

FENOMENA MEDIA SOSIAL DI MASA PANDEMI COVID-19 UNTUK MENINGKATKAN BISNIS ONLINE

Suroyo
STIE Tribuana
Suroyo@stietribuana.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan mengungkap tren keamanan dan kegunaan media sosial digital di masa situasi pandemi COVID-19, seperti bekerja dari rumah, mendirikan start-up, meningkatkan proses bisnis, dan menjalankan bisnis online dalam ekosistem digital. Hasilnya menarik dan ada banyak penggunaan media sosial yang telah dibahas dalam penelitian ini selama pandemi COVID-19 untuk tujuan bisnis. Berbagai platform media sosial memiliki fitur berbeda yang tersedia untuk digunakan oleh pelanggan, dan juga memudahkan orang untuk melakukan bisnis. Ini terutama karena fakta bahwa mereka membuka pasar global dan juga membuatnya lebih murah untuk beriklan. Pemerintah serta sektor swasta telah berada di garis depan dalam hal penggunaan media sosial. Mempertahankan kehadiran online yang baik adalah salah satu aspek kunci yang menentukan keberhasilan perusahaan start-up. Hal ini disebabkan oleh kenyataan bahwa sebagian besar pelanggan biasanya mengandalkan ulasan pelanggan dalam menentukan kemampuan perusahaan untuk memenuhi kebutuhan klien. Alasan utama mengapa sebagian besar perusahaan membentuk departemen hubungan pelanggan yang diberi mandat dengan tanggung jawab untuk menanggapi umpan balik pelanggan di berbagai platform online. Di sisi lain, meningkatnya penggunaan media sosial telah membawa tantangan baru dalam hal keamanan informasi. Oleh karena itu, pengguna harus mengamankan server dan teknologi mereka dari ancaman eksternal dan internal. Salah satu strategi yang digunakan adalah penggunaan password untuk login ke suatu portal dimana setiap orang yang berwenang untuk mengakses portal tersebut diberikan password yang unik dan hanya diketahui oleh pengguna. Studi ini telah mencakup semua bidang ini secara rinci termasuk penggunaan sistem manajemen basis data dalam suatu organisasi atau individu.

Kata kunci: bekerja dari rumah; bisnis dari rumah; Pandemi covid19; kebijakan keamanan; informasi keamanan; media sosial untuk belajar; media sosial untuk bisnis

PENDAHULUAN

Sejak tahun 2019 akhir hingga kini, dunia sedang dilanda pandemi Covid-19, hampir seluruh dunia mengubah gaya hidup, Pendidikan, interaksi untuk lebih menjaga jarak agar dapat mencegah penularan yang

lebih banyak lagi. (Noviarini, 2021).

Situasi bencana yang disebabkan oleh pandemi COVID-19 telah memberikan kesan di seluruh dunia. Namun, aktivitas masyarakat mungkin meningkat untuk terus mendanai aktivitas di rumah selama

krisis melalui penggunaan smartphone melalui internet. Ini karena hampir setiap orang memiliki ponsel pintar sendiri tanpa memerlukan pembelian perangkat keras tambahan. Untuk pembelajaran formal, masyarakat dapat memanfaatkan kesempatan untuk menggunakan platform media sosial yang memungkinkan terjadinya percakapan yang mudah seperti melalui penggunaan ponsel pintar, bahkan tablet. Remaja atau orang dewasa yang masih belajar di perguruan tinggi dapat dengan mudah mentransfer tugas kerja melalui ini untuk pembelajaran berkelanjutan. Misalnya, mereka dapat menggunakan alat tersebut untuk berkomunikasi melalui platform media sosial seperti WhatsApp, Telegram, Zoom, Microsoft Team, dan Edmodo untuk terhubung dengan teman dan dosen. Siswa dapat berbagi informasi tentang media sosial untuk menyampaikan pekerjaan, terutama menggunakan platform seperti Padlet atau Google Drive. Siswa dapat mengerjakan tugas video menggunakan aplikasi seperti Macromedia Flash, Filmora atau

Movie Maker. Dosen dapat menggunakan platform di atas secara online untuk melakukan dialog sekaligus percakapan dengan mahasiswa dengan adanya rangkaian nirkabel melalui aplikasi seperti Zoom atau Skype dari rumah mereka. Pengusaha dan pekerja dapat berinteraksi dengan menggunakan transfer teknologi, mentransfer dokumen dan berbagi informasi tentang status pekerjaan mereka saat ini. Orang-orang dapat mengambil manfaat dari penggunaan platform open source untuk melakukan percakapan dengan mudah untuk membaca dan mendapatkan pengetahuan baru selama wabah COVID-19 dengan mengurangi pergerakan mereka di luar rumah dan menghabiskan waktu lebih efektif. Misalnya, mereka dapat mendaftar secara gratis dengan platform e-learning melalui peralihan yang mudah antar penyedia. Platform yang dapat ditemukan seperti Udemy dan Coursera menyediakan kursus gratis bagi siswa untuk mempelajari dan meninjau mata pelajaran yang terkait dengan mata pelajaran atau kecakapan hidup dan berbagai mata

pelajaran menggunakan video. Khusus untuk kursus informal dapat digunakan untuk melanjutkan pembelajaran menggunakan teknologi informasi (TI) melalui berbagai saluran media sosial. Keluarga, ibu dan ayah di rumah dapat memperoleh pengetahuan baru seperti memasak, berkebun, manajemen keuangan, kesehatan, cara makan dan metode olahraga menggunakan media sosial seperti YouTube. Kakek-nenek dan nenek-nenek serta anak-cucu, saudara kandung, kakak-adik dapat berkomunikasi melalui media sosial seperti Skype atau Zoom dan secara digital menggunakan teknologi yang dapat ditransfer. Banyak tutorial penggunaan aplikasi media sosial ini dapat ditemukan di YouTube. Mereka yang membutuhkan materi agama dapat menemukannya dengan mudah dan tepat di ponsel pintarnya, seperti kitab suci agamanya masing-masing, misalnya untuk mengakses Al-Qur'an dan Hadits. Bagi anak kecil, selain film dan aplikasi pembuka yang menampilkan permainan, mereka juga dapat memanfaatkan kesempatan untuk belajar dan

menggunakan aplikasi dan media sosial yang mudah dipindahkan seperti belajar bahasa, menebak, belajar coding dengan bantuan ibu dan ayah mereka. Pandemi ini membuat masyarakat sulit bergerak untuk mendapatkan barang-barang seperti makanan. Oleh karena itu, e-commerce dapat digunakan untuk membeli makanan secara online tanpa perlu pergi ke pasar dan dapat menghindari keramaian orang banyak. Hal-hal yang berkaitan dengan keuangan seperti pembayaran tagihan dan transfer uang dapat dilakukan untuk melakukan penggunaan layanan bank di atas secara online tanpa perlu tempat dan lokasi. Masyarakat juga dapat memanfaatkan media sosial seperti Telegram, Instagram, Facebook yang disediakan oleh Badan Nasional Penanggulangan Bencana dan Kementerian Kesehatan dengan memberikan informasi yang valid dan data terkini terkait status COVID-19. (Kementrian Kesehatan RI, 2021)

Namun keadaan tersebut mengakibatkan sektor pariwisata lumpuh sementara, sehingga pengangguran semakin meningkat

karena pariwisata merupakan salah satu platform yang memberikan lapangan pekerjaan bagi masyarakat sekitar tempat wisata dan masyarakat dari luar. Bukan hanya sektor pariwisata yang mengalami kelumpuhan, namun karyawan dari jenis perusahaan lain pun merasakan dampak dari pandemi COVID-19. Di masa pandemi COVID-19, pola komunikasi dan pemasaran akan lebih banyak melalui kanal digital. Saat ini, media komunikasi digital dan media sosial menjadi pilihan yang efektif dan efisien untuk berkomunikasi dengan masyarakat. Oleh karena itu, perubahan pola dan penggunaan media komunikasi yang digunakan oleh masyarakat perlu dipahami dengan baik sebelum langkah-langkah penyampaian pesan dilakukan (Almunawar, 2018).

Penelitian ini mengungkap tren keamanan dan kegunaan media sosial digital di masa situasi pandemi COVID-19, seperti bekerja dari rumah, membuat start-up, meningkatkan proses bisnis, dan menjalankan bisnis online dalam ekosistem digital. Hasilnya menarik; ada banyak penggunaan media sosial

yang telah dibahas dalam penelitian ini selama pandemi COVID-19 untuk tujuan bisnis. Media sosial menghubungkan orang-orang di seluruh dunia di mana mereka dapat tetap berhubungan dan berbagi pengalaman mereka. Berbagai platform media sosial memiliki fitur berbeda yang tersedia untuk digunakan oleh pelanggan. Media sosial juga memudahkan orang untuk berbisnis, karena membuka pasar global dan juga lebih murah untuk beriklan. Pemerintah serta sektor swasta telah berada di garis depan dalam hal penggunaan media sosial. Mempertahankan kehadiran online yang baik adalah salah satu aspek kunci yang menentukan keberhasilan perusahaan start-up. Di sisi lain, meningkatnya penggunaan media sosial telah membawa tantangan baru dalam hal keamanan informasi. Oleh karena itu, pengguna harus mengamankan server dan teknologi mereka dari ancaman eksternal dan internal. Salah satu strateginya adalah dengan menggunakan dan mengenkripsi kata sandi untuk masuk ke portal dimana setiap orang yang berwenang untuk mengakses portal

diberikan kata sandi yang unik dan hanya diketahui pengguna. Studi ini telah mencakup semua bidang ini secara rinci termasuk penggunaan sistem manajemen basis data dalam suatu organisasi atau individu.

Penelitian ini disusun dengan cara berikut. Pertama, pada bagian literature review akan kami uraikan secara detail untuk masing-masing istilah yang digunakan dan bagaimana manfaat media sosial terutama di masa pandemi. Kedua, kami membahas metode yang digunakan dalam pengumpulan data dan keterbatasan apa yang kami miliki. Ketiga, perbedaan dan persamaan utama antara penggunaan istilah-istilah tersebut ditunjukkan dan didiskusikan dengan dukungan dari temuan-temuan dalam literatur yang terkait dengan penelitian di bidang keamanan media sosial. Selain itu, pandangan yang berbeda tentang penggunaan Media Sosial diperkenalkan menggunakan contoh kehidupan nyata karena ini adalah dasar untuk memahami istilah-istilah ini. Akhirnya, hasil dari pandangan yang berbeda dibahas di bagian rekomendasi dan kesimpulan karena

beberapa rekomendasi juga akan diberikan.

METODOLOGI PENELITIAN

Media sosial telah menjadi fenomena di dunia bisnis terutama di masa pandemi COVID-19; Namun, penelitian tentang manfaat, sejauh mana organisasi untuk kedua sektor pemerintah swasta terbatas. Dengan demikian, jurnal tentang bagaimana media sosial yang sukses dapat membawa manfaat bagi mereka digunakan untuk membandingkan perbedaan yang terjadi pada bagaimana organisasi-organisasi ini menggunakan platform yang berbeda untuk menyampaikan pesan mereka kepada publik sambil menyelaraskan dengan strategi bisnis mereka untuk tetap berada di depan para pesaing mereka.

Namun, penelitian ini didasarkan pada manfaat jaringan sosial dengan memasukkan media sosial perusahaan untuk mencapai tujuan mereka menuju kesuksesan. Daerah demografi di mana survei dilakukan juga akan dijelaskan bersama dengan populasi sampel dan desain penelitian. Dengan penelitian

ini, penulis dapat memperoleh wawasan yang lebih luas tentang manfaat media sosial untuk mendongkrak bisnis start-up. Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini untuk memahami lebih dalam tentang masalah ini menggunakan sumber primer dan sekunder. Kedua sumber tersebut digunakan dalam pembuatan laporan untuk meningkatkan akurasi dan keandalan data sehingga informasi yang dikumpulkan menjadi lebih andal dan akurat. Sebagian besar data sekunder sebagian besar berorientasi dengan menggunakan artikel ilmiah yang diterbitkan untuk mendukung kasus dengan bukti yang diberikan. Sedangkan data primer dikumpulkan melalui survei yang dikumpulkan dari empat jenis start-up berbeda yang terdiri dari sektor swasta dan pemerintah, melibatkan lebih dari 20 organisasi. Terlepas dari keterbatasan saat mengumpulkan data yang akan digunakan dalam penelitian ini, isu dan manfaat media sosial dalam bisnis start-up akan dijabarkan lebih lanjut dalam laporan ini.

Laporan ini mengharapkan untuk terlibat atau berpartisipasi

dalam proyek penelitian ini terutama dari sektor publik dan swasta. Jumlah responden per organisasi agak fleksibel untuk mengakomodasi kenyamanan responden yang benar-benar bekerja di bidang terkait. Responden tidak harus berlatar belakang IT atau terkait IT, cukup jika responden menggunakan media sosial atau sistem lain dalam pekerjaan mereka sehari-hari.

Sebanyak 54 pertanyaan disiapkan dan dibangun untuk survei baik fisik maupun online. Kuesioner online memberikan kemudahan bagi responden dalam menjawab pertanyaan survei mengenai apa yang peneliti butuhkan. Selain itu, kuesioner online tidak memakan waktu lama sehingga akan efisien untuk melanjutkan penelitian karena hasil dari kuesioner akan disimpan dan dihitung secara otomatis. Selain itu, ini juga merupakan cara yang hemat biaya karena menggunakan program online gratis dalam memindahkan pertanyaan dari kertas ke platform digital seperti google form. Sedangkan untuk survei tradisional yang menggunakan pena dan kertas, keuntungannya adalah

kemudahan menjelaskan pertanyaan di tempat jika responden tidak mengikuti maksud pertanyaan.

HASIL

Kemampuan untuk Mendapatkan Pemahaman yang Akurat tentang Kebutuhan Pelanggan

Media sosial memungkinkan organisasi-organisasi ini untuk mengenali sudut pandang calon pelanggan mereka dan juga berkoordinasi dengan mereka. Pada platform media sosial, organisasi dapat dengan mudah terlibat dengan pelanggan melalui grup media sosial, obrolan, pesan langsung, dan bagian komentar. Organisasi dihadapkan pada berbagai informasi di media sosial yang mencakup informasi tentang pelanggan dan kejadian terkini. Lebih lanjut menyatakan bahwa informasi ini digunakan untuk melacak dan menganalisis apa yang dikatakan pelanggan sehubungan dengan bisnis atau barang mereka di media sosial. Ini termasuk umpan balik, keluhan dan saran dari pelanggan. Seperti disebutkan dalam tinjauan pustaka, informasi ini

dianggap sebagai rekomendasi dan panduan bagi organisasi.

Akibatnya, amandemen dan perbaikan dapat dilakukan untuk produk dan layanan mereka yang pada akhirnya akan menghasilkan kepuasan pelanggan. Selain itu, organisasi dapat meminta masukan dari pelanggan di platform media sosial dan menanggapi pertanyaan dan keluhan. Mereka dapat memanfaatkan informasi ini untuk memberikan layanan terbaik kepada pelanggan mereka. Selain itu, platform media sosial memungkinkan organisasi-organisasi ini untuk segera bereaksi terhadap pertanyaan dan keluhan pelanggan mereka.

Platform Pemasaran yang Lebih Efektif di Masa Pandemi COVID-19

Organisasi-organisasi ini memanfaatkan berbagai fitur periklanan yang ditawarkan oleh platform media sosial untuk memasarkan produk dan layanan mereka. Pemasaran di media sosial tidak menuntut sejumlah besar sumber daya moneter dibandingkan dengan pemasaran tradisional seperti televisi atau papan reklame.

Organisasi hanya perlu memiliki komputer atau telepon dan koneksi internet yang dapat digunakan dalam jangka waktu yang lama. Ini akan membantu mengurangi biaya pemasaran mereka secara signifikan dalam jangka panjang. Pemasaran di media sosial menghasilkan peningkatan pengenalan merek karena memungkinkan organisasi untuk terus berkomunikasi dengan pelanggan mereka yang meningkatkan kredibilitas mereka. Pengenalan pelanggan terhadap merek mereka menghasilkan peningkatan jangkauan merek karena mereka lebih cenderung merekomendasikan bisnis tersebut kepada orang lain. Kemudahan pemasaran di media sosial adalah salah satu alasan mengapa organisasi-organisasi ini disukai karena mereka dapat mengiklankan produk mereka dengan cepat hanya dengan memposting foto dan video. Selain itu, pemasaran media sosial tidak hanya membantu menjangkau pelanggan lokal tetapi juga jutaan pelanggan di seluruh dunia, itulah sebabnya organisasi-organisasi ini menggunakannya. Selain itu,

penggunaan media sosial influencer adalah salah satu cara paling efektif untuk memasarkan produk dan layanan mereka di Indonesia. Selain itu, influencer media sosial adalah pengguna media sosial yang memiliki jumlah pengikut yang signifikan yang memiliki kemampuan untuk membujuk pelanggan agar membeli produk atau layanan karena kredibilitas mereka di industri tertentu. Pemanfaatan influencer sosial telah secara signifikan meningkatkan penjualan mereka dan juga meminimalkan biaya karena lebih murah dibandingkan dengan jenis pemasaran lainnya. Secara keseluruhan, menggunakan media sosial untuk pemasaran adalah alat yang efektif untuk mengurangi biaya operasional organisasi.

Namun, keunggulan kompetitif mengacu pada atribut atau kualitas yang memberikan organisasi keunggulan atas pesaingnya. Keunggulan kompetitif membantu organisasi untuk bersaing di pasar secara lebih efektif. Sesuai dengan survei yang dilakukan dengan organisasi yang dipilih, mayoritas dari mereka setuju bahwa

menggunakan alat media sosial untuk berinteraksi dengan pelanggan mereka dan pelanggan potensial lebih cenderung memiliki keunggulan kompetitif yang signifikan dibandingkan mereka yang tidak. Selain itu, platform media sosial dapat membantu organisasi menarik individu berkaliber tinggi di pasar yang kompetitif. Organisasi dapat meningkatkan eksposur mereka dan merekrut staf berkualitas dengan menciptakan gambaran positif tentang bisnis mereka di platform media sosial, mendorong karyawan mereka saat ini untuk merekomendasikan bisnis mereka serta terhubung dengan organisasi profesional. Individu berkualitas tinggi dianggap sebagai harta karun karena mereka belajar lebih cepat dan mampu melaksanakan pekerjaan lebih efektif dan efisien dibandingkan dengan individu berkualitas rendah. Akibatnya, mereka berkontribusi pada produktivitas keseluruhan organisasi. Selain itu, pemanfaatan platform media sosial dapat mengakibatkan organisasi yang dipandang sebagai ahli di bidangnya, percaya bahwa blogging adalah salah

satu platform media sosial yang paling efektif untuk mencapai tujuan “reputasi ahli”. Dengan memposting informasi yang tidak terkait dengan pemasaran di blog bisnis secara teratur, ini memberikan nilai kepada pelanggan dan membantu organisasi memperkuat reputasi mereka sebagai ahli dan pada akhirnya membedakan mereka dari pesaing mereka. Akhirnya, organisasi-organisasi ini mengamati percakapan media sosial pelanggan mereka untuk memiliki pemahaman yang lebih baik tentang preferensi dan kebutuhan mereka yang menghasilkan mempertahankan sejumlah besar pelanggan dan memperoleh pelanggan baru yang kebutuhannya tidak terpenuhi oleh pesaing mereka.

Setelah menganalisis semua hasil dari responden organisasi, kita dapat menyimpulkan bahwa media sosial sangat penting bagi organisasi swasta dan pemerintah. Ini karena manfaat yang dapat diperoleh organisasi dengan memanfaatkan platform media sosial. Salah satunya adalah dapat meningkatkan efektivitas periklanan dengan menunjuk beberapa karyawan untuk

berkomunikasi dengan ribuan pelanggan dengan usaha yang relatif sedikit. Misalnya, mereka menggunakan situs web untuk mengiklankan layanan mereka dan dianggap sebagai alat yang ampuh karena hemat biaya dan jangkauan audiens yang luas tidak terbatas selama mereka memiliki akses ke internet. Selain itu, internet juga sedang menjadi tren sehingga orang pada akhirnya akan merujuk ke media sosial dan melihat produk dan layanan terlebih dahulu. Selain itu, media sosial juga penting untuk berinteraksi dengan pelanggan. Media sosial menawarkan banyak platform dan cara untuk mendekati pelanggan dan mendorong pelanggan untuk mengirimkan umpan balik mereka dalam bentuk keluhan, persetujuan, dan bahkan saran yang bermanfaat. Di dunia sekarang ini, ekosistem digital hadir untuk mendukung proses dan prosedur operasional organisasi. Oleh karena itu, kehadiran mereka sampai batas tertentu mendukung tujuan dan sasaran perusahaan dan investasi dalam teknologi informasi perlu diantisipasi secara konsisten untuk meningkatkan sarana kerja

sistem. Komersialisasi sistem informasi dalam organisasi swasta dan publik tidak lagi bertujuan untuk menyediakan lebih banyak aksesibilitas ke informasi yang dimaksudkan, melainkan melestarikan kemampuan manusia yang langka, dengan fokus pada informasi yang menjadi lebih sentral dan relevan dengan operasi dan keputusan yang harus diselesaikan. Tenaga kerja sampai batas tertentu perlu dilatih dan menjadi lebih mahir sebagai pengguna untuk memperoleh keterampilan teknologi baru serta terus belajar pentingnya pemanfaatan sistem informasi sebagai alat pendidikan.

Transisi dari Penggunaan Sosial ke Bisnis: Perspektif Pandemi COVID-19

Mendorong penggunaan alat media sosial untuk bisnis terbukti sulit, terutama bisnis yang telah mengalami kesuksesan tanpa menggunakan alat media sosial sebagai sistem informasi bisnis. Ada ancaman nyata dari bisnis yang tertinggal ketika alat media sosial tidak terintegrasi. Pasar Brunei menjadi semakin menuntut organisasi

untuk tidak mengakui manfaat alat media sosial untuk bisnis mereka masing-masing.

Edukasi tentang Pentingnya Alat Media Sosial sebagai Penggerak Bisnis Digital

Sangat penting bagi organisasi, khususnya usaha kecil-menengah (UKM), untuk menyadari pentingnya dan manfaat mengintegrasikan alat media sosial ke dalam proses bisnis mereka. Alat media sosial dapat membantu sejumlah proses dan operasi sedemikian rupa sehingga menawarkan lebih banyak jika dibandingkan dengan cara tradisional untuk melakukan proses-proses yang disebutkan di atas. Departemen dalam suatu organisasi, khususnya departemen penjualan dan pemasaran, telah mendapat manfaat dari penerapan alat media sosial. Terutama dalam hal liputan pelanggan dan mengidentifikasi tren, alat media sosial telah memberikan banyak informasi bagi bisnis untuk memanfaatkan dan menyelaraskan strategi pemasaran mereka dengan informasi ini untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi, serta

mengurangi biaya yang tidak perlu yang dikeluarkan.

KESIMPULAN

Kesimpulannya, ada banyak penggunaan media sosial di masa pandemi COVID-19 untuk mendorong bisnis start-up, yang telah dibahas dalam penelitian ini. Media sosial menghubungkan orang-orang di seluruh dunia di mana mereka dapat tetap berhubungan dan berbagi pengalaman mereka. Ini dimungkinkan oleh ekosistem digital. Berbagai platform media sosial memiliki fitur berbeda yang tersedia untuk digunakan oleh pelanggan. Media sosial juga telah memudahkan orang untuk melakukan bisnis. Ini terutama disebabkan oleh fakta bahwa itu membuka pasar global dan juga lebih murah untuk beriklan. Pemerintah serta sektor swasta telah berada di garis depan dalam hal penggunaan media sosial. Hal ini terlihat dari tiga sektor pemerintahan yang menjadi fokus kajian. Hal ini memungkinkan departemen-departemen ini untuk menawarkan layanan pemerintah dengan lebih nyaman di mana mereka dapat menginformasikan kepada publik

tentang perkembangan atau berita tentang departemen tersebut. Ini juga memberi mereka informasi faktual mengenai operasinya dari umpan balik yang diberikan oleh orang-orang melalui media sosial. Mempertahankan kehadiran online yang baik adalah salah satu aspek kunci yang menentukan keberhasilan perusahaan di sektor swasta. Hal ini terutama disebabkan oleh kenyataan bahwa sebagian besar pelanggan biasanya mengandalkan ulasan pelanggan dalam menentukan kemampuan perusahaan untuk memenuhi kebutuhan klien. Ini adalah alasan utama mengapa sebagian besar organisasi membentuk bagian departemen hubungan pelanggan yang terutama diberi mandat dengan tanggung jawab untuk menanggapi umpan balik pelanggan di berbagai platform online. Oleh karena itu, penting bagi perusahaan untuk dapat memahami beberapa teknologi dasar yang memfasilitasi penggunaan dan pengoperasian media sosial. Perusahaan media sosial memanfaatkan sistem informasi untuk beroperasi. Hal ini memungkinkannya untuk menyimpan

dan mewakili data orang dan juga mencatat aktivitas yang dilakukan anggotanya. ekosistem digital memainkan peran penting dalam membantu bisnis atau organisasi untuk mengelola karyawan, stok, catatan, dan pelanggannya dengan mudah. Itu menggunakan perangkat keras dan perangkat lunak untuk mengumpulkan dan menyimpan data dan kemudian memproses data ini yang membantu dalam proses pengambilan keputusan.

Di sisi lain, selama keterlibatan intensif kegunaan media sosial selama pandemi COVID-19, jumlah pelanggaran sistem tertinggi adalah akibat kegagalan dan korupsi karena sebagian besar organisasi memiliki firewall, antivirus, dan juga menggunakan kata sandi yang kuat untuk mengakses database mereka. Ini berarti bahwa serangan siber yang paling efektif terutama berasal dari dalam organisasi. Oleh karena itu, penting bagi organisasi untuk dapat melatih karyawannya tentang cara menjaga informasi yang tersedia di basis data. Ini adalah satu-satunya cara agar organisasi dapat membatasi aksesibilitas beberapa informasi

penting kepada personel yang tidak berwenang.

REFERENSI

Almunawar, M.N.; Anshari, M.; Susanto, H.; Chen, C.K. How People Choose and Use Their Smartphones. (2018). In *MANAGEMENT STRATEGIES AND TECHNOLOGY FLUIDITY IN THE ASIAN BUSINESS SECTOR*; IGI Global: Hershey, PA, USA; pp. 235–252.

Kementrian Kesehatan RI. (2021). *PEDOMAN PENCEGAHAN DAN PENGENDALIAN CORONAVIRUS DISEASE Revisi ke-5*. Kementerian Kesehatan RI: Jakarta.

Noviarini, T. (2021). Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Sikap Pembelajaran Bahasa Pada Mahasiswa Universitas Mitra Karya Bekasi. *JURNAL ILMIAH WAHANA PENDIDIKAN*, 7(1), 75-81. <https://doi.org/10.5281/zenodo.4444307>