



## Strategi Komunikasi Digital dalam Meningkatkan Partisipasi Masyarakat Terhadap Program Pemerintah

Abdul Kohar<sup>1</sup> Eva Nurhaliza<sup>2</sup> Siti Ghina Rahma<sup>3</sup> Yulia Puspitasari<sup>4</sup> Riska Ferdiana<sup>5</sup>

<sup>1-5</sup> Ilmu Komunikasi, Universitas Bina Bangsa, Indonesia

Korespondensi Penulis : [koharabdul412@gmail.com](mailto:koharabdul412@gmail.com)

**Abstract** The development of digital technology has transformed how governments communicate with the public. Effective communication through digital media is key to increasing public participation in various government programs. This study analyzes digital communication strategies that can enhance community engagement. The use of social media, the development of digital tourism, and the dissemination of policies through digital platforms play an essential role in strengthening interactions between the government and society. Additionally, communication strategies in public transportation, the transition from analog to digital television broadcasting, and synergy in social activities also contribute to the effectiveness of government communication. An appropriate digital communication strategy should not only be informative but also interactive to build trust and enhance public engagement more effectively.

**Keywords:** Digital Communication, Government Programs, Public Policy, Social Media

**Abstrak** Perkembangan teknologi digital telah mengubah cara pemerintah berkomunikasi dengan masyarakat. Komunikasi yang efektif melalui media digital menjadi kunci dalam meningkatkan partisipasi publik terhadap berbagai program pemerintah. Penelitian ini menganalisis strategi komunikasi digital yang dapat meningkatkan keterlibatan masyarakat. Pemanfaatan media sosial, pengembangan pariwisata digital, serta sosialisasi kebijakan melalui media digital berperan penting dalam memperkuat interaksi antara pemerintah dengan masyarakat. Selain itu, strategi komunikasi dalam transportasi publik, migrasi siaran televisi ke digital, serta sinergitas dalam kegiatan sosial juga turut mendukung efektivitas komunikasi pemerintah. Strategi komunikasi digital yang tepat tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga interaktif agar dapat membangun kepercayaan dan keterlibatan masyarakat secara lebih optimal.

**Kata Kunci:** Komunikasi Digital, Program Pemerintah, Kebijakan Publik, Media Sosial

### 1. PENDAHULUAN

Dalam era digital saat ini, teknologi telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari, termasuk dalam cara pemerintah berkomunikasi dengan masyarakat. Perubahan ini tidak hanya terjadi dalam sektor bisnis atau hiburan, tetapi juga dalam pemerintahan yang semakin mengandalkan teknologi digital untuk menyampaikan informasi, mengelola kebijakan, dan meningkatkan partisipasi publik. Komunikasi yang efektif menjadi kunci utama bagi pemerintah dalam membangun keterlibatan masyarakat terhadap berbagai program yang dijalankan. Komunikasi efektif adalah komunikasi yang mampu menghasilkan perubahan sikap (attitude change) pada orang yang terlibat dalam komunikasi. Komunikasi yang baik tidak hanya berfungsi dalam penyampaian informasi, tetapi juga dalam membangun hubungan antara pemerintah dengan masyarakat (Laksana, Motik, Yanti, Nazwa, & Widiyanti, 2024).

Di tengah pesatnya perkembangan media sosial dan platform digital lainnya, Akses internet semakin meluas ke berbagai lapisan masyarakat, termasuk orang tua, remaja, dan anak-anak, kemudahan ini semakin didorong dengan kemajuan teknologi perangkat mobile seperti

smartphone, yang memungkinkan akses internet kapan saja dan dimana saja (Saefullah, Laksana, Muflihah, Suseno, Hartoko, & Wahdaliansyah, 2024). Hal ini tentu menjadi peluang sekaligus tantangan bagi pemerintah dalam menyampaikan pesan yang jelas, transparan, dan dapat dipercaya. Jika strategi komunikasi digital tidak dirancang dengan baik, bisa saja informasi yang disampaikan kurang efektif atau bahkan menimbulkan kesalahpahaman di kalangan masyarakat. Oleh karena itu, dibutuhkan strategi komunikasi digital yang tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga interaktif agar dapat membangun kepercayaan serta keterlibatan masyarakat secara lebih optimal.

Berbagai aspek telah menunjukkan bagaimana komunikasi digital memainkan peran penting dalam berbagai sektor, seperti promosi pariwisata melalui media digital, sosialisasi kebijakan publik, serta peningkatan layanan transportasi berbasis teknologi. Selain itu, peralihan siaran televisi dari analog ke digital juga menjadi salah satu contoh nyata bagaimana teknologi dapat mengubah cara masyarakat menerima informasi dari pemerintah. Dengan strategi komunikasi yang tepat, pemerintah tidak hanya dapat menyampaikan informasi dengan lebih efektif, tetapi juga membangun hubungan yang lebih erat dengan masyarakat.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini akan membahas bagaimana strategi komunikasi digital yang efektif dapat meningkatkan keterlibatan masyarakat terhadap program-program pemerintah. Melalui analisis berbagai aspek komunikasi digital, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam mengenai peran teknologi dalam membangun interaksi yang lebih baik antara pemerintah dengan masyarakat.

## **2. METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi literatur untuk menggali lebih dalam tentang komunikasi digital dan partisipasi masyarakat. Sumber data pertama berasal dari berbagai publikasi ilmiah yang ditulis oleh April Laksana dan rekan-rekannya. Yang secara khusus membahas dinamika interaksi digital dan berbagai konteks sosial. Melalui analisis yang cermat terhadap temuan-temuan dari studi-studi tersebut, dirumuskan strategi komunikasi digital yang tidak hanya relevan secara teoritis, tetapi juga memiliki dampak nyata dalam meningkatkan partisipasi masyarakat di ranah digital.

## **3. HASIL DAN PEMBAHASAN**

Kegiatan komunikasi selalu terjadi dalam kehidupan sehari-hari, tidak ada aktifitas yang dilaksanakan tanpa komunikasi secara langsung maupun tidak langsung, verbal maupun nonverbal, begitu juga komunikasi yang dilakukan antara pemerintah dengan masyarakat.

Dalam komunikasi organisasi, menempatkan komunikasi sebagai salah satu unsur yang penting dalam mewujudkan keberhasilan suatu rencana atau kegiatan. komunikasi dalam organisasi mempunyai banyak sekali manfaat, dan menjadi bagian yang sangat penting dalam kehidupan berorganisasi. (Laksana, Deden, Arifin, Hibatullah, & Albana, 2024).

Dalam era globalisasi dan kemajuan teknologi yang cepat, pembangunan berkelanjutan tidak lagi hanya menjadi tanggung jawab pemerintah atau lembaga formal semata. Masyarakat desa, sebagai pilar penting dalam struktur social dan ekonomi negara, juga memiliki peran aktif dalam menggali potensi local dan mewujudkan kesejahteraan bersama. (Laksana, Kenedi, Faturohman, & Sukmawan, 2023).

Penyelenggara pelayanan publik adalah instansi pemerintah yang terbagi ke dalam unit-unit pelayanan yang secara langsung memberikan pelayanan kepada masyarakat. Ukuran keberhasilan pelayanan akan tergambar pada indeks kepuasan masyarakat yang diterima oleh para penerima pelayanan berdasarkan harapan dan kebutuhan mereka yang sebenarnya. Namun sebenarnya pelayanan publik dapat bekerja sama dengan pihak swasta atau diserahkan kepada swasta apabila memang dipandang lebih efektif dan sepanjang mampu memberikan kepuasan maksimal kepada masyarakat (Laksana, Saepudin, Wahyiah, 2024).

Komitmen pemerintah memberikan layanan publik pada masyarakat, tentunya diharapkan masyarakat dapat mengembangkan potensi dirinya baik untuk kesejahteraan individu maupun kelompok sosial lainnya. Terpenuhinya kebutuhan yang mendasar, masyarakat dapat menjangkau dan mensukseskan kegiatan yang berada di luar kemampuan dirinya dengan adanya bantuan layanan publik. Untuk mencapai layanan publik yang mendasar bagi masyarakat, maka pemerintah perlu mengembangkan standar prosedur pelayanan publik berbasis kebutuhan masyarakat. Layanan publik yang baik dan terfokus adalah, layanan yang diadakan oleh pemerintah untuk pemenuhan kebutuhan masyarakat yang sangat diperlukan (Handayani, Laksana, 2024).

Strategi merupakan bagian dari rencana, dan rencana adalah hasil dari perencanaan (Pamungkas, Saputra, & Laksana, 2024), Strategi komunikasi digital adalah strategi yang berhubungan dengan penggunaan teknologi informasi dan komunikasi untuk suatu tujuan atau keberhasilan (Pamungkas, Saputra, & Laksana, 2024). Strategi komunikasi digital merupakan wadah yang dapat digunakan sebagai tempat perwakilan aspirasi masyarakat, edukasi atau juga hubungan komunikasi yang dilakukan antara pemerintah dengan masyarakat.

Pembahasan ini meliputi hasil identifikasi pendekatan studi literature yang bersumber pada data pertama yang berasal dari berbagai publikasi ilmiah yang ditulis oleh April Laksana

dan Rekan-rekannya terhadap beberapa strategi komunikasi digital efektif yang dapat meningkatkan partisipasi masyarakat terhadap program pemerintah :

### 1. Pemanfaatan media sosial dalam komunikasi pemerintah

Media sosial telah menjadi alat yang sangat penting dalam strategi komunikasi pemerintah, memungkinkan penyebaran informasi yang lebih cepat, luas dan interaktif. Laksana & Fajarwati (2021) meneliti bagaimana komunikasi organisasi yang efektif melalui media sosial dapat meningkatkan kesejahteraan karyawan dengan menciptakan lingkungan komunikasi yang lebih terbuka dan responsive. Temuan ini juga relafan dengan konteks komunikasi pemerintah, dimana pemanfaatan media sosial yang optimal dapat membantu menjangkau masyarakat lebih luas, mempercepat respons terhadap aspirasi public, serta meningkatkan transparansi dan kepercayaan terhadap kebijakan yang diterapkan. Dengan demikian, media sosial bukan hanya alat penyebaran informasi, tetapi juga strategi penting dalam membangun partisipasi dan keterlibatan masyarakat.

### 2. Pengembangan pariwisata digital sebagai promosi ekonomi kreatif

Startegi pengembangan pariwisata digital terbukti efektif dalam mendorong pertumbuhan ekonomi kreatif (Laksana, Kenedi, & Permana, 2022). Pemanfaatan teknologi digital memungkinkan destinasi wisata lebih dikenal melalui media sosial, situs web, dan aplikasi perjalanan sehingga meningkatkan daya Tarik dan jumlah kunjungan wisatawan. Selain itu, digitalisasi juga membuka peluang bagi masyarakat lokal untuk berkontribusi dalam industry pariwisata, baik melalui pemasaran digital, layanan berbasis teknologi, maupun pengembangan produk kreatif. Dengan demikian, pariwisata digital tidak hanya memperkuat sektor wisata, tetapi juga memberdayakan masyarakat dan mendorong ekonomi kreatif di berbagai daerah.

### 3. Transparansi dan Efisiensi Pelayanan

Partisipasi masyarakat menjadi elemen penting bagi pemerintah dalam memberikan pelayanan publik di desa, dengan melibatkan masyarakat dalam proses perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi program, pemerintah desa dapat memastikan bahwa layanan yang diberikan benar-benar sesuai dengan kebutuhan dan harapan masyarakat. Partisipasi ini juga mendorong rasa memiliki dan tanggung jawab bersama dalam kemajuan pembangunan desa. Salah satu strategi komunikasi yang bertujuan untuk menciptakan komunikasi yang efektif dan meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap pemerintah desa adalah dengan penggunaan dan pemanfaatan aplikasi desa digital, Pemerintah desa menyampaikan informasi terkait penggunaan anggaran dan pelaksanaan program secara terbuka kepada masyarakat. Dengan penggunaan dan pemanfaatan aplikasi desa digital, masyarakat dapat mengetahui informasi

yang disampaikan oleh pemerintah desa, dengan hal ini masyarakat dapat berpartisipasi secara digital dan dapat meningkatkan transparansi serta efisiensi pelayanan pemerintah desa kepada masyarakat. Selain itu dibutuhkan kerja sama antardesa sebagai strategi lain untuk meningkatkan pelayanan publik. Dengan membentuk forum atau asosiasi antardesa, pemerintah desa dapat saling bertukar pengalaman dan sumber daya untuk mengatasi permasalahan bersama. Sehingga kerjasama ini menjadi strategi komunikasi yang efektif antara pemerintah dengan masyarakat dan diharapkan dapat meningkatnya kualitas dan efektivitas pelayanan public di pemerintahan desa, serta dapat memenuhi kebutuhan masyarakat dengan lebih baik (Laksana, Hartoko, Atomy, Handayani, & Wahyiah, 2023).

#### 4. Keterlibatan masyarakat dalam mengembangkan dan menggunakan teknologi

Kemajuan teknologi dapat memberikan banyak kemudahan dalam aktivitas manusia dan masyarakat sosial (Laksana, Fitrianti, & Humadi, 2022 ). Terlihat pada kualitas sumber daya manusia (SDM) saat ini sudah tergantikan dengan teknologi dan robot (Laksana, Saepulloh, & Diantoro, 2024). Dalam era kemajuan teknologi saat ini penggunaan dan pemanfaatan AI menjadi salah satu hal penting dalam meningkatkan kualitas sumber daya manusia, Menurut survei Ipsos pada Mei 2023, sebanyak 78% masyarakat Indonesia percaya bahwa AI dapat membawa lebih banyak manfaat bagi manusia (Laksana, Sari, Rahmanda, F, & Putri, 2024) . Seiring dengan kemajuan teknologi, konsep Society 5.0 berkembang sebagai kelanjutan dari Revolusi Industri 4.0. Konsep Society 5.0 menitikberatkan pada integrasi teknologi yang lebih mendalam antara dunia fisik dan digital. Melibatkan pemanfaatan kecerdasan buatan (AI), Internet of Things (IoT), big data, robotika, dan teknologi canggih lainnya, integrasi ini bertujuan menciptakan solusi yang efisien dan berkelanjutan. Fokus utamanya terletak pada manfaat sosial, dengan upaya meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui peningkatan kualitas hidup, pelayanan kesehatan, pendidikan, dan infrastruktur. Pengembangan dan pemanfaatan Society 5.0 ikut mendorong partisipasi aktif masyarakat, dalam mempromosikan kolaborasi antara sektor publik, swasta, dan masyarakat umum guna mencapai tujuan bersama. Dengan memahami tantangan dan memanfaatkan peluang ini, pemerintah dapat mengembangkan strategi komunikasi yang adaptif dan responsive, serta kerja sama dengan masyarakat dalam memanfaatkan AI, Adaptasi terhadap konsep ini diharapkan menjadi peluang untuk menciptakan nilai jangka panjang yang bermanfaat dan berguna untuk masa depan.

#### 5. Evaluasi potensi ekonomi pariwisata pesisir

Evaluasi potensi ekonomi kawasan wisata pesisir memiliki peran krusial dalam mendukung strategi komunikasi pemerintah di sektor pariwisata. Kenedi, Sukmawan, dan

Laksana (2022) menekankan bahwa komunikasi yang efektif menjadi faktor utama dalam pengelolaan dan promosi destinasi wisata pesisir. Pemerintah dan pemangku kepentingan perlu menyusun strategi komunikasi yang terarah agar potensi ekonomi kawasan pesisir dapat dimanfaatkan secara optimal, tidak hanya untuk menarik wisatawan, tetapi juga meningkatkan keterlibatan masyarakat setempat dalam pengembangan sektor pariwisata. Promosi yang tepat akan menyebarkan informasi mengenai daya tarik wisata, keunikan budaya lokal, serta peluang ekonomi secara lebih luas dan efektif, sekaligus mendorong investasi di sektor pariwisata pesisir. Dengan adanya promosi yang konsisten, transparan, dan berbasis data, calon investor akan lebih yakin terhadap prospek ekonomi kawasan wisata pesisir, yang pada akhirnya berkontribusi pada peningkatan infrastruktur, penyediaan lapangan kerja, serta kesejahteraan masyarakat pesisir. Oleh karena itu, evaluasi potensi ekonomi pariwisata pesisir harus dilakukan secara komprehensif dengan mempertimbangkan efektivitas strategi komunikasi yang digunakan, sehingga pengelolaan dan promosi wisata pesisir dapat memberikan manfaat ekonomi yang signifikan bagi masyarakat maupun pemerintah daerah.

#### 6. Pemanfaatan Platform Marketplace dalam mempromosikan suatu produk dan jasa

Strategi komunikasi lainnya yang harus dilakukan antara pemerintah dengan masyarakat untuk meningkatkan partisipasi masyarakat dalam program pemerintah, demi kesejahteraan bersama adalah dengan memberikan pengarahannya dalam bidang teknologi atau penggunaan Platform Marketplace untuk menunjang dan meningkatkan Ekonomi kreatif berbasis kearifan lokal, yaitu dengan mempromosikan suatu produk dan jasa di masyarakat khususnya masyarakat adat yang masih melestarikan budaya atau adat di daerahnya masing-masing. sebuah pendekatan pembangunan ekonomi yang baik dapat dilakukan antara pemerintah setempat dengan masyarakat adat dengan memanfaatkan potensi budaya, tradisi, dan pengetahuan lokal untuk menciptakan produk dan jasa yang inovatif serta berdaya saing tinggi (Laksana, Saepudin, Wahyiah, Pratiwi, Asnawi, Fadilah, Yulianti, Hidayatullah, Illahiya, & Lia, 2024). Budaya masyarakat setempat merupakan kearifan lokal yang harus dilestarikan dan dikembangkan, kearifan lokal dalam budaya dapat berupa produk-produk yang memiliki nilai-nilai yang bermakna seperti kerajinan, kesenian, kuliner, dan lain-lain. Dengan bantuan media social atau platform marketplace serta partisipasi aktif dari masyarakat daerah dalam mempromosikan suatu produk dan jasa, hal tersebut akan memberikan dampak yang positif bagi penjualan dan dapat meningkatkan ekonomi suatu daerah, hal ini tentu selaras dengan program pemerintah yang ingin memajukan dan mensejahterakan masyarakat.

#### 4. KESIMPULAN

Dalam era digital yang terus berkembang, strategi komunikasi digital yang efektif menjadi sangat penting bagi pemerintah dalam meningkatkan keterlibatan masyarakat terhadap program-program yang dijalankan. Penelitian ini menunjukkan bahwa pemanfaatan media sosial, pengembangan pariwisata digital, transparansi dalam pelayanan publik, serta keterlibatan masyarakat dalam penggunaan teknologi adalah beberapa strategi kunci yang dapat meningkatkan partisipasi masyarakat.

Media sosial berfungsi tidak hanya sebagai alat penyebaran informasi, tetapi juga sebagai platform interaktif yang mempercepat respons terhadap aspirasi publik dan membangun kepercayaan. Pengembangan pariwisata digital memberikan peluang bagi masyarakat lokal untuk berkontribusi dalam ekonomi kreatif, sementara transparansi dalam pelayanan publik melalui aplikasi digital meningkatkan akuntabilitas dan efisiensi. Keterlibatan masyarakat dalam pengembangan dan penggunaan teknologi, termasuk pemanfaatan AI dan konsep Society 5.0, mendorong kolaborasi antara sektor publik dan masyarakat, yang pada gilirannya dapat menciptakan solusi yang lebih berkelanjutan.

Evaluasi potensi ekonomi, terutama di sektor pariwisata pesisir, serta pemanfaatan platform marketplace untuk mempromosikan produk lokal, juga menjadi bagian penting dari strategi komunikasi yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Dengan demikian, pemerintah perlu merancang dan menerapkan strategi komunikasi digital yang adaptif dan responsif, agar dapat memenuhi kebutuhan masyarakat dan mendorong partisipasi aktif dalam pembangunan. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam mengenai peran teknologi dalam membangun interaksi yang lebih baik antara pemerintah dan masyarakat, serta memberikan rekomendasi bagi pengembangan kebijakan komunikasi yang lebih efektif di masa depan.

## **5. SARAN**

Adapun saran yang dapat penyusun sampaikan pada penelitian ini adalah : Pemerintah harus lebih membangun komunikasi yang lebih dekat dan efektif dengan masyarakat, guna meningkatkan partisipasi dan keterlibatan masyarakat dalam program pemerintah, agar terciptanya kesejahteraan bersama.

## **DAFTAR PUSTAKA**

Kenedi, K., Fatur Rahman, F., Laksana, A., & Sukmawan, I. (2023). Optimalisasi potensi desa: Sosialisasi komprehensif pembentukan BUMDes dari perspektif ekonomi, manajemen dan regulasi hukum. *Community Development Journal*, 4(4), 7030–7037.

- Kenedi, K., Sukmawan, I., & Laksana, A. (2022). Evaluation of the economic potential of coastal tourism strategic area of Anyer Tourism-Cinangka. *Jurnal Ekonomi*, 11(1), 611–618.
- Laksana, A., & Fajarwati, N. K. (2021). Strategi komunikasi organisasi Serikat Pekerja Nasional PT. Parkland World Indonesia dalam meningkatkan kesejahteraan karyawan. *Bureaucracy Journal: Indonesian Journal of Law and Social-Political Governance*, 1(2), 81–91.
- Laksana, A., & Handayani, P. (2024). Strategi efisiensi pemeliharaan aset publik di sektor pemerintah. *Journal Politics and Government*, 1(2), 222–231.
- Laksana, A., Deden, D., Arifin, I., Hibatullah, R., & Albana, S. M. (2024). Peran komunikasi asertif dalam hubungan kerja yang positif dan produktif. *Konsensus: Jurnal Ilmu Pertahanan, Hukum dan Ilmu Komunikasi*, 1(6), 60–67.
- Laksana, A., Fitrianti, R., & Humadi, A. (2022). Sosialisasi pengembangan media dalam pemanfaatan TV digital di Desa Banyumas. *JIPAM: Jurnal Ilmiah Pengabdian kepada Masyarakat*, 1(3), 121–180.
- Laksana, A., Hartoko, G., Atomy, S., Handayani, P., & Wahyiah, R. I. (2023). Pelayanan publik dalam penyelenggaraan pemerintahan desa. *Batara Wisnu Journal: Indonesian Journal of Community Services*, 3(2), 542–553.
- Laksana, A., Kenedi, K., & Permana, B. R. S. (2022). Strategi pengembangan pariwisata digital sebagai upaya promosi pariwisata ekonomi kreatif di Provinsi Banten. *Jurnal Ekonomi*, 11(1), 631–638.
- Laksana, A., Motik, E., Yanti, R., Nazwa, N., & Widiyanti, I. (2024). Pengaruh komunikasi efektif dalam human relation terhadap kinerja karyawan serta pembentukan lingkungan kerja yang positif. *Konsensus: Jurnal Ilmu Pertahanan, Hukum dan Ilmu Komunikasi*, 1(6), 68–79.
- Laksana, A., Saepudin, A. E., & Wahyiah, R. I. (2024). Pelayanan publik di Kecamatan Purwakarta Kota Cilegon berdasarkan tata kelola taat asas. *PANDITA: Interdisciplinary Journal of Public Affairs*, 7(1), 16–24.
- Laksana, A., Saepudin, A. E., Wahyiah, R. I., Pratiwi, A. D., Asnawi, A., Fadilah, S., Yulianti, C. N., Hidayatullah, S. M., Illahiya, A., & Lia, L. (2024). Pengembangan ekonomi kreatif berbasis kearifan lokal masyarakat Baduy dalam melestarikan kain tenun Aros sebagai simbol budaya Baduy. *Mb Minta Baharu*, 8(1), 17–25.
- Laksana, A., Saepulloh, A., & Diantoro, E. (2024). Peran serikat pekerja dalam meningkatkan kualitas dan pengembangan sumber daya manusia anggota serikat saat menghadapi tantangan di era globalisasi (Studi kasus Serikat Nasional Kabupaten Serang). *Bureaucracy Journal: Indonesian Journal of Law and Social-Political Governance*, 4(2), 1597–1606.
- Laksana, A., Sari, J. N., Rahmanda, E., F. Y. F., & Putri, T. (2024). Komunikasi korporasi pada era Society 5.0. *ETIC (Education and Social Science Journal)*, 1(2), 86–98.

Pamungkas, S. D., Saputra, B. I., & Laksana, A. (2024). Strategi komunikasi digital melalui media sosial untuk membangun kepercayaan konsumen. *Konsensus: Jurnal Ilmu Pertahanan, Hukum dan Ilmu Komunikasi*, 1(6), 88–94.

Saefullah, E., Laksana, A., Muflihah, M., Suseno, D. B., Hartoko, G., & Wahdaliansyah, A. (2024). Penyuluhan hukum: Dampak negatif judi online dan pinjaman online. *Jurnal Pengabdian Masyarakat I-Com: Indonesian Community Journal*, 4(3), 2000–2010.