

Strategi Pengelolaan Media Sosial dan Peran Kepemimpinan dalam Mencapai Keberlanjutan Organisasi di Era Digital

Ahmad Sampurna Rambe¹, Amelia Putri Daulay², Angga Purnama³, Diana Putri Auliyah Rahma⁴, Fadlan Habib⁵, Surya Adrian Pangestu⁶

1,2,3,4,5,6 Komunikasi Penyiraran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Medan

e-mail: ahmadsampurna@gmail.com¹,
ameliadaulayameliadaulay@gmail.com², anggamenra2@gmail.com³,
diana02puteri@gmail.com⁴, Fadlanhab1623@gmail.com⁵,
suryaadrian609@gmail.com⁶

Abstrak

Penelitian ini membahas peran dan fungsi manajemen dalam pengelolaan media sosial di era digital, dengan fokus pada strategi, tantangan, dan peran kepemimpinan. Strategi pengelolaan media sosial memerlukan pendekatan adaptif dan responsif terhadap dinamika media sosial, termasuk penggunaan platform yang relevan dan pengelolaan konten yang efektif. Tantangan utama melibatkan risiko reputasi, krisis online, dan adaptasi terhadap tren konten yang selalu berubah. Kepemimpinan yang efektif diperlukan untuk membimbing organisasi melalui kompleksitas ini, melibatkan visi strategis, keterlibatan aktif dengan media sosial, dan kemampuan untuk mengatasi tantangan dan krisis dengan respons cepat. Penelitian ini memberikan wawasan mendalam tentang bagaimana manajemen dan kepemimpinan dapat optimal dalam mengelola media sosial untuk mencapai keberlanjutan organisasi.

Kata Kunci: *Media Sosial, Manajemen, Kepemimpinan, Strategi, Tantangan, Era Digital.*

Abstract

This research discusses the role and function of management in managing social media in the digital era, with a focus on strategy, challenges and leadership roles. Social media management strategies require an adaptive and responsive approach to social media dynamics, including the use of relevant platforms and effective content management. Key challenges involve reputational risks, online crises, and adapting to ever-changing content trends. Effective leadership is required to guide organizations through this complexity, involving strategic vision, active engagement with social media, and the ability to address challenges and crises with rapid response. This research provides in-depth insight into how management and leadership can be optimal in managing social media to achieve organizational sustainability.

Keywords : *Social media, Management, Leadership, Strategy, Challenges, Digital era*

PENDAHULUAN

Dalam era digital yang semakin berkembang pesat, peran dan fungsi manajemen menjadi krusial dalam pengolahan media sosial. Fenomena media sosial telah mengubah lanskap komunikasi global, menciptakan peluang dan tantangan baru bagi organisasi dan individu. Dalam konteks ini, jurnal ilmiah ini bertujuan untuk menggali lebih dalam mengenai bagaimana manajemen memainkan peran utama dalam mengelola media sosial untuk mencapai tujuan organisasi dan individu. Pentingnya manajemen dalam konteks media

sosial tidak dapat diabaikan. Manajemen tidak hanya berfokus pada pengelolaan sumber daya manusia dan keuangan, tetapi juga harus memahami dinamika kompleks dalam dunia maya. Dengan perubahan perilaku konsumen dan laju informasi yang cepat, manajemen harus memahami bagaimana memanfaatkan media sosial sebagai alat strategis untuk mencapai visi dan misi organisasi. Seiring dengan itu, manajemen harus mengembangkan strategi yang adaptif, responsif, dan inovatif untuk memanfaatkan peluang yang muncul di dunia digital.

Selain itu, jurnal ini juga akan mengeksplorasi bagaimana manajemen berperan dalam mengatasi berbagai tantangan yang muncul dalam pengelolaan media sosial. Tantangan tersebut meliputi risiko reputasi, pengelolaan krisis online, dan pemahaman terhadap dinamika tren konten yang selalu berubah. Manajemen perlu memiliki keterampilan analisis yang mendalam untuk mengidentifikasi tren yang relevan, memahami preferensi audiens, dan menjaga reputasi organisasi dalam lingkungan digital yang kompetitif. Sebagai bagian dari pemahaman peran manajemen dalam pengelolaan media sosial, jurnal ini juga akan membahas pentingnya kepemimpinan yang efektif. Kepemimpinan dalam era digital tidak hanya melibatkan kemampuan tradisional seperti pengambilan keputusan dan komunikasi, tetapi juga melibatkan pemahaman mendalam terhadap dinamika media sosial. Kepemimpinan yang efektif dalam pengelolaan media sosial membutuhkan kemampuan untuk beradaptasi dengan perubahan cepat dan mampu mengarahkan tim untuk mencapai tujuan dalam lingkungan yang serba dinamis.

Selain itu, jurnal ini akan membahas dampak pengelolaan media sosial yang efektif terhadap keberlanjutan organisasi. Manajemen yang baik dalam mengelola media sosial dapat meningkatkan keterlibatan konsumen, memperluas jangkauan pasar, dan membangun hubungan yang kuat dengan pemangku kepentingan. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk memberikan wawasan yang mendalam tentang bagaimana manajemen dapat memainkan peran yang signifikan dalam memanfaatkan media sosial sebagai alat strategis untuk mencapai keberlanjutan organisasi dalam era digital. Dengan melibatkan konsep-konsep manajemen klasik dan teori-teori baru yang relevan dengan media sosial, jurnal ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang berharga bagi pemahaman kita tentang peran dan fungsi manajemen dalam konteks pengolahan media sosial di era digital yang terus berkembang. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan pandangan yang lebih jelas tentang bagaimana organisasi dapat mengoptimalkan manajemen mereka untuk menghadapi dinamika yang dihadapi dalam lingkungan digital yang terus berubah.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini mengadopsi pendekatan kualitatif untuk menggali pemahaman yang mendalam tentang peran dan fungsi manajemen dalam pengelolaan media sosial di era digital. Metode kualitatif dipilih karena memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi konteks, dinamika, dan kompleksitas fenomena yang melibatkan interaksi manusia serta memahami makna dari perspektif subjek penelitian. Pendekatan ini memanfaatkan teknik pengumpulan data seperti wawancara mendalam dengan manajer atau pemimpin organisasi yang aktif terlibat dalam pengelolaan media sosial, observasi partisipatif, dan analisis dokumen terkait strategi pengelolaan media sosial. Data kualitatif ini akan dianalisis secara tematik, memungkinkan identifikasi pola-pola, hubungan, dan makna yang muncul dari narasi dan pengalaman para responden. Dengan demikian, pendekatan kualitatif dipilih karena dapat memberikan wawasan yang mendalam dan kontekstual terhadap peran manajemen dalam konteks media sosial di era digital, memungkinkan pengembangan pemahaman yang lebih holistik terhadap fenomena yang sedang diteliti.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Peran Manajemen dalam Strategi Pengelolaan Media Sosial di Era Digital

Peran manajemen dalam strategi pengelolaan media sosial di era digital menempati posisi sentral dalam mencapai tujuan organisasi. Manajemen bukan hanya tentang tugas-tugas konvensional seperti alokasi sumber daya dan pengambilan keputusan, tetapi juga

melibatkan kemampuan untuk mengarahkan organisasi dalam pemanfaatan media sosial sebagai alat strategis. Perubahan paradigma komunikasi global yang dihadirkan oleh media sosial membutuhkan manajemen yang proaktif dan berorientasi pada inovasi. Dalam konteks pengelolaan media sosial, manajemen harus memahami keunikan dan dinamika platform-platform tersebut. Ini mencakup pemahaman mendalam terhadap perilaku konsumen online, tren konten yang sedang berkembang, dan strategi komunikasi yang efektif di dunia maya. Manajemen yang efektif akan dapat mengidentifikasi peluang, mengelola risiko, dan mengarahkan upaya organisasi untuk memaksimalkan kehadiran dan dampak positif di media sosial.

Pengembangan strategi pengelolaan media sosial yang berhasil memerlukan peran manajemen dalam menyusun rencana yang adaptif dan responsif terhadap perubahan cepat dalam lingkungan digital. Manajemen harus mampu mengintegrasikan media sosial ke dalam strategi pemasaran, komunikasi, dan branding organisasi. Ini melibatkan pemilihan platform yang tepat, pengelolaan konten yang relevan, dan pemantauan terus-menerus terhadap respons audiens. Manajemen juga harus mempertimbangkan aspek reputasi organisasi dalam pengelolaan media sosial. Risiko reputasi dapat muncul dari berbagai sumber, termasuk respons negatif dari pengguna media sosial, penyebaran informasi palsu, atau krisis yang timbul secara online. Oleh karena itu, manajemen perlu mengembangkan strategi yang proaktif untuk memitigasi risiko ini, termasuk pengelolaan krisis yang efektif dan kebijakan respons yang cepat.

Pentingnya kepemimpinan yang efektif juga tidak bisa diabaikan dalam peran manajemen dalam strategi pengelolaan media sosial. Kepemimpinan yang visioner dan beradaptasi dapat membimbing tim dalam menghadapi perubahan dan memanfaatkan peluang yang muncul. Kepemimpinan yang efektif di era digital melibatkan kemampuan untuk menginspirasi, mengarahkan, dan memberdayakan tim untuk mencapai tujuan organisasi di tengah dinamika yang kompleks. Selain itu, manajemen juga harus memperhatikan dampak pengelolaan media sosial terhadap keberlanjutan organisasi. Media sosial bukan hanya alat pemasaran, tetapi juga dapat berperan dalam membangun hubungan yang kuat dengan pemangku kepentingan dan menciptakan keterlibatan konsumen yang berkelanjutan. Manajemen yang berfokus pada keberlanjutan akan memastikan bahwa pengelolaan media sosial tidak hanya memberikan hasil jangka pendek, tetapi juga mendukung tujuan jangka panjang dan keberlanjutan organisasi.

Secara keseluruhan, peran manajemen dalam strategi pengelolaan media sosial di era digital tidak hanya bersifat teknis, tetapi juga strategis dan berorientasi pada visi. Manajemen yang efektif dalam konteks ini dapat menjadi pendorong utama keberhasilan organisasi dalam memanfaatkan potensi penuh media sosial untuk mencapai tujuan mereka. Dengan pengelolaan yang cerdas dan terfokus, manajemen dapat menciptakan dampak positif yang signifikan dalam lingkungan digital yang terus berkembang ini.

Tantangan-Tantangan Manajemen dalam Mengelola Media Sosial: Risiko Reputasi, Krisis Online, dan Adaptasi terhadap Tren Konten

Tantangan-tantangan yang dihadapi oleh manajemen dalam mengelola media sosial melibatkan sejumlah aspek yang kritis, termasuk risiko reputasi, krisis online, dan adaptasi terhadap tren konten yang selalu berubah. Risiko reputasi menjadi salah satu hambatan utama, mengingat dampak negatif dari respons pengguna atau penyebaran informasi yang tidak akurat dapat merusak citra organisasi secara signifikan. Manajemen harus memiliki strategi yang matang untuk mengelola dan melindungi reputasi perusahaan, termasuk pengembangan kebijakan respons terhadap situasi darurat dan pelibatan proaktif dengan pengguna media sosial. Selain risiko reputasi, krisis online menjadi tantangan lain yang membutuhkan perhatian manajemen. Kejadian yang tidak terduga, seperti serangan siber atau kampanye negatif, dapat memicu krisis yang merugikan. Manajemen harus memahami bahwa krisis dapat berkembang dengan cepat dalam lingkungan media sosial, sehingga respons yang cepat dan terkoordinasi menjadi kunci. Pembuatan rencana tanggap darurat

dan pelatihan tim manajemen untuk mengatasi krisis online adalah langkah yang krusial untuk menjaga keberlanjutan operasional dan reputasi organisasi.

Tantangan lainnya adalah adaptasi terhadap tren konten yang terus berubah. Dinamika cepat di dunia media sosial menuntut manajemen untuk tetap up-to-date dengan tren dan preferensi pengguna. Memahami perilaku konsumen online, menciptakan konten yang relevan, dan menjaga keterlibatan audiens memerlukan inovasi kontinu dalam strategi pengelolaan media sosial. Manajemen harus mampu mengidentifikasi tren yang muncul, mengevaluasi dampaknya, dan menyusun strategi adaptasi yang memungkinkan organisasi untuk tetap relevan dan menarik bagi audiens mereka. Tantangan adaptasi terhadap tren konten juga mencakup pemahaman yang mendalam terhadap platform media sosial tertentu. Setiap platform memiliki dinamika dan demografi pengguna yang berbeda, dan manajemen harus mampu menggabungkan pendekatan yang sesuai dengan karakteristik masing-masing platform. Pengelolaan kampanye yang efektif memerlukan penyesuaian strategi komunikasi, taktik promosi, dan jenis konten yang digunakan sesuai dengan lingkungan unik dari setiap media sosial.

Penting untuk dicatat bahwa tantangan-tantangan ini tidak dapat dianggap secara terpisah, tetapi seringkali saling terkait dan dapat memperkuat satu sama lain. Sebagai contoh, krisis online dapat memperburuk risiko reputasi, sementara kurangnya adaptasi terhadap tren konten dapat membuat organisasi menjadi kurang relevan di mata pengguna media sosial. Oleh karena itu, manajemen yang efektif dalam mengelola media sosial harus mengadopsi pendekatan holistik yang memperhitungkan interkoneksi dan kompleksitas dari setiap tantangan yang dihadapi. Dalam mengatasi tantangan-tantangan ini, manajemen perlu memiliki pemahaman yang mendalam tentang lingkungan media sosial, kemampuan analisis yang kuat, dan tanggung jawab yang tinggi terhadap dinamika yang terus berubah. Dengan demikian, manajemen yang berhasil dalam mengelola media sosial akan dapat memitigasi risiko, mengatasi krisis dengan cepat, dan terus beradaptasi dengan tren konten yang berkembang, sehingga menjaga reputasi organisasi dan mencapai keberlanjutan dalam lingkungan digital yang serba dinamis.

Kepemimpinan Efektif untuk Keberlanjutan Organisasi melalui Pengelolaan Media Sosial di Era Digital

Kepemimpinan efektif memainkan peran krusial dalam membimbing organisasi menuju keberlanjutan melalui pengelolaan media sosial di era digital. Dalam konteks ini, kepemimpinan tidak hanya melibatkan keterampilan tradisional seperti pengambilan keputusan dan delegasi tugas, tetapi juga memerlukan pemahaman mendalam terhadap perubahan cepat dan dinamika kompleks yang terkait dengan media sosial. Kepemimpinan yang efektif dalam pengelolaan media sosial melibatkan beberapa aspek kunci. Kepemimpinan yang visioner dan inovatif diperlukan untuk memahami peran strategis media sosial dalam pencapaian tujuan jangka panjang organisasi. Seorang pemimpin yang efektif tidak hanya harus memiliki wawasan tentang tren digital saat ini, tetapi juga harus mampu memproyeksikan perubahan yang mungkin terjadi di masa depan. Hal ini memungkinkan organisasi untuk mengembangkan strategi pengelolaan media sosial yang tidak hanya relevan saat ini tetapi juga mampu beradaptasi dengan perubahan mendatang.

Kepemimpinan dalam era digital menekankan pentingnya keterlibatan aktif dengan media sosial. Seorang pemimpin yang efektif harus hadir secara online, berinteraksi dengan audiens, dan memahami kebutuhan serta harapan mereka. Dengan menjadi bagian dari komunitas online, seorang pemimpin dapat membangun hubungan yang kuat dengan para pemangku kepentingan, membimbing organisasi melalui perubahan, dan memastikan bahwa strategi pengelolaan media sosial selaras dengan nilai-nilai dan misi organisasi. Penting juga untuk mencatat bahwa kepemimpinan dalam pengelolaan media sosial memerlukan tingkat transparansi yang tinggi. Media sosial memungkinkan interaksi langsung dan umpan balik instan, sehingga seorang pemimpin harus bersedia untuk terbuka tentang kebijakan, tujuan, dan perkembangan organisasi. Transparansi ini tidak hanya membangun kepercayaan di antara para pengikut, tetapi juga menciptakan citra organisasi yang terbuka dan responsif.

Selain itu, seorang pemimpin harus memiliki kemampuan untuk memahami analitika media sosial. Memantau kinerja kampanye, mengukur tingkat keterlibatan, dan menganalisis data dapat memberikan wawasan berharga untuk meningkatkan strategi pengelolaan media sosial. Kepemimpinan yang efektif harus mampu menggabungkan elemen kreativitas dengan pendekatan berbasis data untuk mengoptimalkan dampak organisasi di media sosial. Dalam menghadapi tantangan dan krisis yang mungkin muncul dalam pengelolaan media sosial, seorang pemimpin harus bersiap untuk mengambil tindakan dengan cepat dan efektif. Rencana tanggap darurat dan pelatihan krisis online adalah komponen penting dari kepemimpinan yang proaktif. Kemampuan untuk menjaga reputasi organisasi melalui respons yang cepat dan terkoordinasi menjadi kunci untuk meminimalkan dampak negatif dari situasi krisis.

Seorang pemimpin yang efektif harus mendorong budaya kolaborasi dalam timnya. Pengelolaan media sosial sering melibatkan kerjasama lintas departemen, dan kepemimpinan harus mampu memfasilitasi kolaborasi yang efektif. Dengan memotivasi tim untuk berbagi ide, keterampilan, dan pengalaman, seorang pemimpin dapat memaksimalkan potensi inovasi dalam strategi pengelolaan media sosial. Dalam kesimpulan, kepemimpinan efektif memegang peran utama dalam mengarahkan organisasi menuju keberlanjutan melalui pengelolaan media sosial di era digital. Pemimpin yang visioner, terlibat aktif, transparan, dan analitis dapat menciptakan dampak positif yang signifikan dalam lingkungan digital yang terus berkembang. Dengan memadukan keterampilan kepemimpinan tradisional dengan pemahaman yang mendalam tentang media sosial, seorang pemimpin dapat membawa organisasi ke tingkat yang lebih tinggi dalam mencapai tujuan dan memastikan keberlanjutan jangka panjang.

SIMPULAN

Dalam mengkaji peran dan fungsi manajemen dalam pengelolaan media sosial di era digital, penelitian ini mendalami pada tiga rumusan masalah kunci, yaitu strategi pengelolaan media sosial, tantangan-tantangan yang dihadapi, dan peran kepemimpinan dalam mencapai keberlanjutan organisasi. Strategi pengelolaan media sosial, sebagai fokus pertama, membutuhkan pendekatan yang adaptif dan responsif terhadap dinamika cepat di dunia digital. Manajemen harus memahami peran media sosial sebagai alat strategis dalam mencapai tujuan organisasi, melibatkan platform yang relevan, pengelolaan konten yang tepat, dan pemantauan terus-menerus terhadap respons audiens. Namun, seiring dengan strategi pengelolaan media sosial, penelitian juga mengungkap tantangan-tantangan yang signifikan dalam perjalanan manajemen. Risiko reputasi, yang menjadi perhatian utama, membutuhkan strategi proaktif untuk melibatkan pengguna dan mengatasi respons negatif yang mungkin timbul. Krisis online, sebagai tantangan kedua, menekankan pentingnya respons cepat dan terkoordinasi untuk menjaga keberlanjutan organisasi di tengah situasi darurat. Adaptasi terhadap tren konten yang terus berubah, tantangan ketiga, menunjukkan bahwa manajemen harus selalu inovatif dan terus memantau perubahan tren untuk tetap relevan dan menarik bagi audiens.

Dalam menghadapi tantangan ini, peran kepemimpinan menjadi elemen kunci dalam mengarahkan organisasi menuju keberlanjutan melalui pengelolaan media sosial. Seorang pemimpin yang efektif harus memiliki visi yang jelas terkait strategi pengelolaan media sosial, mampu memproyeksikan perubahan di masa depan, dan bersedia beradaptasi dengan dinamika lingkungan digital. Kepemimpinan yang efektif juga melibatkan keterlibatan aktif dengan media sosial, dimana seorang pemimpin hadir secara online, berinteraksi dengan pengguna, dan membangun hubungan yang kuat dengan para pemangku kepentingan. Transparansi juga menjadi kunci dalam peran kepemimpinan, di mana pemimpin harus bersedia untuk terbuka tentang kebijakan dan perkembangan organisasi. Hal ini menciptakan citra organisasi yang terbuka dan responsif di mata publik. Kepemimpinan yang efektif juga harus memahami dan mengelola analitika media sosial, menggunakan data untuk mengoptimalkan strategi dan memahami dampak kampanye di platform tersebut.

Dalam konteks risiko reputasi dan krisis online, kepemimpinan memainkan peran krusial dalam merumuskan rencana tanggap darurat dan pelatihan tim manajemen untuk mengatasi situasi darurat. Kemampuan untuk menjaga reputasi organisasi melalui respons yang cepat dan terkoordinasi menjadi kunci untuk meminimalkan dampak negatif dari situasi krisis. Dengan demikian, kepemimpinan yang efektif dalam pengelolaan media sosial tidak hanya berkaitan dengan pengembangan strategi, tetapi juga melibatkan tanggung jawab dalam mengelola tantangan dan krisis yang mungkin muncul.

Secara keseluruhan, penelitian ini menyoroti kompleksitas dan interkoneksi antara strategi pengelolaan media sosial, tantangan yang dihadapi, dan peran kepemimpinan dalam konteks era digital. Manajemen yang cerdas dan terfokus harus memahami secara mendalam dinamika media sosial, sementara kepemimpinan yang efektif harus mengintegrasikan visi strategis dengan tanggung jawab terhadap tantangan dan krisis. Dengan begitu, organisasi dapat mencapai keberlanjutan yang kokoh dan memanfaatkan potensi penuh media sosial sebagai alat strategis untuk mencapai tujuan mereka.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdussamad, H. Z., & Sik, M. S. (2021). *Metode penelitian kualitatif*. CV. Syakir Media Press.
- Agustina, R., Nur'aini, S., Nazla, L., Hanapiah, S., & Marlina, L. (2023). Era Digital: Tantangan dan Peluang Dalam Dunia Kerja. *Journal of Economics and Business*, 1(1).
- Amin, S., & Wispandono, R. M. (2023). Peran Karyawan Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Dalam Pengembangan Sumber Daya Manusia Di Era-Digital Pada Pokdarwis Pantai Tlangoh Bangkalan. *Journal of Business, Finance, and Economics (JBFE)*, 4(2).
- Aprilia, N., Permadi, B., Berampu, F. A. I. A., & Kesuma, S. A. (2023). Media Sosial Sebagai Penunjang Komunikasi Bisnis di Era Digital. *Utlity: Jurnal Ilmiah Pendidikan Dan Ekonomi*, 7(02).
- Aulia, B. W., Rizki, M., Prindiyana, P., & Surgana, S. (2023). Peran Krusial Jaringan Komputer dan Basis Data dalam Era Digital. *JUSTINFO| Jurnal Sistem Informasi dan Teknologi Informasi*, 1(1).
- Burhanuddin, H., & Mujib, A. (2023). Pelatihan Pengelolaan Media Sosial Bagi Muslim Milenial Dalam Meningkatkan Kecakapan Digital. *Madani: Indonesian Journal of Civil Society*, 5(2).
- Hakim, A. R. (2023). Konsep Manajemen Sumber Daya Manusia Terhadap Kesejahteraan Rakyat di Era Tantangan Digital. *Journal of Economics and Business UBS*, 12(4).
- Hakim, A. R. (2023). Konsep Manajemen Sumber Daya Manusia Terhadap Kesejahteraan Rakyat di Era Tantangan Digital. *Journal of Economics and Business UBS*, 12(4).
- Kurnia, D. S., & Soeratin, H. Z. (2023). Peran Kepemimpinan Suatu Institusi dalam Mengakselerasi Penanganan Korupsi di Era Digitalisasi 5.0 dan Sosial Media dengan Kepemimpinan Manajemen Pendidikan Islam. *ANWARUL*, 3(4)
- Nuriyawan, E. D. (2023). Peran Pemberdayaan SDM di Era Digital Dalam Pengembangan UMKM . *Abdima Jurnal Pengabdian Mahasiswa.*, 2(1).
- Rachmawati, D. W., Khasanah, U., Benned, M., & Susanto, Y. (2023). Pelatihan Pengelolaan Sdm Di Era Digital Pada Umkm Binaan Dinas Koperasi Dan Usaha Kecil. *SABAJAYA Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(4)
- Silalahi, M., Siregar, L., Sudirman, A., Welly, Y., Sianipar, M. Y., & Ambarita, M. H. (2023). Pengembangan Karakter Dan Penguatan Pengelolaan Keuangan Capai Merdeka Finansial Bagi Generasi Muda Dalam Era Digital di Gereja HKBP SIANTAR BARU. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(6).
- Waloyojati, P. (2023). Strategi Redaksi Koran SINDO Dalam Menjaga Eksistensi di Era Digital (Doctoral dissertation, Universitas Nasional).