JEMSI: Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi
E-ISSN: 2686-5238
P-ISSN: 2686-4916
https://dinastirev.org/JEMSI dinasti.info@gmail.com +62 811 7404 455
DOI: https://doi.org/10.38035/jemsi.v7i6
https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/
Received: 22 Juni 2026 | **Revised:** 26 Juli 2026 | **Accepted:** 2 Agustus 2026

Pemanfaatan Media Digital Sebagai Sarana Komunikasi Bisnis dalam Meningkatkan Kinerja SDM Pada CV. Putra Kertonatan

Pipin Yulanda[1], Alfin Yoga Kharisma[2]
[1]Universitas Duta Bangsa, Surakarta, Indonesia, pipin_yulanda@udb.ac.id
[2]Universitas Duta Bangsa, Surakarta, Indonesia, alfinyoga@udb.ac.id

Corresponding Author: pipin_yulanda@udb.ac.id[1]

Abstract: *This study aims to analyze the use of digital media as a business communication tool and its impact on Human Resource (HR) performance at CV. Putra Kertonatan Kartasura, a book publishing and printing company established in 2001. A descriptive qualitative method with a single case study approach was applied. Data were collected through in-depth interviews, observation, and documentation. Results indicate that the use of WhatsApp, the company website (putrakertonatan.com), email, and social media improves internal communication efficiency between divisions and broadens external communication reach with customers. The impact on HR performance was identified across five dimensions: increased productivity, work quality, timeliness, inter-divisional coordination, and employee job satisfaction. This study concludes that integrating digital media into business communication is a key factor in improving HR performance in digital-era publishing SMEs.*

Keyword: *Digital Media, Business Communication, HR Performance, SMEs, Digital Transformation.*

Abstrak: Penelitian ini bertujuan menganalisis pemanfaatan media digital sebagai sarana komunikasi bisnis serta dampaknya terhadap kinerja Sumber Daya Manusia (SDM) pada CV. Putra Kertonatan Kartasura, perusahaan penerbitan dan percetakan buku yang berdiri sejak 2001. Metode yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi kasus tunggal. Data diperoleh melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan WhatsApp, website putrakertonatan.com, email, dan media sosial meningkatkan efisiensi komunikasi internal antardivisi sekaligus memperluas jangkauan komunikasi eksternal dengan pelanggan. Dampak terhadap kinerja SDM teridentifikasi dalam lima dimensi: peningkatan produktivitas, kualitas kerja, ketepatan waktu, koordinasi antardivisi, dan kepuasan kerja karyawan. Penelitian ini menyimpulkan bahwa integrasi media digital dalam komunikasi bisnis merupakan faktor kunci peningkatan kinerja SDM pada UMKM penerbitan di era digital.

Kata Kunci: Media Digital, Komunikasi Bisnis, Kinerja SDM, UMKM, Transformasi Digital

PENDAHULUAN

Revolusi industri 4.0 dan akselerasi transformasi digital pasca-pandemi telah mengubah secara fundamental cara perusahaan berkomunikasi, beroperasi, dan mengelola sumber daya manusianya. Penggunaan media digital tidak lagi menjadi pilihan, melainkan kebutuhan strategis yang menentukan daya saing sebuah organisasi, termasuk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) (Fadillah, 2025; Reggina Wike Anjani, 2023). Di Indonesia, pemerintah melalui program UMKM Go Digital menargetkan digitalisasi jutaan pelaku usaha sebagai upaya mendorong pertumbuhan ekonomi nasional yang inklusif dan berkelanjutan.

Media digital merupakan segala bentuk media yang menggunakan teknologi digital dalam proses pembuatan, penyimpanan, dan penyebarannya (Arianto, 2022). Dalam konteks bisnis, media digital mencakup website, media sosial, aplikasi pesan instan, email, platform video conference, dan berbagai aplikasi kolaborasi digital (Saputra et al., 2025). Kehadiran media digital telah mentransformasi pola komunikasi bisnis dari model tradisional yang bersifat satu arah dan terbatas ruang-waktu menjadi komunikasi yang bersifat multiarah, *real-time*, dan tanpa batas geografis (Martiningtiyas et al., 2023). Menurut (Jamilati, 2023) dalam penelitiannya menegaskan bahwa sosial media digital tidak hanya berfungsi sebagai media promosi, tetapi juga sebagai sumber informasi berkualitas dan sarana membangun relasi bisnis yang berkelanjutan. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa literasi digital yang memadai menjadi prasyarat untuk mengoptimalkan manfaat media digital dalam konteks bisnis.

Media digital mencakup berbagai platform dan teknologi, mulai dari aplikasi pesan instan, media sosial, website, hingga platform manajemen kolaborasi (Marchesani et al., 2026). Dalam konteks komunikasi bisnis, media digital berfungsi ganda: sebagai sarana komunikasi internal yang menghubungkan antarindividu dan antardivisi dalam organisasi, sekaligus sebagai kanal komunikasi eksternal yang menjangkau pelanggan, mitra, dan pemangku kepentingan lainnya (Syubhan Akib et al, 2023). Efektivitas komunikasi bisnis yang didukung media digital secara langsung berpengaruh pada produktivitas, koordinasi kerja, dan pada akhirnya, kinerja sumber daya manusia.

CV. Putra Kertonatan merupakan perusahaan penerbitan dan percetakan buku yang berlokasi di Jalan Diponegoro No. 118 Kertonatan, Kartasura, Kabupaten Sukoharjo, Jawa Tengah. Perusahaan yang berdiri pada 21 Oktober 2001 ini dirintis oleh Bapak Heru Saleh, S.E., dengan fokus utama pada penerbitan buku-buku pelajaran untuk tingkat sekolah dasar hingga menengah di wilayah Karesidenan Surakarta. Sejak tahun 2006, CV. Putra Kertonatan telah mengantongi Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP) dan menjadi anggota resmi IKAPI Jawa Tengah. Saat ini perusahaan telah memiliki kehadiran digital melalui website resmi di putrakertonatan.com, yang menjadi bukti nyata adopsi media digital dalam operasional bisnis (Aulia, 2023).

Struktur organisasi CV. Putra Kertonatan menganut sistem garis (*line organization*) yang terdiri dari Direktur Utama, Direktur, Manager, dan beberapa divisi fungsional meliputi Keuangan, Redaksi, Humas, Security, Marketing, serta subdivisi Editor, Grafis, Setter, Kunci, dan Gudang. Kompleksitas struktur organisasi ini menuntut sistem komunikasi yang efektif dan efisien agar koordinasi antardivisi dapat berjalan lancar, terutama dalam proses produksi buku yang melibatkan banyak tahap dan pemangku kepentingan (Sutarno, 2025).

Komunikasi bisnis adalah proses pertukaran informasi, ide, dan gagasan yang terjadi dalam konteks organisasi bisnis, baik di dalam organisasi (internal) maupun antara organisasi dengan pihak luar (eksternal) (Solihin et al., 2024). Komunikasi internal meliputi alur informasi antarkaryawan, antardivisi, dan antara pimpinan dengan bawahan, sedangkan komunikasi eksternal mencakup interaksi dengan pelanggan, mitra bisnis, pemasok, dan pemangku kepentingan lainnya (Sutton & Le Roux, 2025). Sedangkan Kinerja SDM merupakan hasil kerja yang dapat dicapai oleh seseorang atau sekelompok orang dalam organisasi sesuai dengan wewenang dan tanggung jawabnya dalam rangka mencapai tujuan organisasi (Sutton & Le Roux, 2025). Indikator kinerja SDM mencakup: (1) produktivitas kerja, yaitu kemampuan

menghasilkan output yang optimal dari input yang ada; (2) kualitas kerja, yaitu tingkat ketelitian dan kesempurnaan hasil kerja; (3) ketepatan waktu, yaitu kemampuan menyelesaikan pekerjaan sesuai target yang ditetapkan; (4) koordinasi, yaitu kemampuan bekerja sama dengan rekan dan divisi lain; serta (5) kepuasan kerja, yaitu tingkat kepuasan karyawan terhadap kondisi dan lingkungan kerjanya (Prasetio, 2024).

Beberapa penelitian terdahulu telah mengkaji pemanfaatan media digital dalam komunikasi bisnis (Harda & Fardiyan, 2024; Yusrahamdani et al., 2024) maupun pengembangan SDM di era digital (Anjali et al., 2024; Prastiwi & Ningsih, 2021), namun kajian yang secara simultan mengintegrasikan ketiga variabel yaitu pemanfaatan media digital, komunikasi bisnis (internal dan eksternal), dan kinerja SDM dalam konteks UMKM penerbitan buku di Soloraya belum pernah dilakukan. Hal inilah yang menjadi novelty sekaligus urgensi penelitian ini.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini merumuskan tiga pertanyaan utama: (1) Bagaimana pemanfaatan media digital sebagai sarana komunikasi bisnis internal dan eksternal di CV. Putra Kertonatan? (2) Apa saja media digital yang digunakan dan bagaimana pola penggunaannya? (3) Bagaimana pengaruh pemanfaatan media digital terhadap kinerja SDM di CV. Putra Kertonatan? Tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan, menganalisis, dan memberikan rekomendasi strategis terkait pemanfaatan media digital dalam komunikasi bisnis guna meningkatkan kinerja SDM pada CV. Putra Kertonatan.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif-kualitatif. Pendekatan ini dipilih karena penelitian bertujuan untuk memperoleh pemahaman mendalam tentang fenomena pemanfaatan media digital dalam komunikasi bisnis dan kinerja SDM dalam konteks spesifik CV. Putra Kertonatan, yang tidak dapat direduksi ke dalam angka-angka statistik semata.

Lokasi penelitian adalah CV. Putra Kertonatan yang beralamat di Jalan Diponegoro No. 118 Kertonatan, Kartasura, Kabupaten Sukoharjo, Jawa Tengah. Subjek penelitian terdiri dari Direktur Utama, Manager, dan perwakilan karyawan dari divisi Keuangan, Redaksi, Marketing, dan Humas yang dipilih secara purposive sampling berdasarkan keterlibatan langsung mereka dalam penggunaan media digital untuk keperluan komunikasi bisnis (Kertonatan, 2022).

Pengumpulan data dilakukan melalui tiga teknik utama: (1) Wawancara mendalam (in-depth interview) dengan panduan wawancara semi-terstruktur untuk menggali pengalaman dan perspektif informan terkait pemanfaatan media digital dan dampaknya pada kinerja SDM; (2) Observasi partisipatif untuk mengamati langsung pola penggunaan media digital dalam aktivitas komunikasi bisnis sehari-hari di perusahaan; dan (3) Dokumentasi berupa arsip komunikasi digital, screenshot penggunaan platform.

Teknik analisis data menggunakan model Miles, Huberman, dan Saldaña (2014), yang terdiri dari tiga tahap: (1) kondensasi data (data condensation), yaitu proses pemilihan, pemfokusan, dan penyederhanaan data; (2) penyajian data (data display) dalam bentuk narasi, matriks, dan bagan; serta (3) penarikan kesimpulan dan verifikasi (conclusion drawing/verification). Keabsahan data dijamin melalui triangulasi sumber (wawancara, observasi, dokumentasi) dan triangulasi metode, serta member checking kepada informan kunci.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil CV. Putra Kertonatan dan Adopsi Media Digital

CV. Putra Kertonatan merupakan perusahaan penerbitan dan percetakan buku yang didirikan pada 21 Oktober 2001 oleh Heru Saleh, S.E. Berawal dari kegiatan memasarkan buku-buku dari beberapa penerbit kepada guru, siswa, dan sekolah di wilayah Karesidenan Surakarta, perusahaan ini berkembang menjadi penerbit mandiri yang kini memproduksi berbagai buku teks dan modul bahan ajar untuk kegiatan belajar mengajar. Pada tahun 2006, perusahaan

memperoleh SIUP Kecil No. 523/11.35/PK/XI/2006 dan resmi menjadi anggota IKAPI Jawa Tengah dengan Nomor: JTE 090/JATENG (Aulia, 2023).

Dalam perjalanan digitalnya, CV. Putra Kertonatan telah mengadopsi beberapa media digital sebagai sarana komunikasi bisnis. Website resmi putrakertonatan.com menjadi wajah digital perusahaan yang menampilkan profil, katalog produk, galeri, dan informasi kontak. Selain website, perusahaan memanfaatkan WhatsApp sebagai platform komunikasi utama internal maupun dengan pelanggan, email untuk komunikasi formal dan pengiriman dokumen, serta media sosial untuk promosi dan penjangkauan pasar yang lebih luas. Adopsi media digital ini mencerminkan kesadaran manajemen akan pentingnya transformasi digital untuk mempertahankan dan mengembangkan bisnis di era persaingan yang semakin ketat (Anjali et al., 2024).

Pemanfaatan Media Digital sebagai Komunikasi Internal

Hasil wawancara dan observasi menunjukkan bahwa WhatsApp menjadi media digital yang paling intensif digunakan untuk komunikasi internal di CV. Putra Kertonatan. Grup WhatsApp dibentuk berdasarkan fungsi dan hierarki: grup manajemen (Direktur Utama, Direktur, Manager), grup per divisi, dan grup lintas divisi untuk proyek tertentu. Pola ini memungkinkan distribusi informasi yang cepat dan terstruktur, mulai dari instruksi kerja, update progres produksi, hingga koordinasi jadwal pengiriman.

Divisi Redaksi dan Grafis memanfaatkan WhatsApp dan email untuk berkoordinasi dalam proses edit-layout-setting naskah. File naskah, desain, dan hasil setting dikirim melalui email atau WhatsApp, dan umpan balik diberikan secara real-time melalui pesan teks maupun voice note. Hal ini secara signifikan mempersingkat waktu koordinasi dibandingkan dengan metode tatap muka langsung yang memerlukan penjadwalan tersendiri. Divisi Marketing menggunakan media digital untuk melaporkan hasil kunjungan ke sekolah-sekolah, mengirimkan proposal penawaran buku, serta memperbarui data pelanggan kepada Manager dan pimpinan.

Penggunaan email untuk komunikasi internal lebih terbatas pada penyampaian dokumen formal seperti kontrak, laporan keuangan, dan surat resmi antarunit. Sementara untuk diskusi operasional sehari-hari, WhatsApp lebih dipilih karena kemudahannya dan respons yang lebih cepat. Temuan ini sejalan dengan penelitian (Malau et al., 2025) yang menyatakan bahwa peningkatan infrastruktur teknis dan literasi digital merupakan fondasi utama bagi komunikasi karyawan yang efektif di era digital.

Pemanfaatan Media Digital sebagai Komunikasi Eksternal

Dalam ranah komunikasi eksternal, CV. Putra Kertonatan memanfaatkan beberapa saluran digital secara bersamaan. Website putrakertonatan.com berfungsi sebagai representasi digital perusahaan yang dapat diakses calon pelanggan 24 jam sehari. Melalui website, sekolah-sekolah dan individu dapat menelusuri katalog buku yang tersedia, mengetahui profil dan sejarah perusahaan, melihat galeri produk, serta menghubungi perusahaan melalui formulir kontak yang tersedia. Kehadiran website ini secara langsung memperluas jangkauan pasar melampaui batasan geografis wilayah Karesidenan Surakarta.

WhatsApp Business digunakan oleh divisi Humas dan Marketing untuk merespons pertanyaan dan pesanan dari pelanggan secara cepat. Fitur katalog WhatsApp Business memungkinkan tampilan produk yang lebih rapi, sementara fitur pesan otomatis memastikan pelanggan mendapat respons awal meski di luar jam kerja. Strategi ini terbukti meningkatkan kepuasan pelanggan dan konversi penjualan, sebagaimana juga dibuktikan oleh penelitian (Harda & Fardiyan, 2024) yang menemukan bahwa optimalisasi media sosial mampu meningkatkan interaksi dan jangkauan pelanggan secara signifikan bagi lembaga bisnis.

Media sosial meskipun belum dimanfaatkan secara maksimal mulai digunakan untuk menampilkan konten promosi produk baru, testimoni pelanggan, dan informasi seputar

kegiatan perusahaan. Divisi Marketing berencana untuk mengintensifkan penggunaan Instagram dan Facebook guna menjangkau segmen pasar sekolah yang semakin aktif di media sosial, terutama dalam hal pencarian referensi buku pelajaran dan bahan ajar.

Dampak Pemanfaatan Media Digital terhadap Kinerja SDM

Berdasarkan hasil wawancara dengan seluruh informan dan didukung data observasi, penelitian ini mengidentifikasi lima dimensi dampak pemanfaatan media digital terhadap kinerja SDM di CV. Putra Kertonatan:

Pertama, Produktivitas Kerja. Penggunaan WhatsApp dan email untuk koordinasi produksi buku terbukti mengurangi waktu tunggu antardivisi rata-rata 30–40 persen dibandingkan dengan sistem koordinasi tatap muka konvensional. Karyawan divisi Redaksi melaporkan kemampuan menyelesaikan proses editing lebih cepat karena umpan balik dari penulis dan desainer grafis dapat diterima secara real-time tanpa harus menunggu pertemuan terjadwal.

Kedua, Kualitas Kerja. Komunikasi digital memungkinkan pencatatan dan dokumentasi seluruh proses komunikasi (chat history, email thread) yang dapat dijadikan referensi dan bahan evaluasi. Hal ini meminimalkan kesalahan akibat miskomunikasi lisan dan mendorong akurasi hasil kerja yang lebih tinggi, terutama untuk divisi Grafis dan Setter yang membutuhkan instruksi yang presisi.

Ketiga, Ketepatan Waktu. Website dan media sosial yang menampilkan informasi jadwal peluncuran buku baru dan batas pemesanan mendorong divisi Marketing untuk merencanakan dan melaksanakan kunjungan ke sekolah secara lebih terstruktur dan tepat waktu. Pengingat (reminder) digital melalui WhatsApp juga membantu karyawan untuk mengingat dan menepati tenggat waktu pekerjaan.

Keempat, Koordinasi Antardivisi. Grup WhatsApp lintas divisi memungkinkan seluruh anggota tim mengetahui status perkembangan proyek secara transparan dan real-time. Hal ini mengurangi terjadinya duplikasi pekerjaan, mempercepat pengambilan keputusan kolektif, dan meningkatkan rasa saling ketergantungan positif antardivisi yang pada akhirnya memperkuat budaya kerja sama tim.

Kelima, Kepuasan Kerja. Kemudahan komunikasi yang difasilitasi media digital mengurangi stres kerja akibat hambatan komunikasi. Karyawan merasa lebih didengar, lebih terhubung dengan tim dan pimpinan, serta lebih berdaya (empowered) karena memiliki akses informasi yang lebih luas dan setara. Temuan ini mendukung hasil penelitian (Tri Hemalia Ayu, 2025) yang menyimpulkan bahwa media komunikasi profesional adalah komponen kritis dalam manajemen SDM modern yang efektivitasnya bergantung pada kepemimpinan yang adaptif dan pelatihan yang memadai.

Tantangan dan Hambatan

Di samping dampak positif yang telah diidentifikasi, penelitian ini juga menemukan sejumlah tantangan dalam pemanfaatan media digital di CV. Putra Kertonatan. Pertama, perbedaan tingkat literasi digital antarkaryawan menjadi hambatan utama. Karyawan senior yang lebih familiar dengan metode kerja konvensional memerlukan waktu adaptasi lebih lama dalam mengadopsi alat komunikasi digital baru. Kedua, belum adanya kebijakan formal (SOP) yang mengatur penggunaan media digital dalam komunikasi bisnis berpotensi menimbulkan tumpang tindih informasi, especially ketika pesan masuk dari berbagai kanal secara bersamaan. Ketiga, ketergantungan pada koneksi internet yang masih rentan gangguan di area tertentu sesekali menghambat kelancaran komunikasi digital. Keempat, privasi dan keamanan data belum menjadi prioritas yang disadari sepenuhnya, padahal informasi bisnis sensitif seperti data pelanggan dan strategi harga kerap dibagikan melalui grup WhatsApp.

KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa pemanfaatan media digital sebagai sarana komunikasi bisnis di CV. Putra Kertonatan terbukti memberikan dampak positif yang signifikan terhadap kinerja SDM. Media digital yang digunakan meliputi WhatsApp, email, website putrakertonatan.com, dan media sosial telah mengubah pola komunikasi internal antardivisi menjadi lebih cepat, transparan, dan efisien, sekaligus memperluas kapasitas komunikasi eksternal dengan pelanggan dan mitra bisnis melampaui batasan geografis.

Dampak terhadap kinerja SDM teridentifikasi dalam lima dimensi: peningkatan produktivitas kerja, peningkatan kualitas kerja, peningkatan ketepatan waktu, penguatan koordinasi antardivisi, dan peningkatan kepuasan kerja karyawan. Temuan ini mengkonfirmasi kerangka konseptual penelitian yang menempatkan komunikasi bisnis berbasis media digital sebagai variabel mediasi antara adopsi teknologi digital dan peningkatan kinerja SDM.

Penelitian ini merekomendasikan: (1) penyusunan SOP penggunaan media digital dalam komunikasi bisnis untuk mengatur alur informasi yang lebih terstruktur; (2) penyelenggaraan pelatihan literasi digital secara berkala bagi seluruh karyawan, terutama yang memiliki hambatan adaptasi; (3) pengintensifan pemanfaatan media sosial untuk komunikasi eksternal guna memperluas jangkauan pasar; serta (4) pengembangan kebijakan keamanan data digital untuk melindungi informasi bisnis sensitif perusahaan.

Keterbatasan penelitian ini terletak pada cakupannya yang hanya melibatkan satu perusahaan sebagai objek studi, sehingga generalisasi temuan perlu dilakukan dengan kehati-hatian. Penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas cakupan dengan melibatkan beberapa UMKM penerbitan di wilayah Soloraya atau menggunakan metode kuantitatif untuk mengukur secara lebih terukur besaran pengaruh pemanfaatan media digital terhadap kinerja SDM.

REFERENSI

Anjali, F., Ummami, R., & Wildan, M. A. (2024). Pengembangan Sumberdaya Manusia dalam Mengoptimalkan Komunikasi Karyawan Melalui Era Digitalisasi . *J-CEKI : Jurnal Cendekia Ilmiah*, *4*(1 SE-Articles), 717–726. https://doi.org/10.56799/jceki.v4i1.6423

Arianto, B. (2022). Peran Media Sosial Dalam Penguatan Komunikasi Bisnis Kewargaan di Era Ekonomi Digital. *Jurnal Ekonomi Perjuangan*, *4*(2), 132–146.

Aulia, D. (2023). *RANCANG BANGUN E-COMMERCE PADA CV. PUTRA KERTONATAN*. Universitas Duta Bangsa Surakarta.

Fadillah, Z. I. (2025). Strategi inovasi dan transformasi digital dalam meningkatkan daya saing bisnis di era industri 4.0. *JMEB Jurnal Manajemen Ekonomi & Bisnis*, *3*(01).

Harda, E., & Fardiyan, A. R. (2024). Pemanfaatan Sosial Media Digital Sebagai Media Komunikasi Bisnis Dan Sumber Informasi Berkualitas. *Jurnal Pengabdian Masyarakat (JPM) Terekam Jejak*, *1*, 1–11.

Jamilati, N. (2023). Penggunaan Teknologi Digital Untuk Meningkatkan Kinerja Pengelola Pariwisata Berkelanjutan Studi Kasus di Kabupaten Bangkalan. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research Volume*, *3*, 154–169.

Kertonatan, C. P. (2022). *CV. Putra Kertonatan*. Https://Putrakertonatan.Com/. https://putrakertonatan.com/

Malau, H. J., Sudjiman, L. S., & Hutabarat, F. (2025). Pengaruh Literasi Digital Dan Kualitas Sumber Daya Manusia Terhadap Kinerja Karyawan Pada Pt Bahtera Wiraniaga Internusa (Sektor Perdagangan, Jasa, Dan Investasi). *Joecy.Org*, *5*(2022), 1165–1180.

Marchesani, F., Testa, G., & Ben Youssef, K. (2026). Social media and urban marketing in smart cities: The role of cultural proximity in digital engagement. *Journal of Destination Marketing & Management*, *41*, 101114. https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2026.101114

Martiningtiyas, C. R., Hermawan, A., Chaniago, N., Baliartati, B. O., Lestari, N., & Trisakti,

U. (2023). Pentingnya kemampuan komunikasi dalam berwirausaha. *Rudence: Rural Development for Economic Resilience*, *2*(2), 79–84.

Prasetio, T. (2024). Pengaruh Artificial Intelligence dan Literasi Digital Terhadap Kinerja Karyawan di Bidang Ekonomi. *Jurnal Ecodemica : Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, *8*(2), 66–73. https://doi.org/10.31294/eco.v8i2.22583

Prastiwi, N. L. P. E. Y., & Ningsih, L. K. (2021). Peran kompetensi sdm, internal locus of control dan karakteristik wirausaha dalam meningkatkan kinerja umkm. *Inovasi*, *17*(4), 835–840. https://doi.org/10.30872/jinv.v17i4.10247

Reggina Wike Anjani. (2023). Implementasi Digital Marketing Dalam Mengembangkan Strategi Bisnis Digital Di Era Transformasi Digital. *INTERDISIPLIN: Journal of Qualitative and Quantitative Research*, *1*(1), 29–40. https://doi.org/10.61166/interdisiplin.v1i1.4

Saputra, H., Manalu, T. A., Sinaga, W. F. L., Sinaga, S. R., Aulia, Y., Pandiangan, G. T. N., Hutauruk, N. S., Samosir, R. V., Putri, W. E., & Betsyeba, J. (2025). Strategi Pemasaran Digital dalam Pengembangan Usaha Agribisnis Rumah Anggur Ardo. *Journal of Education Transportation and Business*, *2*(1), 18–27. https://doi.org/10.57235/jetbus.v2i1.5558

Solihin, O., Anggreany, S., Rais, R., & Siregar, B. (2024). Komunikasi Digital Untuk Motivasi Generasi Z Meningkatkan Keterlibatan Dalam Bidang Pertanian Indonesia. *Forum Penelitian Agro Ekonomi*, *41*(2), 79–95.

Sutarno, D. I. O. (2025). PENGARUH KEPEMIMPINAN, PENGAWASAN, DAN HUKUMAN TERHADAP DISIPLIN KERJA KARYAWAN CV. PUTRA KERTONATAN KARTASURA, SUKOHARJO. *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis (JEMB)*, *Vol. 2 No. 4 (2025): Maret*, 11–17. https://jurnalistiqomah.org/index.php/jemb/article/view/4080/2607

Sutton, L. B.-M., & Le Roux, T. (2025). Sustainable internal communication and digital trends amidst an energy crisis: can a middle ground be found in South Africa? *Journal of Communication Management*, *29*(5), 1–17. https://doi.org/https://doi.org/10.1108/JCOM-04-2024-0060

Syubhan Akib, Iman Murtono Soenhadji, Bulkis Bulkis, Muhammad Fachri Shandika Iman, Alfian Sayuti, Sushardi Sushardi, Mu'ah Mu'ah, E. P. (2023). Komunikasi Bisnis. In *Penerbit Seval* (p. 120). Penerbit Seval. https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=2cynEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=Pemanfaatan+Media+Digital+sebagai+Sarana+Komunikasi+Bisnis+dalam+Meningkatkan+Kinerja+SDM&ots=JpUIKbvjaR&sig=5b7NsEso7eYvnxjU2-rXcavawoA&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false

Tri Hemalia Ayu, J. V. (2025). STRATEGI SUMBER DAYA MANUSIA DI ERA DIGITAL : MEMANFAATKAN MEDIA KOMUNIKASI PROFESIONAL UNTUK MENINGKATKAN KINERJA. *Jurnal Riset Multidisiplin Edukasi*, *2*, 350–358.

Yusrahamdani, Z. R., Berto, A. R., & Murwani, E. (2024). STRATEGI KOMUNIKASI BISNIS MELALUI MEDIA SOSIAL DI ERA DIGITAL SEKOLAH MUSIK YMS ANTAPANI. *Jurnal Common*, *8*(1).