

## ABSTRAK

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah banyak merubah praktek-praktek dalam bidang ilmu komunikasi, Kehadiran internet dan teknologi digital tanpa disadari merubah cara berkomunikasi khususnya pada perusahaan, oleh karena itu penulis melakukan penelitian ini dengan tujuan untuk memastikan bagaimana komunikasi digital dapat meningkatkan manajemen krisis dan reputasi perbankan, selanjutnya peneliti menjadikan PT. Bank Mandiri Persero Tbk Area Jakarta Jatinegara sebagai studi kasus pada masa dan pasca krisis pandemi Covid-19.

Penelitian ini menggunakan teknik kualitatif dan informasi yang dikumpulkan melalui wawancara informan di Bank Mandiri Area Jakarta Jatinegara, Jakarta Timur. Analisis data dilakukan dengan reduksi, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasilnya menunjukkan pentingnya komunikasi digital dalam manajemen krisis Bank Mandiri Jakarta Jatinegara.

Objek penelitian ini adalah proses komunikasi digital di masa dan pasca pandemi Covid-19 pada PT Bank Mandiri Persero Tbk (Area Jakarta Jatinegara) dengan teori CMC (*Computer Mediated Communication*) yaitu proses komunikasi manusia melalui penggunaan 2 atau lebih komputer yang melibatkan manusia dalam konteks tertentu, CMC mempelajari bagaimana perilaku manusia dapat dibentuk melalui pertukaran informasi melalui media computer serta internet.

Dengan adanya internet, komunikasi dapat terjadi secara bebas dan manusia bisa berkomunikasi secara interpersonal atau bahkan secara massa, yang mana Bank Mandiri Area Jakarta Jatinegara saat ini menggunakan komunikasi digital dalam komunikasi krisis khususnya untuk melakukan komunikasi dengan sesama karyawan serta juga kepada nasabah. Komunikasi digital dianggap juga mampu meningkatkan reputasi Bank Mandiri Jakarta Jatinegara sebagaimana kita ketahui komunikasi digital seperti aplikasi whatsapp, zoom, youtube, google email, google meet dan lain sebagainya bisa dikatakan salah satu kebutuhan komunikasi yang sangat penting di era modern saat ini, dan bahkan komunikasi digital sudah menjadi bisnis yang menguntungkan saat ini.

Manfaat penelitian ini memberikan bahan pertimbangan dan sumbangan pemikiran untuk meningkatkan kesadaran masyarakat, karyawan, maupun nasabah perbankan karena betapa pentingnya peran komunikasi digital pada operasional perbankan saat ini maupun pada masa yang akan datang. Dan juga dalam meningkatkan serta mempersiapkan manajemen krisis dan reputasi perbankan jika terjadi krisis yang tidak terduga.

Kata Kunci : Perbankan, Manajemen Krisis, Media Digital, Komunikasi Digital

## ABSTRACT

The development of information and communication technology has changed many practices in the field of communication science. The presence of the internet and digital technology has unknowingly changed the way of communicating, especially in companies, therefore the authors conducted this research with the aim of ascertaining how digital communication can improve crisis management and reputation. banking, then researchers make PT. Bank Mandiri Persero Tbk Jakarta Jatinegara Area as a case study during and after the Covid-19 pandemic crisis.

This study uses qualitative techniques and information collected through interviews with informants at Bank Mandiri Jakarta Jatinegara Area, East Jakarta. Data analysis was carried out by reduction, data presentation, and drawing conclusions. The results show the importance of digital communication in crisis management at Bank Mandiri Jakarta Jatinegara.

The object of this research is the process of digital communication during and after the Covid-19 pandemic at PT Bank Mandiri Persero Tbk (Jakarta Jatinegara Area) with the theory of CMC (Computer Mediated Communication), namely the process of human communication through the use of 2 or more computers involving humans in a certain context. , CMC studies how human behavior can be formed through the exchange of information through computer media and the internet.

With the internet, communication can occur freely and humans can communicate interpersonally or even in mass, which Bank Mandiri Jakarta Jatinegara Area is currently using digital communication for in crisis communication, especially to communicate with fellow employees and also with customers. Digital communication is also considered capable of increasing the reputation of Bank Mandiri Jakarta Jatinegara, as we all know, digital communication such as WhatsApp, Zoom, YouTube, Google Email, Google Meet and so on can be said to be one of the most important communication needs in today's modern era, and even communication Digital has become a profitable business today.

The benefits of this research provide material for consideration and contribution of ideas to increase public awareness, employees, and banking customers because of the importance of the role of digital communication in current and future banking operations. And also in improving and preparing for crisis management and banking reputation in the event of an unexpected crisis.

Keywords : Banking, Crisis Management, Digital Media, Digital Communication