankan pada

makna ketimbang generalisasi. Menurut Moleong (2014:6), penelitian kualitatif bertujuan untuk memahami fenomena yang dialami oleh subjek penelitian, seperti perilaku, persepsi, motivasi, dan tindakan. Pendekatan penelitian ini menggunakan cara kualitatif untuk menginginkan data yang diperoleh dari responden dan informan utama, baik secara lisan maupun perilaku mereka yang nyata. Data tersebut diteliti dan dianalisis sebagai keseluruhan dalam kualitatif dengan fokus pada kualitas data. Oleh sebab itu, teknik pengumpulan data sering melibatkan wawancara yang berkelanjutan dan observasi langsung. Penelitian ini akan menyajikan data yang terkumpul dalam bentuk dokumen dan informasi terkini yang dapat mengungkapkan keberhasilan usaha dan berkontribusi pada pemahaman tentang bagaimana mempertahankan usaha tersebut, dengan hasil penelitian yang menghasilkan analisis deskriptif berbasis kata-kata.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif kualitatif. Adapun yang dimaksud dengan penelitian kualitatif yaitu penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian secara holistik (Sugiyono, 2020) metode ini sangat relevan untuk pengumpulan data melalui wawancara oleh anggota organisasi MRadio UMJ. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk memahami fenomena secara holistik dan mendalam, sesuai dengan yang dialami oleh subjek penelitian. Melalui wawancara, anggota MRadio UMJ dapat mengumpulkan data dan fakta tentang permasalahan yang kerap terjadi.

HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN

Pentingnya Komunikasi dalam Negosiasi Gaji

Komunikasi merupakan alat utama dalam menyampaikan nilai yang dimiliki oleh kandidat kepada perusahaan. Dalam konteks wawancara kerja, komunikasi tidak hanya sebatas menyampaikan informasi, tetapi juga menjadi media untuk membangun persepsi, mempengaruhi lawan bicara, dan menciptakan kesepahaman bersama. Negosiasi gaji merupakan salah satu bagian paling sensitif dalam wawancara, dan kemampuan berkomunikasi secara strategis menjadi sangat menentukan keberhasilannya.

Banyak kandidat gagal dalam negosiasi gaji bukan karena mereka tidak memiliki kualifikasi atau pengalaman yang cukup, melainkan karena mereka tidak mampu mengartikulasikan alasan yang kuat, logis, dan meyakinkan mengenai permintaan gaji yang diajukan. Ketika komunikasi yang dilakukan tidak efektif—misalnya terlalu ragu-ragu, terlalu agresif, atau tidak berdasarkan data—maka akan menimbulkan persepsi negatif dari pihak pewawancara. Sebaliknya, komunikasi yang disampaikan dengan percaya diri, sopan, dan terstruktur akan menunjukkan profesionalisme dan kecerdasan emosional dari kandidat tersebut.

Komunikasi yang baik juga mencerminkan kesiapan dan kematangan kandidat dalam menghadapi tantangan dunia kerja. Ketika seseorang mampu menyampaikan ekspektasi gaji secara terbuka namun tetap menghargai sudut pandang perusahaan, maka akan tercipta hubungan yang lebih seimbang dalam proses perekrutan. Ini bukan hanya berdampak pada hasil negosiasi, tetapi juga pada citra kandidat di mata perusahaan.

Selain itu, komunikasi yang tepat juga memungkinkan terjadinya dialog dua arah. Kandidat yang mampu bertanya balik dengan bijak, seperti “Apakah ada ruang fleksibilitas dalam paket kompensasi ini?” atau “Bagaimana struktur bonus dan insentif di perusahaan ini?” akan memberikan kesan bahwa mereka berpikir jangka panjang dan tidak semata-mata mengejar gaji pokok.

Dengan demikian, komunikasi dalam negosiasi gaji bukan hanya tentang "berani meminta", tetapi lebih jauh lagi tentang *bagaimana meminta, kapan menyampaikannya, dan apa dasar permintaannya*.

Kombinasi antara komunikasi verbal (pilihan kata), nonverbal (gestur tubuh, intonasi), serta kemampuan mendengarkan aktif menjadi satu kesatuan penting yang harus dikuasai oleh setiap kandidat profesional.

Tahapan Strategi Komunikasi dalam Negosiasi Gaji

Negosiasi gaji bukanlah aktivitas yang berdiri sendiri, melainkan bagian dari proses komunikasi berkesinambungan yang mencakup persiapan, pelaksanaan, dan tindak lanjut. Untuk mencapai hasil optimal, kandidat perlu melalui tahapan strategi komunikasi yang terstruktur sebagai berikut:

a. Persiapan Sebelum Wawancara

Sebelum masuk ke ruang wawancara, kandidat harus mempersiapkan diri secara matang, baik dari segi pengetahuan maupun keterampilan komunikasi. Tahapan ini mencakup:

- **Riset Kisaran Gaji**

Kandidat perlu melakukan riset terlebih dahulu mengenai kisaran gaji untuk posisi yang dilamar di industri dan wilayah tertentu. Sumber data dapat berasal dari situs karier seperti Glassdoor, Jobstreet, atau laporan tren gaji tahunan dari lembaga ketenagakerjaan. Riset ini menjadi dasar penting dalam menentukan angka ekspektasi yang realistis dan sesuai dengan pasar.

- **Menyusun Argumen Rasional**

Kandidat harus mampu menyusun narasi atau argumen logis mengenai mengapa mereka layak menerima gaji tertentu. Argumen ini dapat didasarkan pada pengalaman kerja, pencapaian terdahulu, keterampilan unik, serta nilai tambah yang ditawarkan kepada perusahaan. Pendekatan berbasis logika dan data akan memberikan kesan profesional dan kredibel.

- **Latihan Komunikasi Verbal dan Nonverbal**

Menguasai cara menyampaikan pesan dengan jelas, percaya diri, dan sopan sangat penting. Kandidat dapat berlatih menjawab pertanyaan wawancara, termasuk pertanyaan tentang ekspektasi gaji, melalui role play atau simulasi. Selain itu, aspek nonverbal seperti postur tubuh, kontak mata, dan ekspresi wajah juga harus dilatih agar mendukung pesan verbal yang disampaikan.

b. Saat Wawancara

Tahap ini merupakan momen eksekusi strategi komunikasi. Kandidat harus mengelola ekspresi diri secara optimal agar pesan mengenai nilai dan ekspektasi gaji tersampaikan dengan baik.

- **Dengarkan Lebih Dulu Tawaran dari Perusahaan**

Sebisa mungkin, biarkan perusahaan membuka angka terlebih dahulu. Ini akan memberi kandidat ruang untuk menyesuaikan strategi tawar, serta memahami batasan anggaran perusahaan. Mendengarkan terlebih dahulu juga memberi kesan bahwa kandidat menghormati proses perusahaan.

- **Gunakan Bahasa Tubuh yang Terbuka dan Percaya Diri**

Komunikasi nonverbal sangat memengaruhi persepsi pewawancara. Bahasa tubuh yang terbuka, seperti duduk tegak, senyum alami, dan kontak mata yang stabil, memperkuat citra kandidat sebagai individu profesional dan percaya diri.

- **Gunakan Komunikasi Asertif**

Komunikasi asertif adalah kemampuan untuk menyampaikan pendapat dengan jelas tanpa bersikap agresif. Contoh:

“Berdasarkan pengalaman saya dalam mengelola proyek dan hasil riset kisaran gaji untuk posisi ini, saya berharap kompensasi di kisaran Rp10 hingga Rp12 juta per bulan. Namun, saya terbuka untuk mendengar struktur kompensasi perusahaan secara menyeluruh.”

c. Teknik Komunikasi Efektif

Untuk mendukung penyampaian ekspektasi secara optimal, terdapat beberapa pendekatan komunikasi strategis yang dapat digunakan:

- **Framing Positif**
Fokus pada kontribusi yang dapat diberikan kandidat kepada perusahaan, bukan pada kebutuhan pribadi. Contoh:
“Saya yakin dengan pengalaman saya dalam meningkatkan efisiensi tim, saya bisa memberikan dampak positif langsung pada produktivitas di divisi ini.”
- **Empati**
Tunjukkan pemahaman terhadap kondisi atau kebijakan perusahaan. Komunikasi yang empatik menciptakan iklim negosiasi yang kooperatif. Misalnya:
“Saya memahami bahwa perusahaan memiliki struktur gaji tertentu, dan saya menghargai itu.”
- **Data-Based Communication**
Gunakan data untuk memperkuat argumen. Misalnya, menyebutkan standar gaji pasar, laporan kontribusi sebelumnya, atau pencapaian yang dapat dikalkulasi secara kuantitatif. Contoh:
“Dalam peran saya sebelumnya, saya berhasil meningkatkan pendapatan bulanan tim sebesar 25%, dan saya yakin hal serupa dapat saya lakukan di sini.”

d. Setelah Negosiasi

Tahapan akhir tetap memerlukan komunikasi yang profesional untuk menjaga hubungan baik dan memastikan kesepakatan berjalan lancar.

- **Konfirmasi Secara Tertulis**
Apabila telah terjadi kesepakatan, pastikan semua rincian kompensasi dikonfirmasi secara tertulis, baik melalui surat penawaran resmi (offer letter) atau email. Ini bertujuan menghindari miskomunikasi di kemudian hari.
- **Tetap Menjaga Komunikasi Profesional**
Apapun hasilnya—baik negosiasi diterima maupun tidak—jaga sikap profesional. Ucapan terima kasih dan itikad baik untuk tetap menjalin hubungan akan meninggalkan kesan positif jangka panjang.

Kesalahan Umum dalam Komunikasi saat Negosiasi Gaji

Meskipun negosiasi gaji merupakan hak setiap kandidat, banyak pelamar kerja melakukan kesalahan dalam menyampaikan ekspektasi mereka karena kurangnya pemahaman, pengalaman, atau keterampilan komunikasi yang tepat. Kesalahan-kesalahan ini tidak hanya berdampak pada hasil negosiasi, tetapi juga pada persepsi profesionalisme kandidat di mata pihak perusahaan. Berikut adalah beberapa kesalahan komunikasi paling umum yang perlu dihindari saat melakukan negosiasi gaji:

1. Menghindari Pembicaraan Gaji Sama Sekali

Beberapa kandidat merasa tidak nyaman membicarakan gaji karena takut dianggap terlalu fokus pada uang atau khawatir hal tersebut akan mengurangi peluang diterima. Namun, menghindari pembicaraan

mengenai kompensasi sepenuhnya justru dapat menunjukkan kurangnya kesiapan atau kepercayaan diri. Ketika kandidat tidak mengungkapkan ekspektasi gaji, perusahaan mungkin akan menawarkan angka yang lebih rendah dari harapan atau menilai kandidat tidak cukup memahami nilai pasarnya. Dalam konteks profesional, negosiasi adalah hal yang wajar dan diharapkan, bukan sesuatu yang tabu.

2. Terlalu Cepat Menyebut Angka

Kesalahan lainnya adalah menyebutkan angka gaji terlalu awal dalam proses wawancara, sebelum memahami sepenuhnya tanggung jawab pekerjaan, ekspektasi perusahaan, dan paket kompensasi secara keseluruhan (termasuk tunjangan, bonus, cuti, dll.).

Memberikan angka secara terburu-buru dapat membuat kandidat terjebak pada kisaran tertentu tanpa ruang untuk negosiasi lebih lanjut. Strategi yang lebih baik adalah menunggu perusahaan memberikan kisaran atau setidaknya menanyakan terlebih dahulu tentang struktur kompensasi mereka sebelum memberikan jawaban final.

3. Tidak Mendengarkan Sinyal atau Petunjuk dari Pewawancara

Negosiasi yang efektif tidak hanya berbicara, tetapi juga mendengarkan secara aktif. Beberapa kandidat terlalu fokus pada angka yang mereka inginkan sehingga gagal menangkap isyarat verbal maupun nonverbal dari pewawancara, seperti nada bicara, ekspresi wajah, atau pilihan kata yang mencerminkan fleksibilitas atau keterbatasan perusahaan.

Ketika sinyal-sinyal ini diabaikan, kandidat berisiko mendorong negosiasi ke arah yang tidak produktif atau bahkan membuat pewawancara merasa tidak dihargai. Oleh karena itu, penting untuk memperhatikan setiap respon yang muncul dan menyesuaikan pendekatan komunikasi secara adaptif.

4. Menggunakan Nada Memaksa atau Terlalu Pasif

Nada dan gaya komunikasi memiliki pengaruh besar dalam membangun hubungan selama negosiasi. Kandidat yang menggunakan nada memaksa—terlalu menuntut, terkesan arogan, atau menekan—dapat menciptakan suasana defensif dan tidak nyaman bagi pewawancara. Sebaliknya, jika kandidat terlalu pasif—tidak berani menyampaikan ekspektasi atau menyetujui semua tawaran tanpa evaluasi—akan menurunkan posisi tawar mereka.

Pendekatan terbaik adalah **komunikasi asertif**, di mana kandidat menyampaikan pendapat dengan jelas, lugas, dan tetap menghormati perspektif pihak lain. Sikap yang percaya diri namun kooperatif menciptakan kesan bahwa kandidat adalah seseorang yang mampu bernegosiasi secara profesional di dunia kerja.

KESIMPULAN

Strategi komunikasi memainkan peran krusial dalam keberhasilan negosiasi gaji saat wawancara kerja. Kandidat yang mampu menyampaikan ekspektasi gaji secara asertif, empatik, dan berbasis data memiliki peluang lebih besar untuk mencapai kesepakatan yang menguntungkan kedua belah pihak. Komunikasi yang efektif mencakup persiapan matang sebelum wawancara, keterampilan menyampaikan argumen secara profesional saat wawancara, serta tindak lanjut yang sopan dan terstruktur. Penggunaan bahasa tubuh yang positif, kemampuan mendengarkan aktif, serta sikap terbuka terhadap dialog menunjukkan kematangan komunikasi kandidat. Dengan menghindari kesalahan umum seperti menyebut angka terlalu dini atau bersikap terlalu pasif, kandidat dapat meningkatkan posisi tawar mereka dalam proses perekrutan.

SARAN

1. Bagi Kandidat Pekerja

Kandidat disarankan untuk mempersiapkan strategi komunikasi sebelum wawancara, termasuk melakukan riset kisaran gaji dan menyusun argumen berbasis data. Latihan komunikasi verbal dan nonverbal juga penting agar pesan tersampaikan dengan percaya diri dan profesional.

2. Bagi Perusahaan

Perusahaan perlu menciptakan ruang komunikasi yang terbuka dan transparan selama wawancara, termasuk menjelaskan struktur kompensasi secara jelas. Hal ini akan membantu membangun kepercayaan dan mempercepat tercapainya kesepakatan.

3. Bagi Institusi Pendidikan atau Pelatihan Karier

Disarankan untuk menyisipkan pelatihan strategi komunikasi dan simulasi negosiasi dalam kurikulum persiapan kerja guna membekali lulusan dengan keterampilan praktis yang relevan di dunia profesional.

DAFTAR PUSTAKA

- Chotijah, L. (2021). *Komunikasi Efektif dalam Dunia Kerja*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Effendy, O. U. (2003). *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktik*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Fisher, R., & Ury, W. (1981). *Getting to Yes: Negotiating Agreement Without Giving In*. Penguin Books.
- Mulyadi, D. (2016). *Manajemen Perubahan dan Konflik Organisasi*. Bandung: Alfabeta.
- Philep M. Regar, Evelin Kawung & Joanne P. M. Tangkudung. (2014). *Pola Komunikasi dalam Organisasi*. *Jurnal Komunikasi*, 3(2), 25-32.
- Rogers, E. M., & Kincaid, D. L. (1981). *Communication Networks: Toward a New Paradigm for Research*. New York: Free Press.
- Soejanto, L. (2001). *Strategi Komunikasi Organisasi*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sugiyono. (2014 & 2020). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Syahrir, M. (2018). *Negosiasi dalam Dunia Kerja*. Jakarta: Gramedia.
- Tubbs, S. L., & Moss, S. (2008). *Human Communication: Principles and Contexts*. New York: McGraw-Hill.