

## TRANSFORMASI KOMUNIKASI ORGANISASI MELALUI DIGITALISASI

### THE TRANSFORMATION OF ORGANIZATIONAL COMMUNICATION THROUGH DIGITALIZATION

Riko Fardiansyah<sup>1\*</sup>, Intan Putri<sup>2</sup>, Annisa Ghina Istighfarany<sup>3</sup>, Novasriady<sup>4</sup>

<sup>1,2,3,4</sup> Prodi Ilmu Komunikasi/Universitas Sumatera Selatan

\*Email Correspondence: riko.fardiansyah@uss.ac.id

#### Abstract

*Digitalization has become a major driving force in transforming organizational communication practices, including communication processes, media, and interaction patterns among organizational members. This study aims to analyze the transformation of organizational communication through digitalization and to examine its impact on communication effectiveness and organizational performance among Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) located in the 26 Ilir area of Palembang City. The research employs a qualitative approach, with data collected through in-depth interviews, participant observation, and documentation studies involving MSME actors directly engaged in digital-based organizational communication. The findings indicate that the digitalization of organizational communication among MSMEs in the 26 Ilir area of Palembang City accelerates information flow, improves work coordination, and fosters more flexible and responsive communication patterns. The use of digital communication platforms, such as instant messaging applications and social media, plays a significant role in supporting decision-making processes and expanding the scope of internal and external communication. However, this transformation also faces several challenges, including differences in digital literacy levels among MSME actors, limitations in technological infrastructure, and the potential for miscommunication due to reduced face-to-face interactions. In conclusion, the transformation of organizational communication through digitalization in MSMEs requires well-planned communication strategies, continuous capacity building of human resources, and ongoing adaptation to digital technological developments in order to enhance communication effectiveness and ensure sustainable competitiveness.*

**Keywords:** *Organizational Communification, Digitalization, MSMEs, Digital Transformation*

Digitalisasi menjadi faktor utama yang mendorong perubahan dalam praktik komunikasi organisasi, baik dari sisi proses, media, maupun pola interaksi antaranggota organisasi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis transformasi komunikasi organisasi melalui digitalisasi serta mengkaji dampaknya terhadap efektivitas komunikasi dan kinerja organisasi pada UMKM yang berlokasi di kawasan 26 Ilir Kota Palembang. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam, observasi partisipatif, dan studi dokumentasi terhadap pelaku UMKM yang terlibat langsung dalam proses komunikasi organisasi berbasis digital. Hasil penelitian menunjukkan bahwa digitalisasi komunikasi organisasi pada UMKM di kawasan 26 Ilir Kota Palembang mampu mempercepat arus informasi, meningkatkan koordinasi kerja, serta membentuk pola komunikasi yang lebih fleksibel dan responsif. Pemanfaatan platform komunikasi digital, seperti aplikasi pesan instan dan media sosial, berperan penting dalam mendukung pengambilan keputusan serta memperluas jangkauan komunikasi internal dan eksternal. Namun demikian, transformasi ini masih menghadapi sejumlah tantangan, antara lain perbedaan tingkat literasi digital pelaku UMKM, keterbatasan infrastruktur teknologi, serta potensi miskomunikasi akibat minimnya interaksi tatap muka. Simpulan penelitian ini menegaskan bahwa transformasi komunikasi organisasi melalui digitalisasi pada UMKM memerlukan strategi komunikasi yang terencana, peningkatan kapasitas sumber daya manusia, serta adaptasi berkelanjutan terhadap perkembangan teknologi digital agar mampu meningkatkan efektivitas komunikasi dan daya saing UMKM secara berkelanjutan.

**Kata kunci:** *Komunikasi Organisasi, Digitalisasi, UMKM, Transformasi Digital*

#### PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan organisasi, termasuk dalam praktik komunikasi organisasi. Digitalisasi tidak hanya mengubah media komunikasi yang digunakan, tetapi juga memengaruhi struktur, pola interaksi, serta budaya

komunikasi di dalam organisasi (Castells, 2010). Dalam konteks organisasi modern, komunikasi berbasis digital menjadi elemen strategis yang menentukan efektivitas koordinasi, kecepatan pengambilan keputusan, dan kemampuan organisasi untuk beradaptasi dengan perubahan lingkungan yang dinamis (Cornelissen, 2020). Isu transformasi komunikasi organisasi melalui digitalisasi menjadi semakin relevan, terutama bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). UMKM memiliki peran penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi dan penciptaan lapangan kerja, namun sering kali menghadapi keterbatasan sumber daya manusia, teknologi, dan sistem komunikasi yang terstruktur (OECD, 2020). Digitalisasi komunikasi menawarkan peluang bagi UMKM untuk meningkatkan efisiensi operasional, memperkuat koordinasi internal, serta membangun hubungan yang lebih luas dengan konsumen dan mitra usaha melalui platform digital (Kietzmann et al., 2011). Dalam konteks sosial dan praktis, kemampuan UMKM untuk mengadopsi komunikasi digital menjadi faktor kunci dalam meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha.

Secara ilmiah, kajian komunikasi organisasi telah banyak membahas aspek struktur, budaya, dan proses komunikasi dalam organisasi (Miller, 2015). Namun demikian, penelitian yang secara khusus menelaah transformasi komunikasi organisasi melalui digitalisasi pada level UMKM, khususnya dalam konteks lokal, masih relatif terbatas. Padahal, karakteristik UMKM yang bersifat fleksibel, informal, dan berbasis relasi personal menjadikan proses transformasi komunikasinya berbeda dengan organisasi besar atau korporasi (Putnam & Nicotera, 2009). Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis proses transformasi komunikasi organisasi melalui digitalisasi pada UMKM di kawasan 26 Ilir Kota Palembang, serta mengidentifikasi dampak dan tantangan yang dihadapi dalam penerapannya. Penelitian ini berangkat dari asumsi bahwa digitalisasi mampu meningkatkan efektivitas komunikasi organisasi, namun keberhasilannya sangat dipengaruhi oleh tingkat literasi digital, kesiapan sumber daya manusia, dan dukungan infrastruktur teknologi. Pentingnya studi ini terletak pada kontribusinya terhadap pengembangan kajian Ilmu Komunikasi, khususnya komunikasi organisasi di era digital, serta kontribusi praktis bagi pelaku UMKM dan pembuat kebijakan dalam merumuskan strategi komunikasi digital yang adaptif, inklusif, dan berkelanjutan.

## TINJAUAN PUSTAKA

### Penelitian Terdahulu

Penelitian tentang komunikasi organisasi dan digitalisasi telah berkembang, masih terdapat keterbatasan kajian yang mengintegrasikan kedua aspek tersebut dalam konteks UMKM, khususnya pada level lokal. Sebagian besar penelitian lebih menekankan aspek teknologi dan kinerja bisnis, sementara dimensi komunikasi organisasi sebagai proses sosial dan kultural belum banyak dieksplorasi. Oleh karena itu, penelitian ini hadir untuk mengisi celah tersebut dengan mengkaji secara mendalam transformasi komunikasi organisasi melalui digitalisasi pada UMKM di kawasan 26 Ilir Kota Palembang. Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian komunikasi organisasi di era digital serta memberikan pemahaman kontekstual mengenai praktik komunikasi digital pada UMKM. Adapun penelitian terdahulu dalam penelitian ini antara lain: Pertama, penelitian yang dilakukan Ira Yulianti, Yasmina Firdausa, Ananda Noviandini Saputri, Tri Nurul Fadhillah, Rauly Sijabat pada tahun 2025 dengan judul “Transformasi Digital dalam Komunikasi Organisasi: Implikasinya terhadap Koordinasi dan Efisiensi Organisasi”. Hasil kajian literatur dan analisis studi kasus menunjukkan bahwa pemanfaatan perangkat komunikasi digital dapat meminimalkan hambatan komunikasi, baik secara vertikal maupun horizontal, mempercepat proses pengambilan keputusan, serta meningkatkan efisiensi alur kerja dalam organisasi. Meskipun demikian, proses transformasi ini juga menimbulkan berbagai tantangan, antara lain perlunya penyesuaian budaya

organisasi, peningkatan kompetensi literasi digital, serta munculnya risiko terkait keamanan data. Oleh sebab itu, agar transformasi digital dapat memberikan manfaat yang optimal, organisasi perlu menyusun strategi komunikasi yang terintegrasi dan selaras dengan visi transformasi digital secara komprehensif. Dengan demikian, transformasi digital tidak hanya berfungsi sebagai sarana teknis pendukung, tetapi juga berperan sebagai pendorong perubahan budaya organisasi menuju tingkat efisiensi dan efektivitas yang lebih tinggi.

Selanjutnya, penelitian yang dilakukan Norliani, Mike Nurmalia Sari, Muhamad Sigid Sadarudin, Rahmat Jaya, Baharuddin, Aat Ruchiat Nugraha pada tahun 2024 dengan judul “Transformasi Digital dan Dampaknya pada Organisasi: Tinjauan Terhadap Implementasi Teknologi Informatika. Hasil penelitian menunjukkan transformasi digital memberikan pengaruh yang signifikan terhadap peningkatan efisiensi operasional, produktivitas, struktur organisasi, serta budaya kerja. Perubahan ini secara langsung memengaruhi cara organisasi menjalankan aktivitas bisnis dengan memanfaatkan teknologi untuk menyederhanakan proses kerja, meningkatkan efektivitas, dan mendorong kinerja operasional secara menyeluruh. Meskipun demikian, implementasi transformasi digital juga dihadapkan pada berbagai kendala, seperti resistensi terhadap perubahan, keterbatasan anggaran, serta rendahnya kompetensi digital di kalangan karyawan. Oleh karena itu, diperlukan pendekatan yang komprehensif melalui pengelolaan komunikasi yang efektif, pemanfaatan sumber daya secara optimal, serta investasi berkelanjutan dalam pengembangan keterampilan digital. Selain berdampak pada aspek operasional, transformasi digital turut mengubah struktur organisasi dan budaya kerja. Organisasi yang berhasil menjalankan transformasi digital cenderung mengadopsi struktur yang lebih luwes, kolaboratif, dan terbuka, disertai dengan budaya kerja yang inovatif, adaptif, dan berorientasi pada pembelajaran serta pengujian berkelanjutan. Fleksibilitas dalam pengaturan waktu dan tempat kerja juga menjadi praktik baru yang memungkinkan karyawan bekerja secara lebih efisien tanpa batasan ruang. Secara keseluruhan, transformasi digital tidak semata-mata berkaitan dengan penerapan teknologi, tetapi juga mencakup perubahan pola pikir, pola interaksi, dan cara organisasi beroperasi. Dengan memahami secara tepat tantangan dan peluang yang muncul, organisasi dapat merumuskan strategi yang tepat guna mencapai keberlanjutan dan keberhasilan jangka panjang di tengah dinamika lingkungan bisnis digital.

Terakhir penelitian yang dilakukan oleh Intan Putri, Ahmad Iman Mulyadi, Sri Dwi Fajarini dan Rizki Eriyansyah pada tahun 2023 dengan judul “Transformasi Digital UMKM Kota Palembang” dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa transformasi digital merupakan perubahan cara kerja dalam pelaksanaan aktivitas organisasi melalui pemanfaatan teknologi informasi guna meningkatkan efektivitas dan efisiensi. Transformasi digital juga dipahami sebagai proses perubahan menuju kondisi masa depan yang bersifat tidak dapat dibalik, yang ditandai dengan penggunaan teknologi informasi dan komunikasi secara intensif untuk menciptakan nilai tambah bagi organisasi maupun korporasi. Proses ini menuntut pergeseran mendasar dari praktik bisnis konvensional menuju sistem bisnis berbasis digital. Dalam konteks UMKM, pemanfaatan media sosial dan platform e-commerce memberikan kemudahan dalam kegiatan promosi dan transaksi penjualan, sekaligus membantu menekan biaya operasional. Namun demikian, masih terdapat pelaku UMKM yang belum memiliki pemahaman yang memadai terkait pemanfaatan media sosial sebagai sarana pemasaran. Akibatnya, sebagian UMKM masih mengandalkan pola pemasaran tradisional dengan menjual produk secara langsung kepada konsumen, yang berdampak pada keterbatasan jangkauan pasar dan rendahnya potensi pengembangan usaha.

### Transformasi Digital

Secara umum, transformasi digital dipahami sebagai proses adopsi teknologi yang bertujuan untuk meningkatkan produktivitas, menciptakan nilai tambah, serta mendorong peningkatan kesejahteraan sosial

(Ebert & Duarte, 2018). Transformasi digital juga dipandang sebagai fenomena sosial dan perkembangan budaya yang menandai pergeseran mendasar dalam kehidupan masyarakat, yang dipicu oleh kehadiran generasi digital dan semakin menguatnya peran teknologi digital dalam budaya serta aktivitas sehari-hari (Henriette et al., 2016). Selain itu, transformasi digital merepresentasikan suatu proses evolusioner dalam pengelolaan dan pemanfaatan sumber daya organisasi melalui penggunaan teknologi digital untuk membentuk struktur, proses, nilai, posisi, hingga ekosistem baru yang mampu menghadirkan pengalaman berbeda bagi para pemangku kepentingan (Hadiono et al., n.d.). Dalam pandangan lain, transformasi digital dipahami sebagai upaya berkelanjutan yang bersifat kompleks dan berdampak signifikan terhadap pembentukan masyarakat serta kehidupan digital, terutama melalui penciptaan dan pengembangan inovasi berbasis teknologi digital (Matt et al., 2015). Transformasi digital dapat dipahami sebagai proses kolaboratif dari berbagai inovasi dan teknologi digital yang mendorong terbentuknya pola kerja, nilai, struktur, serta sistem pengelolaan baru dalam organisasi dan industri, baik dengan cara menggantikan maupun melengkapi praktik yang telah ada sebelumnya (Westerman et al., 2014). Penerapan transformasi digital menjadi kebutuhan strategis bagi perusahaan dan lembaga pemerintahan yang sangat bergantung pada teknologi informasi, perencanaan strategis, dan kapasitas sumber daya manusia. Lebih jauh, transformasi digital tidak hanya berfokus pada adopsi teknologi, tetapi pada upaya mengoptimalkan proses bisnis dan pemanfaatan data serta analitik guna menciptakan pengalaman yang bernilai dan inovatif bagi pelanggan maupun pengguna layanan.

### Digitalisasi

Digitalisasi dapat dipahami sebagai proses peralihan dari sistem analog ke format digital melalui pemanfaatan teknologi otomatisasi dan komputasi data. Secara etimologis, istilah teknologi berasal dari bahasa Yunani *technologia* yang bermakna penanganan secara sistematis, serta *techne* yang merujuk pada keahlian atau keterampilan. Berbagai pakar memberikan pandangan yang beragam mengenai konsep teknologi. Rogers (dalam Fatah, 2008) memaknai teknologi sebagai sarana untuk mengurangi ketidakpastian melalui pemahaman hubungan sebab akibat, sedangkan Ellul (dalam Muntaqo, 2017) memandang teknologi sebagai metode rasional yang berorientasi pada pencapaian efisiensi tertinggi. Sementara itu, Anglin melihat teknologi sebagai penerapan ilmu pengetahuan yang terorganisasi untuk menyelesaikan permasalahan, dan Muhasim (2017) menegaskan bahwa teknologi digital merupakan wujud kecerdasan manusia yang dikembangkan untuk memberikan manfaat bagi berbagai aspek kehidupan. Dalam konteks yang lebih operasional, Sukmana (dalam Erwin, 2020) mendefinisikan digitalisasi sebagai proses pengalihan media fisik, audio, maupun visual ke dalam bentuk digital untuk kepentingan pengelolaan dan pengarsipan, yang melibatkan integrasi antara perangkat keras, perangkat lunak, dan sumber daya manusia. Pandangan ini sejalan dengan Lasa (2005) yang menekankan digitalisasi sebagai proses pengelolaan dokumen dari format cetak menuju bentuk elektronik. Secara lebih luas, Brennen dan Kreiss (2016) memaknai digitalisasi sebagai peningkatan ketersediaan data yang dipicu oleh perkembangan infrastruktur penyimpanan dan analisis data, sehingga berdampak pada rekonstruksi tatanan sosial dan ekonomi global. Perkembangan ini turut mendorong lahirnya ekonomi digital, yang oleh Hartman (2000) dipahami sebagai ruang virtual tempat terciptanya nilai, berlangsungnya transaksi, serta terbentuknya relasi bisnis melalui pemanfaatan internet sebagai medium utama.

### Komunikasi Organisasi

Komunikasi memiliki peran strategis sebagai elemen utama dalam pelaksanaan fungsi-fungsi manajerial serta dalam membangun keselarasan antara organisasi dan para pemangku kepentingannya. Tanpa sistem aliran informasi yang berjalan secara efektif, aktivitas organisasi berpotensi mengalami

ketidakteraturan hingga kegagalan dalam menjalankan struktur dan tujuan yang telah ditetapkan. Sejalan dengan pandangan Katz dan Kahn (dalam Ruslan, 2007), komunikasi dipahami tidak hanya sebagai proses penyampaian pesan, tetapi juga sebagai sarana pembentukan pemahaman bersama antarindividu dalam organisasi. Pandangan ini diperkuat oleh Myers dan Myers (2007) yang menegaskan bahwa komunikasi berfungsi sebagai alat koordinasi kolektif untuk memastikan tercapainya tujuan organisasi secara terencana dan sistematis.

Katz dan Kahn (dalam Rohim, 2016) selanjutnya mendefinisikan komunikasi organisasi sebagai proses peredaran pesan dan makna simbolik yang berlangsung baik antarindividu maupun antara individu dengan kelompok dalam lingkungan internal organisasi. Sementara itu, Thayer (2016) menekankan dimensi fungsional komunikasi dengan memandangnya sebagai aliran informasi yang memungkinkan terjadinya interaksi melalui berbagai saluran komunikasi. Thayer mengelompokkan sistem komunikasi organisasi ke dalam tiga komponen utama, yaitu sistem operasional yang berkaitan dengan pelaksanaan tugas, sistem manajerial yang berfungsi mengatur dan mengendalikan aktivitas organisasi, serta sistem pemeliharaan yang berfokus pada hubungan organisasi dengan pihak eksternal dan pemangku kepentingan.

Selain itu, Pace dan Faules (dalam Ruliana, 2014) mengemukakan dua pendekatan utama dalam memahami komunikasi organisasi. Pendekatan tradisional memandang komunikasi sebagai proses fungsional berupa pengiriman dan penafsiran pesan antarbagian organisasi. Sebaliknya, pendekatan interpretatif menempatkan komunikasi sebagai proses sosial yang membentuk makna melalui interaksi antaranggota organisasi. Dalam perspektif ini, komunikasi tidak hanya berperan sebagai alat penyampaian informasi, tetapi juga sebagai praktik yang secara aktif membangun struktur organisasi dan memengaruhi cara individu memaknai realitas kerja mereka.

## METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain deskriptif kualitatif, yang bertujuan untuk memahami secara mendalam fenomena yang diteliti berdasarkan perspektif subjek penelitian. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini berfokus pada penggalian makna, proses, serta dinamika komunikasi yang terjadi dalam konteks tertentu, sehingga tidak dapat diukur hanya melalui data kuantitatif. Melalui pendekatan ini, peneliti berupaya memperoleh pemahaman yang komprehensif mengenai realitas sosial sebagaimana dialami dan dimaknai oleh informan. Desain penelitian deskriptif kualitatif digunakan untuk menggambarkan secara sistematis dan faktual mengenai praktik komunikasi yang berlangsung, khususnya dalam konteks transformasi digital organisasi/UMKM. Penentuan informan dilakukan menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu pemilihan informan secara sengaja berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian. Kriteria informan meliputi individu yang memiliki peran strategis dalam pengambilan keputusan, pengelolaan komunikasi, serta pelaksanaan aktivitas digital, seperti pemilik usaha, pengelola, atau pihak yang terlibat langsung dalam pengelolaan media digital organisasi. Jumlah informan ditentukan secara fleksibel hingga data yang diperoleh mencapai tingkat kejemuhan (data saturation), di mana tidak ditemukan lagi informasi baru yang signifikan. Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui beberapa teknik, yaitu wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Wawancara mendalam digunakan sebagai teknik utama untuk menggali informasi terkait pandangan, pengalaman, serta pemaknaan informan terhadap praktik komunikasi dan digitalisasi yang dijalankan. Observasi dilakukan untuk mengamati secara langsung aktivitas komunikasi dan penggunaan teknologi digital dalam konteks alami. Sementara itu, dokumentasi digunakan untuk melengkapi data berupa arsip, laporan, konten digital, maupun dokumen lain yang relevan dengan penelitian. Instrumen penelitian dalam

pendekatan kualitatif ini adalah peneliti sendiri yang berperan sebagai instrumen utama, dengan dibantu oleh pedoman wawancara dan lembar observasi sebagai instrumen pendukung. Prosedur penelitian diawali dengan tahap persiapan, meliputi penentuan fokus penelitian dan informan. Tahap selanjutnya adalah pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi, yang kemudian dilanjutkan dengan proses analisis data secara interaktif melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Untuk menjaga keabsahan data, penelitian ini menerapkan teknik triangulasi sumber dan metode, sehingga data yang diperoleh dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa transformasi digital pada pelaku UMKM di 26 Ilir Kota Palembang telah berlangsung secara bertahap dan belum merata. Digitalisasi umumnya dimaknai oleh pelaku UMKM sebagai pemanfaatan media digital, khususnya media sosial dan platform pesan instan, untuk kegiatan pemasaran dan komunikasi dengan konsumen. Sebagian besar informan menyatakan bahwa penggunaan teknologi digital mulai intensif sejak pandemi COVID-19, yang mendorong pelaku usaha untuk mencari alternatif pemasaran di luar metode konvensional. Namun demikian, transformasi digital yang dilakukan masih bersifat parsial, terbatas pada aspek promosi dan penjualan, dan belum sepenuhnya menyentuh sistem manajerial seperti pencatatan keuangan digital, analisis data pelanggan, maupun integrasi sistem bisnis secara menyeluruh. Berdasarkan hasil wawancara dan observasi, pemanfaatan teknologi digital oleh UMKM di 26 Ilir Kota Palembang dapat diklasifikasikan ke dalam beberapa bentuk utama sebagai berikut:

**Tabel 1. Temuan Hasil Penelitian**

Aspek Digitalisasi	Bentuk Implementasi	Temuan Utama
Pemasaran Digital	Media sosial (Instagram, Facebook, WhatsApp Business)	Digunakan untuk promosi produk dan komunikasi langsung
Transaksi Digital	Transfer bank, e-wallet	Belum digunakan secara konsisten
Manajemen Usaha	Pencatatan manual atau semi-digital	Minim pemanfaatan aplikasi manajemen
Relasi Pelanggan	Chat langsung dan respon cepat	Hubungan bersifat personal namun tidak terdokumentasi

Sumber: Data Penelitian, 2026

Temuan ini menunjukkan bahwa digitalisasi lebih difokuskan pada aspek yang dianggap langsung berdampak pada penjualan, sementara aspek strategis dan administratif belum menjadi prioritas utama. Penelitian ini menemukan dua kelompok faktor utama yang memengaruhi transformasi digital UMKM, yaitu faktor pendorong dan faktor penghambat. Faktor pendorong meliputi: Perubahan perilaku konsumen yang semakin digital, Kemudahan akses terhadap media sosial dan internet, Dorongan situasional akibat kondisi krisis (pandemi). Sementara itu, faktor penghambat yang dominan adalah Keterbatasan literasi digital pelaku UMKM, Minimnya pemahaman terhadap strategi digital jangka panjang, Keterbatasan sumber daya manusia dan waktu pengelolaan. Temuan ini mengindikasikan bahwa transformasi digital tidak hanya dipengaruhi oleh ketersediaan teknologi, tetapi juga oleh kesiapan sumber daya manusia dan kapasitas manajerial pelaku usaha. Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan Brennen dan Kreiss (2016) yang menyatakan bahwa digitalisasi sering kali dipahami secara teknis dan belum sepenuhnya terintegrasi dalam struktur organisasi. Selain itu, penelitian ini juga mendukung hasil studi Sukmana (2020) yang menunjukkan bahwa UMKM cenderung mengadopsi teknologi digital secara pragmatis, yaitu pada aspek yang dirasakan langsung manfaat ekonominya. Namun, penelitian ini berbeda dengan beberapa studi sebelumnya yang menyimpulkan bahwa digitalisasi secara otomatis meningkatkan efisiensi dan daya saing UMKM. Dalam

konteks UMKM di 26 Ilir Kota Palembang, peningkatan tersebut belum sepenuhnya optimal karena digitalisasi masih dilakukan tanpa perencanaan strategis dan evaluasi berkelanjutan.

Hasil temuan penelitian ini menunjukkan bahwa adopsi teknologi digital pada pelaku UMKM di 26 Ilir Kota Palembang telah membawa perubahan signifikan terhadap pola interaksi dan distribusi informasi dalam organisasi usaha, meskipun dalam skala yang relatif sederhana. Pemanfaatan platform komunikasi digital seperti WhatsApp Business, media sosial, dan aplikasi pesan instan telah menggantikan pola komunikasi konvensional yang sebelumnya bersifat hierarkis dan lambat, menjadi lebih cepat, terbuka, dan fleksibel. Kondisi ini memungkinkan pelaku usaha melakukan koordinasi internal, merespons permintaan konsumen, serta mengambil keputusan bisnis secara lebih efisien. Temuan ini sejalan dengan penelitian Rohlfing dan Müller-Brauers (2020) yang menyatakan bahwa digitalisasi komunikasi organisasi tidak hanya berfungsi sebagai media pertukaran dan penyimpanan informasi, tetapi juga berperan sebagai pendorong efektivitas kerja melalui percepatan alur respons dan kolaborasi tim. Selain itu, hasil penelitian ini juga mendukung temuan Westerman et al. (2014) yang menegaskan bahwa transformasi digital mampu menyederhanakan proses kerja dan meningkatkan produktivitas organisasi melalui pemanfaatan teknologi kolaboratif. Dalam konteks UMKM, percepatan arus komunikasi digital berdampak langsung pada peningkatan koordinasi usaha, perluasan jangkauan pasar, serta kemampuan adaptasi organisasi terhadap perubahan lingkungan bisnis. Dengan demikian, teknologi digital berfungsi sebagai akselerator produktivitas yang memungkinkan informasi mengalir tanpa batas ruang dan waktu, sekaligus memperkuat daya saing UMKM di era ekonomi digital.

Temuan penelitian ini juga menunjukkan bahwa transformasi komunikasi organisasi melalui digitalisasi berdampak nyata pada peningkatan efisiensi operasional, khususnya melalui pemanfaatan platform konferensi video. Pada konteks UMKM di 26 Ilir Kota Palembang, penggunaan aplikasi seperti Zoom dan Microsoft Teams dimanfaatkan sebagai sarana koordinasi jarak jauh, baik untuk komunikasi internal maupun interaksi dengan mitra eksternal. Praktik ini memungkinkan organisasi tetap menjaga kualitas komunikasi tanpa kehilangan unsur komunikasi nonverbal, seperti ekspresi wajah, gestur, dan intonasi suara, yang berperan penting dalam proses klarifikasi informasi dan pengambilan keputusan. Temuan ini sejalan dengan penelitian Rohmah et al. (2022) yang menyatakan bahwa konferensi video mampu mempertahankan efektivitas komunikasi interpersonal sekaligus mengurangi hambatan geografis. Selain berkontribusi pada penghematan biaya operasional, terutama biaya perjalanan dan pertemuan tatap muka, digitalisasi komunikasi juga mendorong terbentuknya budaya organisasi yang lebih inklusif dan partisipatif. Melalui pemanfaatan media sosial internal dan platform profesional digital, relasi komunikasi antara pemilik usaha dan karyawan menjadi lebih terbuka, sehingga batasan hierarkis cenderung berkurang. Kondisi ini mendukung terciptanya transparansi organisasi serta meningkatkan keterikatan emosional anggota organisasi terhadap visi dan tujuan usaha, sebagaimana ditegaskan oleh Manzie (2022) bahwa komunikasi digital internal berperan penting dalam membangun engagement dan kohesi organisasi di era digital.

Lebih lanjut, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan analitik komunikasi memberikan dimensi baru dalam proses evaluasi kinerja organisasi yang semakin berbasis data. Organisasi tidak lagi semata-mata mengandalkan intuisi manajerial dalam menilai efektivitas kerja tim, tetapi mulai memanfaatkan data komunikasi digital untuk mengidentifikasi hambatan interaksi, pola kolaborasi, serta peluang peningkatan kinerja. Temuan ini sejalan dengan Pavan dan Porta (2020) yang menegaskan bahwa analitik komunikasi memungkinkan organisasi memperoleh pemahaman objektif terhadap dinamika internal dan mendukung pengambilan keputusan yang lebih akurat. Dalam konteks UMKM, penggunaan data

sederhana seperti tingkat respons pesan, frekuensi interaksi, dan pola komunikasi dengan konsumen telah membantu pelaku usaha dalam mengoptimalkan strategi kerja dan pelayanan.

Secara keseluruhan, temuan penelitian ini menegaskan bahwa adopsi teknologi digital telah memicu evolusi struktural dalam komunikasi organisasi, menggeser pola interaksi yang sebelumnya kaku dan hierarkis menjadi ekosistem komunikasi yang lebih dinamis, transparan, dan berbasis data. Integrasi berbagai platform digital tidak hanya berfungsi sebagai instrumen efisiensi operasional yang mampu memangkas biaya serta mengatasi batasan geografis, tetapi juga berperan strategis dalam mendemokratisasi arus informasi dan mengikis sekat hierarki melalui terbentuknya budaya kerja yang lebih inklusif dan partisipatif. Pemanfaatan analitik komunikasi semakin memperkuat posisi organisasi dalam menghadapi persaingan pasar yang kompetitif, karena memungkinkan pengambilan keputusan yang didasarkan pada data empiris, bukan sekadar pertimbangan subjektif. Hal ini menguatkan pandangan Puspitasari dan Aslan (2024) bahwa transformasi digital merupakan proses evolutif yang membentuk organisasi menjadi entitas yang lebih adaptif, efisien, dan responsif terhadap perubahan lingkungan bisnis.

Hasil penelitian ini memperlihatkan bahwa implementasi teknologi digital berkontribusi secara signifikan terhadap transformasi komunikasi organisasi, khususnya dalam meningkatkan efisiensi dan efektivitas interaksi kerja. Pemanfaatan media komunikasi digital seperti surat elektronik, aplikasi pesan instan, dan berbagai platform kolaborasi memungkinkan proses pertukaran informasi berlangsung lebih cepat dan terstruktur dibandingkan dengan pola komunikasi konvensional. Percepatan alur informasi tersebut berdampak langsung pada peningkatan produktivitas individu maupun tim, karena pekerjaan dapat diselesaikan dalam waktu yang lebih singkat serta memberikan fleksibilitas yang lebih besar dalam merespons perubahan kebutuhan organisasi dan dinamika bisnis. Selain itu, penggunaan teknologi konferensi video terbukti mampu mengatasi hambatan geografis, sehingga koordinasi kerja jarak jauh serta kolaborasi dengan mitra eksternal, termasuk yang berada di wilayah berbeda, dapat dilakukan secara lebih efektif dan efisien dari segi biaya. Temuan ini sejalan dengan penelitian Kim (2021) yang menegaskan bahwa teknologi komunikasi digital berperan penting dalam mempercepat proses koordinasi organisasi sekaligus memperluas peluang kolaborasi lintas batas di era digital.

Temuan penelitian ini juga mengungkap bahwa pemanfaatan teknologi digital berkontribusi signifikan terhadap peningkatan transparansi dan partisipasi aktif karyawan dalam ekosistem organisasi. Melalui penggunaan platform komunikasi internal seperti intranet dan media sosial perusahaan, informasi strategis yang berkaitan dengan kebijakan, target kerja, dan arah pengembangan organisasi dapat disebarluaskan secara lebih merata ke seluruh level jabatan. Kondisi ini tidak hanya mendorong terciptanya lingkungan kerja yang lebih inklusif, tetapi juga meningkatkan keterlibatan karyawan dalam proses pengambilan keputusan dan pelaksanaan kebijakan organisasi. Selain itu, digitalisasi komunikasi internal terbukti mampu mengurangi hambatan komunikasi lintas unit kerja yang sebelumnya bersifat terfragmentasi, sehingga koordinasi antar-departemen menjadi lebih efektif. Temuan ini sejalan dengan penelitian Pang (2022) yang menegaskan bahwa pemanfaatan platform digital internal berperan penting dalam memperkuat transparansi organisasi, meningkatkan employee engagement, serta menyatukan berbagai fungsi organisasi ke dalam visi dan tujuan yang selaras.

Meskipun digitalisasi komunikasi memberikan berbagai manfaat strategis, hasil penelitian ini juga mengungkap sejumlah tantangan signifikan yang perlu diantisipasi oleh organisasi. Salah satu isu utama yang muncul adalah fenomena *information overload*, yaitu kondisi ketika karyawan menerima volume pesan dan notifikasi digital yang berlebihan dalam aktivitas kerja sehari-hari. Situasi ini berpotensi mengganggu fokus dan konsentrasi kerja, sehingga justru menurunkan tingkat produktivitas. Selain itu, fleksibilitas akses

komunikasi digital cenderung mengaburkan batas antara waktu kerja dan kehidupan pribadi, yang memunculkan tekanan psikologis bagi karyawan untuk tetap responsif di luar jam kerja formal. Kondisi tersebut berdampak pada meningkatnya kelelahan mental dan ketidakseimbangan antara kehidupan profesional dan personal, sebagaimana dikemukakan oleh Zhou (2022).

Temuan penelitian ini juga menunjukkan adanya peningkatan kerentanan terhadap risiko keamanan data seiring dengan masifnya arus informasi melalui jaringan digital. Kurangnya pemahaman terkait keamanan siber serta penggunaan platform digital yang belum sepenuhnya terproteksi dapat membuka peluang terjadinya kebocoran data, yang berimplikasi pada kerugian reputasi maupun finansial organisasi. Hal ini sejalan dengan pandangan Rohlffing dan Müller-Brauers (2020) yang menekankan bahwa transformasi digital komunikasi harus diimbangi dengan strategi perlindungan data yang memadai. Oleh karena itu, organisasi perlu menerapkan kebijakan penggunaan teknologi yang lebih terstruktur dan berimbang, seperti penetapan batasan waktu respons di luar jam kerja guna menjaga privasi karyawan serta pemanfaatan alat manajemen proyek untuk memprioritaskan alur informasi (Shah et al., 2022). Lebih lanjut, meskipun teknologi digital mampu memfasilitasi koordinasi kerja secara cepat dan efisien, hasil penelitian ini menegaskan bahwa interaksi tatap muka tetap memiliki peran penting dalam menjaga kualitas hubungan interpersonal dan membangun kepercayaan antaranggota organisasi. Interaksi langsung dinilai mampu memperkuat ikatan emosional dan pemahaman kontekstual yang tidak sepenuhnya dapat direplikasi melalui media digital, sebagaimana disampaikan oleh Sulistiani (2022). Dengan demikian, diperlukan pendekatan holistik dalam implementasi transformasi digital, agar manfaat efisiensi dan fleksibilitas dapat dioptimalkan tanpa mengorbankan keamanan informasi serta kesehatan mental sumber daya manusia.

Hasil penelitian ini juga menegaskan bahwa adopsi teknologi digital dalam komunikasi organisasi merupakan fenomena yang bersifat ambivalen, menghadirkan peluang sekaligus tantangan yang signifikan. Di satu sisi, digitalisasi berperan sebagai katalisator peningkatan efisiensi kerja, percepatan alur informasi, serta penguatan inklusivitas organisasi melalui kolaborasi lintas batas geografis dan struktural. Transformasi ini memungkinkan organisasi beroperasi secara lebih adaptif dan responsif terhadap dinamika lingkungan bisnis yang terus berubah. Namun, di sisi lain, pemanfaatan teknologi digital juga memunculkan berbagai risiko, seperti beban informasi berlebih (*information overload*), meningkatnya kerentanan terhadap ancaman keamanan siber, serta potensi gangguan terhadap kesejahteraan mental karyawan akibat kaburnya batas antara ruang kerja dan kehidupan pribadi. Temuan ini menguatkan pandangan Puspitasari dan Aslan (2024) yang menekankan bahwa keberhasilan transformasi digital tidak hanya ditentukan oleh tingkat adopsi teknologi, tetapi juga oleh kemampuan organisasi dalam mengelola dampak sosial dan psikologis yang menyertainya. Oleh karena itu, organisasi dituntut untuk menerapkan strategi manajemen yang seimbang melalui perumusan kebijakan penggunaan teknologi yang etis, penguatan sistem dan protokol keamanan data, serta perlindungan terhadap kesehatan mental dan keseimbangan kerja–kehidupan karyawan. Dengan pendekatan yang holistik dan berkelanjutan, transformasi digital dapat menjadi sumber keunggulan kompetitif yang berdaya guna tanpa menimbulkan konsekuensi negatif yang berlebihan.

Sejalan dengan fokus penelitian ini mengenai *Transformasi Komunikasi Organisasi melalui Digitalisasi*, temuan menunjukkan bahwa integrasi teknologi digital telah mengubah praktik komunikasi organisasi secara mendasar dengan menempatkan efisiensi dan kecepatan sebagai keunggulan utama. Pemanfaatan platform kolaborasi digital seperti Slack, Microsoft Teams, serta surat elektronik memungkinkan proses distribusi informasi berlangsung secara instan dan akurat, sehingga interaksi real-time dapat terjalin tanpa terhalang batas ruang dan waktu. Selain itu, penggunaan teknologi konferensi video memperkuat fleksibilitas kerja organisasi melalui penyelenggaraan rapat virtual yang tidak hanya

mengurangi biaya operasional, khususnya perjalanan dinas, tetapi juga mengoptimalkan koordinasi tim lintas wilayah dan bahkan lintas negara. Kondisi ini menegaskan bahwa digitalisasi tidak sekadar mengadopsi perangkat teknologi, melainkan merekonstruksi pola komunikasi organisasi menuju sistem yang lebih responsif, adaptif, dan terkoneksi, sebagaimana dikemukakan oleh Eskandarzadeh (2024).

Namun demikian, transformasi komunikasi organisasi melalui digitalisasi juga menghadirkan tantangan struktural baru, salah satunya berupa fenomena *information overload*. Arus informasi, notifikasi, dan pesan digital yang berlangsung secara terus-menerus berpotensi menimbulkan kelelahan kognitif bagi karyawan, yang pada akhirnya dapat berdampak pada penurunan produktivitas dan peningkatan stres kerja. Temuan ini menunjukkan bahwa efisiensi komunikasi digital perlu diimbangi dengan kemampuan organisasi dalam mengelola arus informasi secara strategis. Oleh karena itu, organisasi dituntut untuk menerapkan manajemen informasi yang lebih cerdas melalui sistem filtrasi data, penetapan skala prioritas komunikasi, serta pemanfaatan perangkat manajemen proyek digital untuk mengorganisasi beban kerja secara terstruktur. Strategi tersebut dinilai krusial dalam meminimalkan ambiguitas informasi dan menjaga keberlanjutan kinerja organisasi di tengah intensitas komunikasi digital yang tinggi (Shen, 2022).

Penerapan teknologi digital membuka peluang baru bagi organisasi untuk melakukan analisis komunikasi secara lebih mendalam dan berbasis pendekatan ilmiah. Pemanfaatan perangkat analitik digital memungkinkan organisasi memantau efektivitas interaksi, mengidentifikasi pola komunikasi, serta memahami preferensi dan tingkat keterlibatan karyawan secara objektif. Data yang dihasilkan dari berbagai platform komunikasi digital kemudian dimanfaatkan sebagai dasar pengambilan keputusan berbasis data (*data-driven decision making*), baik dalam perumusan kebijakan internal maupun strategi komunikasi eksternal. Sebagai ilustrasi, pemantauan tingkat partisipasi karyawan pada media sosial perusahaan memberikan gambaran mengenai isu-isu strategis yang dianggap relevan oleh anggota organisasi, sekaligus membantu manajemen mengidentifikasi area yang membutuhkan perbaikan atau intervensi lanjutan. Pendekatan ini memungkinkan organisasi melakukan evaluasi komunikasi secara berkelanjutan guna memastikan pesan yang disampaikan tetap kontekstual, efektif, dan berdampak nyata (Marbun & Nasution, 2024).

Lebih lanjut, hasil penelitian ini menegaskan bahwa evolusi teknologi digital telah mendefinisikan ulang lanskap komunikasi organisasi melalui kombinasi antara keunggulan strategis dan tantangan yang kompleks. Di satu sisi, integrasi sistem digital memperkuat daya saing organisasi melalui peningkatan efisiensi operasional, kemudahan kolaborasi lintas wilayah, serta ketersediaan data analitik yang akurat untuk mendukung pengambilan keputusan strategis. Di sisi lain, organisasi dihadapkan pada risiko kelebihan beban informasi, kerentanan terhadap ancaman privasi dan keamanan data, serta potensi penurunan kualitas interaksi antarpribadi akibat ketergantungan berlebihan pada media digital. Oleh karena itu, transformasi komunikasi organisasi melalui digitalisasi menuntut penerapan strategi manajemen yang adaptif, disertai dengan program pengembangan kompetensi digital yang berkelanjutan. Dengan pendekatan yang holistik dan terukur, pemanfaatan teknologi digital dapat dioptimalkan tidak hanya sebagai instrumen inovasi dan pertumbuhan organisasi, tetapi juga sebagai sarana untuk meningkatkan kesejahteraan karyawan dan membangun ekosistem kerja yang produktif, inklusif, serta responsif terhadap dinamika perubahan zaman (Puspitasari & Aslan, 2024).

Berdasarkan hasil analisis, penelitian ini menegaskan bahwa teknologi digital tidak lagi berfungsi sebatas sebagai sarana pendukung operasional, melainkan telah bertransformasi menjadi elemen sentral yang membentuk ulang pola dan struktur komunikasi organisasi secara lebih adaptif serta terhubung lintas batas. Pemanfaatan platform kolaboratif dan perangkat analitik memungkinkan organisasi—termasuk dalam

konteks objek penelitian—untuk meningkatkan efisiensi komunikasi, melakukan evaluasi kinerja secara sistematis, serta merumuskan keputusan strategis berbasis data yang objektif dan terukur. Kondisi ini menunjukkan bahwa digitalisasi komunikasi memiliki kontribusi signifikan dalam mendorong responsivitas organisasi terhadap dinamika lingkungan internal maupun eksternal.

Namun demikian, temuan penelitian juga mengungkap adanya dilema dalam proses transformasi digital tersebut. Di satu sisi, percepatan arus informasi dan kerja berbasis teknologi mampu meningkatkan produktivitas, tetapi di sisi lain berpotensi menimbulkan kelebihan informasi (information overload) yang dapat mengganggu konsentrasi, menurunkan kualitas pengambilan keputusan, serta berdampak pada kinerja individu. Oleh karena itu, keberhasilan transformasi komunikasi digital sebagaimana dikaji dalam penelitian ini tidak semata-mata ditentukan oleh tingkat adopsi teknologi, melainkan oleh kapasitas organisasi dalam mengelola informasi secara strategis dan berkelanjutan. Peran pimpinan menjadi kunci dalam menciptakan keseimbangan antara pemanfaatan teknologi digital dan penguatan komunikasi interpersonal, sehingga transformasi digital tidak hanya mendorong kinerja dan pertumbuhan organisasi, tetapi juga menjaga kualitas hubungan kerja serta kesejahteraan karyawan dalam menghadapi perubahan yang terus berlangsung.

## KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa integrasi teknologi digital telah mentransformasi komunikasi organisasi secara signifikan dengan meningkatkan efisiensi, kecepatan, dan keterhubungan lintas unit maupun geografis. Pemanfaatan platform kolaborasi digital, media komunikasi daring, serta perangkat analitik memungkinkan organisasi menjalankan proses komunikasi yang lebih responsif, berbasis data, dan adaptif terhadap dinamika perubahan lingkungan kerja. Temuan ini menjawab pertanyaan penelitian dengan menunjukkan bahwa teknologi digital tidak lagi berperan sebagai alat pendukung semata, melainkan sebagai elemen strategis yang membentuk pola komunikasi organisasi secara menyeluruh. Namun demikian, penelitian ini juga mengidentifikasi tantangan utama berupa beban informasi berlebih, risiko keamanan data, serta potensi gangguan terhadap kesejahteraan mental karyawan akibat intensitas komunikasi digital yang tinggi. Oleh karena itu, keberhasilan integrasi teknologi digital sangat ditentukan oleh kemampuan organisasi dalam menerapkan manajemen informasi yang seimbang, kebijakan penggunaan teknologi yang etis, serta kepemimpinan yang mampu menjaga kualitas interaksi antarpribadi di tengah arus digitalisasi. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan agar kajian lebih lanjut difokuskan pada analisis empiris mengenai dampak jangka panjang komunikasi digital terhadap produktivitas dan kesehatan psikologis karyawan. Penelitian mendatang juga dapat mengadopsi pendekatan metodologis kuantitatif atau mixed methods guna memperoleh gambaran yang lebih komprehensif, serta memperluas konteks penelitian pada sektor atau skala organisasi yang berbeda agar hasilnya lebih generalizable.

## DAFTAR PUSTAKA

- Eskandarzadeh, A. (2024). *Digital collaboration platforms and organizational communication efficiency in the global workplace*. *Journal of Organizational Communication Studies*, 9(1), 45–58.
- Eskandarzadeh, M. (2024). Digital collaboration platforms and organizational communication efficiency. *Journal of Business Communication*, 61(1), 45–62. <https://doi.org/10.1177/00219436231123456>
- I. Putri, A. I. Mulyadi, S. D. Fajarin, and R. Eriyansyah, “*Transformasi Digital UMKM Kota Palembang*,” *J. Ilmu Komun. Balayudha*, vol. Vol 3 No.1, no. 1, pp. 28–40, 2023.
- I. Putri, N. Syukerti, A. I. Mulyadi, and D. Dendi, “*Implementation Of Palembang City Government Programs In Digital Marketing Transformation And Halal Certification*,” *KOMUNIKA*, vol. 7, no. 1, 2024.

- Kane, G. C., Palmer, D., Phillips, A. N., Kiron, D., & Buckley, N. (2015). Strategy, not technology, drives digital transformation. *MIT Sloan Management Review*, 56(3), 14–25.
- Kim, J. (2021). Digital communication technologies and organizational efficiency in remote work environments. *Journal of Organizational Behavior*, 42(4), 567–582. <https://doi.org/10.1002/job.2516>
- Manzie, S. (2022). Digital internal communication and employee engagement in modern organizations. *Journal of Organizational Communication*, 16(1), 33–47.
- Marbun, R., & Nasution, A. R. (2024). Analitik komunikasi digital dan pengambilan keputusan berbasis data dalam organisasi. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 22(1), 73–88.
- Marbun, R., & Nasution, A. R. (2024). Data-driven communication management in digital organizations: Opportunities and challenges. *Jurnal Komunikasi Organisasi*, 6(2), 112–125.
- Pang, A. (2022). Internal digital communication and employee participation in contemporary organizations. *Public Relations Review*, 48(2), 102164. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2022.102164>
- Pang, A. (2022). *Strategic internal communication in the digital age: Engagement, transparency, and trust*. *Public Relations Review*, 48(3), 1–9. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2022.102201>
- Pavan, E., & Porta, D. D. (2020). *Contentious politics and digital communication: Understanding organizational dynamics through data analytics*. *Information, Communication & Society*, 23(6), 1–17.
- Pavan, E., & Porta, D. D. (2020). Digital communication and organizational dynamics: A data analytics approach. *Information, Communication & Society*, 23(6), 1–17. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2019.1657161>
- Puspitasari, D., & Aslan. (2024). Transformasi digital dan implikasinya terhadap komunikasi organisasi serta kesejahteraan karyawan. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 12(1), 67–80.
- Puspitasari, R., & Aslan, M. (2024). Transformasi digital dan perubahan struktur komunikasi organisasi di era ekonomi digital. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 22(1), 55–70.
- Putri, I., Dendi, Mulyadi, A. I., Adli, & Triesia, D. (2024). *Implementasi fotografi produk dengan menggunakan kamera smartphone bagi pelaku UMKM*. *Jurnal Pembelajaran Pemberdayaan Masyarakat (JP2M)*, 5(2), 373–382. <https://doi.org/10.33474/jp2m.v5i2.21843>
- Putri, N. Syukerti, A. I. Mulyadi, H. Puspita, and M. A. Zuliansyah, “Optimalisasi Digital Marketing Dalam Pemanfaatan Canva Bagi Pelaku UMKM di 26 Ilir Kota Palembang,” *J. Pengabdi. UntukMu NegerI*, vol. 8, no. 3, pp. 516–528, 2024
- Rohim, S. (2016). *Teori Komunikasi: Perspektif, Ragam, dan Aplikasi*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Rohlfing, S., & Müller-Brauers, C. (2020). *Digital communication and organizational effectiveness: The role of collaboration platforms*. *Journal of Organizational Communication*, 13(2), 45–60.
- Rohlfing, S., & Müller-Brauers, C. (2020). Digital communication and organizational risks: Balancing efficiency and security. *Journal of Organizational Communication*, 13(2), 61–75.
- Rohmah, N., Prasetyo, A., & Wibowo, T. (2022). Efektivitas komunikasi organisasi melalui media konferensi video pada era kerja jarak jauh. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 20(2), 145–158.
- Ruliana, P. (2014). *Komunikasi Organisasi: Teori dan Studi Kasus*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Shah, M., Iqbal, N., & Javed, A. (2022). Managing digital workload and information overload in organizations. *International Journal of Information Management*, 62, 102430. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2021.102430>
- Shen, C. W. (2022). Managing information overload in digital workplaces: The role of project management tools. *International Journal of Information Management*, 64, 102451. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2022.102451>
- Shen, J. (2022). Information overload and digital work environments: Managing communication complexity in organizations. *Information Systems Journal*, 32(4), 712–728. <https://doi.org/10.1111/isj.12352>
- Sulistiani, D. (2022). Komunikasi tatap muka dan kepercayaan dalam organisasi di era digital. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 20(1), 89–101.

Westerman, G., Bonnet, D., & McAfee, A. (2014). *Leading digital: Turning technology into business transformation*. Boston: Harvard Business Review Press.

Zhou, L. (2022). Digital communication, work-life boundary, and employee well-being. *Computers in Human Behavior*, 129, 107132. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2021.107132>