

## **Analisis Efektivitas Komunikasi Digital Sebagai Media Komunikasi Di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pada PT Ellisa Kreatif Indokarya di Jakarta Pusat)**

**Heru Sudinta<sup>1\*</sup>, Iwan Irwansyah<sup>2</sup>**

<sup>1\*</sup>Prodi Manajemen Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial Dan Manajemen, Institut STIAM I, Jakarta, Indonesia

<sup>2</sup>Prodi Administrasi Publik, Fakultas Ilmu Administrasi, Institut STIAM I, Jakarta, Indonesia

Email: <sup>1\*</sup>herutvone@gmail.com, <sup>2</sup>irwanstiami@email.com

### **Abstract**

*All sectors feel the impact of the corona virus outbreak e.g. education, economy, tourism and others. This has also shifted direct interpersonal communication system to digital media communication system (online). By the existence of Covid-19 virus, PT Ellisa Kreatif Indokarya Central Jakarta received a notice from the government to implement PSBB (Large-Scale Social Restriction) and to keep social distancing where all employees of PT Ellisa Kreatif Indokarya Central Jakarta are required to perform their work and day-to-day operations at home WFH (Work From Home). The purpose of this research is to identify and analyze the effectiveness, constraints and solutions of Digital Communication during covid-19 pandemic at PT Ellisa Kreatif Indokarya. This research is conducted by employing qualitative approach and descriptive method. The results from the research show the effectiveness of Digital Communication during the covid-19 pandemi (case study at PT Ellisa Kreatif Indokarya di Central Jakarta) with few constraints such as internet connection speed and task delivery or meeting affected PSBB (Large-Scale Social Restriction) as a government policy.*

**Keywords :** *Effectiveness, Digital Communication, Covid-19 Pandemic.*

### **Abstrak**

Semua sektor merasakan dampak dari wabah virus corona mis. pendidikan, ekonomi, pariwisata dan lain-lain. Hal ini juga telah menggeser sistem komunikasi interpersonal langsung ke sistem komunikasi media digital (online). Dengan adanya virus Covid-19, PT Ellisa Kreatif Indokarya Jakarta Pusat mendapat himbauan dari pemerintah untuk menerapkan PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) dan melakukan social distancing dimana seluruh karyawan PT Ellisa Kreatif Indokarya Jakarta Pusat diwajibkan untuk melaksanakan kegiatannya. pekerjaan mereka dan operasional sehari-hari di rumah WFH (Work From Home). Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi dan menganalisis efektivitas, kendala dan solusi Komunikasi Digital selama pandemi covid-19 di PT Ellisa Kreatif Indokarya. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan kualitatif dan metode deskriptif. Hasil dari penelitian menunjukkan efektivitas Komunikasi Digital selama pandemi covid-19 (studi kasus di PT Ellisa Kreatif Indokarya di Jakarta Pusat) dengan beberapa kendala seperti

kecepatan koneksi internet dan pengiriman tugas atau rapat yang terkena PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar). ) sebagai kebijakan pemerintah.

**Kata Kunci** : Efektivitas, Komunikasi Digital, Pandemi Covid-19.

## **PENDAHULUAN**

Wabah Viru Corona atau dikenal sebagai Covid-19 tahun 2020 telah menyita perhatian publik. Seluruh sektor harus merasakan dampak atas berbagai kebijakan pembatasan, mulai dari sektor pendidikan, ekonomi, sosial, wisata, transportasi dan lainnya. Penyebaran virus pun cenderung bertambah cepat akibat berbagai aktivitas dan kegiatan sosial. Demi menghindari penularan dan membatasi aktivitas sosial, Pemerintah melakukan PSBB (Perbatasan Sosial Berskala Besar) dan harus menjaga jarak (social distancing). Kejadian tersebut akhirnya merubah sistem komunikasi interpersonal yang biasa dilakukan secara langsung (tatap muka) berganti menjadi sistem komunikasi melalui media digital daring (dalam jaringan) atau online. Salah satunya adalah PT Ellisa Kreatif Indokarya Jakarta Pusat, yang harus memaksa seluruh karyawannya menjalankan kegiatan pekerjaan dan operasional kantor sehari-hari dari rumah atau WFH (Work From Home). Sistem komunikasi digital berupa media Zoom, Skype dan Video Conference menjadi andalan perusahaan sebagai media komunikasi seluruh karyawan dalam berhubungan dengan sesama rekan kerja, atasan, bawahan maupun dengan pihak eksternal setiap hari. Padahal sebelum pandemi Covid-19, media komunikasi digital serupa hanya diaplikasikan sebagai penghubung saat jajaran direksi, karyawan atau investor yang posisinya berada jauh dari kantor dan tidak bisa menghadiri pertemuan, rapat dan pengesahan kebijakan secara langsung.

## **Pertanyaan Penelitian**

1. Bagaimanakah efektivitas komunikasi digital sebagai media komunikasi di masa pandemi covid-19 pada PT Ellisa Kreatif Indokarya ?
2. Apakah kendala-kendala komunikasi digital sebagai media komunikasi di masa pandemi covid-19 pada PT Ellisa Kreatif Indokarya ?
3. Bagaimana solusi dalam menghadapi kendala efektivitas komunikasi digital sebagai media komunikasi di masa pandemic covid-19 pada PT Ellisa Kreatif Indokarya ?

## **Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui dan menganalisis efektivitas komunikasi digital sebagai media komunikasi di masa pandemi covid-19 pada PT Ellisa Kreatif Indokarya.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis kendala-kendala komunikasi digital sebagai media komunikasi di masa pandemi covid-19 pada PT Ellisa Kreatif Indokarya.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis solusi dalam menghadapi kendala efektivitas komunikasi digital sebagai media komunikasi di masa pandemi covid-19 pada PT Ellisa Kreatif Indokarya .

## **TINJAUAN PUSTAKA**

Penelitian ini tidak hanya mengidentifikasi dan mengukur efektifitas komunikasi digital, tetapi juga menganalisis secara langsung penerapan komunikasi digital di masa

pandemi covid-19 pada PT Ellisa Kreatif Indokarya. Komunikasi digital memang sudah ada dan sudah banyak digunakan oleh banyak perusahaan jauh sebelum masa pandemi covid-19. Namun penggunaan komunikasi digital hanya sebatas keperluan yang bersifat tidak tetap atau tentatif. Sedangkan saat pandemi covid-19 melanda tanah air, komunikasi digital berubah menjadi kebutuhan pokok media komunikasi yang wajib diterapkan demi menjalankan roda operasional perusahaan. Pembahasan inilah yang membedakan dari penelitian sebelumnya, ketika komunikasi digital dipaksa adopsi karena desakan situasi. Harapan komunikasi digital menjadi media solusi dan apa saja kendala yang muncul dalam berbagai penerapannya di PT Ellisa Kreatif Indokarya menjadi tolak ukur efektifitas komunikasi digital.

### **Komunikasi**

Istilah komunikasi sendiri berpangkal pada bahasa latin *communis* yang memiliki artian membuat kebersamaan atau membangun kebersamaan antara dua orang atau lebih. Komunikasi sendiri juga berasal dari akar kata dalam bahasa latin *communico* yang artinya membagi.

### **Bentuk Komunikasi**

Susanto menyatakan bahwa ada lima konteks komunikasi, yaitu: komunikasi intrapersonal (*intrapersonal communication*), komunikasi antarpersonal (*interpersonal communication*), komunikasi kelompok (*group communication*), komunikasi organisasi (*organizational communication*) dan komunikasi massa (*mass communication*). Komunikasi interpersonal merupakan proses komunikasi yang terjadi dalam diri seseorang. Komunikasi ini umumnya membahas proses pemahaman.

### **Komunikasi interpersonal**

Mulyana (2004) menjelaskan komunikasi interpersonal merupakan proses pengiriman dan penerimaan pesan antara individu – individu secara tatap muka, yang memungkinkan setiap komunikasi menangkap reaksi individu lain secara langsung, baik verbal maupun nonverbal.

Rakhmat Jalaluddin menambahkan (dalam Rahayu, 2015), ada beberapa aspek yang ada dalam komunikasi interpersonal seperti keakraban, kontrol, dan ketepatan respon.

### **Efektivitas**

Menurut Islahuzzaman (2012: 44), “mengartikan efektivitas adalah berdaya guna. Kemampuan suatu unit untuk mencapai atau melampaui sasaran, target, atau tujuan yang diinginkan (yang telah ditetapkan lebih dahulu)”.

Menurut Mardiasmo (2014:32) pengertian efektivitas pada dasarnya berhubungan dengan pencapaian tujuan atau target kebijakan. Efektivitas merupakan hubungan antara keluaran dengan tujuan atau sasaran yang harus dicapai.

### **Pandemi Covid - 19**

Pandemi COVID-19 adalah peristiwa menyebarnya Penyakit koronavirus 2019 (Bahasa Inggris: Coronavirus disease 2019, disingkat COVID-19) di seluruh dunia untuk semua Negara.

Penyakit ini disebabkan oleh koronavirus jenis baru yang diberi nama SARS-CoV-2. Wabah COVID-19 pertama kali dideteksi di Kota Wuhan, Provinsi Hubei, Tiongkok pada tanggal 1 Desember 2019, dan ditetapkan sebagai pandemi oleh

Organisasi Kesehatan Dunia atau *World Health Organization* (WHO) pada tanggal 11 Maret 2020.

### **Media Baru**

Media baru disebut juga new media digital. Menurut Flew (2008: 2-3). Media digital adalah media yang kontennya berbentuk gabungan data, teks, suara, dan berbagai jenis gambar yang disimpan dalam format digital dan disebarluaskan melalui jaringan berbasis kabel optic broadband, satelit dan sistem gelombang mikro.

Carey menambahkan dalam (McQuail, 2011:43) menjelaskan bahwa media baru selalu berbasis internet dengan menggunakan komputer dan telepon genggam canggih. Dua kekuatan utama perubahan awalnya adalah komunikasi satelit dan pemanfaatan komputer. Kunci untuk kekuatan komputer yang besar sebagai sebuah mesin komunikasi terletak pada proses digitalisasi yang memungkinkan segala bentuk informasi dibawa dengan efisien dan saling berbaur.

## **METODE PENELITIAN**

### **Pendekatan dan Jenis Penelitian**

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Menurut Denzin dan Lincoln 1987 (Mamik, 2015:4), “pendekatan kualitatif adalah penelitian yang menggunakan latar alamiah, dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi dengan jalan melibatkan berbagai metode yang ada”. Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif yaitu penelitian yang berusaha untuk menuturkan pemecahan masalah yang ada sekarang berdasarkan data-data yang telah diperoleh, diharapkan peneliti mampu menemukan, menentukan serta menganalisis suatu masalah tertentu. Jenis penelitian deskriptif kualitatif yang digunakan pada penelitian ini dimaksudkan untuk memperoleh informasi mengenai efektivitas, kendala dan solusi dari komunikasi digital sebagai media komunikasi di masa pandemi covid-19 pada PT Ellisa Kreatif Indokarya.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu: (1) Teknik Observasi Menurut Nasution (Sugiyono, 2014:309) menyatakan bahwa “observasi adalah dasar semua ilmu pengetahuan. Para ilmuwan hanya dapat bekerja berdasarkan data, yaitu fakta mengenai dunia kenyataan yang di peroleh melalui observasi”, (2) Teknik Dokumentasi Menurut Guba dan Lincoln (Mamik, 2015) “Dokumentasi adalah setiap bahan tertulis atau film yang tidak dipersiapkan karena ada permintaan seorang peneliti”, dalam kegiatan dokumentasi ini, penulis akan mengumpulkan dokumen-dokumen yang diperlukan untuk mendukung penulisan penelitian.

Dalam pengumpulan data, data yang dipakai oleh penulis sebagai data primer adalah data yang berasal dari wawancara dengan informan dan didukung dengan data sekunder yaitu pengumpulan data dari dokumentasi maupun pengamatan dengan melakukan observasi. (3) Teknik Wawancara Pada penelitian ini penulis juga menggunakan wawancara tak struktur atau wawancara secara terbuka dimana menurut Esterberg (Sugiyono, 2014:318) menyatakan bahwa “wawancara tidak struktur adalah wawancara yang bebas dimana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulan datanya. Pedoman wawancara yang digunakan hanya berupa garis-garis besar permasalahan yang akan ditanyakan”

### **Tenkik Analisis Data**

Teknik analisis data dalam langkah awalnya adalah mengumpulkan data yang ada, kemudian menyusun data tersebut dengan sistematis, selanjutnya mempresentasikan hasil dari penelitiannya kepada orang lain. Analisis data model Milles dan Huberman terdiri dari:

1. Reduksi data

Reduksi data adalah sebuah proses pemilihan, pemusatan perhatian pada pederhanaan, pengabstrakan, dan transformasi data kasar (belum di sempurnakan) yang muncul dari catatan lapangan.

2. Penyajian data

Penyajian data merupakan pendeskripsian dari sekumpulan informasi yang tersusun dan memberikan kemungkinan adanya penarikan kesimpulan serta pengambilan keputusan. Dalam penyajian data kualitatif dapat disajikan dalam bentuk teks naratif, dengan tujuan yang disusun untuk menggabungkan informasi tersusun dalam bentuk yang sesuai dan mudah dimengerti.

3. Penarikan kesimpulan atau verifikasi

Penarikan kesimpulan atau verifikasi adalah kegiatan akhir dalam penelitian kualitatif. Penulis harus sampai pada kesimpulan dan melakukan verifikasi dari segi makna maupun kebenarannya dari kesimpulan yang disepakati oleh tempat penelitian itu dilaksanakan.

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Pengguna media digital saat pandemi covid-19 di tanah air naik hingga 170 juta atau 61,8% dari jumlah populasi di Indonesia. Artinya kebutuhan media digital menjadi sarana komunikasi baru yang tak bisa dipisahkan saat situasi memaksa manusia tetap berkomunikasi meski jarak menjadi kendala yang membatasi. Efektivitas media digital dalam komunikasi masyarakat dalam bidang kehidupanakan dijelaskan lebih detail lagi dalam beberapa sub pembahasan.

Dalam tahap ini, peneliti akan menjelaskan hasil penelitian yang telah dilakukan dalam bentuk pembahasan, yakni akan peneliti paparkan sebagai berikut:

#### **1. Efektivitas komunikasi digital sebagai media komunikasi dimasa pandemi covid-19 (Studi kasus PT Ellisa Kreatif Indokarya)**

Pokok dasar keberadaan medai digital adalah untuk menjangkau interaksi massa (orang banyak). Interaksi terjadi ketika ada dialog atau komunikasi dua arah yang komunikatif. Oleh karena itu fungsi utamanya untuk saling memberikan informasi.

Berdasarkan hasil wawancara berhubungan dengan efektivitas komunikasi digital sebagai media komunikasi dimasa pandemi covid-19 (Studi kasus PT Ellisa Kreatif Indokarya). Menurut Mardiasmo (2017: 134) Efektivitas adalah: “Ukuran berhasil tidaknya pencapaian tujuan suatu organisasi mencapai tujuannya. Indikator efektivitas menggambarkan jangkauan akibat dan dampak (outcome) dari keluaran (Output) program dalam mencapai tujuan program.” Maka didalam proses penganggaran mulai diarahkan untuk berorientasikan pada keluaran (output) dan dampak (outcome) melalui ukuran efektivitas. ada 4 teori Aspek Efektivitas berikut adalah beberapa aspek yang mempengaruhi efektivitas komunikasi digital sebagai media komunikasi dimasa pandemi covid-19 (Studi kasus PT Ellisa Kreatif Indokarya) :

a) Aspek Tugas dan Fungsi

Sebuah Lembaga ataupun perusahaan dikatakan efektivitas jika melaksanakan tugas atau fungsinya. dalam hal ini efektivitas komunikasi digital sebagai media komunikasi di masa pandemi covid-19 di PT Ellisa Kreatif Indokarya adalah sudah efektif dikarenakan satu satunya cara dalam mengatasi keadaan pandemi covid-19 yang membatasi interaksi di PT Ellisa Kreatif Indokarya. Dikatakan efektif karena komunikasi antara seluruh karyawan hingga direksi tetap berjalan. Artinya roda operasional perusahaan tetap berjalan, meskipun pelaporan, penugasan, penjualan dan pembelian kebutuhan produksi perusahaan dikerjakan oleh setiap karyawan dari rumah.

Komunikasi sendiri memang sudah menjadi kebutuhan mutlak yang harus dimiliki perusahaan tanpa henti, sehingga kegiatan operasional, pemasaran dan promosi perusahaan bisa terus berjalan seiring peraturan pemerintah yang telah di berlakukan terpaksa seluruh yang bekerja harus melakukan pekerjaannya di rumah (Work From Home) melalui komunikasi digital sebagai media komunikasi yang bisa membuat perusahaan tetap terus berjalan dan menjalin komunikasi kepada seluruh civitas di PT Ellisa Kreatif Indokarya serta melakukan aktivitas perusahaan yang dilakukan sehari-hari walaupun memang bekerja dirumah tetapi hal ini adalah sudah efektif dan efisien serta sangat memudahkan masyarakat Indonesia khususnya bagi karyawan yang melakukan pekerjaan dirumah, masyarakat yang menjalin silaturahmi dari rumah, serta mahasiswa ataupun pelajar yang mengikuti kegiatan belajar mengajar melalui daring (Online) dikarenakan sesuai peraturan pemerintah hal yang di maksud dengan bersangkutan seperti melakukan pertemuan, pekerjaan, ataupun pembelajaran sudah bisa dilakukan dimana saja dan kapan yang bebas dilihat dari kondisi kesibukan masing-masing melalui digital di zaman yang sudah modern ini di revolusi industri 4.0.

b) Aspek Rencana atau Program

Dalam Efektivitas komunikasi digital sebagai media komunikasi di masa pandemi covid-19 yang dimaksud rencana atau program adalah pembelajaran yang terprogram, jika seluruh rencana dapat dilaksanakan maka rencana atau program dikatakan efektif. Dalam hal ini efektivitas komunikasi digital sebagai media komunikasi di masa pandemi covid-19 di PT Ellisa Kreatif Indokarya adalah sudah efektif sebab PT Ellisa Kreatif Indokarya dalam menjalankan penerapan komunikasi digital sebagai media komunikasi ini selalu membuat rencana pencapaian dalam setiap pertemuan yang dilakukan atau ada hasil dalam setiap pertemuan serta PT Ellisa Kreatif Indokarya membuat program secara terurut dan rutin seperti perencanaan harian, perencanaan mingguan, perencanaan bukanan, perencanaan tahunan.

c) Aspek Ketentuan dan Peraturan

Efektivitas suatu program juga dapat dilihat dari berfungsi atau tidaknya aturan yang telah dibuat dalam rangka menjaga keberlangsungan proses kegiatannya. Jika aturan ini dilaksanakan dengan baik berarti ketentuan aturan telah berlaku secara efektif. Dalam hal ini efektivitas komunikasi digital sebagai media komunikasi di masa pandemi covid-19 di PT Ellisa Kreatif Indokarya adalah sudah efektif dikarenakan dalam pelaksanaannya meeting atau rapat dan pertemuan melalui komunikasi digital yaitu zoom meeting PT Ellisa Kreatif Indokarya membuat ketentuan dan peraturan dalam menjalankan kegiatan pertemuan ini seperti memberi kaar kepada seluruh civitas PT Ellisa Kreatif Indokarya satu hari sebelum dilaksanakannya pertemuan tersebut dan

menentukan background yang di gunakan dalam pelaksanaan meeting tersebut serta mewajibkan peserta yang mengikuti pertemuan melalui komunikasi digital zoom meeting ini untuk menyalakan kamera agar terlihat .

d) Aspek Tujuan dan Kondisi Ideal

Aspek Tujuan dan kondisi ideal adalah suatu program dapat dikatakan efektif dari sudut hasil jika tujuan atau kondisi ideal program tersebut dapat dicapai. Dalam menjalani efektivitas komunikasi digital sebagai media komunikasi di PT Ellisa Kreatif Indokarya Karyawan PT Ellisa Kreatif Indokarya juga tidak perlu mengeluarkan ongkos, biaya parkir, sarapan dan waktu serta hal lainnya untuk datang ke kantor dan melakukan aktivitas pekerjaan kantor lainnya dikarenakan semuanya dilakukan dari rumah secara online dan ini sudah sangat efektif sekali serta efisien apalagi di era revolusi industry 4.0 dimana zaman sangat cepat berubah dan juga terus updatenya teknologi.

Dan dengan adanya wabah virus covid – 19 ini dimana semua orang bekerja dirumah dan juga belajar di rumah karena kita harus menjaga jarak dengan yang lainnya, dalam hal ini komunikasi digital sebagai media komunikasi terutama penggunaan pada aplikasi zoom meeting dan whatsapp group sangat dibutuhkan sekali.

Dengan adanya efektivitas komunikasi digital sebagai media komunikasi di masa pandemi covid -19 sudah sangat efektif bagi karyawan PT Ellisa Kreatif Indokarya, masyarakat maupun mahasiswa dalam melakukan kegiatannya melalui online atau daring dan ini juga sedikit banyaknya dapat membantu pemerintah dalam mengurangi masalah penyebaran ataupun penularan virus covid-19.

## **2. Kendala-kendala Efektivitas komunikasi digital sebagai media komunikasi dimasa pandemi covid-19 (Studi kasus PT Ellisa Kreatif Indokarya)**

Kendala ataupun hambatan dan ancaman yang dihadapi dalam Efektivitas komunikasi digital sebagai media komunikasi dimasa pandemi covid-19 ini dimana semuanya serba daring dan melalui digital adalah gangguan sinyal yang terus terjadi akan mengakibatkan kesalahpahaman dalam penyampaian pesan informasi input dan output yang dilakukan melalui komunikasi digital saat melakukan pertemuan ataupun meeting karena gangguan sinyal sedikit sulit di atasi karena tergantung dari daerah dan kouta data internet yang dimiliki oleh karyawan karena masing masing daerah memiliki kecepatan sinyal yang berbeda beda. Kendala ini menjadi hal yang berbeda dari penelitian sebelumnya, sebagai akibat meningkatnya kebutuhan dan banyaknya pengguna komunikasi digital yang berbasis internet. Keterbatasan atau ketersediaan jaringan internet yang tidak seiring naiknya angka kebutuhan menjadi hambatan teknis yang sebelumnya tidak terduga akibat situasi pandemi covid-19. Sebelumnya penggunaan jaringan internet relatif stabil seiring minimnya penggunaan komunikasi digital unuk kebutuhan kerja.

Kendala lainnya adalah kurangnya persiapan yang dilakukan oleh karyawan PT Ellisa Kreatif Indokarya saat melakukan pertemuan melalui zoom meeting seperti ada yang sedang di jalan, ada yang off camera karena sedang melakukan kegiatan lain, dan terganggu suara bising dari karyawan lainnya saat memulai pertemuan atau rapat melalui komunikasi digital sebagai media komunikasi ini. Dalam penggunaan komunikasi digital sebagai media komunikasi ini memerlukan data internet yang tidak gratis dan berbayar, hal ini merasa menjadi beban oleh karyawan atau karyawan merasa terbebani walaupun memang tidak perlu mengeluarkan ongkos dan biaya lainnya untuk bekerja dirumah (Work From Home) akan tetapi jika di kalkulasikan mungkin lebih

besar biaya kouta internet di bandingkan dengan biaya ongkos lainnya dan hal ini yang membuat karyawan, masyarakat apalagi mahasiswa merasa sangat terbebani.

### **3. Solusi dalam mengatasi kendala-kendala pada Efektivitas komunikasi digital sebagai media komunikasi dimasa pandemi covid-19 (Studi kasus PT Ellisa Kreatif Indokarya)**

Solusi atau upaya yang dilakukan oleh PT Ellisa Kreatif Indokarya dalam mengatasi kendala-kendala pada Efektivitas komunikasi digital sebagai media komunikasi dimasa pandemi covid-19 adalah dengan melakukan berbagai persiapan yang meliputi penjadwalan pertemuan, penyederhanaan informasi, pelaporan terbatas (langsung antara bawahan-atasan dan bukan diruang publik karyawan), penentuan media digital yang akan digunakan (Zoom, Skype dan video conference), agar seluruh karyawan mampu mempersiapkan diri dari segi peralatan, ruangan, waktu, jaringan kuota internet, sehingga tidak terjadi gangguan sinyal, kehabisan kuota ataupun gangguan komunikasi lainnya yang dapat memperlambat jalannya pertemuan atau meeting ini.

Solusi lainnya yang dilakukan oleh PT Ellisa Kreatif Indokarya adalah dengan memberikan atau membiayai kouta internet yang dikeluarkan karena melakukan pekerjaan dan mengumpulkan pekerjaan melalui online ataudaring ini agar karyawan tidak merasa semakin terbebani di saat melakukan pekerjaan dari rumah ( Work From Home) dan membuat karyawan menjadi lebih bersemangat dalam bekerja dirumah.

## **PENUTUP**

Penerapan New Media di tengah pandemi covid-19 telah menjadi pilar penunjang proses komunikasi di perusahaan di tengah kebijakan pembatasan sosial maupun jaga jarak yang dicanangkan pemerintah. Media digital berperan aktif dalam menjaga komunikasi karyawan di pelbagai bidang baik untuk keperluan produksi, keuangan, bisnis (penjualan-pembelian) dan pemasaran. Artinya media digital menjadi terobosan di tengah kemajuan teknologi berbasis internet yang mampu menjembatani karyawan tetap bisa berkomunikasi meskipun terpisah jarak, waktu dan keadaan. Komunikasi pun efektif tetap berjalan dari rumah masing-masing hanya bermodalkan ponsel genggam dan koneksi internet yang lancar. Komunikasi digital ternyata juga membawa keuntungan terutama dari efisiensi waktu, biaya dan tempat. Penelitian tentang Analisis Efektivitas Komunikasi Digital Sebagai Media Komunikasi di masa pandemi covid-19 (Studi Kasus PT Ellisa Kreatif Indokarya) dapat ditarik kesimpulan bahwa Efektivitas Komunikasi Digital Sebagai Media Komunikasi sudah efektif digunakan di masa pandemi covid-19. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab sebelumnya dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Efektivitas Komunikasi Digital Sebagai Media Komunikasi di masa pandemi covid-19 (Studi Kasus PT Ellisa Kreatif Indokarya) sudah efektif dikarenakan dengan adanya komunikasi digital sebagai media komunikasi di masa pandemi covid-19, PT Ellisa Kreatif Indokarya dalam mengadakan rapat ataupun pertemuan lainnya yang berhubungan dengan pekerjaan atau perusahaan melalui Zoom Meeting dan juga dengan adanya komunikasi digital sebagai media komunikasi dapat memberikan informasi dan tugas melalui Whatsapp Grup. Dengan demikian adanya komunikasi digital sebagai media komunikasi di masa pandemi covid-19 di PT Ellisa Kreatif Indokarya sudah efektif, dengan zoom meeting dan whatsapp grup di masa pandemi bisa memudahkan komunikasi perusahaan dalam menyampaikan tugas ataupun rapat sudah tidak terhalang oleh waktu dan tempat.

2. Kendala yang dihadapi pada Efektivitas Komunikasi Digital Sebagai Media Komunikasi di masa pandemi covid-19 (Studi Kasus PT Ellisa Kreatif Indokarya) yaitu disebabkan karena tidak bisa bertemu langsung di karenakan adanya peraturan PSBB (Perbatasan Sosial Berskala Besar) oleh pemerintah mengharuskan seluruh karyawan PT Ellisa Kreatif Indokarya menggunakan efektivitas komunikasi digital. Kendalanya adalah penggunaan komunikasi digital memerlukan data atau internet yang harus di beli dan tidak gratis, serta koneksi atau kecepatan internet berbeda beda tergantung situasi, tempat, kondisi, ataupun cuaca dan hal tersebut adalah yang menyebabkan kesalahan pendengaran dalam penyampaian informarsi ataupun pending dan samar-samar jika terjadi sinyal yang salah.
3. Solusi dalam mengatasi kendala pada Efektivitas Komunikasi Digiital Sebagai Media Komunikasi di masa pandemi covid-19 (Studi Kasus PT Ellisa Kreatif Indokarya) adalah dengan cara melakukan pemberitahuan pelaksanaan pertemuan ataupun rapat ataupun meeting dan pertemuan lainnya melalui komunikasi digital sebagai media komunikasi zoom meeting dengan cara menyampaikan informasi melalui whatsapp group H-1 (satu hari sebelumnya) sebelum pertemuan dilakukan agar civitas PT Ellisa Kreatif Indokarya dapat mempersiapkan waktu agar tepat waktu disaat pertemuan dan juga mempersiapkan sesuatu hal sebelum pertemuan zoom meeting seperti dengan persiapan yang matang seperti mempersiapkan latar belakang atau background.

## **DAFTAR PUSTAKA**

### **Buku**

- Abimanyu, Ariadi. 2015. Buku Pelajaran Marketing Untuk Anda yang Ingin Tapi Malas Belajar Marketing. Surabaya: PT Elex Media Komputindo.
- Baran, Stanley J. 2011. Pengantar Komunikasi Massa Literasi Media & Budaya. Edisi 6. Jakarta: Salemba Humanika.
- Baran, Stanley J. dan Davis, Dennis, K. 2010. Teori Komunikasi massa, Dasar Pergolakan, dan Massa Depan. Jakarta: Salemba Humanika.
- Creswell, John W. 2010. Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Effendi, Onong Uchjana. 2011. Ilmu Komunikasi. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Hamid, Farid dan Heri Budianto. 2011. Ilmu Komunikasi: Sekarang dan Tantangan Masa Depan. Jakarta: Kencana.
- Hermawan, Agus. 2012. Komunikasi Pemasaran. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Ismaniar, Hetty. 2015. Administrasi Kesehatan Masyarakat. Yogyakarta: Deepublish.
- Kotler, P. & Keller, K. L. 2012. Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi ke 12. Jakarta: Erlangga.
- Kriyantono, Rachmat. 2010. Riset Komunikasi. Jakarta: Kencana. Kriyantono, Rachmat. 2010. Teknik Praktis Riset Komunikasi. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- La Ode Almana, Sudarmanto dan Ismail Suardi Wekke. 2018. Tata Kelola Perguruan Tinggi Berbaris Akreditasi. Yogyakarta: Deepublish Publisher.

- Morissan. 2011. *Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio dan Televisi*. Jakarta: Kencana.
- Mulyani, Sri. 2016. *Metode Analisis dan Perencanaan Sistem*. Bandung: Abdi Sistemika
- Mulyaningsih, Endang. 2011. *Evaluasi Proses Suatu Program*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Mulyaningsih, Endang. 2011. *Evaluasi Proses Suatu Program*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Pengantar Teori Komunikasi: Analisis Dan Aplikasi. Buku 1 edisi ke-3 Terjemahan Maria Natalia Damayanti Maer. Jakarta: Salemba Humanika
- Rakhmat, Jalaludin. 2013. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya
- Rivers, William L, et al. 2012. *Media Massa & Masyarakat Modern*. Edisi Kedua. Cet ke-4. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Rochajat, Harun dan Elvinaro Ardianto. 2011. *Komunikasi Pembangunan & Perubahan Sosial*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Santoso, Slamet. 2010. *Teori Psikologi Sosial*. Bandung: PT. Rafika Aditama.
- Tamburaka, Apriyadi. 2013. *Literasi Media “Cerdas Bermedia Khalayak Media Massa”*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.
- Jurnal**
- Ardiyanti, Handrini. 2020. “Komunikasi Media Yang Efektif Pada Pandemi Covid-19”. Vol. XII, No. 7/1/Puslit/April/2020.
- El Junus, Rahman. 2020. “Digital Marketing During the Pandemic Period : A Study of Islamic Perspective”. ISSN: 2716-4810 (print) ISSN: 2716-4802 (online).
- Keomorakath Pich, Wahyu Sardjono. 2020. “The Performance Of Information System In Facilitating Work Communication By Online- Based Application During Covid Crisis”. Vol.1 No.1 June 2020 ISSN: 2722-5062, DOI: 10.20473/ajim.v1i1.19398.
- Komalasari, Rita. 2020. “Manfaat Teknologi Informasi Dan Komunikasi Di Masa Pandemi Covid 19”. TEMATIK Jurnal Teknologi Informasi Dan Komunikasi Vol. 7, No. 1 Juni 2020.
- LivariSumita SharmaLeena, Netta. 2020. “Digital transformation of everyday life–How COVID-19 pandemic transformed the basic education of the young generation and why information management research should care?”. *Ventä-Olkkonen International Journal of Information Management* 55 (2020) 102183.
- Ni'matul Rohmah, Nurliya. 2020. “Media Sosial Sebagai Media Alternatif Manfaat dan Pemuas Kebutuhan Informasi Masa Pandemi Global Covid 19 (Kajian Analisis Teori Uses And Gratification)”. *Al-I'lam; Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam* p-ISSN 2598-8883 | Vol. 4, No 1, September 2020, pp. 1-16 e-ISSN 2615-1243.
- Puti Nova, Sari. 2018. “Efektivitas Komunikasi Aplikasi Telegram Sebagai Media Informasi Pegawai PT Pos Indonesia (Persero) Kota Pekanbaru”. *JOM FISIP* Vol. 5 No. 1 April 2018.