



ANALYSIS OF COMMUNICATION EFFECTIVENESS IN THE DIGITAL AGE AS A COMMUNICATION MEDIA FOR IGENERATION (GEN Z) DURING THE COVID-19 PANDEMIC RECOVERY PERIOD: DESCRIPTIVE STUDY OF USU'S MIKOM 2022

ANALISIS EFEKTIVITAS KOMUNIKASI DI ERA DIGITAL SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI PADA IGENERATION (GEN Z) DI MASA PEMULIHAN PANDEMI COVID-19 : STUDI DESKRIPTIF MIKOM USU 2022

Juli Purnawati, Dewi Kurniawati

Magister Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Sumatera Utara

ABSTRACT

All sectors are feeling the impact of the Corona virus outbreak, such as education, the economy, tourism, and others. This has also shifted the direct interpersonal communication system to the digital (online) media communication system. With the COVID-19 virus, all universities in North Sumatra, both public and private, received an appeal from the government to implement PSBB (Large-Scale Social Restrictions) and carry out social distancing, where all employees, lecturers, and students of the University of North Sumatra are required to carry out their activities and daily operations at WFH (Work From Home) homes. However, during this recovery period, campus activities began to be carried out offline and also online, so the purpose of this study was to identify and analyze the effectiveness, constraints, and digital communication solutions during the pandemic (COVID-19) and recovery during the COVID-19 pandemic, in the Master of Communication Science, University of North Sumatra. This research was conducted using a qualitative approach and a descriptive method. The research results show the effectiveness of digital communication during the COVID-19 pandemic and COVID-19 recovery.

ABSTRAK

Semua sektor merasakan dampak dari wabah virus Corona, seperti pendidikan, ekonomi, pariwisata, dan lain-lain. Hal ini juga telah menggeser sistem komunikasi interpersonal langsung ke sistem komunikasi media digital (*online*) (Ardiyanti, 2020). Dengan adanya virus COVID-19, seluruh perguruan tinggi di SUMUT baik negeri maupun swasta mendapat himbauan dari pemerintah untuk menerapkan PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) dan melakukan *social distancing*, dimana seluruh karyawan, dosen, dan mahasiswa Universitas Sumatera Utara diwajibkan untuk melaksanakan kegiatan pekerjaan dan operasional sehari-hari mereka di rumah WFH (*Work From Home*). Namun pada masa *recovery* ini, kegiatan kampus mulai dilakukan secara *offline* dan juga *online*, sehingga tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi dan menganalisis efektivitas, kendala, dan solusi komunikasi digital pada masa pandemi COVID-19 dan pemulihan pada masa pandemi COVID-19, di Magister Ilmu Komunikasi, Universitas Sumatera Utara. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan kualitatif dan metode deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan efektivitas komunikasi digital selama pandemi COVID-19 dan pemulihan COVID-19.

Research Report
Penelitian

INFO ARTICLE

Received: 18 January 2023

Accepted: 25 April 2023

Published: 1 June 2023

Correspondence:

Juli Purnawati

Email:

juli.purnawati@usu.ac.id

Keywords:

Effectiveness, Digital Communication, Covid 19 Pandemic, Recovery Covid-19

Kata Kunci:

efektivitas, komunikasi digital, Pandemi COVID-19 dan Pemulihan COVID-19



PENDAHULUAN

Wabah virus Corona tahun 2020 atau yang dikenal juga dengan COVID-19 telah menyita perhatian publik. Semua sektor pasti merasakan dampak dari berbagai kebijakan restriktif, mulai dari sektor pendidikan, ekonomi, sosial, pariwisata, transportasi, dan lainnya. Penyebaran virus juga dipercepat dengan berbagai kegiatan dan kegiatan sosial. Untuk menghindari penularan dan membatasi aktivitas sosial, pemerintah menerapkan PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) dan harus menjaga jarak sosial.

Kejadian ini akhirnya menggeser sistem komunikasi interpersonal dari komunikasi langsung (tatap muka) menjadi komunikasi melalui media digital (dalam jaringan) atau *online*. Salah satunya Magister Ilmu Komunikasi Universitas Sumatera Utara. harus mewajibkan seluruh pegawai, kepala departemen, dan mahasiswa untuk melaksanakan kegiatan belajar mengajar sehari-hari dari rumah atau WFH (*Work From Home*). Pemanfaatan sistem komunikasi melalui aplikasi digital seperti media *Zoom*, *Skype*, dan *Video Conference* menjadi sarana komunikasi utama bagi seluruh karyawan dosen dan mahasiswa dalam berhubungan dengan rekan kerja, atasan, bawahan, dan media pembelajaran sehari-hari.

Sebelumnya, media komunikasi digital sejenis hanya digunakan sebagai penghubung dosen dan mahasiswa yang posisinya berjauhan. Selama masa *recovery*, dosen dan mahasiswa masih belajar dari media namun tidak seaktif masa COVID-19 saat baru datang ke Indonesia. Media komunikasi masih belum efektif dan terdapat kendala. Dalam permasalahan ini, peneliti ingin melihat analisis efektivitas media komunikasi di era digital pada masa COVID-19 serta pemulihan COVID-19 di Magister Ilmu Komunikasi Universitas Sumatera Utara. Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi dan menganalisis efektivitas, kendala, dan solusi komunikasi digital pada *iGeneration* (Gen Z) selama masa pandemi COVID-19 dan proses pemulihannya, khususnya

di Magister Ilmu Komunikasi, Universitas Sumatera Utara.

Pada masa pandemi COVID-19, komunikasi digital menjadi salah satu alat penting bagi *iGeneration* untuk tetap terhubung dengan teman, keluarga, dan rekan kerja, serta untuk mendapatkan informasi terbaru mengenai perkembangan pandemi. Namun, terdapat beberapa kendala yang mungkin menghambat efektivitas dari komunikasi digital, seperti kesulitan dalam mengakses teknologi, gangguan jaringan, dan masalah dalam memahami pesan yang disampaikan.

Oleh karena itu, penelitian ini akan mengidentifikasi dan menganalisis efektivitas dari komunikasi digital pada *iGeneration* selama masa pandemi COVID-19 dan pemulihannya di lingkungan akademik Magister Ilmu Komunikasi, Universitas Sumatera Utara. Selain itu, penelitian ini juga akan mengidentifikasi kendala-kendala yang muncul dalam penggunaan komunikasi digital dan mencari solusi untuk mengatasinya.

Riset ini tidak hanya mengidentifikasi dan mengukur efektivitas komunikasi digital, tetapi juga menganalisis secara langsung penerapan komunikasi digital di masa pandemi covid-19 bagi mahasiswa Magister Ilmu Komunikasi Universitas Sumatera Utara. Komunikasi digital sudah ada dan banyak digunakan oleh dosen dan mahasiswa sebelum pandemi covid-19. Namun, penggunaan komunikasi digital hanya terbatas pada tujuan yang bersifat sementara atau tentatif. Sementara itu, ketika pandemi Covid-19 melanda tanah air, komunikasi digital berubah menjadi kebutuhan dasar media komunikasi yang harus diterapkan dalam rangka menjalankan operasional perusahaan. Pembahasan inilah yang membedakan dengan penelitian sebelumnya, ketika komunikasi digital terpaksa diadopsi karena tekanan situasi. Transformasi digital merupakan proses yang bertujuan untuk meningkatkan suatu entitas, dengan perubahan melalui kombinasi informasi, komunikasi dan teknologi melalui konektivitas internet (Ardiyanti, 2020). Komunikasi digital diharapkan menjadi solusi media; Namun, apa saja kendala yang muncul dalam berbagai

penerapannya di Magister Ilmu Komunikasi Universitas Sumatera Utara, dan apa tolok ukur efektifitas komunikasi digital.

Dengan mengidentifikasi dan menganalisis efektivitas, kendala, dan solusi dari komunikasi digital pada *iGeneration* selama masa pandemi COVID-19 dan pemulihannya, diharapkan penelitian ini dapat memberikan pemahaman yang lebih baik mengenai cara terbaik dalam menggunakan komunikasi digital untuk tetap terhubung dan menjaga interaksi sosial di era digital. Selain itu, hasil penelitian ini juga dapat memberikan sumbangan bagi pengembangan ilmu komunikasi dalam era digital dan masa pandemi COVID-19.

Melalui penelitian ini, diharapkan dapat memberikan pemahaman lebih dalam mengenai cara terbaik dalam menggunakan komunikasi digital bagi *iGeneration* selama masa pandemi COVID-19 dan proses pemulihan, serta memberikan kontribusi pada pengembangan ilmu komunikasi dalam era digital.

TINJAUAN PUSTAKA

Generasi Z

Generasi Z adalah generasi yang lahir antara tahun 1997 – 2012 (Rakhmah, 2021). Generasi pasca-milenial ini memiliki beberapa sebutan diantaranya *iGeneration*, *Gen Net*, serta *Digital Natives* yang sering disalah artikan sebagai sebutan Gen Y atau Generasi Milenial. Berbeda dengan Gen Y yang lahir pada masa transisi teknologi, Gen Z lahir ditengah penggunaan internet serta teknologi yang canggih (Rastati, 2018). Tumbuh di masa teknologi dan digitalisasi yang pesat menjadikan generasi ini memiliki karakteristik individual, pemikiran yang lebih terbuka (*open minded*) atau global, lebih cepat memahami sesuatu hal, keingintahuan yang tinggi (*high curiosity*), menginginkan serba instan, dan mandiri. Karakteristik ini terbentuk dikarenakan generasi ini sudah memahami teknologi, sudah mahir teknologi sehingga tingkat wawasan mereka akan semakin bertambah luas hanya dengan mengakses laman internet. Generasi z dengan mudah menemukan hal yang belum mengerti

dengan cara mengakses informasi di internet. Hal ini menjadikan mereka menjadi seseorang yang individual dan juga mandiri, sebab mereka bisa mengakses sendiri dengan mudah melalui *smartphone* atau perangkat digital lainnya (Rahmawati, 2021).

Komunikasi

Komunikasi sendiri berasal dari bahasa latin "*communis*" yang memiliki arti "membuat kebersamaan" atau "membangun kebersamaan" antara dua orang atau lebih. Komunikasi sendiri juga berasal dari akar kata dalam bahasa latin, *communico*, yang berarti membagi bentuk komunikasi (Cangara, 2011). Susanto (2010) menyatakan bahwa ada lima konteks komunikasi, yaitu: komunikasi intrapersonal, komunikasi interpersonal, komunikasi kelompok, komunikasi organisasi, dan komunikasi massa. Komunikasi interpersonal adalah proses komunikasi yang terjadi dalam diri seseorang. Komunikasi ini umumnya membahas tentang proses pemahaman.

Komunikasi interpersonal menurut (Mulyana, 2004) adalah proses pengiriman dan penerimaan pesan antar individu secara tatap muka, yang memungkinkan setiap komunikasi menangkap reaksi individu lain secara langsung, baik secara verbal maupun nonverbal. (Rakhmat, 2013) menambahkan (dalam Rahayu, 2015), ada beberapa aspek yang ada dalam komunikasi interpersonal, seperti keakraban, kontrol, dan ketepatan respon.

Komunikasi Media

Media memiliki peranan yang sangat penting dalam sirkulasi informasi dan komunikasi baik antar satu daerah ke daerah lain maupun antara satu orang ke orang yang lain. Dengan kata lain, peran komunikasi media yang vital khususnya dalam era pasca pandemi Covid-19. Komunikasi media memiliki fungsi seperti dua sisi mata pisau, satu sisi positif jika digunakan dengan baik dan disisi yang lain bisa menjadi negatif jika berita yang disebarkan merupakan berita yang hoax. Media massa memiliki hal yang

positif jika informasi yang disebarakan digunakan seperti sebagaimana mestinya (Akbar,2021).

Efektivitas

Efektivitas Menurut Islahuzzaman (2012), adalah efisiensi. Kemampuan suatu unit untuk mencapai atau melampaui tujuan, target, atau sasaran yang diinginkan (telah ditentukan sebelumnya). Menurut(Mardiasmo, 2016), pengertian efektivitas pada dasarnya adalah berkaitan dengan pencapaian tujuan atau sasaran kebijakan. Efektivitas adalah hubungan antara *output* dan tujuan atau sasaran yang ingin dicapai. Terdapat empat teori aspek efektivitas yang mempengaruhi efektivitas komunikasi digital sebagai media komunikasi, yaitu:

1. Aspek tugas atau fungsi, yaitu suatu lembaga bisa dikatakan efektifitas apabila mampu melaksanakan tugas atau fungsinya dengan baik, begitu juga suatu program pembelajaran akan efektif jika tugas dan fungsinya dapat dilaksanakan dengan baik pula.
2. Aspek rencana atau program, yaitu rencana pembelajaran yang sudah tersusun, jika semua rencana dapat dilaksanakan dengan baik maka rencana atau program tersebut dapat dikatakan efektif.
3. Aspek ketentuan dan peraturan, yaitu efektifitas suatu program dapat dilihat dari berfungsi atau tidaknya aturan yang telah dibuat dalam rangka menjaga berlangsungnya proses kegiatannya. Aspek ini mencakup aturan-aturan apabila aturan ini dilaksanakan dengan baik berarti ketentuan atau aturan telah berlaku secara efektif.
4. Aspek tujuan atau kondisi ideal, yaitu suatu program kegiatan bisa dikatakan efektif dari sudut hasil, jika tujuan atau kondisi ideal program tersebut dapat dicapai. Penilaian ini dapat dilihat melalui prestasi yang telah dicapai.

Pandemi Covid-19

Pandemi Covid-19 adalah penyebaran penyakit coronavirus 2019 ke seluruh dunia

(Bahasa Inggris: *coronavirus disease* 2019), disingkat sebagai Covid-19. Penyakit ini disebabkan oleh virus corona jenis baru bernama SARS-CoV-2. Wabah Covid-19 pertama kali terdeteksi di Kota Wuhan, Provinsi Hubei, Tiongkok, pada 1 Desember 2019, dan dinyatakan sebagai pandemi oleh Organisasi Kesehatan Dunia WHO pada 11 Maret 2020. Pandemi ini menyebabkan krisis kesehatan secara global dan terjadi tanpa diprediksi sebelumnya (Ardiyanti, 2020).

METODE PENELITIAN

Pendekatan dan Jenis Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif.(Denzin, N. K., & Lincoln, 1994)(Mamik, 2015). Penelitian yang berusaha menjelaskan efektivitas komunikasi di era digital pada generasi Z yang didasarkan dengan data yang diperoleh dari lapangan. Jenis penelitian deskriptif kualitatif yang digunakan dalam penelitian ini dimaksudkan untuk memperoleh informasi mengenai efektifitas, kendala, dan solusi komunikasi digital sebagai media komunikasi pada masa pandemi covid-19 *iGeneration* (Gen Z) di Masa Pemulihan Pandemi covid-19(Deskriptif & Usu, 2022).

Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik pengamatan menurut Nasution(Sugiyono., 2014), “pengamatan merupakan dasar dari segala pengetahuan”. Peneliti melakukan observasi komunikasi yang berlangsung di objek penelitian yaitu mahasiswa ilmu komunikasi Universitas Sumatera Utara stambuk 2022. Lalu, peneliti juga menggunakan teknik dokumentasi Guba dan Lincoln (Mamik, 2015). Dalam kegiatan pendokumentasian ini, penulis akan mengumpulkan dokumen-dokumen yang diperlukan untuk menunjang penulisan penelitian. Dalam pengumpulan data, penulis menggunakan data primer sebagai informasi yang diperoleh dari hasil wawancara dengan informan, yang didukung dengan data sekunder yaitu dokumentasi dan observasi yang dilakukan oleh penulis. Teknik wawancara dalam penelitian

ini, penulis menggunakan wawancara kepada 32 orang MIKOM USU Tahun 2022 tidak terstruktur atau “wawancara terbuka”, dimana menurut Esterberg (Sugiyono., 2014), “wawancara tidak terstruktur adalah wawancara bebas dimana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah disusun secara sistematis, sepenuhnya untuk pengumpulan data.” Pedoman wawancara yang digunakan hanya berupa garis besar pertanyaan yang akan diajukan.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data pada langkah awalnya adalah mengumpulkan data yang ada, kemudian menyusun data tersebut secara sistematis, kemudian menyajikan hasil penelitian kepada orang lain. Model analisis data Milles dan Huberman terdiri dari:

1. Reduksi data

Reduksi data adalah proses seleksi, yang berfokus pada penyederhanaan, abstraksi, dan transformasi data mentah (tidak dimurnikan) yang muncul dari catatan lapangan.

2. Penyajian data

Penyajian data adalah deskripsi sekumpulan informasi terstruktur yang memungkinkan untuk ditarik kesimpulan dan keputusan. Data kualitatif dapat disajikan dalam bentuk teks naratif, dengan tujuan menggabungkan informasi terstruktur dalam cara yang tepat dan cara yang mudah dipahami.

3. Menarik kesimpulan atau verifikasi

Menarik kesimpulan atau melakukan verifikasi merupakan kegiatan akhir dalam penelitian kualitatif. Penulis harus sampai pada kesimpulan dan memverifikasi makna dan kebenaran kesimpulan yang disepakati oleh tempat penelitian itu dilakukan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Selama pandemi covid-19, pengguna media digital di Indonesia naik menjadi 170 juta atau 61,8 % dari total populasi. Artinya, kebutuhan akan media digital untuk menjadi sarana komunikasi baru tidak lepas dari situasi yang memaksa orang untuk tetap berkomunikasi

meski jarak menjadi kendala yang membatasi. Efektifitas media digital dalam komunikasi publik di bidang kehidupan akan dijelaskan lebih detail dalam beberapa sub pembahasan. Pada tahap ini peneliti akan memaparkan hasil penelitian yang telah dilakukan dalam paparan sebagai berikut:

1. Efektivitas Komunikasi Digital Sebagai Media Komunikasi Pada Masa Pandemi Covid-19 (studi kasus MIKOM USU 2022)

Prinsip dasar keberadaan media digital adalah untuk menjangkau khalayak (kerumunan) yang besar. Interaksi terjadi ketika ada dialog atau komunikasi dua arah yang komunikatif. Oleh karena itu, fungsi utama mereka adalah untuk memberikan informasi satu sama lain.

Berdasarkan hasil wawancara terkait efektivitas komunikasi digital sebagai media komunikasi di masa pandemi covid-19(Deskriptif & Usu, 2022). Menurut(Mardiasmo, 2016), efektivitas adalah ukuran keberhasilan atau kegagalan pencapaian tujuan organisasi. Indikator efektivitas menggambarkan jangkauan konsekuensi dan dampak (*outcome*) dari *output* program dalam mencapai tujuan program. Jadi dalam proses penganggaran diarahkan untuk menyelaraskan *output* dan dampak (*outcome*) melalui pengukuran efektivitas sebagaimana teori efektivitas yang digunakan dalam penelitian ini.

Aspek Tugas dan Fungsi

Suatu lembaga atau perusahaan dikatakan efektif jika menjalankan tugas atau fungsinya. Dalam hal ini, efektifitas komunikasi digital sebagai media komunikasi pada masa pandemi covid-19 di Magister Ilmu Komunikasi USU sudah efektif karena merupakan satu-satunya cara untuk menghadapi pandemi covid-19 yang membatasi interaksi. Dikatakan efektif karena komunikasi antara seluruh pegawai, dosen, dan mahasiswa menjalankan tugas pokok dan fungsinya. Artinya, roda operasional dan pembelajaran terus berputar, meskipun pelaporan, tugas, dan pembelajaran dilakukan oleh setiap dosen dan staf mahasiswa dari rumah.

Komunikasi sendiri memang sudah menjadi kebutuhan mutlak yang harus dimiliki oleh setiap individu di program Magister Ilmu Komunikasi USU agar segala kegiatan operasional, pembelajaran, pemasaran, dan promosi MIKOM USU dapat terus berjalan sebagaimana peraturan pemerintah yang telah diberlakukan berlaku bagi seluruh pekerja untuk melakukan pekerjaannya di rumah (*Work From Home*). Penggunaan komunikasi digital sebagai media komunikasi yang dapat menjaga jalannya perusahaan dan menjalin komunikasi dengan seluruh civitas akademika MIKOM USU yang dilakukan setiap hari meskipun bekerja di rumah. Namun hal ini efektif dan efisien serta membuat sangat mudah bagi masyarakat Indonesia, khususnya yang beraktivitas di rumah, masyarakat yang menjalin silaturahmi dari rumah, serta pelajar atau mahasiswa yang mengikuti kegiatan di era revolusi 4.0 dengan pemanfaatan media digital.

Aspek Rencana atau Program

Dalam efektivitas komunikasi digital sebagai media komunikasi di masa pandemi covid-19, yang dimaksud dengan rencana atau program adalah “pembelajaran terprogram”. Jika semua rencana dapat dilaksanakan, maka rencana atau program tersebut dikatakan efektif. Dalam hal ini efektivitas komunikasi digital sebagai media komunikasi di masa pandemi covid-19 ini sudah efektif karena dalam menjalankan penerapan komunikasi digital sebagai media komunikasi, kami selalu membuat perencanaan capaian dalam setiap pertemuan yang diadakan, atau ada hasil di setiap pertemuan, dan membuat program secara teratur dan rutin, seperti perencanaan harian, perencanaan mingguan, non perencanaan, dan perencanaan tahunan.

Aspek Syarat dan Ketentuan

Efektivitas suatu program juga dapat ditentukan dari dapat atau tidaknya aturan yang dibuat untuk menjamin keberlangsungan kegiatannya dipatuhi. Apabila aturan ini dilaksanakan dengan baik, berarti ketentuan

aturan tersebut telah efektif. Dalam hal ini efektivitas komunikasi digital sebagai media komunikasi pada masa pandemi covid-19 di MIKOM USU tahun 2022 sudah efektif karena dalam melaksanakan rapat atau rapat melalui komunikasi digital yaitu rapat zoom dibuat ketentuan dan peraturan pelaksanaannya kegiatan rapat seperti memberikan nasehat kepada seluruh civitas satu hari sebelum rapat.

Aspek Tujuan dan Kondisi Ideal

Aspek tujuan dan kondisi ideal adalah sebuah program dapat dikatakan efektif dari segi hasil jika tujuan program atau kondisi ideal terpenuhi. Dalam menjalankan efektivitas komunikasi digital sebagai komunikasi. Anda juga tidak perlu mengeluarkan biaya, biaya parkir, makan pagi, waktu, dan lain-lain untuk datang ke kantor dan melakukan aktivitas pekerjaan kantor lainnya karena semua dilakukan dari rumah secara *online*, dan ini sangat efektif dan efisien, apalagi di era sekarang revolusi industri 4.0, dimana zaman berubah dengan sangat cepat dan juga terus *update* teknologi.

Dengan merebaknya virus covid-19, dimana semua orang bekerja di rumah dan juga belajar di rumah karena kita harus menjaga jarak dengan orang lain, komunikasi digital sebagai media komunikasi dengan memanfaatkan platform media sosial, terutama penggunaan aplikasi rapat *zoom* dan grup *WhatsApp*, benar-benar dibutuhkan. Dengan efektivitas komunikasi digital sebagai media komunikasi di masa pandemi covid-19 ini, sangat efektif bagi *iGeneration* (Gen Z) di masa pemulihan pandemi covid-19 (Deskriptif & Usu, 2022), masyarakat, dan mahasiswa dalam menjalankan aktivitasnya secara daring, dan hal ini juga dapat membantu pemerintah dalam mengurangi masalah penyebaran atau penularan virus covid-19.

2. Kendala-kendala Efektivitas komunikasi digital sebagai media komunikasi dimasa pandemi covid-19

Kendala, dan ancaman yang dihadapi dalam efektivitas komunikasi digital sebagai

media komunikasi di masa pandemi covid-19 dimana semuanya serba *online*. Melalui sarana digital gangguan sinyal yang terus terjadi akan mengakibatkan kesalahpahaman dalam penyampaian informasi masukan dan keluaran pesan yang dilakukan melalui komunikasi digital saat melakukan rapat atau pertemuan karena gangguan sinyal sedikit sulit untuk dihilangkan. Hambatan ini berbeda dengan penelitian sebelumnya, sebagai akibat dari meningkatnya kebutuhan dan banyaknya pengguna komunikasi digital berbasis internet. Keterbatasan atau ketersediaan jaringan internet yang tidak sejalan dengan peningkatan jumlah kebutuhan menjadi kendala teknis yang sebelumnya tidak terduga akibat situasi pandemi covid-19. Sebelumnya, penggunaan jaringan internet relatif stabil seiring dengan minimnya penggunaan komunikasi digital untuk kebutuhan pekerjaan.

Kendala lain adalah kurangnya persiapan yang dilakukan oleh dosen, staf, dan mahasiswa saat mengadakan rapat melalui *zoom meeting*, seperti saat ada yang sedang di jalan, ada yang *off camera* karena sedang melakukan kegiatan lain dan terganggu dengan suara gaduh dari pegawai lain saat *start* pertemuan atau pertemuan melalui komunikasi digital sebagai media komunikasi ini. Dalam menggunakan komunikasi digital sebagai media komunikasi membutuhkan data internet yang tidak gratis dan harus berbayar, hal ini terasa membebani karyawan, atau karyawan merasa terbebani padahal tidak perlu mengeluarkan biaya dan biaya lainnya untuk bekerja dari rumah, namun jika dihitung mungkin biaya kuota internet lebih mahal dari biaya-biaya lainnya, dan hal inilah yang membuat karyawan, masyarakat, dan khususnya pelajar merasa sangat terbebani.

3. Solusi dalam mengatasi kendala-kendala pada efektivitas komunikasi digital sebagai media komunikasi dimasa pandemi covid-19

Teknologi sangat penting untuk mengembangkan dan menghasilkan lebih banyak solusi agar rutinitas pekerjaan dapat berjalan secara komprehensif. Solusi atau upaya

yang dilakukan MIKOM USU dalam mengatasi kendala efektivitas komunikasi digital sebagai media komunikasi di masa pandemi covid-19 adalah dengan melakukan berbagai persiapan antara lain penjadwalan rapat, penyederhanaan informasi, pembatasan pelaporan (langsung antara bawahan dengan atasan dan tidak di ruang publik), menentukan media digital yang akan digunakan (*zoom, Skype, dan video conference*). Agar memberikan kemudahan kepada seluruh pegawai dapat mempersiapkan diri baik dari segi peralatan, ruangan, waktu, maupun jaringan kuota internet, sehingga tidak terjadi gangguan sinyal, kehabisan kuota, atau gangguan komunikasi lainnya yang dapat menghambat jalannya rapat ini.

Solusi lain yang diterapkan oleh dosen dan mahasiswa adalah menyediakan atau membiayai kuota internet yang dikeluarkan untuk melakukan pekerjaan dan mengumpulkan pekerjaan secara daring atau *online*, agar karyawan tidak merasa terbebani saat bekerja dari rumah dan menjadi lebih produktif.

PENUTUP

Studi deskriptif MIKOM USU 2022 tentang Efektivitas Komunikasi di Era Digital sebagai Media Komunikasi pada *iGeneration* (Gen Z) di Masa Pemulihan Pandemi Covid-19, dapat disimpulkan bahwa *iGeneration* cenderung mengandalkan media digital sebagai sarana komunikasi dan mengakses informasi. *iGeneration* perlu memahami dan dapat membuat keputusan, bagaimana mereka memanfaatkan teknologi digital dalam kehidupan mereka. Media digital memberikan kemudahan dan kenyamanan dalam berkomunikasi, namun terdapat tantangan dalam memastikan efektivitas komunikasi seperti adanya gangguan dalam komunikasi dan misinterpretasi pesan dalam konteks yang berbeda.

Pandemi Covid-19 juga memberikan dampak yang signifikan terhadap pola komunikasi *iGeneration*, dimana penggunaan media digital semakin meningkat karena adanya pembatasan fisik dan sosial. Oleh karena itu,

perlu dilakukan upaya untuk memastikan bahwa komunikasi yang dilakukan melalui media digital tetap afektif dan memperhatikan aspek kesehatan mental dan sosial. Efektivitas komunikasi di era digital dapat menjadi kunci penting dalam membangun hubungan interpersonal yang baik dan memperkuat keterlibatan *iGeneration* di era yang semakin digital dan terus berkembang.

Beberapa saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut :

1. Perlunya peningkatan literasi digital serta pemahaman dan keterampilan *iGeneration* tentang media digital dan teknologi terkait untuk memastikan penggunaannya yang efektif dan bermanfaat.
2. Perlunya mengadopsi teknologi yang tepat dan relevan dalam konteks komunikasi dan memastikan bahwa teknologi tersebut mendukung tujuan komunikasi yang ingin dicapai.
3. Perlunya meningkatkan kemampuan interpersonal dalam berkomunikasi melalui media digital. Hal ini memberikan kemudahan, dalam membangun hubungan yang sehat dan saling menghargai.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, S. (2021). Media Komunikasi dalam Mendukung Penyebarluasan Informasi Penanggulangan Pandemi Covid-19. *Majalah Semi Ilmiah Populer Komunikasi Massa*, 2(1), 73–82.
<https://jurnal.kominfo.go.id/index.php/mkm/article/view/4099>
- Ardiyanti, H. (2020). Komunikasi Media Yang Efektif Pada Pandemi Covid- 19. *Komunikasi Media Yang Efektif Pada Pandemi Covid- 19 Vol. XII, No. 7/I/Puslit/April/2020., Vol. XII, N.*
- Cangara, H. (2019). Pengantar Ilmu Komunikasi Edisi Keempat. Depok: PT RajaGrafindo Persada.
- Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (Eds.). (1994). *Handbook of qualitative research*. Sage Inc.
- Deskriptif, S., & USU, M. (2022). *Analisis Efektifitas Komunikasi di Era Digital Sebagai Media Komunikasi Pada iGeneration (Gen*
- Flew, T. (2008). *New Media : an introduction*. Oxford University Pers.
- Islahuzzaman. (2012). *Istilah-istilah Akuntansi dan Auditing. Edisi Kesatu*. Bumi Aksara.
- Mamik. (2015). *Metode Kualitatif*. Zifatama.
- Mardiasmo. (2016). *Perpajakan Edisi Revisi tahun 2016*. Andi.
- McQuail, D. (2011). *Teori Komunikasi Massa McQuail*. Salemba Humanika.
- Mulyana, D. 2004. M. P. K. B. P. R. R. (2004). *Mulyana, Dedy. 2004. Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT Remaja. Rosdakarya.
- Rahmawati, A.F. (2021). *Sistematika Pembelajaran Seperti Apa yang Diinginkan Gen Z?*. Unisri Press.
- Rakhmah, D. N. (2021). Gen Z Dominan, Apa Maknanya bagi Pendidikan Kita? Retrieved Juni 26, 2021, from <https://puslitjakdikbud.kemdikbud.go.id/produk/artikel/detail/3133/gen-z-dominan-apamaknanya-bagi-pendidikan-kita>
- Rakhmat, J. (2013). *Psikologi Komunikasi*. PT. Remaja Rosda Karya Rivers,.
- Rastati, R. (2018). Media Literasi bagi Digital Natives: Perspektif Generasi Z di Jakarta. Pusat Penelitian Kemasyarakatan dan Kebudayaan LIPI, 60-73.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif*. Alfabeta.
- Susanto, E. H. (2010). Komunikasi Manusia Esensi dan Aplikasi dalam Dinamika Sosial Ekonomi Politik, Edisi. I. Jakarta: Mitra Wacana Media.