

LEADER COMMUNICATION STRATEGY IN IMPLEMENTING DIGITAL MANAGEMENT

Syarif Hidayatullah dan Ahmad Toni

Program Magister Ilmu Komunikasi, Universitas Budi Luhur

Korespondensi: Jalan Ciledug Raya, RT.10/RW.2, Petukangan Utara, Kec. Pesanggrahan,

Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12260

Surel: syarif.singkong@gmail.com

INFO ARTIKEL

Sejarah Artikel:

Diterima: 08/05/2023

Direvisi: 21/05/2023

Publikasi: 31/05/2023

e-ISSN: 2721-0995

p-ISSN: 2721-9046

Kata Kunci:

Strategi Komunikasi;
Pemimpin;
Manajemen Digital;
Komunikasi Organisasi;

Keywords:

Communication Strategy;
Leader;
Digital Management;
Organization
Communication;

ABSTRAK Strategi Komunikasi Pemimpin Redaksi Indopos dalam Mengimplementasikan Manajemen Digital.

Komunikasi menjadi bagian penting pada perkembangan industri saat ini. Apalagi dengan adanya disrupsi membuat sebuah gambaran baru dalam mengelola SDM secara digital. Riset ini bertujuan untuk mendeskripsikan bagaimana strategi seorang pemimpin dalam menginternalisasikan manajemen digital dalam komunikasi organisasinya. Data dilakukan dengan analisis deskriptif dengan data yang dikumpulkan melalui proses studi literatur dan observasi partisipan. Hasilnya dalam menyusun sebuah strategi komunikasi pemimpin diperlukannya literasi dan cara kerja yang terjadi pada era disrupsi. Strategi komunikasi tersebut adalah pemanfaatan medium, penetapan tujuan dan kebijakan organisasi, analisis dan *problem solving*, komunikasi interaktif, dan pemberian *reward* dan *punishment* yang proporsional.

ABSTRACT Leader Communication Strategy in Implementing Digital Management.

Communication is an important part of today's industrial development. Especially with the disruption creating a new picture in managing human resources digitally. This research aims to describe how a leader's strategy internalizes digital management in his organizational communication. Data collection was carried out through descriptive analysis, with data collected through the process of literature study and participant observation. The result is that in developing a leadership communication strategy, literacy and ways of working that occur in the era of disruption are needed. The communication strategy is the use of mediums, setting organizational goals and policies, analyzing and solving problems, interactive communication, and giving proportional rewards and punishments.

PENDAHULUAN

Seorang pemimpin memegang peranan penting dalam sebuah organisasi. Bagaimana cara seorang pemimpin melakukan komunikasi kepada bawahannya menjadi salah satu faktor yang memengaruhi kinerja pegawainya. Pemimpin menjadi contoh di sebuah organisasi. Visi, misi, tujuan sebuah organisasi dapat dibentuk jika pemimpin menaati hal tersebut. Oleh karena itu, peran pemimpin menjadi sentral dalam membangun sebuah organisasi, Seorang pemimpin saat ini memerlukan strategi yang tepat untuk membentuk organisasinya akan dijadikan seperti apa. Termasuk menjadi seorang pemimpin redaksi di sebuah media massa. Perannya sangat besar untuk membentuk organisasi akan seperti apa.

Era disrupsi saat ini memberikan sebuah perspektif baru dalam pengelolaan organisasi. Internet adalah alasan perubahan tersebut terjadi begitu cepat. Termasuk dalam pengelolaan kepemimpinan, disrupsi juga terjadi dalam bentuk sikap dan perilaku. Peran kepemimpinan dalam pelaksanaan transformasi digital di sektor pemerintahan tentunya menjadi sebuah keniscayaan (Tulungen et al., 2022). Digitalisasi menjadi sebuah gerakan yang tidak dapat dibendung, sehingga pasti memerlukan perubahan. Apalagi jika perusahaan media yang harus serius dalam beradaptasi dengan perkembangan teknologi informasi saat ini.

Perubahan yang paling mencolok pada proses digitalisasi ini adanya unsur kolaborasi yang harus diterapkan secara maksimal. Jika pada organisasi tradisional sangat kental dengan gaya atasan dan bawahan yang memiliki gap atau jarak, maka pada organisasi modern mendekatkan hal yang jauh tersebut, mengubah perspektif kompetisi menjadi sebuah kolaborasi. Maka kuncinya dalam melakukan kolaborasi itu sendiri adalah dengan menjalin komunikasi yang baik.

Masalahnya pemimpin saat ini banyak yang lahir dari masa transisi tradisional ke digital. Sebelumnya dalam sebuah manajemen tradisional, dilakukan komunikasi yang bersifat linier atau satu arah. Kini melalui perspektif manajemen digital, komunikasi harus dilakukan secara interaktif atau dua arah. Apresiasi tidak hanya bicara tentang penghasilan, tetapi juga bentuk pengakuan dan penghargaan menjadi

salah satu poin penting dalam komunikasi. Ukuran keberhasilan dari pemberian komunikasi pimpinan yang efektif terhadap peningkatan kinerja pegawai perlu didukung adanya kerja sama harmonis antara pimpinan dengan pegawai (Simbolon, 2023).

Berdasarkan hal tersebut, diperlukan strategi dalam menyusun komunikasi pemimpin untuk mengimplementasikan manajemen digital ini. Strategi komunikasi ini disusun supaya pemimpin dapat dengan mudah melakukan adaptasi dengan perubahan yang begitu cepat saat ini. Tujuannya agar efektivitas dan efisiensi tetap berjalan dengan baik serta menjaga produktivitas pegawai berada pada masa terbaiknya.

TINJAUAN PUSTAKA

Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi dilakukan sebagai upaya untuk membuat aktivitas pertukaran pesan menjadi lebih efektif. Komunikasi harus disusun agar dapat meminimalkan gangguan yang akan terjadi. Apalagi jika menjalankan komunikasi kepada internal yang harus dijaga keberlangsungannya agar tidak mengganggu kinerja pekerjaannya. Strategi komunikasi disusun untuk menciptakan hubungan baik, erat dan berkesinambungan guna menciptakan, membentuk, dan mempertahankan loyalitas pegawainya (Wibowo et al., 2021).

Kepemimpinan

Pemimpin adalah seseorang yang mempergunakan wewenang dan kepemimpinannya, mengarahkan bawahan untuk mengerjakan sebagian pekerjaannya dalam mencapai tujuan organisasi, sedangkan pimpinan adalah jabatan atau posisi seseorang di dalam sebuah organisasi baik organisasi formal maupun organisasi nonformal (Farida & Hartono, 2016). Sementara itu, kepemimpinan merupakan aktivitas seseorang untuk memengaruhi individu, kelompok, dan organisasi sebagai satu kesatuan sehingga kepemimpinan diberi makna sebagai kemampuan memengaruhi semua anggota kelompok dan organisasi agar bersedia

melakukan kegiatan untuk mencapai tujuan kelompok dan organisasi. Maka kepemimpinan adalah proses memengaruhi seseorang agar bekerja untuk mencapai suatu tujuan organisasi (Situmeang, 2016).

Lebih lanjut, Situmeang (2016) menjelaskan peranan yang harus dimiliki oleh seorang pemimpin di antaranya sebagai berikut:

- a. *Integration*, tindakan yang mengarah pada peningkatan koordinasi;
- b. *Communication*, tindakan yang mengarahkan pada saling pengertian, penyebaran informasi;
- c. *Product Emphasis*, tindakan yang berorientasi pada volume pekerjaan yang dilakukan;
- d. *Fraternizations*, tindakan yang menjadikan pemimpin bagian dari kelompok;
- e. *Organization*, tindakan yang mengarah pada perbedaan dan penyesuaian daripada tugas;
- f. *Evaluation*, tindakan yang berkenaan pada pendistribusian ganjaran-ganjaran atau hukuman;
- g. *Initiation*, tindakan yang menghasilkan perubahan-perubahan pada kegiatan organisasi;
- h. *Domination*, tindakan yang menolak pemikiran seseorang atau anggota kelompok.

Komunikasi Organisasi

Menurut Situmeang (2016), komunikasi organisasi adalah pengiriman dan penerimaan berbagai pesan organisasi di dalam kelompok formal dan informal dari suatu organisasi. Komunikasi formal adalah komunikasi yang disetujui oleh organisasi itu sendiri dan sifatnya berorientasi kepentingan organisasi. Isinya berupa cara kerja di dalam organisasi, produktivitas, dan berbagai pekerjaan yang harus dilakukan oleh organisasi. Sementara itu, komunikasi informal adalah komunikasi yang disetujui secara sosial. Orientasi bukan pada organisasi, tetapi lebih kepada anggotanya secara individual. Komunikasi dalam organisasi juga dapat diartikan sebagai komunikasi di suatu organisasi yang dilakukan pimpinan, baik dengan para karyawan maupun

dengan khalayak yang ada kaitannya dengan organisasi, dalam rangka pembinaan kerja sama yang serasi untuk mencapai tujuan dan sasaran organisasi.

Manajemen Digital

Teori Manajemen Digital mengacu pada pandangan dan praktik manajemen yang berkaitan dengan penggunaan teknologi digital dan data untuk mencapai tujuan organisasi. Teori ini terus berkembang seiring dengan perkembangan teknologi dan digitalisasi dalam berbagai bidang bisnis dan organisasi.

Teori manajemen digital ini termasuk di antaranya *Agile Management*, *Lean Management*, dan *Design Thinking*. Teori manajemen digital juga meliputi penggunaan teknologi seperti *Cloud Computing*, *Big Data Analytics*, dan *Artificial Intelligence* (AI) untuk meningkatkan efisiensi dan produktivitas organisasi. Teori ini yang memberikan gambaran bahwa *digital impact* adalah sebuah anugerah dalam proses pengembangan sumber daya di sebuah organisasi. Proses manajemen mulai dari perencanaan, mengorganisasikan, melaksanakan, hingga melakukan monitoring dapat dilakukan dengan sistem yang otomatis. Bahkan dengan bantuan AI, dapat membuat pekerjaan yang sebelumnya dilakukan mekanis oleh manusia, kini dilakukan oleh robot. Pada struktur manajemen digital seperti ini, sistem yang berlaku tidaklah sama seperti tradisional yang selalu ada gap antara atasan dan bawahan, melainkan lebih fleksibel dan menempatkan posisi yang setara dalam sebuah diskusi. Sistem komunikasi yang dibangun pun bersifat dua arah atau interaktif sehingga proses di sini menjadi lebih penting karena kuncinya ada di kolaborasi dan komunikasi.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis deskriptif. Pendekatan jenis deskriptif, yaitu suatu metode dalam meneliti status kelompok manusia, objek, kondisi, dan pemikiran atau peristiwa pada masa sekarang. Pengumpulan data dilakukan berdasarkan studi literatur dan wawancara. Studi literatur dengan melakukan kajian dan tinjauan terkait kata kunci yang akan diteliti. Selain itu, juga dilakukan wawancara untuk mendeskripsikan proses yang terjadi di lapangan.

Wawancara dilakukan secara mendalam kepada pemimpin redaksi Indopos terkait transformasi manajemen digital tersebut. Kedua hal tersebut diolah dan disajikan sehingga dapat membentuk sebuah hasil yang relevan sehingga dapat menjawab masalah yang dihadapi pada penelitian ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perubahan yang mendasar terjadi pada saat internet menjadi salah satu bagian primer dalam lini kehidupan. Termasuk dalam pekerjaan, organisasi kini mengalami sebuah transisi yang cukup banyak. Perubahan ini tidak hanya sekadar mengubah alat yang digunakan, melainkan juga mengubah bagaimana manusianya itu sendiri. Peran pemimpin sangat besar dalam memengaruhi tim kerja di dalam organisasinya untuk mencapai tujuan. Apalagi dengan keterbukaan informasi, memungkinkan seorang pekerja akan melakukan komparasi organisasinya dengan organisasi lain.

Pemimpin perlu memahami konteks pada manajemen digital yang ciri khasnya, yakni kolaboratif dan adaptif. Hal ini dilakukan karena perubahan yang dibawa oleh internet ini buka lagi dalam hitungan bulan atau tahun. Perubahan dapat terjadi dalam hitungan hari, bahkan jam dan menit. Seperti yang dialami saat Covid-19 masuk ke Indonesia dan pemerintah dengan cepat memberlakukan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) Darurat. Akibatnya, semua lini kegiatan organisasi harus dilakukan secara daring. Perubahan tersebut terjadi sangat tiba-tiba, mengingat setiap orang saat pandemi wajib berada di rumah saja. Pemanfaatan teknologi menjadi jawabannya pada saat itu. Mulai banyak bermunculan *online meeting*, pembelajaran daring, dan lainnya.

Perubahannya sangat cepat, fundamental dengan mengacak-acak pola tatanan lama untuk menciptakan tatanan baru (Andriani, 2021). Maka dalam menanggapi perubahan tersebut harus disikapi dengan tepat. Dalam menyusun strategi komunikasi, seorang pemimpin perlu mengimplementasikan manajemen digital dengan teknik yang tepat. Strategi komunikasi itu sendiri merujuk pada seperangkat komponen dan unsur dalam komunikasi yang sangat spesifik berdasarkan konteks

yang dihadapi untuk mencapai keberhasilan dan efektivitas komunikasi (Zainal & Sarwoprasodjo, 2018).

Indopos sebagai salah satu media massa yang berangkat dari media cetak, kini sudah berkonvergensi menjadi media *online*. Kepemimpinan pun seiring berubah dengan gaya yang tradisional menjadi digital. Proses perubahan tersebut tidak dilakukan dengan mudah. Perencanaan dan strategi khusus dilakukan agar tidak terjadi kejutan budaya yang serius, meminimalkan kemungkinan negatif yang terjadi sehingga tersusunlah strategi komunikasi yang melingkupi penggunaan medium, penetapan tujuan dan kebijakan organisasi, analisis dan *problem solving*, komunikasi interaktif, dan penetapan *reward & punishment*.

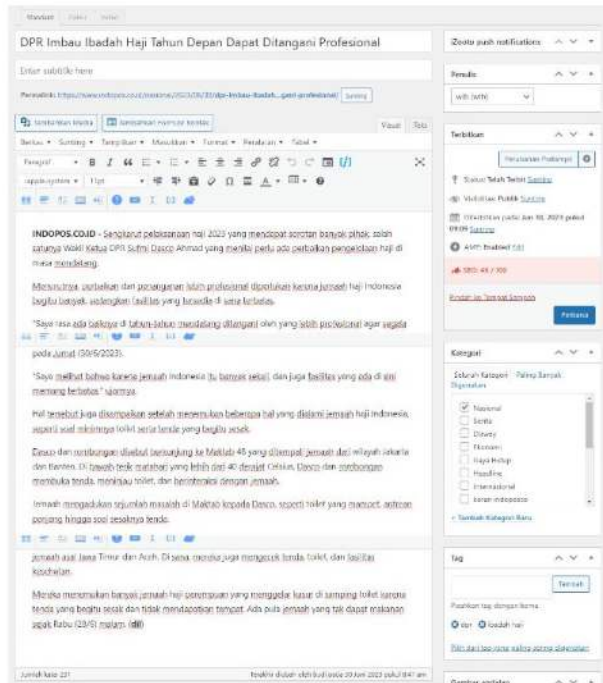
Penggunaan Medium

Perubahan mendasar pada manajemen digital adalah penggunaan medium yang berubah sebelumnya hanya dapat dilakukan menggunakan surat/disposisi fisik, kini memungkinkan setiap pekerjaan diturunkan melalui sebuah platform atau aplikasi. Penggunaan email memberikan keleluasaan dari segi waktu dan ruang karena menggunakan email ini dapat dikirimkan dan diterima kapan pun dan di mana pun.

Semakin mutakhir pada era industri 4.0 ini beragam aplikasi kini dibuat untuk memudahkan sebuah perintah dan laporan kerja. Sebagai seorang pemimpin, kini tidak perlu lagi melakukan perintah secara langsung. Gaya komunikasi pemimpin pun akan mengikuti bagaimana penggunaan teknologi tersebut. Sebut saja dalam penggunaan *WhatsApp Group* dalam sebuah pekerjaan, seorang pemimpin akan wajib mengondisikan bahasa yang digunakan.

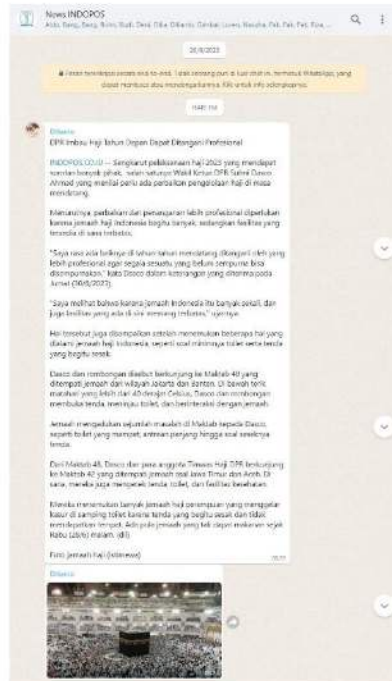
Sebagai seorang pemimpin yang menerapkan manajemen digital, penting untuk mengikuti perubahan medium yang terjadi. Pemanfaatan digitalisasi ini sangat berpengaruh dalam melakukan performa. Termasuk dalam melakukan *monitoring* dan evaluasi pekerjaan yang dapat dilakukan langsung pada aplikasi tersebut. Kerap kali yang terjadi pemimpin bertanya kepada bawahannya padahal pekerjaan tersebut sudah dijelaskan melalui aplikasi. Maka penting bagi seorang pemimpin untuk mengenal penggunaan medium sehingga dapat melaksanakan pekerjaannya dengan efektif dan

efisien. Salah satu penggunaan teknologi informasi adalah dengan menggunakan *Content Management System* (CMS) dalam menerbitkan sebuah berita.



Gambar 1. CMS untuk unggah berita pada kanal Indopos.co.id

Bahkan semakin mudahnya saat ini, penggunaan *WhatsApp Group* menjadi tempat untuk memberi dan menerima pekerjaan. Sebuah informasi yang telah disajikan dalam bentuk berita dikirimkan melalui grup tersebut untuk dilaporkan ke redaktur dan selanjutnya ditayangkan ke publik.



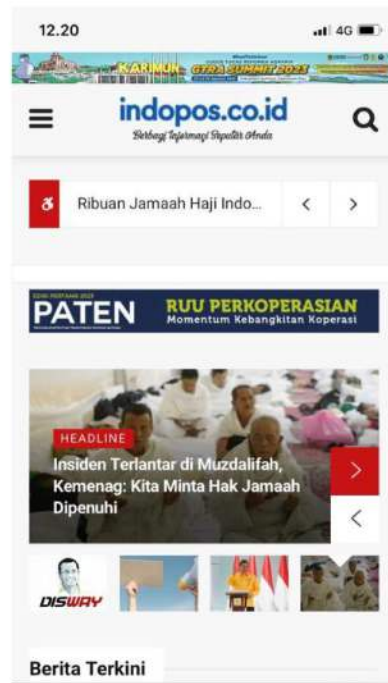
Gambar 2. Laporan berita melalui *WhatsApp Group*

Penetapan Tujuan dan Kebijakan Organisasi

Sebuah organisasi yang telah ada sebelum proses digitalisasi, perlu memperhatikan kembali tujuan dan kebijakan organisasi karena proses manajemen digital ini memungkinkan setiap pegawai untuk melakukan pekerjaannya di luar kantor. *Work From Anywhere (WFA)* adalah salah satu contoh nyata yang dikemukakan oleh Kementerian Pendayagunaan Aparatur Sipil Negara menanggapi pola kerja di industri 4.0. Hal itu memungkinkan setiap abdi negara dapat bekerja di mana pun yang dapat meningkatkan produktivitas pekerjaannya.

Tujuan dan kebijakan organisasi turut serta menjadi bagian dalam mengimplementasikan manajemen digital di organisasi. Seperti misalnya yang dilakukan saat pandemi covid-19 lalu, pekerjaan dilakukan dari rumah tetapi harus tetap melakukan pengisian daftar hadir. Di sini dapat terlihat bahwa transformasi daftar hadir dapat berubah sedemikian rupa yang sebelumnya harus melakukan *scan* jari di kantor, dapat dilakukan melalui *smartphone*. Kebijakan ini pun terus berlanjut hingga saat ini,

meski pegawai tersebut bekerja di kantor. Menjadi seorang pemimpin harus tepat membuat sebuah kebijakan sehingga dapat dinilai positif bagi organisasinya. Di Indopos sendiri salah satu kebijakan terkait pegawainya adalah dengan memberlakukan tanda kehadiran menggunakan status WhatsApp. Kebijakan 3B yaitu "Buka, Baca, dan Bagikan" menjadi salah satu kebijakan yang diimplementasikan untuk melihat kehadiran pegawainya. Kini tidak perlu harus hadir di kantor, selama pegawai Indopos melakukan 3B maka sudah dianggap memulai bekerja.



Gambar 3. Daftar Hadir Pegawai dengan mengirimkan tangkapan layar Indopos.co.id

Analisis dan Problem Solving

Sebuah masalah pada ranah digital maka dibutuhkan analisis dan solusi digital pula. Jika melihat ciri khas dari manajemen data, yakni kuatnya analisis berbasis data dan informasi, maka solusi konvensional belum tentu dapat berjalan di era disrupsi ini. Misalnya dalam pelaksanaan *branding* sebuah produk, organisasi tradisional akan menggunakan media-media konvensional. Hal ini tentu akan mendapat banyak kritik, apalagi jika produk tersebut ternyata menargetkan calon konsumen dari kalangan

digital. Maka perlu dilakukan analisis mendalam terkait perilaku konsumen. Analisis tersebut harus berupa data dan informasi yang valid.

Media sosial menjadi salah satu bentuk analisis data yang paling mudah dilakukan. Selain ketersediaan data yang banyak, media sosial juga dapat menjadi wadah untuk melakukan riset, termasuk melakukan riset internal. Pemimpin melakukan analisis terkait informasi yang ada di media sosial terkait pegawainya. Isu-isu yang berkembang dimonitor dan perlu dilakukan analisis agar terhindar dari krisis yang mungkin terjadi. Solusi yang dipilih pun harus dihadirkan berdasarkan perspektif digital. Inilah pentingnya dalam menentukan sebuah tujuan dan kebijakan, perlu dilakukan analisis dan pemecahan masalah secara digital pula.

Maka menjadi seorang pemimpin dalam melakukan komunikasi harus dilengkapi dengan analisis yang kuat berdasarkan data-data yang valid, melakukan proses analisis yang berkelanjutan sehingga dapat bergerak mengoptimalkan apa yang dimiliki. Pemecahan solusi juga memperhatikan masukan bawahan selama itu dilakukan atas analisis data yang komprehensif. Hal ini dilakukan untuk membentuk sebuah kebiasaan yang akhirnya akan membudaya dan menjadi nilai-nilai organisasi itu sendiri.

Komunikasi Interaktif

Proses komunikasi menjadi penting disaat medium, tujuan dan kebijakan, serta analisis dan *problem solving* sudah dilakukan. Komunikasi pada manajemen digital harus dilakukan interaktif. Tidak lagi ada istilah perintah satu arah, melainkan proses diskusi harus dilakukan. Gaya-gaya otoriter tidak akan berfungsi pada manajemen digital. Maka menjadi seorang pemimpin harus melakukan komunikasi yang interaktif. Komunikasi dua arah yang tidak hanya atasan yang ingin di dengar bawahan, melainkan bawahan juga didengarkan oleh atasan. Proses komunikasi interaktif ini juga dilakukan dalam upaya menjaga kreativitas dalam merancang sebuah perencanaan atau mencari solusi atas masalah.

Komunikasi interaktif ini menjadi penting karena pegawai akan merasa dimanusiakan. Jika proses pekerjaan pada manajemen konvensional melihat pegawai sebagai mesin yang bisa disuruh tanpa ada perlawanan, pada era digital tidak dapat

diperlakukan seperti itu. Interaktif akan membangun banyak diskusi dengan beragam ide dan gagasan yang beraneka ragam. Bentuk komunikasi interaktif ini pula yang dapat meningkatkan rasa kepemilikan yang kuat atas organisasi. Maka pemimpin harus cerdas memanfaatkan komunikasi interaktif ini dalam mengimplementasikan manajemen digital di organisasi.

Penetapan *Reward* dan *Punishment*

Pada proses terakhir, adanya penetapan pemberian hadiah atau hukuman bagi pegawai. Pada hakikatnya pemberian ini sudah dilakukan pada manajemen tradisional, tetapi selalu sifatnya materi. Maka dalam implementasi manajemen digital ini, seorang pemimpin harus paham yang diinginkan oleh pegawainya. Menetapkan hadiah dan hukum sesuai dengan ekspektasi dari bawahannya.

Saat ini melakukan apresiasi atas hal kecil seperti ucapan selamat pada sebuah grup pekerjaan, dapat memberikan dampak yang besar pada produktivitas. Apalagi hingga mendapatkan pengakuan dari seorang pemimpin, maka pekerjaan bawahan akan lebih termotivasi. Maka selain materi yang didapatkan, pegawai juga akan mendapat dukungan nonmateri. Oleh karena itu, menetapkan hadiah dan hukuman perlu diformulasikan dengan baik, agar dapat memberikan dampak yang positif bagi organisasi. Indopos melakukan pemberian *reward* dengan melakukan perjalanan bersama-sama. Selain memberikan apresiasi, hal tersebut juga mendorong untuk meningkatkan komunikasi yang interaktif.



Gambar 4. Apresiasi kepada Pegawai Indopos sekaligus meningkatkan komunikasi internal.

SIMPULAN

Digitalisasi adalah momentum perubahan yang harus dihadapi dengan tepat. Menjadi seorang pemimpin dalam proses pengelolaan manajemen organisasi menjadi poin penting agar perubahan dapat terjadi sesuai dengan apa yang diharapkan. Manajemen digital menjadi kunci bagaimana proses komunikasi dalam dilakukan secara efektif dan efisien. Oleh karena itu, Pemimpin Redaksi Indopos dalam mengimplementasikan manajemen digital ini perlu melakukan strategi komunikasi yang tepat.

Strategi komunikasi tersebut disusun mulai dengan pemanfaatan medium yang sesuai dengan kebutuhan organisasi. Diperlukan perubahan yang mendasar pada sebuah proses manajemen agar tidak terjadi gap teknologi yang cukup tinggi. Lalu meremajakan kembali produk tujuan dan kebijakan, sehingga lebih fleksibel dan adaptif terhadap perubahan. Selanjutnya, melakukan analisis dan *problem solving* sesuai dengan masalah yang dihadapi. Komunikasi juga dilakukan secara interaktif, dua arah yang saling mendukung. Penetapan *reward* dan *punishment* yang proporsional juga menjadi bagian penting dalam proses implementasi tersebut.

DAFTAR RUJUKAN

- Andriani, R. D. (2021). Strategi Pemimpin dalam Digital Leadership di Era Disrupsi Digital. *Jurnal Pendidikan dan Konseling*, 11(1), 58--72.
<http://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/al-irsyad>
- Farida, U., & Hartono, S. (2016). *Manajemen Sumber Daya Manusia II*. Ponorogo: Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
- Simbolon, M. A. M. (2023). Strategi Menjadi Pemimpin Bagi Generasi Milineal di Era Komunikasi Digital. *MUKASI: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(1), 77--85.
<https://doi.org/10.54259/mukasi.v2i1.1371>
- Situmeang. (2016). *Corporate Social Responsibility*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Tulungen, E., Maramis, J., Saerang, D., Tulungen, E. E., Saerang, D. P., Maramis, J. B., Studi Doktor Ilmu Manajemen, P., Ekonomi dan Bisnis, F., & Kunci, K. (2022). Transformasi Digital: Peran Kepemimpinan Digital. *Jurnal EMBA*, 10(2), 1116-1123.
- Wibowo, A., Saktisyahputra, & Susanto, R. D. (2021). Strategi Komunikasi Korporat Dalam Upaya Peningkatan Komunikasi Internal dan Citra Perusahaan. *Jurnal Lugas*, 5(2), 125--132.
- Zainal, A. G., & Sarwoprasodjo, S. (2018). Strategi Komunikasi Politik Pemerintahan Daerah dalam Meningkatkan Partisipasi Masyarakat Pedesaan. *MetaCommunication; Journal of Communication Studies*, 3(1), 54--66.