

TEKNOLOGI INFORMASI DAN MEDIA KOMUNIKASI DIGITAL DALAM MENINGKATKAN KINERJA PERUSAHAAN

Suci Fatma Hayati¹, Nazwa Faiza Tanfila², Rebi Rahma Nurdievi³, Susriyanti⁴, Nadya Fauziah⁵

sucifatmahayati4556@gmail.com¹, nazwafaiza2704@gmail.com², rebi rahma@gmail.com³,
susisusriyanti74@gmail.com⁴, nadiapasaman12@gmail.com⁵

Universitas Putra Indonesia "YPTK" Padang

ABSTRAK

Artikel ini merupakan studi literatur yang mensintesis bukti empiris dan kajian kepustakaan mengenai peran Teknologi Informasi dan media komunikasi digital dalam meningkatkan kinerja perusahaan. Hasil sintesis menunjukkan bahwa adopsi TI, meliputi otomatisasi proses, integrasi data, dan sistem pendukung keputusan serta pemanfaatan kanal komunikasi digital seperti platform kolaborasi, aplikasi pesan, dan marketplace, secara konsisten berkontribusi pada peningkatan efisiensi operasional, percepatan pengambilan keputusan, koordinasi antar-tim, dan penguatan hubungan pelanggan. Keberhasilan implementasi bergantung pada kualitas manajemen TI, kapabilitas sumber daya manusia melalui pelatihan keterampilan digital dan komunikasi, serta strategi organisasi yang kontekstual dan bertahap. Faktor psikologis dan interpersonal seperti persepsi, emosi, gaya kepemimpinan, dan kemampuan mendengarkan aktif turut mempengaruhi efektivitas komunikasi digital. Tantangan utama meliputi kesenjangan keterampilan, biaya investasi, risiko keamanan data, dan resistensi budaya organisasi. Rekomendasi praktis mencakup pendekatan bertahap, fokus pada pelatihan SDM, penguatan kebijakan TI, dan pengukuran dampak melalui indikator kinerja yang jelas untuk memaksimalkan manfaat digital secara berkelanjutan.

Kata Kunci: Teknologi Informasi, Komunikasi Digital, Kinerja Perusahaan.

ABSTRACT

This research is a literature review that synthesizes empirical evidence and literature reviews on the role of Information Technology and digital communication media in improving company performance. The results of the synthesis indicate that the implementation of IT, including process automation, data integration, and decision support systems, as well as the utilization of digital communication channels such as collaboration platforms, messaging applications, and marketplaces, consistently contributes to increased operational efficiency, accelerated decision-making, inter-team coordination, and strengthened customer relationships. Successful implementation depends on the quality of IT management, human resource capabilities through digital and communication skills training, and a contextual and phased organizational strategy. Psychological and interpersonal factors such as perception, emotion, leadership style, and active listening skills also influence the effectiveness of digital communication. Key challenges include skills, investment costs, data security risks, and organizational cultural resistance. Practical recommendations include a phased approach, a focus on human resource training, strengthening IT policies, and measuring impact through clear performance indicators to maximize the benefits of digital sustainably.

Keywords: Information Technology, Digital Communication, Company Performance.

PENDAHULUAN

Perkembangan Teknologi Informasi (TI) dan media komunikasi digital telah mengubah cara perusahaan menjalankan aktivitas bisnis, mulai dari otomatisasi proses internal hingga interaksi dengan pelanggan dan mitra bisnis. Di era digital, perusahaan menghadapi tuntutan untuk bekerja lebih cepat, akurat, dan responsif; oleh karena itu adopsi TI berperan penting dalam meningkatkan efisiensi organisasi dan daya saing melalui otomatisasi, integrasi data, dan dukungan pengambilan keputusan berbasis informasi (Maryati, S., & Siregar, M. I., 2022 ; Prihandono, G dkk., 2024).

Peran media komunikasi digital, seperti platform kolaborasi, email, aplikasi pesan instan, dan media sosial memperkuat kemampuan perusahaan untuk meningkatkan koordinasi antar-tim, mempercepat aliran informasi, dan memperluas jangkauan pemasaran. Penggunaan kanal digital yang tepat juga berkontribusi pada pengurangan biaya komunikasi dan peningkatan produktivitas karyawan, sehingga berdampak langsung pada kinerja bisnis (Sutrisno, H & Hajarudin, H., 2024).

Di samping peluang, transformasi digital menuntut strategi manajerial yang inovatif. Perusahaan perlu mengintegrasikan teknologi terkini dengan praktik manajemen yang adaptif agar perubahan teknologi dapat berkelanjutan dan berdampak pada kinerja jangka panjang. Strategi inovatif mencakup pengembangan kapabilitas digital, pelatihan SDM, dan penyesuaian proses bisnis untuk memaksimalkan manfaat teknologi baru (Syafi'i, A dkk., 2023).

Berdasarkan kerangka pemikiran tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran dan kontribusi Teknologi Informasi serta Media Komunikasi Digital dalam meningkatkan kinerja perusahaan, dengan fokus pada bagaimana implementasi teknologi dan praktik komunikasi digital dapat dioptimalkan untuk menghasilkan peningkatan efisiensi, produktivitas, dan nilai kompetitif. Kajian ini diharapkan memberikan kontribusi empiris dan rekomendasi praktis bagi manajer dan pembuat kebijakan perusahaan yang ingin mempercepat proses transformasi digital dan memperkuat kinerja organisasi di tingkat lokal maupun nasional.

METODE PENELITIAN

Desain Artikel

Artikel ini berbentuk studi literatur yang menggabungkan elemen *systematic literature review* (untuk transparansi dan replikasi) dan *narrative synthesis* (untuk konteks praktis dan teori) sesuai praktik tinjauan pustaka di bidang sistem informasi dan manajemen (Taylor, D & M. P., 2020; Sugiyono, S., 2024).

Sumber dan basis data

Pencarian literatur dilakukan pada basis data akademik utama: Google Scholar, Scopus, Web of Science, dan portal nasional seperti GARUDA. Selain itu, jurnal lokal dan prosiding yang membahas implementasi TI dan komunikasi digital di Indonesia juga dimasukkan untuk relevansi kontekstual.

Kata kunci dan strategi pencarian

Kata kunci utama yang digunakan meliputi: "Teknologi Informasi", "media komunikasi digital", "digital communication", "information technology", "company performance", "kinerja perusahaan", dan kombinasi Boolean (AND/OR). Pencarian mencakup publikasi tahun 2010–2025 untuk menangkap perkembangan teknologi dan praktik terbaru.

Kriteria inklusi dan eksklusi

1. Inklusi: artikel empiris, tinjauan literatur, dan buku yang membahas hubungan TI/komunikasi digital dengan kinerja organisasi; publikasi berbahasa Indonesia dan Inggris; studi kasus perusahaan skala kecil-menengah hingga korporasi.
2. Eksklusi: opini populer tanpa dasar empiris, artikel non-peer reviewed tanpa metodologi jelas, dan publikasi yang hanya membahas aspek teknis tanpa kaitan kinerja bisnis.

Proses seleksi dan screening

Dokumen yang diperoleh disaring melalui tiga tahap: (1) skrining judul dan abstrak, (2) pembacaan teks penuh, dan (3) penilaian kesesuaian terhadap tujuan penelitian. Proses ini mengikuti pedoman penulisan tinjauan literatur untuk memastikan keterlacakan sumber dan justifikasi inklusi (Taylor, D & M. P., 2020; Sugiyono, S., 2024).

Ekstraksi data dan variabel utama

Dari setiap studi yang lolos seleksi, diekstrak informasi: tujuan penelitian, metode, konteks industri, jenis teknologi/kanal komunikasi, indikator kinerja (finansial dan non-finansial), temuan utama, dan rekomendasi implementasi. Data disusun dalam matriks untuk memudahkan perbandingan lintas studi dan identifikasi pola temuan.

Penilaian kualitas dan sintesis bukti

Kualitas studi dinilai berdasarkan kriteria metodologis sederhana (kejelasan desain, ukuran sampel, validitas instrumen, dan transparansi analisis). Sintesis dilakukan secara tematik: efisiensi operasional, kolaborasi internal, kepuasan pelanggan dan pemasaran digital, serta tantangan implementasi dan faktor keberhasilan. Pendekatan ini menggabungkan prinsip best-practice untuk tinjauan literatur di bidang IS dan manajemen agar hasil dapat dipakai sebagai dasar rekomendasi kebijakan dan praktik perusahaan.

Validitas dan keterbatasan metode

Keterbatasan meliputi potensi publikasi bias, keterbatasan akses ke beberapa basis data berbayar, dan heterogenitas konteks studi yang menyulitkan generalisasi penuh. Untuk mengurangi bias, penelitian ini memasukkan sumber lokal dan internasional serta melaporkan transparan proses seleksi dan kriteria penilaian kualitas.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Teknologi Informasi (TI) mencakup infrastruktur, sistem informasi terintegrasi, dan kapabilitas analitik yang memungkinkan otomatisasi proses, integrasi data lintas fungsi, serta pengambilan keputusan berbasis bukti. Literatur terkini menunjukkan bahwa digital technologies yang melampaui TI tradisional memberikan kontribusi signifikan terhadap kinerja perusahaan melalui peningkatan sumber daya organisasi dan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Implementasi modul ERP, sistem manajemen pelanggan (CRM), dan platform analitik mempercepat aliran informasi dan mengurangi redundansi data sehingga berdampak langsung pada produktivitas dan penghematan biaya operasional (Hanafizadeh, P., & Tavakoli, M., 2025).

Media komunikasi digital meliputi platform kolaborasi, pesan instan, media sosial korporat, dan alat konferensi daring memperkuat koordinasi internal dan interaksi eksternal. Kajian sistematis tentang komunikasi digital korporat menemukan hubungan positif antara praktik komunikasi digital yang terstruktur dan kinerja organisasi, terutama dalam hal responsivitas pasar, manajemen reputasi, dan keterlibatan pemangku kepentingan. Dengan demikian, media komunikasi digital bukan hanya saluran informasi tetapi juga alat strategis untuk mempercepat inovasi dan layanan pelanggan (Nasidi, Q. Y dkk., 2024).

Sinergi antara TI dan komunikasi digital bekerja melalui beberapa mekanisme: otomatisasi proses yang menurunkan waktu siklus, analitik data yang meningkatkan kualitas keputusan, dan komunikasi real-time yang memperbaiki koordinasi proyek dan layanan pelanggan. Penelitian juga menekankan bahwa digital transformation dan inovasi TI berkontribusi pada keberlanjutan dan adaptabilitas organisasi, sehingga perusahaan yang mengadopsi transformasi digital secara strategis cenderung menunjukkan kinerja finansial dan non-finansial yang lebih baik (Billi, A & Benardo, A., 2025).

Untuk memperkuat landasan teoretis dan memberikan gambaran komprehensif mengenai relevansi variabel yang dikaji, berikut disajikan rangkuman hasil penelitian terdahulu yang berkaitan dengan pemanfaatan teknologi informasi dan media komunikasi digital. Studi literatur ini mencakup sepuluh artikel ilmiah terpilih yang menganalisis bagaimana integrasi teknologi dan efektivitas komunikasi berperan strategis dalam memacu produktivitas serta mengoptimalkan

kinerja perusahaan di berbagai sektor. Peninjauan ini bertujuan untuk memetakan posisi penelitian saat ini sekaligus mengidentifikasi celah literatur yang akan dijawab melalui artikel ini.

Tabel 1. Hasil Studi Literatur

No	Penulis & Tahun	Judul Artikel	Metode Artikel	Variabel Artikel	Hasil & Kesimpulan
1	Peby Monica, dkk (2025)	Efektivitas Komunikasi Bisnis dalam Meningkatkan Kinerja Organisasi di Era Digital	Studi literatur & deskriptif kualitatif	Komunikasi Bisnis, Kinerja Organisasi, Era Digital, Teknologi Informasi	Komunikasi bisnis yang efektif (verbal & non-verbal) melalui media digital meningkatkan koordinasi tim, mempercepat keputusan, dan efisiensi kerja.
2	Guntur Prihandono & M. Taufiq Amir (2024)	Implementasi Teknologi Informasi dalam Meningkatkan Efisiensi Organisasi dan Daya Saing Perusahaan	Kualitatif (Studi Kepustakaan)	Teknologi Informasi, Efisiensi Organisasi, Daya Saing Perusahaan	Implementasi TI meningkatkan efisiensi melalui otomatisasi proses, peningkatan komunikasi, kolaborasi, dan ketepatan pengambilan keputusan.
3	Ali Safran Pasaribu, dkk (2024)	Peran Manajemen Teknologi Informasi dalam Meningkatkan Kinerja Perusahaan Global	Kualitatif (Studi Literatur)	Manajemen TI, Perusahaan Global, Kinerja Perusahaan	Manajemen TI yang baik secara signifikan meningkatkan produktivitas dan kinerja sehingga perusahaan mampu bersaing dan mencapai tujuannya.

4	Nazwah Ramadhani, dkk (2025)	Pemanfaatan Marketplace Digital dalam meningkatkan Kinerja UMKM melalui Sarana Komunikasi di Era Digital	Kualitatif (Studi Literatur)	Marketplace Digital, Komunikasi, Kinerja UMKM	Marketplace berfungsi sebagai alat komunikasi (chat, ulasan) yang meningkatkan loyalitas pelanggan, penjualan, dan efisiensi operasional.
5	Ni Kadek Ana Apriliani & Putu Yudy Wijaya (2021)	Peran Komunikasi dan Penerapan Teknologi Informasi Dalam Meningkatkan Kinerja Pegawai	Kuantitatif (Metode Sensus & Kuesioner)	Komunikasi, Teknologi Informasi, Kinerja Pegawai	Komunikasi dan penerapan teknologi informasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pegawai baik secara parsial maupun simultan.
6	Mansur Chadi Mursid, dkk (2025)	Pengaruh Perubahan Komunikasi Melalui Teknologi Informasi Digital Terhadap Kinerja Karyawan Akibat Dampak Covid-19	Deskriptif (Library Research)	Komunikasi Digital, Komunikasi Organisasi, Kinerja Karyawan	Penggunaan media digital sangat berpengaruh pada kinerja; karyawan dituntut beradaptasi dan menguasai media digital untuk memudahkan pekerjaan.
7	Ariel Dohan, dkk (2025)	Peran Persepsi, Kognisi, dan Emosi Terhadap Efektivitas Komunikasi Dan Negosiasi Pegawai di Cafe Naya	Kualitatif (Studi Literatur)	Persepsi, Kognisi, Emosi, Efektivitas Komunikasi, Negosiasi	Faktor psikologis (persepsi positif dan manajemen emosi) secara signifikan meningkatkan efektivitas komunikasi dan keberhasilan negosiasi.
8	Monica	Komunikasi	Deskriptif	Komunikasi	Kombinasi

	Trisna Rosana, dkk (2025)	Antarpribadi, Gaya Kepemimpinan, dan Mendengarkan Sebagai Keahlian Antarpribadi	(Tinjauan Literatur)	Antarpribadi, Gaya Kepemimpinan, Mendengarkan Aktif	gaya kepemimpinan yang tepat dan keterampilan mendengarkan aktif menciptakan lingkungan organisasi yang positif dan efisien.
9	Susriyanti & Rio Nardo (2019)	Pengaruh Fungsi Komunikasi dan Kepuasan Kerja Karyawan Terhadap Pemberian Pelayanan Nasabah PT. BPR LPN Talawi Sakato	Kuantitatif (Uji t & Uji F)	Fungsi Komunikasi, Kepuasan Kerja, Pelayanan Nasabah	Fungsi komunikasi berpengaruh signifikan terhadap pelayanan nasabah; secara simultan komunikasi dan kepuasan kerja berpengaruh sebesar 71,1%.
10	Susriyanti (2018)	Strategi Komunikasi Pemasaran (Public Relation) Radio ProneWS 90 FM Padang Dalam Mendapatkan Iklan	Deskriptif Kuantitatif (Regresi Linier Berganda)	Pull Strategy, Push Strategy, Pass Strategy, Iklan	<i>Pull strategy</i> dan <i>pass</i> <i>strategy</i> berpengaruh positif terhadap perolehan iklan, sementara <i>push strategy</i> berpengaruh negatif.

Secara konsisten, hasil studi literatur menegaskan bahwa TI berperan sebagai enabler efisiensi operasional: otomatisasi proses, integrasi data, dan dukungan pengambilan keputusan mempercepat alur kerja dan mengurangi kesalahan manual (Prihandono & Amir, 2024; Pasaribu dkk, 2024). Temuan kuantitatif oleh Apriliani & Wijaya (2021) memperkuat bukti empiris bahwa penerapan TI dan komunikasi yang baik berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pegawai, sehingga efek pada tingkat organisasi dapat diharapkan melalui perbaikan produktivitas individu dan tim. Dengan demikian, investasi pada sistem informasi yang tepat tidak hanya bersifat teknis tetapi juga berdampak pada outcome kinerja yang terukur.

Selain itu, media komunikasi digital, termasuk platform kolaborasi, aplikasi pesan, dan marketplace memperkuat koordinasi dan hubungan pelanggan. Studi oleh Peby Monica dkk (2025) dan Nazwah Ramadhani dkk (2025) menunjukkan bahwa komunikasi bisnis yang efektif melalui kanal digital mempercepat pengambilan keputusan, meningkatkan koordinasi tim, dan mendorong loyalitas pelanggan melalui fitur interaksi

seperti chat dan ulasan. Untuk UMKM, pemanfaatan marketplace tidak hanya membuka saluran penjualan tetapi juga menjadi sarana komunikasi yang meningkatkan efisiensi operasional dan penjualan, sehingga kontribusinya terhadap kinerja bersifat multifaset.

Namun, literatur juga menekankan bahwa teknologi sendiri tidak menjamin hasil positif tanpa manajemen yang memadai. Pasaribu dkk (2024) menyoroti pentingnya manajemen TI, perencanaan strategis, kebijakan keamanan, dan pengukuran kinerja TI sebagai faktor penentu apakah investasi teknologi akan diterjemahkan menjadi peningkatan produktivitas dan daya saing. Kesenjangan ini diperkuat oleh Mansur Chadi Mursid dkk (2025) yang menunjukkan bahwa perubahan komunikasi selama pandemi menuntut adaptasi SDM; tanpa pelatihan dan dukungan, adopsi teknologi dapat terhambat atau bahkan menurunkan kinerja.

Aspek psikologis dan interpersonal juga muncul sebagai faktor penting. Penelitian oleh Ariel Dohan dkk (2025) dan Monica Trisna Rosana dkk (2025) menegaskan bahwa persepsi, kognisi, emosi, serta keterampilan mendengarkan aktif dan gaya kepemimpinan mempengaruhi efektivitas komunikasi digital dan negosiasi. Hal ini menunjukkan bahwa program pengembangan kompetensi komunikasi dan manajemen perubahan harus berjalan paralel dengan implementasi teknologi agar manfaatnya maksimal.

Akhirnya, tantangan yang diidentifikasi meliputi kesenjangan keterampilan digital, biaya investasi, risiko keamanan data, dan resistensi budaya organisasi (berbagai studi). Oleh karena itu, rekomendasi praktis yang muncul dari sintesis ini adalah pendekatan bertahap dan kontekstual: mulai dari solusi digital sederhana yang terukur, fokus pada pelatihan praktis SDM, penguatan manajemen TI, serta pengukuran dampak melalui indikator kinerja yang jelas. Dengan strategi demikian, perusahaan, termasuk UMKM di konteks lokal dapat memaksimalkan manfaat TI dan media komunikasi digital untuk meningkatkan kinerja secara berkelanjutan.

KESIMPULAN

Berdasarkan sintesis studi literatur yang dikumpulkan, Teknologi Informasi dan media komunikasi digital terbukti berkontribusi signifikan dalam meningkatkan kinerja perusahaan melalui peningkatan efisiensi operasional, percepatan pengambilan keputusan, peningkatan koordinasi internal, dan penguatan hubungan dengan pelanggan. Manfaat tersebut muncul pada berbagai skala organisasi, termasuk UMKM yang memanfaatkan marketplace sebagai kanal komunikasi dan penjualan. Keberhasilan implementasi sangat bergantung pada manajemen TI yang baik, pengembangan kapabilitas SDM (pelatihan keterampilan digital dan komunikasi), serta strategi organisasi yang kontekstual dan bertahap. Tantangan utama meliputi kesenjangan keterampilan, biaya investasi, risiko keamanan data, dan resistensi budaya organisasi; oleh karena itu pendekatan implementasi yang direkomendasikan adalah bertahap, terukur, disertai pelatihan praktis, penguatan kebijakan TI, dan pengukuran dampak melalui indikator kinerja yang jelas. Dengan kombinasi teknologi, manajemen, dan pengembangan sumber daya manusia, perusahaan dapat memaksimalkan manfaat digital untuk peningkatan kinerja yang berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Apriliani, N. K. A., & Wijaya, P. Y. (2021). Peran Komunikasi dan Penerapan Teknologi Informasi dalam Meningkatkan Kinerja Pegawai. *WidyaAmrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan dan Pariwisata*, 1(3), 954-961. <https://doi.org/10.32795/vol4wamrtno1th24>.
- Billi, A., & Bernardo, A. (2025). The effects of digital transformation, IT innovation, and sustainability strategies on firms' performances: an empirical study. *Sustainability*, 17(3), 823. <https://doi.org/10.3390/su17030823>.
- Dohan, A., Ardiansyah, F., Mayhapdi, MF, Fitri, A., & Susriyanti, S. (2025). Peran Persepsi,

- Kognisi dan Emosi Terhadap Efektivitas Komunikasi Dan Negosiasi Pegawai Di Cafe Naya. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Pendidikan*, 2(3), 1031-1039.
- Hanafizadeh, P., & Tavakoli, M. (2025). Impact of digital technologies in contrast to traditional IT on firm performance: from the resource-based view. *Management Review Quarterly*, 1-37. <https://doi.org/10.1007/s11301-025-00523-7>.
- Maryati, S., & Siregar, M. I. (2022). Kepemimpinan Digital dalam meningkatkan kinerja organisasi peran Teknologi Informasi dan Komunikasi. *Owner: Riset dan Jurnal Akuntansi*, 6(4), 3616-3624. <https://doi.org/10.33395/owner.v6i4.1176>.
- Monica, P., Natali, S., Ardana, T. N., & Kaur, S. (2025). Efektivitas Komunikasi Bisnis dalam Meningkatkan Kinerja Organisasi di Era Digital. *Jurnal Manajemen dan Inovasi*, 6(2), 259-267.
- Mursid, M. C., Amnisa, N., Abdillah, F., & Aljihah, I. (2022). Pengaruh Perubahan Komunikasi Melalui Teknologi Informasi Digital Terhadap Kinerja Karyawan Akibat Dampak COVID-19. *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*, 9(2), 554-561. <https://doi.org/10.35794/jmbi.v9i2.37384>.
- Nasidi, Q. Y., Ahmad, M. F., Adamu, A., & Sani, H. M. (2024). Effect of Corporate Digital Communication on Organisational Performance: Systematic Literature Review. *Zhongguo Kuangye Daxue Xuebao*, 29(4), 304-311.
- Pasaribu, A. S., & Aldiansyah, M. T. (2024). Peran Manajemen Teknologi Informasi dalam Meningkatkan Kinerja Perusahaan Global. *Jebital: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, 1(4), 49-60.
- Prihandono, G., & Amir, M. T. (2024). Implementasi teknologi informasi dalam meningkatkan efisiensi organisasi dan daya saing perusahaan. *Journal of Economics and Business UBS*, 13(2), 577-587.
- Ramadhani, N., Sugesti, A. I., & Purwanto, E. (2025). Pemanfaatan Marketplace Digital dalam meningkatkan Kinerja UMKM melalui Sarana Komunikasi di Era Digital. *Jurnal Bisnis Dan Komunikasi Digital*, 2(2), 20-20. <https://doi.org/10.47134/jbkd.v2i2.3560>.
- Rosana, M. T., Sahla, E. A., Sulistiani, F. M., & Ujtian, F. E. (2025). Komunikasi Antarpribadi, Gaya Kepemimpinan, dan Mendengarkan Sebagai Keahlian Antarpribadi. *Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial*, 11(9), 2591-2600.
- Sugiyono. (2024). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Susriyanti, S. (2018). Strategi Komunikasi Pemasaran (Public Relation) Radio Pronews 90 FM Padang dalam Mendapatkan Iklan. *UNES Journal of Social and Economics research*, 3(2), 101-111.
- Susriyanti, S., & Nardo, R. (2019). Pengaruh fungsi komunikasi dan kepuasan kerja karyawan terhadap pemberian pelayanan nasabah PT. BPR LPN Talawi Sakato. *Jurnal Administrasi Sosial dan Humaniora (JASIORA)*, 3 (2), 97-111.
- Sutrisno, H., & Hajarudin, H. (2024). Peran Komunikasi Digital dalam Peningkatan Efisiensi Bisnis. *PPIMAN Pusat Publikasi Ilmu Manajemen*, 2(3), 286-295. <https://doi.org/10.59603/ppiman.v2i3.503>.
- Syafi, A., Brawijaya, A., & Hakim, A. R. (2023). Strategi inovatif manajemen dan bisnis di era digital: Analisis pengaruh teknologi terkini terhadap keberlanjutan dan kinerja organisasi. *Jurnal Visionida*, 9(2), 191-198. <https://doi.org/10.30997/jvs.v9i2.11069>.
- Taylor, D & M. P. (2020). *The Literature Review: A Few Tips on Conducting It*. Toronto: University Toronto Writing Center.