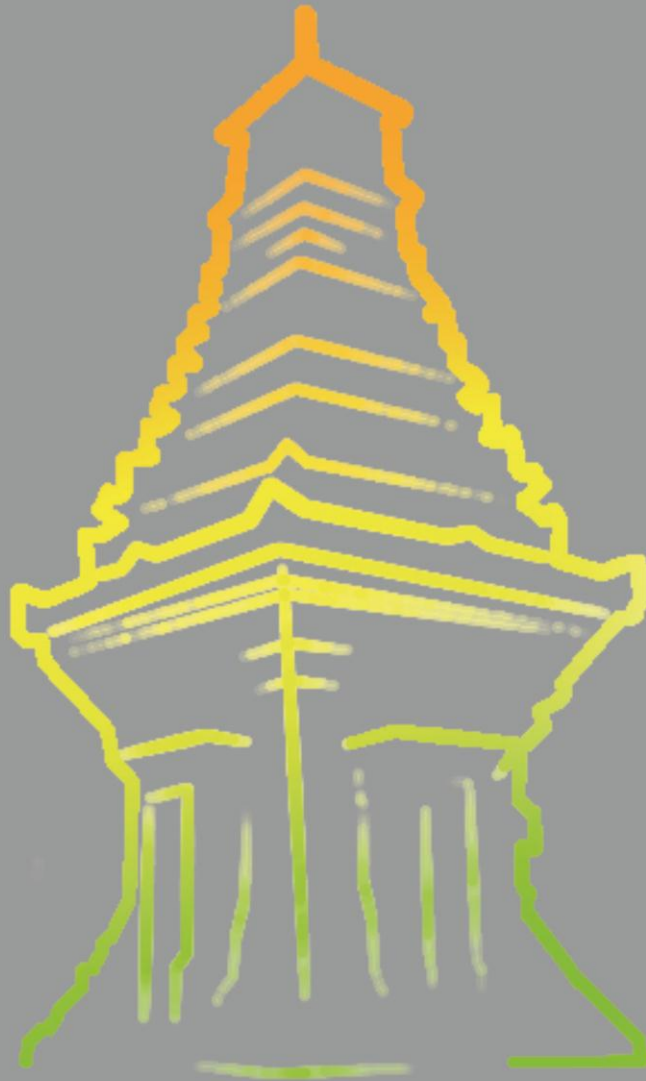


# Jurnal Penelitian Manajemen Terapan **PENATARAN**



**Jurusan Manajemen  
STIE Kesuma Negara Blitar**

Vol. 5 No. 1

Juni 2020

Hlm. 1 - 102



# **PENATARAN**

Penelitian Manajemen Terapan

---

Jurnal Penelitian Manajemen Terapan (PENATARAN) merupakan terbitan berkala ilmiah yang memuat artikel-artikel penelitian oleh para praktisi dan akademisi di bidang Manajemen. Diterbitkan oleh Jurusan Manajemen STIE Kesuma Negara Blitar dan terbit dua kali dalam satu tahun yaitu pada bulan Juni dan Desember.

**Penanggung Jawab:**

Siti Sunrowiyati

**Pemimpin Editor:**

Sandi Eka Suprajang

**Sekretaris Editor:**

Tanto Askriyandoko Putro

**Dewan Editor:**

Tetty Widiyastuti  
Kristya Damayanti  
Samsul Huda

**Alamat Redaksi:**

Jurusan Manajemen STIE Kesuma Negara Blitar  
Jl. Mastrip no. 59 Kota Blitar 66111  
Jawa Timur - Indonesia

Telepon: 0342-802330

Fax: 0342-813788

Laman: [journal.stieken.ac.id/index.php/penataran](http://journal.stieken.ac.id/index.php/penataran)

Surel: [manajemen@stieken.ac.id](mailto:manajemen@stieken.ac.id)



Daftar Isi	Halaman
Analisis Lokasi dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Konsumen pada UKM Aisa Cookies Blitar <i>Dewi Laila Masrurin dan Shara Merry Palupi</i> .....	1 – 17
Pengaruh FDR dan BOPO terhadap Profitabilitas BMT UGT Sidogiri Capem Sukorejo Blitar <i>Liffaturrohmah dan Tetty Widiyastuti</i> .....	18 – 31
Analisis Physical Evidence dan Promosi terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan : Studi Kasus pada Wisata Alam Sumberasri (Wisata Bukit Teletubbies) Kabupaten Blitar <i>Khairunnisa Umi Azizah dan Sandi Eka Suprajang</i> .....	32 – 45
Dampak Perubahan Lingkungan Kerja Non Fisik Masa Pandemi Covid-19 bagi Karyawan Toserba Barokah Kota Kediri <i>Restin Meilina dan Rino Sardanto</i> .....	46 – 56
Urgensi Komunikasi dalam Menumbuhkan Motivasi di Era Pandemi Covid-19 <i>Basthoumi Muslih</i> .....	57 – 65
Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Pendapatan pada UD Sumber Abadi Kademangan Kabupaten Blitar <i>Eva Septia dan Samsul Anam</i> .....	66 – 80
Pengaruh Store Atmosphere (Suasana Toko) terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Toko Bangunan UD Triputra Selaras <i>Yuanita Savira dan Tanto Askriyandoko Putro</i> .....	81 – 93
Membangun Budaya Inovasi : Mempertahankan Potensi Bank Perkreditan Rakyat di Indonesia di Tengah Persaingan dengan <i>Fintech</i> dan Kredit Usaha Kecil dari Bank Umum <i>Dhiyan Septa Wihara</i> .....	94 – 102



# Urgensi Komunikasi dalam Menumbuhkan Motivasi di Era Pandemi Covid-19

Basthoumi Muslih

*Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Nusantara PGRI Kediri  
Jl. KH. Achmad Dahlan No. 76 Kediri, 64112, Jawa Timur*

## **Abstrak**

*Kebiasaan individu dalam berkomunikasi dan berinteraksi satu sama lain dengan bertemu fisik tidak lagi menjadi prioritas ketika terjadinya wabah atau pandemi covid-19 saat ini. Sebagian besar masyarakat era sekarang memanfaatkan dunia komunikasi dengan semena-mena dan tidak memikirkan akibat dari publikasi sebuah informasi, maraknya kasus pembulian atau merendahkan orang lain daripada menguatkan mental satu sama lain. Padahal, dengan adanya berbagai kemudahan dalam berkomunikasi saat ini, diharapkan dapat memudahkan seorang individu untuk memotivasi orang lain. Studi literatur (literature review) dilakukan dengan pencarian dan merangkum beberapa literatur empiris yang sesuai dan relevan dengan tema. Penggunaan kriteria inklusi dan eksklusi terhadap seluruh literatur merupakan metode penyeleksiannya. Disimpulkan, komunikasi terbukti memiliki dampak positif yang mampu meningkatkan motivasi seseorang. Oleh karena itu, dalam hal komunikasi seseorang dibutuhkan kecermatan, keterampilan dan kehati-hatian sehingga motivasi yang terbentuk sesuai dengan tujuan yang diharapkan. Sebaiknya seorang individu membekali diri sendiri dengan keterampilan penyampaian dan penerimaan informasi yang baik terlebih dahulu daripada hanya viral di dunia maya serta memikirkan dampak dari komunikasi yang diterapkan. Selain itu, perlu dilakukan penelitian lebih lanjut mengenai sejauh mana komunikasi digital berdampak terhadap motivasi seseorang.*

**Kata Kunci:** komunikasi, motivasi, covid-19

## **PENDAHULUAN**

Kondisi alam yang tidak menentu dan berubah-ubah membuat sebagian orang kesulitan dalam mengambil keputusan yang tepat dalam setiap kegiatan dan pekerjaannya. Usia bumi yang sudah tidak muda lagi dimungkinkan menjadi penyebab dari berbagai musibah yang terjadi. Ditambah lagi dengan perilaku manusia yang cenderung tidak memikirkan dampak dari perbuatannya hanya untuk mengejar ambisinya akan ilmu pengetahuan ilmiah. Tidak sedikit wabah lahir dari hasil perbuatan manusia yang melakukan bermacam-macam eksperimen semenjak dahulu dengan melibatkan sumber daya alam, misalnya wabah sars, antraks, flu babi, flu burung, hingga wabah virus corona yang dikenal sebagai covid-19 saat ini. Terlepas dari berbagai penyebab terjadinya wabah yang dihasilkan dari sebuah penemuan yang tidak bertanggung jawab tersebut, memiliki dampak serius terhadap lingkungan manusia secara keseluruhan. Seluruh aktivitas masyarakat terganggu, mulai dari aktivitas pendidikan, bekerja, gaya hidup, kebudayaan, ekonomi, dan sebagainya, terlebih lagi

dengan interaksi komunikasi individu yang sudah terbentuk. Sehingga, dampak yang terjadi saat ini ditakutkan akan membuat kualitas sumber daya manusia semakin menurun dan tidak bisa menciptakan SDM yang unggul.

Kebiasaan individu dalam berkomunikasi dan berinteraksi satu sama lain dengan bertemu fisik tidak lagi menjadi prioritas ketika terjadinya wabah atau pandemi saat ini. Komunikasi dan interaksi segera akan digantikan dengan cara bertemu dalam dunia maya atau disebut virtual. Transformasi metode berkomunikasi tersebut menjadi sebuah tantangan tersendiri untuk seluruh lapisan masyarakat di dunia. Kegiatan pendidikan yang biasanya dilakukan di lingkungan gedung sekolah bisa tergantikan dengan modus belajar online (Khasanah et al., 2020), pekerjaan non-teknis yang biasanya dilakukan di kantor-kantor bisa diganti dengan bekerja dari rumah masing-masing individu secara daring (*online*), kegiatan berdagang yang biasanya di toko-toko fisik/*offline* bisa tergantikan dengan aplikasi *market place* virtual, berbagai pertemuan bisa digantikan dengan aplikasi semisal zoom, whatsapp, google meet dan lain-lain, serta kegiatan pementasan pun dilakukan melalui aplikasi youtube dan sebagainya. Intinya adalah setiap kegiatan komunikasi sebisa mungkin dilakukan di rumah yang diistilahkan dengan "*work from home*". Sehingga, setiap individu dituntut keterampilannya untuk bisa menguasai berbagai macam aplikasi virtual untuk berkomunikasi dengan orang lain.

Komunikasi secara sederhana didefinisikan sebagai interaksi antara dua orang atau lebih dengan tujuan bertukar informasi, menuntut keterampilan setiap individu untuk menguasainya. Bukan hanya menguasai bagaimana cara membuat sebuah konten yang menarik, akan tetapi juga membuat konteks informasinya tersampaikan dengan benar dan tepat sesuai yang diharapkan. Kemajuan teknologi komunikasi dan informasi saat ini memaksa semua orang berlomba-lomba menguasai berbagai jenis aplikasi agar mudah untuk berkomunikasi dengan orang lain, bahkan untuk membagikan argumen dan opininya kepada publik dengan berbagai tujuan. Tujuan pemberi informasi yang dibagikan kepada orang lain adakalanya untuk mendapat respon negatif maupun respon positif dari penerimanya. Maka dari itu, selain keterampilan yang mumpuni oleh pemberi informasi juga dibutuhkan keterampilan penerima informasi yang baik pula. Daya pikir penerima informasi dalam menyerap dan merespon informasi yang diterima harus sejalan dengan persepsi dari pemberi informasi agar tidak terjadi kesalahpahaman.

Komunikasi dengan berbagai tujuannya bisa memberikan efek yang baik terhadap orang lain yaitu memberikan sebuah motivasi. Komunikasi yang efektif akan cenderung lebih mudah membuat orang lain termotivasi yang akhirnya cenderung meningkatkan semangat, gairah, produktivitas, kepuasan maupun kinerjanya. Bahkan, dampak lain yang timbul dengan komunikasi yang baik dan efektif adalah seseorang akan merasa senang, meningkatkan loyalitas dan kesehatan mental, memunculkan rasa hormat dan rasa percaya. Komunikasi yang dilakukan dengan benar, terintegrasi ke dalam setiap tahapan krisis dan tanggap darurat, dapat membantu mengurangi hal yang ditakutkan yaitu penderitaan dan kematian. Mampu berkomunikasi secara efektif adalah bagian terpenting dari pekerjaan setiap pemimpin (Anggarina, 2020). Ironisnya, banyak masyarakat era sekarang yang memanfaatkan dunia komunikasi dengan semena-mena dan tidak memikirkan akibat dari publikasi sebuah informasi, maraknya kasus pembulian atau merendahkan orang lain daripada menguatkan mental satu sama lain. Padahal, dengan adanya berbagai kemudahan dalam berkomunikasi saat ini, diharapkan dapat memudahkan seorang individu untuk memotivasi orang lain, tidak sebaliknya.

Motivasi merupakan salah satu perantara penting untuk semua orang dalam melakukan aktivitasnya. Karena, motivasi bisa diartikan sebagai dorongan yang berasal dari dalam diri maupun dari luar diri seseorang untuk melakukan kegiatan maupun

aktivitasnya dalam pencapaian tujuan. Motivasi yang timbul dengan berbagai macam bentuknya akan membuat seseorang lebih giat, bergairah dan bersemangat, sehingga memudahkannya dalam melakukan kegiatan dan aktivitas yang menjadi tujuannya. Contohnya, seorang pelajar yang termotivasi akan membuatnya lebih semangat dalam belajar dan mencari ilmu, seorang pekerja yang termotivasi akan membuatnya lebih giat dalam bekerja untuk organisasi. Terkadang, munculnya motivasi diawali dengan pemberian alasan yang tepat mengapa seseorang harus melakukan suatu pekerjaan itu atau diawali dengan rasa penasaran dan keingintahuan akan hasil yang nantinya diperoleh. Sehingga, segala sesuatu yang menjadi tujuan individu maupun kelompok akan cenderung lebih mudah diraih apabila diiringi dengan timbulnya motivasi terlebih dahulu. Pada masa pandemi covid-19 ini, banyak menimbulkan rasa kemanusiaan, empati, dan rasa kebersamaan yang sangat tinggi di masyarakat serta timbul rasa ingin saling membantu orang lain yang terkena dampak pandemi (Wulandari, 2020).

Berbagai penemuan mengenai dampak komunikasi untuk meningkatkan motivasi seseorang telah banyak diteliti. Komunikasi organisasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap motivasi kerja. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikan sebesar 0,000. Berdasarkan koefisien determinasi komunikasi organisasi memberikan pengaruh 40,2% terhadap motivasi kerja (Prakoso & Putri, 2017). Lebih dalam lagi, komunikasi nonverbal, komunikasi interpersonal pimpinan, dan iklim komunikasi memiliki peran sangat penting akan terciptanya motivasi para karyawan. Apabila mimik wajah dan mata menyiratkan komunikasi nonverbal, informasi yang jelas dan tepat dari para pimpinan, dan iklim komunikasi horizontal dan vertikal yang baik, maka akan menumbuhkan rasa percaya dan motivasi yang baik pula (Ramadanty & Martinus, 2016).

Melihat pada masalah yang terjadi saat ini di berbagai negara, peneliti merasa banyaknya orang yang depresi dengan masalah yang dialaminya dan kurang termotivasi untuk melakukan hal yang lebih positif karena minimnya komunikasi yang dilakukan secara baik. Sehingga, perlunya kajian literatur lebih dalam yang berbicara mengenai peran dari sebuah komunikasi sebagai upaya peningkatan motivasi individu, diharapkan nantinya akan menjadi sebuah pemicu pemikiran kritis lain akan makna dari sebuah motivasi.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **Komunikasi**

Komunikasi merupakan salah satu aspek penting dalam kehidupan manusia, karena manusia sebagai makhluk sosial yang tidak bisa lepas dari interaksi satu sama lain. Kegiatan komunikasi yang terbentuk dalam kehidupan manusia adalah akibat dari adanya hubungan sosial yang diawali dari percakapan atau interaksi. Sehingga, komunikasi sangat berkaitan dengan kehidupan kemanusiaan, baik individu maupun kelompok.

Mengacu pada definisi secara terminologi, komunikasi berasal dari istilah "*communis*" yang berarti "sama" atau dimaknai dengan "*to make common*" (membuat sama). Secara luas, komunikasi bisa diartikan sebagai penyampaian suatu informasi kepada orang lain untuk membuat kesamaan makna, pesan, cara berpikir maupun persepsi. Definisi lain menyebutkan "komunikasi adalah suatu proses pertukaran informasi antar individu melalui perilaku atau tindakan" (Purwanto, 2011). Komunikasi "yaitu suatu kata yang mencakup segala bentuk interaksi dengan orang lain yang berupa percakapan biasa, membujuk, mengajar, dan negosiasi" (Nurjaman & Umam, 2012). Maka dari itu, secara definitif komunikasi diartikan sebagai proses interaksi atau pertukaran

informasi kepada orang lain melalui perilaku maupun percakapan verbal maupun non-verbal dengan tujuan informatif, persuasif, membimbing maupun bernegosiasi.

Terdapat unsur-unsur yang tidak terpisahkan dalam komunikasi yaitu komunikator/*sender*/pengirim, komunikan/*receiver*/penerima dan channel/saluran/media. Lebih luas lagi, unsur komunikasi terdiri dari “adanya tujuan, adanya pertukaran, informasi yang berisi gagasan dan opini, menggunakan saluran personal maupun impersonal, memakai simbol atau sinyal dan pencapaian target atau tujuan organisasi” (Purwanto, 2011). Sebuah komunikasi dalam prosesnya memerlukan pemahaman masing-masing individu dan tidak hanya mengutarakan informasi yang tidak penting atau tidak dibutuhkan orang lain, tetapi diperlukan tujuan yang jelas dan pemilihan kosakata yang tepat agar isi pesan tersampaikan sesuai dengan harapan komunikator.

Komunikasi yang notabene sebagai perantara dari penyampaian ideologi seseorang kepada orang lain pastinya memiliki kendala dan hambatan yang dapat memicu kesalahpahaman. Faktor-faktor penghambat komunikasi dikategorikan dalam beberapa hal antara lain “masalah dalam pengembangan pesan, masalah dalam penyampaian pesan, masalah dalam penerimaan pesan dan masalah dalam penafsiran pesan” (Purwanto, 2011). Hambatan-hambatan yang ada dalam komunikasi tersebut seharusnya perlu diketahui dan disadari oleh masing-masing individu dalam meningkatkan efektivitas komunikasinya. Semakin seseorang menyadari isi pesan yang disampaikan, maka akan semakin baik pula penerimaan isi pesan oleh orang lain. Namun, ketika pesan yang disampaikan tidak sesuai dengan yang diharapkan atau tidak mencapai sasaran yang baik, maka seorang individu perlu memperbaiki komunikasinya dengan berbagai syarat yaitu persepsi (memprediksi pesan dapat tersampaikan atau tidak), ketepatan (komunikator mengekspresikan isi pesan sesuai kerangka pikiran komunikan), kredibilitas (keyakinan komunikator akan isi pesan yang dapat dipertanggungjawabkan), pengendalian (komunikator bisa mengendalikan reaksi atau respon komunikan), dan keharmonisan (komunikator menjaga hubungan baik kepada komunikan agar komunikasi berjalan lancar dan tujuannya tercapai).

## **Motivasi**

Disadari atau tidak, dalam setiap aktivitas dan kegiatan seorang individu dilatarbelakangi oleh timbulnya motivasi. Entah berasal dari dalam diri atau luar diri seseorang, tergantung mana yang lebih menonjol. Seorang individu yang termotivasi akan mempengaruhi perilaku, gairah dan semangatnya dalam beraktivitas, karena motivasi merupakan suatu penggerak dan pendorong yang tertancap dalam pikiran manusia yang bisa menjadi sebuah prinsip untuk melakukan suatu pekerjaan.

Motivasi atau dalam bahasa latin “*movere*” diartikan sebagai dorongan atau menggerakkan. Lengkapnya, motivasi diartikan sebagai “faktor yang mendorong seseorang untuk melakukan suatu aktivitas tertentu, motivasi sering kali diartikan pula sebagai faktor pendorong perilaku seseorang” (Sutrisno, 2013). Bahkan dalam lingkup organisasi, motivasi juga dianggap sebagai “kondisi atau energi yang menggerakkan diri karyawan yang terarah atau tertuju untuk mencapai tujuan organisasi perusahaan” (Mangkunegara, 2012). Sehingga, bisa dikatakan bahwa untuk mendorong atau menggerakkan seseorang adalah dengan sebuah kondisi atau energi seseorang yang terarah dalam pencapaian tujuan individu ataupun organisasi.

Secara sederhana, motivasi terbagi dalam dua jenis yaitu positif dan negatif. Artinya bahwa motivasi positif dengan bentuk penghargaan (*reward*) dan motivasi negatif dengan bentuk hukuman (*punishment*) atau ancaman atas pekerjaannya bisa menggerakkan seseorang untuk mau bertindak dan melakukan pekerjaan tertentu, dengan kata lain ini



berarti adanya hubungan sebab-akibat atau jika-maka. Lebih luasnya, teori motivasi sering dikemukakan oleh para ahli antara lain Victor Vroom dengan teori pengharapannya (harapan, nilai dan pertautan), McClelland dengan teori prestasinya (kebutuhan untuk berprestasi, kebutuhan untuk berafiliasi dan kebutuhan untuk berkuasa), Abraham Maslow dengan teori kebutuhannya (kebutuhan fisiologis, kebutuhan akan rasa aman, kebutuhan sosial, kebutuhan harga diri dan kebutuhan aktualisasi diri), Frederick Herzberg dengan teori dua faktornya (*satisfier* dan *dissatisfier*), Skinner dengan teori penguatannya (penguatan positif dan penguatan negatif) dan Edwin Locke dengan teori tujuannya (jika pekerja mengerti tujuan organisasi dan sesuai dengan dirinya, maka akan merasa bertanggung jawab untuk mewujudkannya). Berbagai teori dalam motivasi tersebut merupakan asal-usul dari latar belakang seseorang dalam bertindak dan berperilaku akan aktivitas maupun pekerjaannya.

Selain itu, motivasi dibagi menjadi dua bentuk yaitu motivasi intrinsik dan motivasi ekstrinsik. Motivasi intrinsik merupakan dorongan atau penggerak dari dalam diri seseorang yang berupa keinginan untuk melakukan pekerjaannya, artinya seorang individu menyadari arti penting dari sebuah pekerjaan yang dilaksanakan. Motivasi ekstrinsik merupakan dorongan atau penggerak dari luar diri seseorang untuk melakukan pekerjaannya, artinya terbentuk suatu kondisi dimana seorang individu harus melaksanakan pekerjaannya. Terkadang, keinginan seseorang tidak bisa berjalan seiring dengan kondisi yang ada dan kondisi tidak berjalan mulus sesuai keinginan seseorang. Sehingga, untuk memberikan motivasi kepada seseorang dibutuhkan keterampilan dalam mendalami karakter, sifat dan memahami latar belakangnya.

### **Keterkaitan Komunikasi dan Motivasi**

Pergeseran dan perubahan saat ini telah menjalar ke berbagai bidang dalam kehidupan manusia. Kemajuan teknologi dan informasi memudahkan setiap pekerjaan manusia telah sampai ke titik dimana manusia harus siap akan penggunaannya dalam berinteraksi satu sama lain. Seluruh kegiatan kemanusiaan tidak lepas dari pemanfaatan teknologi yang serba pintar (*smart*) menuntut kemampuan manusia untuk menjadi *smart* pula. Kesadaran akan pentingnya sebuah komunikasi dalam setiap kegiatan dan pekerjaan membuat seorang individu dapat bersaing dan menjadi sumber daya manusia yang unggul. Pengelolaan informasi dalam berkomunikasi menjadi keterampilan khusus yang dibutuhkan seorang individu agar menjadi informatif dan persuasif terhadap orang lain. Komunikasi yang dibentuk akan membuat hubungan antara atasan dan bawahan menjadi lebih fleksibel, hubungan antara penjual dan pembeli menjadi lebih intens, hubungan antara guru dan murid menjadi lebih nyaman, hubungan antar para karyawan menjadi lebih dekat dan kekeluargaan, informasi antar lini dalam organisasi pun akan menjadi lebih jelas, bahkan hubungan antar pimpinan negara di dunia menjadi lebih akrab. Semua itu merupakan contoh dampak apabila komunikasi efektif telah diaplikasikan dalam setiap bidang manajemen, pendidikan dan kenegaraan.

Hadirnya komunikasi yang baik antar individu secara tidak langsung akan berdampak kepada produktivitasnya, kinerjanya, prestasinya, sikap percaya, hubungan emosional yang baik, rasa memiliki hingga hubungan kekeluargaan. Efek-efek yang tercipta tersebut didahului dengan munculnya sebuah motivasi seorang individu untuk bersikap dan bekerja lebih baik daripada sebelumnya. Sehingga, pengolahan informasi yang baik dalam sebuah interaksi komunikasi menjadi layak dimiliki setiap individu untuk memberikan dorongan atau motivasi terhadap orang lain.

## METODE

Studi yang dilakukan ini merupakan sebuah studi literatur (*literature review*) yaitu sebuah pencarian dan merangkum beberapa literatur empiris yang sesuai dan relevan dengan tema. Literatur yang digunakan berupa artikel ilmiah yang berasal dari jurnal internasional maupun nasional dalam database EBSCO, ScienceDirect, Proquest dan *Google Scholar*. Penggunaan kata kunci dalam mencari literatur yaitu: “komunikasi”, “motivasi”, “komunikasi terhadap motivasi”, “communication”, “motivation”, dan “communication on motivation”. Literatur yang digunakan adalah literatur relevan dengan studi ini dan dipublikasikan. Penggunaan kriteria inklusi dan eksklusi terhadap seluruh literatur merupakan metode penyeleksiannya.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Munculnya pandemi covid-19 telah merubah segala sesuatunya dalam kehidupan manusia, dunia bermain anak-anak, pendidikan, sosial, ekonomi hingga dunia kerja. Hal yang tak terelakkan apabila interaksi antar manusia dengan dunia sosialnya menjadi terbatas secara fisik, namun tidak dengan dunia digital. Kemajuan teknologi yang dirasakan tidak sekedar menjadi sarana atau lifestyle umat manusia, tetapi lebih dari itu dapat menjadi sebuah kebutuhan semua orang. Kebutuhan akan interaksi dengan sesama melalui alat komunikasi dirasa sangat membantu kegiatan dalam setiap aspek kehidupan manusia. Akan tetapi, sebagian orang lupa akan manfaat positif yang lebih besar diperoleh dari penggunaannya. Komunikasi saat ini yang terbilang sangat intens memungkinkan seorang individu mengeluarkan kata-kata dan informasi yang tidak jelas dalam modus menghina (*bully*) kepada orang lain, mengakibatkan penurunan kualitas mentalnya serta motivasinya.

Founder ISED (Institute for Social, Economic and Digital) Sri Adiningsih dalam seminar “work from home: interaksi di masa covid-19” mengatakan keberadaan WFH telah mengubah komunikasi beralih ke dunia digital. Situasi yang ada memaksa masyarakat mau tidak mau mengubah perilaku komunikasi dan interaksinya melalui perangkat digital (Muhtarudin, 2020). Oleh karena itu, komunikasi yang dibentuk diharapkan mampu saling memberikan solusi dan motivasi agar tetap semangat dan optimis dalam menghadapi situasi dan tantangan bersama-sama. Lebih lanjut diharapkan juga perusahaan-perusahaan yang memungkinkan untuk mempekerjakan karyawannya bekerja dari rumah bisa memaksimalkan perangkat digital.

Dunia kerja merupakan salah satu bagian yang terdampak covid-19, para karyawan bekerja dari rumah tanpa harus pergi ke kantor. Hal ini membuat budaya dalam organisasi berubah dari segi efektivitas komunikasi dan cara memotivasi karyawannya. Padahal, selama ini dampak yang ditimbulkan dari komunikasi efektif dapat membuahkan motivasi yang baik kepada pegawai (Sarianti et al., 2018). Dikatakan lebih lanjut, dengan timbulnya motivasi dapat berdampak kepada kinerja karyawan (Ariyanti, 2019). Begitu pula dengan komunikasi yang terbentuk di dalam atau internal organisasi, perlu diperhatikan agar kegiatan dalam organisasi berjalan mulus dan sesuai dengan rencana perusahaan. Disebutkan bahwa komunikasi internal organisasi antara Kabid dan Staff memiliki pengaruh sebesar 56% terhadap motivasi kerja pegawai biro humas Kementerian Perindustrian (Safitri et al., 2019). Hasil tersebut tidak serta merta muncul, pimpinan sebagai induk dari seluruh pekerja harus mampu berkomunikasi dengan baik kepada bawahannya. Apabila komunikasi interpersonal pimpinan baik, maka motivasi karyawan akan semakin tinggi dalam bekerja sehingga kinerja dapat dicapai dengan mudah. Seperti fenomena yang dirasakan oleh pegawai di Magistra Utama Semarang yang merasa kurangnya komunikasi interpersonal pimpinan, sehingga berdampak pada

motivasi kerja mereka (Kahani & Lestari, 2019). Temuannya menceritakan bahwa pendekatan yang dilakukan pimpinan belum dikatakan berhasil dalam mengolah suatu organisasi dan pimpinan belum bisa mengusahakan keseimbangan antara kebutuhan atau kepentingan perseorangan dan kebutuhan atau kepentingan umum organisasi. Tidak hanya meningkatkan kinerja para karyawan yang dibutuhkan organisasi dapat tercapai, timbulnya motivasi dengan terjalinnya komunikasi yang baik juga dapat membuat karyawan merasa puas dan rela tidak meninggalkan organisasi. Karena komunikasi dalam birokrasi instansi secara tidak langsung berdampak terhadap kepuasan kerja melalui motivasi pegawai di Kecamatan Manguharjo Kota Madiun (Priyanto & Azis, 2018). Oleh karena itu, komunikasi harus terjalin baik antara karyawan dan atasan saat bekerja maupun di luar lingkungan kerja (Prastowo & H, 2016).

Begitu pula dengan dunia pendidikan, komunikasi antara pendidik dan peserta didik yang terjalin baik secara fisik selama ini harus membuat jarak dengan komunikasi *online*, dalam pembelajaran maupun interaksi motivasi individual. Untuk meningkatkan kinerja yang baik oleh guru di sekolah, komunikasi interpersonal guru perlu diperhatikan agar menumbuhkan motivasi berprestasinya. Walaupun persentase komunikasi interpersonal hanya sebesar 48,41%, namun hal tersebut membuat dampak baik terhadap motivasi berprestasi guru di Madrasah Aliyah Al-Falah 2 Nagreg Bandung (Priyanto & Azis, 2018). Selanjutnya, dalam penemuannya menyarankan untuk memperhatikan aspek pimpinan, pengawasan dan kebijakan sekolah agar motivasi berprestasi dapat terbentuk dan kinerja guru lebih optimal. Bukan hanya prestasi pendidik yang menjadi sasaran, prestasi kelulusan atau keberhasilan peserta didik maupun mahasiswa dalam perguruan tinggi tidak lepas dari peran komunikasi dosennya. Proses bimbingan yang berisi motivasi mental mahasiswa agar semangat mengerjakan skripsi/tugas akhir perlu dibentuk, tatap muka maupun secara daring. Karena, kualitas interpersonal dosen memiliki hubungan yang kuat dalam menciptakan motivasi mahasiswa dalam menulis skripsi (Pratama et al., 2017).

Penerapan komunikasi oleh seseorang harus senantiasa dilatih dan dipraktikkan, karena dalam prosesnya, seseorang dapat menjumpai hambatan dan permasalahan yang perlu diselesaikan. Pengalaman-pengalaman yang dialami dalam proses komunikasi merupakan transisi terbentuknya komunikasi yang efektif. Hambatan komunikasi yang terjadi berbanding terbalik dengan timbulnya motivasi seseorang. Apabila komunikasi terhambat, maka motivasi tidak akan terbentuk. Hambatan yang timbul dalam komunikasi bisa berupa hambatan teknis karena kurangnya dukungan sarana dan prasarana komunikasi, metode komunikasi, kondisi fisik, kondisi lingkungan, waktu komunikasi, bahasa, jabatan, perbedaan latar belakang sosial dan pendidikan (Oey, 2014).

Saat ini tidak zamannya menjadi manusia yang anti sosial, jendela informasi sangat terbuka lebar dan interaksi dalam dunia digital sangat mudah untuk mempengaruhi motivasi seseorang. Seperti halnya media sosial, yang berisi celotehan maupun diari digital seseorang dalam mengungkapkan perasaannya agar dilihat orang lain sehingga menjadi sarana viralitas dan berbagi pengalaman, khususnya tingkat emosionalnya (Borges-Tiago et al., 2018). Disadari atau tidak, komunikasi dalam bermedia sosial membutuhkan keterampilan komunikasi yang baik, kemampuan menyampaikan maupun menyerap informasi negatif dan positif. Jika seseorang memiliki keterampilan komunikasi yang baik, maka dia akan mampu menyikapi informasi yang diterima seperti halnya keluhan maupun kritikan. Hubungannya dengan motivasi, komunikasi dengan menggunakan media sosial untuk bekerja mampu meningkatkan motivasi kerja intrinsik dan pemuas kebutuhan pegawai sektor publik (Demircioglu & Chen, 2019). Teori determinasi diri yang dipakai terbukti dengan menggunakan media sosial sebagai media

komunikasi dapat memicu rasa puas seseorang saat bekerja dan cenderung meningkatkan motivasi dalam dirinya. Namun, terlalu banyak menggunakan media sosial dapat berbahaya untuk rasa puas dan motivasi kerja intrinsik. Hal tersebut menyiratkan bahwa kebutuhan akan komunikasi dengan orang lain menjadi motif individu yang memainkan peran penting dalam membentuk perilakunya. Motivasi merupakan produk dari seseorang dan situasi, karena motivasi seseorang untuk bercita-cita menjadi tujuan tertentu dipengaruhi oleh faktor orang dan oleh faktor situasi, termasuk yang diantisipasi hasil dari tindakan dan konsekuensinya (J. Heckhausen, 2018). Oleh karena itu, dalam hal komunikasi seseorang dibutuhkan kecermatan, keterampilan dan kehati-hatian sehingga motivasi yang terbentuk sesuai dengan tujuan yang diharapkan. Karena di masa saat ini, banyak orang yang merasa depresi, bingung, resah, kehilangan pekerjaan, minim pendapatan dan sebagainya.

## KESIMPULAN DAN SARAN

Komunikasi yang dilakukan secara efektif sangat diperlukan pada masa pandemi covid-19, informasi yang berisi kata-kata maupun ekspresi saling menguatkan satu sama lain akan menumbuhkan rasa empati dan kepedulian antar sesama. Terlebih lagi maraknya pemakaian media sosial sebagai sarana viralitas seseorang di dunia maya dalam membagikan kondisi fisik maupun mentalnya kepada publik. Efek dari komunikasi dan interaksi antar sesama tersebut dapat memunculkan respon negatif dan positif dalam konteksnya. Komunikasi yang dilakukan secara sadar atau tidak, akan menumbuhkan motivasi seseorang sehingga cenderung dapat merubah perilakunya dan aktivitasnya. Oleh karena itu, dalam hal komunikasi seseorang dibutuhkan kecermatan, keterampilan dan kehati-hatian sehingga motivasi yang terbentuk sesuai dengan tujuan yang diharapkan. Sebagai upaya dalam menciptakan komunikasi yang efektif untuk memotivasi satu sama lain, sebaiknya seorang individu membekali diri sendiri dengan keterampilan penyampaian dan penerimaan informasi yang baik terlebih dahulu daripada hanya viral di dunia maya serta memikirkan dampak dari komunikasi yang diterapkan. Selain itu, perlu dilakukan penelitian lebih lanjut mengenai sejauh mana komunikasi digital berdampak terhadap motivasi seseorang.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anggarina, P. T. (2020). *Kepemimpinan dan Komunikasi di Masa Krisis Covid-19*. <https://www.kompas.com/tren/read/2020/04/08/142643965/kepemimpinan-dan-komunikasi-di-masa-krisis-covid-19?page=all>.
- Ariyanti, A. (2019). *Analisis Pengaruh Komunikasi Efektif dan Koordinasi Terhadap Motivasi Kerja Dampaknya Terhadap Kinerja Karyawan PT Garuda Indonesia (Persero) Tbk*. *JURNAL ILMIAH M-PROGRESS*, 9(2), 184-196.
- Borges-Tiago, M. T., Tiago, F., & Cosme, C. (2018). *Exploring Users' Motivations to Participate in Viral Communication on Social Media*. Elsevier: *Journal of Business Research*. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2018.11.011>
- Demircioglu, M. A., & Chen, C.-A. (2019). *Public Employees' Use of Social Media: Its Impact on Need Satisfaction and Intrinsic Work Motivation*. Elsevier: *Government Information Quarterly*, 36, 51-60.
- Heckhausen, J. (2018). *Motivation and Action* (H. Heckhausen (ed.); Third Edit). Springer International Publishing. <https://doi.org/https://doi.org/10.1007/978-3-319-65094-4>.
- Kahani, N. K., & Lestari, S. P. (2019). *Hubungan Komunikasi Interpersonal Pimpinan dan Motivasi Kerja Pegawai di Magistra Utama Cabang Semarang*. *Jurnal Egaliter*, 3(5), 50-67.

- Khasanah, D. R. A. U., Pramudibyanto, H., & Widuroyekti, B. (2020). Pendidikan Dalam Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Sinestesia*, 10(1), 41-48.
- Mangkunegara, A. . A. P. (2012). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. PT. Remaja Rosdakarya.
- Muhtarudin, D. (2020). *Corona Mewabah, Komunikasi dan Interaksi Manusia Beralih ke Digital*. <https://akurat.co/news/id-1073840-read-corona-mewabah-komunikasi-dan-interaksi-manusia-beralih-ke-digital>
- Nurjaman, K., & Umam, K. (2012). *Komunikasi & Public Relation*. Pustaka Setia.
- Oey, A. M. W. (2014). Pengaruh Hambatan Komunikasi Terhadap Motivasi Kerja Karyawan di Dalam Organisasi PT. Liebherr Indonesia Perkasa, Balikpapan. *JURNAL E-KOMUNIKASI*, 2(1), 1-10.
- Prakoso, T., & Putri, Y. R. (2017). Pengaruh Komunikasi Organisasi Terhadap Motivasi Kerja Karyawan Kantor Wilayah Kementerian Hukum dan HAM Jawa Barat. *E-Proceeding of Management*, 4(2), 2117-2124.
- Prastowo, A. W., & H, A. R. (2016). Analisis Motivasi Kerja Karyawan Pada PT. Peputra Masterindo Kec. Tapung Kab. Kampar. *Jurnal Valuta*, 2(1), 66-82.
- Pratama, R. A., Anggraini, R., & Hermano, D. H. (2017). Kualitas Komunikasi Interpersonal Dosen dan Motivasi Mahasiswa Dalam Menulis Skripsi. *INTER KOMUNIKA: Jurnal Komunikasi*, 2(2), 114-122.
- Priyanto, & Azis, A. (2018). Pengaruh Komunikasi Birokrasi Terhadap Kepuasan Kerja Pegawai Kantor Kecamatan Manguharjo Kota Madiun Dengan Motivasi Kerja Sebagai Variabel Mediasi. *Epicheirisi*, 2(1), 32-37.
- Purwanto, D. (2011). *Komunikasi Bisnis*. Erlangga.
- Ramadanty, S., & Martinus, H. (2016). *Organizational Communication: Communication and Motivation in The Workplace*. *HUMANIORA*, 7(1), 77-86.
- Safitri, R. A., Risaldi, B. T., & Oktaviani, M. (2019). Pengaruh Komunikasi Internal Organisasi Terhadap Motivasi Kerja Pegawai Biro Humas Kementerian Perindustrian. *Jurkom: Jurnal Riset Dan Komunikasi*, 2(2), 157-170.
- Sarianti, W., Rasak, A., & Anaam, N. (2018). Pengaruh Budaya Organisasi dan Komunikasi Efektif terhadap Motivasi dan Kinerja Pegawai pada Sekretariat DPRD Provinsi Sulawesi Tenggara. *Sigma: Journal of Economic and Business*, 1(1), 24-45.
- Sutrisno, E. (2013). *Manajemen Sumber Daya Manusia* (Edisi Pert). Kencana.
- Wulandari, M. P. (2020). Pola Komunikasi di Masa Pandemi Covid-19. <https://republika.co.id/berita/qcd046423/pola-komunikasi-di-masa-pandemi-covid19>