

WHATSAPP SEBAGAI ALAT BANTU PERDAGANGAN BATIK KRATON YOGYA DI ERA NEW NORMAL

Dina Andayati¹, Yuliana Rachmawati K²

Informatika, Institut Sains & Teknologi AKPRIND Yogyakarta

e-mail :¹dina_asnawi@yahoo.com, ²yuliana@akprind.ac.id

ABSTRACT

In this new normal Covid-19 era, health is very important, because, with health, human survival to survive can be carried out. In the new normal era, there was a change in behavior, including wearing masks, not shaking hands when meeting colleagues, not having close discussions, but having to maintain a distance. In addition, it is recommended to stay at home and carry out activities outside the home if there are important things. To adhere to health protocols, but also to remain productive to keep business running, tools are needed to communicate.

Whatsapp as a social media on Android and iPhone phones, with various existing facilities, for example, to download images or photos, also to write chats, can be used as a tool in communicating. The Kraton Yogya batik trading business includes Micro, Small, and Medium Enterprises (UMKM), the Covid-19 epidemic also resulted in a drastic decline in batik trade, due to decreased market demand and reduced purchasing power.

To stay productive in this Covid-19 pandemic, by paying attention to controlled work from home, if you have to go to the market or shop, pay attention to meetings by keeping a distance, then use WhatsApp as a communication tool between customers or consumers. Whatsapp is used to send pictures of batik orders, or to send uniform customer requests, also used to confirm if there is a communication error. Whatsapp can also be used to confirm payment problems, namely by sending proof of transfer of a certain amount of money from a certain bank

Keywords : *new normal era, social media, trade, whatsapp.*

INTISARI

Dalam era new normal Covid-19 ini, kesehatan merupakan hal yang sangat penting, bagaimana untuk tetap memenuhi protokol kesehatan, tapi juga harus tetap produktif agar usaha tetap berjalan maka perlu membuat strategi pemasaran yang lebih sesuai dimasa pandemi. Ketika Perubahan komunikasi dengan mengurangi bertemu secara langsung. Usaha perdagangan batik Kraton Yogya termasuk Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM), keadaan pandemi Covid-19 berakibat juga pada perdagangan batik yang menurun drastis, karena orang mengurangi kerumunan dengan cara tidak pergi ke pasar dan toko. Sementara selama ini sangat mengandalkan pemasaran conservative melakukakn stok opname pasar dan toko.

Penggunaan whatsapp untuk media sosial yang banyak digunakan masyarakat dan berjalan di berbagai platform ada di handphone android maupun iphone, dengan berbagai fasilitas yang ada seperti mengunduh gambar atau foto, juga untuk menulis chat, dapat digunakan sebagai alat bantu dalam berkomunikasi. Pemanfaatan media ini ternyata cukup efektif membantu perdagangan. Pelanggan /konsumen tetap dapat melakukan transaksi semi online dengan dengan media ini. Whatsapp juga dapat digunakan untuk konfirmasi masalah pembayaran, yaitu dengan mengirim bukti transfer sejumlah uang dari bank tertentu.

Hasil penjualan memang belum menyamai seperti pada masa sebelum pandemi, tetapi perubahan metode penjualan yang dilakukan secara daring ternyata cukup efektif untuk mampu mempertahankan kelangsungan usaha. Peningkatan usaha perdagangan memang belum seperti yang diharapkan, namun ternyata transaksi usaha alat bantu media sosial ini mencakup lebih dari 75% dari keseluruhan data transaksi.

Kata kunci : *era new normal, media sosial, perdagangan, whatsapp.*

1. PENDAHULUAN

Pada awal bulan Juni 2020 Pemerintah telah menerapkan fase New Normal, dengan cara melonggarkan pembatasan sosial. Tujuannya adalah pemulihan ekonomi setelah sekitar tiga bulan pemerintah menetapkan suatu kebijakan yaitu berupa pembatasan sosial, serta beraktifitas dirumah, tujuan yang diperoleh adalah dapat memutus rantai penyebaran virus Covid-19. Pada era ini atau sering disebut era new normal diharapkan semua harus produktif dan semangat untuk melakukan aktivitas dibidang ekonomi, meskipun ada kendala berupa pandemic Covid-19 tetap ada dan dapat meningkat setiap saat. Gaya hidup, perilaku serta metode cara bekerja di era new normal tentunya tidak akan sama sebelum adanya Covid-19, perilaku ini harus dirubah mulai dari cara hidup, cara bekerja, serta cara berfikir agar nantinya dapat beradaptasi dengan perilaku yang dibutuhkan di era new normal sehingga nantinya selalu sehat, panjang umur dan produktif.

Perubahan perilaku kerja yang produktif dan terhindari dari Covid-19 dalam bekerja membutuhkan komputer, laptop, smart phone, headset. Semua ini adalah sarana dan alat yang membuat semakin produktif dalam bekerja dan terhindar dari Covid-19, karena dengan sarana ini bisa melakukan segala tugas, kerja dengan cepat terutama apabila sarana ini terhubung dengan internet. Tetap terhubung dengan internet dan telepon sebagai alat komunikasi, sehingga bila atasan dan rekan kerja menelepon atau bertanya via daring seperti email, whatsapp bisa segera memberikan respon. Whatsapp sebagai salah satu media sosial saat ini banyak yang menggunakan untuk kepentingan bersosialisasi maupun sebagai penyampaian pesan baik oleh individu maupun kelompok.

Pandemi Covid-19 telah merusak tatanan kehidupan normal masyarakat terutama dibidang ekonomi. Pandemi Covid-19 telah membuat jatuhnya permintaan masyarakat terhadap barang dan jasa, turunnya daya beli masyarakat. Hal ini menyebabkan penjualan pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) menurun tajam hingga yang tersisa hanya 10-20 % saja. Usaha perdagangan batik Kraton Yogya merupakan usaha dibidang batik, yang memperdagangkan batik jenis tekstil printing halus, yang mempunyai berbagai corak klasik motif Yogya maupun motif Solo (lasem). Usaha perdagangan batik Kraton Yogya termasuk UMKM, keadaan pandemi Covid-19 berakibat juga pada perdagangan batik yang menurun drastis, karena permintaan pasar dan penjualan turun daya beli masyarakat yang berkurang. Agar tetap produktif pada pandemi Covid-19 ini, dengan mengindahkan bekerja dikendalikan dari rumah, jika harus ke pasar atau toko memperhatikan pertemuan dengan jarak, maka perlu alat bantu whatsapp sebagai komunikasi diantara pelanggan atau konsumen.

2. TINJAUAN PUSTAKA

New normal dalam bahasa Indonesia artinya adalah kenormalan baru. Kenormalan baru merupakan keadaan normal yang baru yang belum ada sebelumnya. New normal adalah keadaan beradaptasi saat ini terhadap lingkungan dalam bentuk perilaku gaya hidup serta cara kerja dengan tetap mengedepankan protokol kesehatan hal ini dimaksudkan agar masyarakat Indonesia tetap produktif, tetap melakukan aktivitas ekonomi, tetap sehat, dan terhindar dari virus Covid-19. Kalau membahas kenormalan baru, maka banyak didapatkan hal-hal yang sebelumnya dirasa tidak normal tetapi di era new normal ini menjadi dianggap normal. Seperti misalnya sebelum era new normal, memakai masker di tempat umum dianggap sesuatu yang aneh, sekarang di era kenormalan baru memakai masker adalah suatu keharusan, bila tidak memakai masker di tempat umum akan dianggap menjadi sesuatu yang aneh, demikian juga bekerja biasanya harus di kantor dan sekolah atau di kampus, rapat dan pelatihan

harus bertemu ditempat yang disepakati tetapi sekarang di era kenormalan baru untuk dapat bekerja, belajar dan rapat tidak lagi dilakukan di kantor, sekolah, kampus tetapi dapat dilakukan di rumah secara daring. Sebelumnya masyarakat Indonesia setiap bertemu selalu berjabat tangan, tetapi di era kenormalan baru ini berjabat tangan adalah sesuatu yang tidak boleh dilakukan. Sebelumnya kalau berkumpul adalah sesuatu yang biasa dan normal, tetapi di era kenormalan yang baru ini, berkumpul merupakan tindakan hal yang harus dihindari dan dirasa aneh, karena harus menjaga jarak untuk menghindari virus Covid-19. Perilaku, gaya hidup, metode kerja di era new normal tidak akan sama dengan sebelum kehadiran Covid-19, sehingga harus merubah perilaku, cara hidup, cara kerja, dan cara berpikir di era new normal. Perubahan perilaku yang terjadi di new era yang membuat menjadi individu yang produktif dan terhindar dari penularan Covid-19 adalah menerapkan protokol kesehatan dengan disiplin dan kesadaran yang tinggi, bekerja dengan menggunakan komputer, laptop, smart phone, headset, karena dengan sarana ini bisa melakukan segala tugas, kerja dengan cepat terutama apabila sarana ini terhubung dengan internet. (Siahaan, E., 2020).

Teknologi daring pada saat ini merupakan sebuah perkembangan teknologi yang sangat membantu dalam berkomunikasi secara dua arah pada jarak yang jauh. Teknologi daring ini merupakan sebuah komunikasi yang saling bertukar nantinya akan saling terhubung, dapat digunakan secara serempak dengan melibatkan banyak orang atau hanya dengan 2(dua) orang saja. Namun teknologi daring tentu saja membutuhkan perangkat pendukung seperti komputer, smartphone atau alat bantu lainnya yang dapat digunakan sebagai perantaranya terutama harus terhubung dengan internet. Pada zaman dahulu untuk bisa berkomunikasi dengan suara saja serta alat komunikasi tradisional, sekarang dengan menggunakan teknologi daring tentunya dapat bertatap muka walaupun dengan jarak, waktu dan tempat yang berbeda. Pada situasi sekarang ini seluruh dunia terjangkit Virus Corona (Covid-19) menggunakan teknologi daring ini sangat membantu semua orang dalam berkomunikasi secara tatap muka dengan menggunakan perangkat tambahan atau mobile. Ini dikarenakan Virus Corona (Covid-19) dapat menyebar dengan mudah melalui karena adanya interaksi sesama manusia terlebih lagi jika manusia tersebut mengalami flu atau batuk. Teknologi daring harapannya semua pekerjaan dapat nantinya dilakukan dalam mendukung pekerjaan ,Belajar dan Mengajar. Manfaat Teknologi Daring untuk mendukung pekerjaan yaitu dengan menggunakan suatu sarana e-Commerce atau perdagangan online dan menggunakan suatu sarana e-Banking atau perbankan online, sedangkan sarana mendukung program untuk belajar dan mengajar dengan teknologi daring dengan melalui suatu sarana e-Learning atau pembelajaran online sehingga peserta didik dan guru dapat berkomunikasi dengan mudah berinteraksi dengan jarak dan tempat yang berbeda. Teknologi daring merupakan solusi utama dalam menghambat penyebaran Virus Corona (Covid-19), namun aktifitas tetap berjalan secara normal. (Riswanto, 2020). Penggunaan media sosial tentunya dapat dengan mudah menciptakan suatu forum, individu satu dengan yang lain dapat saling berkomunikasi serta bertukar pikiran satu sama lain. Dalam hal ini akan sangat mudah membuat individu berkomunikasi dan berkomentar tentang berbagai topik maupun kasus yang dibahas oleh individu lain. Individu juga dapat membangun asumsi, emosi dan kepercayaan melalui komentar maupun sudut pandang maupun pemikiran individu lain dalam media sosial, hal ini memungkinkan dapat secara reaktif berkomentar maupun berkesimpulan. (Trisnani, 2017).

Whatsapp merupakan salah satu media online yang sering dan banyak digunakan mahasiswa dan dosen. Aplikasi whatsapp dapat memberikan akses serta kemudahan selama melakukan interaksi dan berkomunikasi.

Melalui media sosial ini, pengguna tentunya dapat menambahkan lebih banyak teman, kolega, mempermudah para pengguna untuk dapat lebih mengenal satu sama lainnya dan sebagai media penunjang kegiatan belajar. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui serta memanfaatkan media whatsapp sebagai media komunikasi antara dosen dengan mahasiswa dalam menunjang kegiatan proses belajar mengajar (Afnibar & N, 2020).

Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan, whatsapp smartphone sangat berperan dalam memberikan dan menyebarkan informasi ke pihak lain. Dalam proses perkuliahan kegunaan whatsapp smartphone dapat sebagai media atau sarana dalam berkomunikasi baik dalam pemberian materi mata kuliah yang berupa penjelasan lain, jika dalam kelas mahasiswa kurang memahami materi. Kegunaan lain dari whatsapp juga untuk penyempurnaan sarana pengiriman tugas dari dosen ke mahasiswa karena dari segi waktu sangat efisien tidak terlalu lama tugas perkuliahan dapat terkirim dengan mudah dan segera diterima oleh dosen yang bersangkutan. (Sartika, 2018).

WhatsApp sebagai salah satu media sosial saat ini banyak yang menggunakan untuk kepentingan bersosialisasi maupun sebagai penyampaian pesan baik oleh individu maupun kelompok. Melakukan percakapan melalui menu *chat*, duplikasi melalui fitur *copy*, menghapus melalui fitur *delete*, atau meneruskan melalui fitur *forward*. Gambar yang terkirim bisa di-forward. Selain itu juga dapat mengirim pesan suara maupun share lokasi keberadaan pengguna. Juga menyediakan fitur grup chat, dimana pengguna bisa mengumpulkan beberapa kontak untuk membuat sebuah grup chat.

Beberapa keuntungan memakai WhatsApp (Yusmita et al., 2014).

1. Tidak hanya teks : WhatsApp memiliki fitur untuk mengirim gambar, video, suara, dan lokasi GPS dengan hardware GPS atau Gmaps. Media tersebut langsung dapat ditampilkan dan bukan berupa link.
2. Terintegrasi ke dalam sistem : WhatsApp, layaknya sms, tidak perlu membuka aplikasi untuk menerima sebuah pesan. Notifikasi pesan masuk ketika handphone sedang off akan tetap disampaikan jika handphone sudah on.
3. Status Pesan : Jam Merah untuk proses loading di HP, tanda centang jika pesan terkirim ke jaringan, tanda centang ganda jika pesan sudah terkirim ke teman chat dan silang merah jika pesan gagal
4. Broadcast dan Group chat : Broadcast untuk kirim pesan ke banyak pengguna. Group chat untuk mengirim pesan ke anggota sesama komunitas.
5. Hemat Bandwidth : Karena terintegrasi dengan sistem, maka tidak perlu login dan loading contact/avatar, sehingga transaksi data makin irit.

Pandemi Covid-19 telah merusak tatanan kehidupan normal masyarakat terutama dibidang ekonomi. Pandemi covid-19 telah membuat jatuhnya permintaan masyarakat terhadap barang dan jasa, turunnya daya beli masyarakat. Kondisi ini membuat Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) jatuh telak. Banyak orang-orang kehilangan pekerjaan dan terpaksa di Putus Hubungan Kerja (PHK). Kondisi ini dialami oleh semua UMKM. Saatnya sekarang UMKM bangkit dan tidak berdiam diri. UMKM harus tetap produktif, lebih kreatif dan selalu berusaha. Apalagi sekarang Indonesia sudah memasuki masa new normal. Dimasa new normal UMKM tetap menjalankan usaha dengan mengikuti protokol yang ada, jaga jarak, pakai masker dan rajin cuci tangan. UMKM harusnya bangkit sehingga kembali menjadi usaha rakyat yang tahan banting dalam menghadapi keadaan apapun.

Menghadapi masa new normal yang belum bebas Covid-19, untuk kembali meningkatkan penjualan, UMKM tidak hanya dituntut bisa berjualan secara tradisional saja, tapi juga harus mampu bertransformasi dengan mencoba bisnis online sebagai pilihan kedua setelah bisnis offline (tradisional). Transformasi ini tidak bisa di hindari. Sebagai pemain dan pelaku usaha, UMKM mau tidak mau terpaksa berbisnis online untuk mampu bersaing dan bertahan hidup UMKM harus update diri. Tidak ada lagi alasan gagap teknologi (gaptek) tidak mengerti Internet, tidak mengetahui media sosial (medsos) seperti facebook, Instagram, tweeter, whatsapp business dan sebagainya. Mau tidak mau, suka atau tidak suka, UMKM harus bertransformasi ke bentuk model bisnis baru. Lakukanlah bisnis online dengan cara memasarkan produk secara online. UMKM yang berpromosi di medsos akan lebih efektif dan efisien, dengan melakukan promosi dan transaksi menggunakan medsos yang ada, diharapkan dapat meraih pelanggan yang banyak. (Desiyanti et al., 2020).

3. METODOLOGI PENELITIAN

Untuk mengetahui dan melukiskan keadaan yang sebenarnya secara aktual dengan melihat permasalahan yang ada, maka metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini mengarah pada penggunaan metode deskriptif kualitatif. Metode yang digunakan adalah metode deskriptif, yang dapat diartikan sebagai proses pemecahan masalah yang diselidiki dengan melukiskan keadaan subyek dan obyek penelitian pada saat sekarang berdasarkan fakta-fakta yang tampak atau bagaimana adanya (Nawawi, 1998). Metode penelitian deskriptif adalah metode yang digunakan untuk mendapatkan gambaran keseluruhan obyek yang digunakan untuk mendapatkan gambaran keseluruhan obyek penelitian secara akurat. Pelaksanaan metode penelitian deskriptif tidak terbatas hanya sampai pada pengumpulan dan penyusunan data, tetapi meliputi analisis dan interpretasi tentang arti data tersebut, selain itu semua yang dikumpulkan berpotensi menjadi kunci terhadap apa yang diteliti.

Metode penelitian deskriptif bertujuan untuk mendapatkan dan menyampaikan fakta-fakta dengan jelas dan teliti. Studi deskriptif harus lengkap, tanpa banyak detail yang tidak penting dengan menunjukkan apa yang penting atau tidak. Riset ini tidak mengutamakan besarnya populasi atau sampling bahkan populasi dan samplingnya sangat terbatas. Jika data yang terkumpul sudah mendalam dan bisa menjelaskan fenomena yang diteliti, maka tidak perlu mencari sampling lainnya. Disini yang lebih ditekankan adalah persoalan kedalaman (kualitas) data bukan banyaknya (kuantitas) data (Sugiyono, 2005)

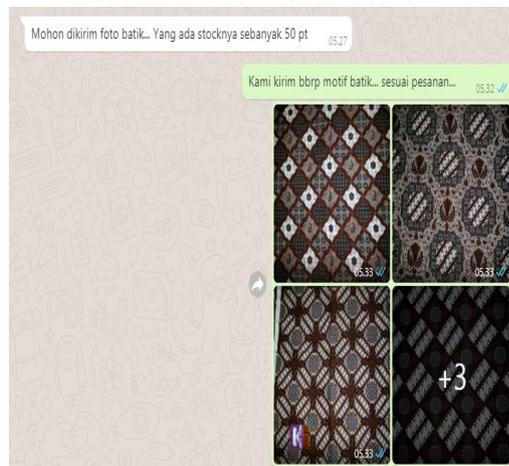
3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Untuk mengetahui dan melukiskan keadaan yang sebenarnya secara aktual dengan melihat permasalahan yang ada, metode penelitian ini digunakan agar penelitian ini mengarah pada penggunaan metode deskriptif kualitatif, akan tetapi akan disampaikan data penjualan perdagangan batik Kraton Yogya. Pada tahun 2019 sebelum adanya pandemi Covid-19, penjualan mencapai sekitar 20.558 potong atau 80 kodi perbulan, sedangkan pada tahun 2020 saat terjadinya pandemi Covid-19 penjualan menurun drastis sebesar 50 persennya, sehingga penjualan sekitar 8.278 potong atau 40 kodi perbulannya. Data tentang penjualan batik Kraton Yogya disajikan dalam Tabel 1 berikut ini;

Tabel 1. Data Penjualan Batik Kraton Yogya

	Th. 2019 (potong)	Th. 2020 (potong)
Penjualan	20.558	8.278

Agar tetap produktif pada pandemi Covid-19 ini, dengan mengindahkan bekerja dikendalikan dari rumah, jika harus ke pasar atau toko memperhatikan pertemuan dengan jarak, maka perlu alat bantu whatsapp sebagai komunikasi diantara pelanggan atau konsumen. Misalnya ada pelanggan yang membutuhkan corak batik untuk seragam, sebanyak beberapa potong, kemudian batik Kraton Yogya diminta untuk mengirimkan corak yang ada, maka sebelum pandemi Covid-19, yang dilakukan adalah mengirim barang ke pasar atau toko, kemudian pihak pelanggan akan memilih corak yang akan digunakan untuk seragam. Namun pada era new normal karena pandemi Covid-19, dengan whatsapp cukup mengirimkan beberapa gambar atau foto yang ada, dengan stock barang sebanyak permintaan. Penjelasan dapat ditunjukkan pada Gambar 1.



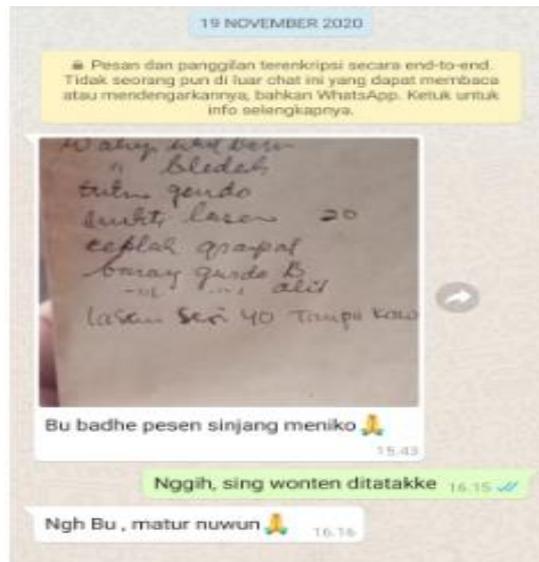
Gambar 1. Beberapa Motif Batik Seragam

Pada saat sebelum pandemi Covid-19, pada waktu menyetorkan barang, maka pihak konsumen akan memberikan uang titipan untuk pembayaran, namun karena era new normal akibat pandemi Covid-19 untuk menjaga jarak maka pembayaran dilakukan dengan mentransfer sejumlah uang tertentu, kemudian dengan whatsapp foto bukti transfer disampaikan kepada batik Kraton Yogya, dan kemudian akan mengecek pihak bank, dan menuliskan titipan konsumen tersebut kedalam nota atau buku. Gambar 2. Menjelaskan bentuk gambar bukti transferan.



Gambar 2. Bukti Tansfer Dari Bank

Sebelum pandemi-19 saat menyeterkan barang ke pasar, kadang ada pelanggan yang meminta barang, dengan mencatatkan dulu sesuai permintaan, kemudian terjadi diskusi barang yang ada persediaannya. Akan tetapi pada saat era new normal ini, dengan whatsapp pelanggan cukup mengirimkan foto catatannya, hal demikian bisa diperlihatkan melalui Gambar 3.



Gambar 3. Catatan permintaan barang

Kadang kala ada pesanan barang yang digunakan untuk seragam, dan batik Kraton Yogya diminta untuk mengambil corak tersebut ke toko atau ke pasar, namun di era new normal ini, karena diharuskan untuk tetap dirumah dan keluar rumah jika penting sekali. Untuk mengatasi hal demikian maka dengan whatsapp cukup mengirim foto atau gambar yang akan digunakan untuk seragam, dan menuliskan seberapa banyak seragam yang dikehendaki. Hal demikian bisa diperlihatkan pada Gambar 4.



Gambar 4. Motif Batik Seragam

Di atas telah disampaikan bentuk-bentuk relasi atau transaksi antara batik Kraton Yogya dengan para pelanggan dengan menggunakan alat bantu Whatsapp. Masih ada lagi beberapa bentuk relasi, misal bagaimana caranya mengatasi kalau terjadi kesalahan komunikasi, maka digunakan media telpon atau video panggilan. Akun wa bisnis juga membantu kemudahan tidak perlu selalu on dalam

4. KESIMPULAN

Perubahan pola hidup masyarakat di era new normal Covid-19 ini, membuat beberapa bidang termasuk bisnis harus merubah pula pola usahanya menjadi daring. Whatshap sebagai alat bantu komunikasi media sosial yang cukup populer sangat membantu usaha tetap produktif. Whatsapp sebagai media sosial yang ada di handphone android maupun iphone, dengan berbagai fasilitas yang ada misal untuk mengunduh gambar atau foto, juga untuk menulis chat, dapat digunakan sebagai alat bantu dalam berkomunikasi.

Usaha perdagangan batik Kraton Yogya termasuk UMKM, keadaan pandemi Covid-19 berakibat juga pada perdagangan batik yang menurun drastis, karena permintaan pasar dan penjualan turun daya beli masyarakat yang berkurang. Agar tetap produktif pada pandemi Covid-19 ini, dengan mengindahkan bekerja dikendalikan dari rumah, jika harus ke pasar atau toko memperhatikan pertemuan dengan jarak, maka menggunakan whatsapp sebagai alat bantu komunikasi diantara pelanggan atau konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Afnibar, & N, D. F. (2020). *Pemanfaatan Whatsapp Sebagai Media Komunikasi Kegiatan Belajar (Studi Terhadap Mahasiswa UIN Imam Bonjol Padang)*. Al-Munir: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam, 11, 70–83. Diakses 15 Februari 2021, dari <https://ejournal.uinib.ac.id/jurnal/index.php/almunir/article/download/1501/1122>
- Desiyanti, R & Elvira, R. (2020). *Peluang UMKM dengan Menggunakan Bisnis Online dan Fintech Dimasa Pandemi Covid-19*. Diakses 15 Februari 2021, dari <https://suara.butesarko.com/berita-selengkapnya/peluang-umkm-dengan-menggunakan-bisnis-online-dan-fintech-dimasa-pandemi-covid-19/>
- Nawawi. (1998). *Metode Penelitian Bidang Sosial*. Gadjah Mada University Press, Yogyakarta.

- Riswanto. (2020). *Pemanfaatan Teknologi Daring Dalam Mencegah Menyebarnya Virus Corona (Covid-19) .*
Diakses 16 Februari 2021, dari
<https://www.babelprov.go.id/content/pemanfaatan- teknologi- daring-dalam-mencegah-menyebarnya-virus-corona-covid-19>
- Sartika. (2018). *Kegunaan Whatsapp Sebagai Media Informasi dan Media Pembelajaran Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi STISIP Persada Bunda.* Medium, 6(2), 15–26. Diakses 16 Februari 2021, dari
<https://journal.uir.ac.id/index.php/Medium/article/view/2408>
- Siahaan, E.(2020). *Perubahan Perilaku Sumber Daya Manusia yang Produktif di Era New Normal.* Diakses 15 Februari 2021, dari
<https://waspada.co.id/2020/08/perubahan-perilaku-sumber-daya-manusia-yang-produktif-di-era-new-normal/>
- Sugiyono. (2005). *Metode Penelitian Kualitatif.* Alfabetas. Bandung.
- Trisnani. (2017). *Pemanfaatan Whatsapp Sebagai Media Komunikasi dan Kepuasan Dalam Penyampaian Pesan Dikalangan Tokoh Masyarakat.* Jurnal Komunika : Jurnal Komunikasi, Media dan Informatika, 6(3).
Diakses 15 Februari 2021, dari <https://doi.org/10.31504/komunika.v6i3.1227>
- Yusmita, M., Larisu, Z., & Saidin. (2018). *Pemanfaatan WhatsApp Messenger Sebagai Media Komunikasi Antar Pribadi Mahasiswa Ilmu Komunikasi.* Jurnal Penelitian Kajian Ilmu Komunikasi dan Informasi, 3 (4).
Diakses 16 Februari 2021, dari <http://ojs.uho.ac.id/index.php/KOMUNIKASI/article/view/5152>
- Riswanto. (2020). *Pemanfaatan Teknologi Daring Dalam Mencegah Menyebarnya Virus Corona (Covid-19)*