

Communication Strategy In SPKT Services At The Central Kalimantan Regional Polda

Doni Sosilo¹, Lisnawati²

^{1,2}Universitas Muhammadiyah Palangka Raya

Corresponding Author: Doni Sosilo, donisosilo98@gmail.com
dosen03449@unpam.ac.id,

Published: Januari , 2026

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan strategi komunikasi dalam pelayanan Sentra Pelayanan Kepolisian Terpadu (SPKT) di Polda Kalimantan Tengah. Fokus penelitian diarahkan pada bagaimana petugas SPKT membangun komunikasi yang efektif, responsif, dan humanis dalam memberikan layanan kepada masyarakat. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam, observasi langsung, dan studi dokumentasi terhadap proses pelayanan serta interaksi antara petugas dan masyarakat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang diterapkan oleh SPKT Polda Kalimantan Tengah didasarkan pada prinsip keterbukaan, kejelasan informasi, dan empati. Petugas menggabungkan komunikasi verbal dan nonverbal, menyesuaikan gaya bahasa dengan latar belakang sosial budaya masyarakat, serta mengedepankan komunikasi dua arah agar masyarakat memahami setiap prosedur pelayanan. Selain itu, penerapan teknologi digital seperti sistem antrean elektronik dan aplikasi pengaduan daring turut mendukung transparansi informasi dan mempercepat proses pelayanan. Hambatan komunikasi yang muncul, seperti perbedaan persepsi dan kondisi emosional pelapor, diatasi melalui klarifikasi berulang dan pendekatan personal yang menenangkan. Secara umum, strategi komunikasi di SPKT Polda Kalimantan Tengah menunjukkan adanya sinergi antara profesionalitas institusi dan pendekatan humanis yang memperkuat kepercayaan masyarakat terhadap pelayanan kepolisian.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi, Pelayanan Publik, SPKT

ABSTRACT

This study aims to describe communication strategies in the Integrated Police Service Center (SPKT) of the Central Kalimantan Regional Police. The research focuses on how SPKT officers establish effective, responsive, and human-centered communication in providing services to the public. The study employs a descriptive qualitative method using in-depth interviews, direct observation, and documentation analysis to explore communication practices between officers and citizens. The findings reveal that SPKT's communication strategy is based on principles of openness, clarity of information, and empathy. Officers combine verbal and nonverbal communication, adjust their language to the social and cultural background of the community, and apply two-way communication to ensure public understanding of service procedures. The integration of digital tools such as online reporting applications and electronic queuing systems enhances information transparency and service efficiency. Communication barriers, including emotional tension and misinterpretation, are managed through repeated clarification and a calm, empathetic approach. Overall, the communication strategy implemented by SPKT Central Kalimantan demonstrates a balance between institutional professionalism and a human approach, strengthening public trust in police services

Keyword: Communication Strategy, Public Service, Police Service Center

© The Author(s). 2021 Open Access This article is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License, which permits use, sharing, adaptation, distribution and reproduction in any medium or format, as long as you give appropriate credit to the original author(s) and the source, provide a link to the Creative Commons licence, and indicate if changes were made. The images or other third party material in this article are included in the article's Creative Commons licence, unless indicated otherwise in a credit line to the material. To view a copy of this licence, visit <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0>

PENDAHULUAN

Komunikasi merupakan proses pertukaran pesan yang memungkinkan terciptanya pemahaman, kerja sama, serta penyelesaian berbagai persoalan dalam interaksi sosial. Dalam konteks pelayanan publik, komunikasi menjadi landasan utama yang menentukan kualitas hubungan antara aparatur dan

masyarakat. Pelayanan yang baik tidak hanya ditentukan oleh kecepatan maupun ketepatan prosedur, tetapi juga oleh kemampuan aparaturnya dalam menyampaikan pesan, informasi, dan empati secara jelas, santun, dan manusiawi. Artinya, kualitas komunikasi berperan langsung dalam membentuk persepsi masyarakat terhadap kinerja lembaga pelayanan publik.

Peran komunikasi tersebut tampak secara nyata dalam lingkungan kepolisian, terutama pada Sentra Pelayanan Kepolisian Terpadu (SPKT) yang menjadi pintu pertama masyarakat dalam mencari bantuan hukum, menyampaikan laporan, atau memperoleh informasi. Berdasarkan Peraturan Kepolisian Negara Republik Indonesia Nomor 14 Tahun 2018 tentang Susunan Organisasi dan Tata Kerja Kepolisian Daerah, SPKT merupakan unsur pelaksana tugas pokok dalam pelayanan kepolisian terpadu di tingkat Polda yang berada di bawah Kapolda. Posisi strategis ini menuntut petugas SPKT untuk memiliki keterampilan komunikasi interpersonal yang baik, mengingat mereka sering berhadapan dengan masyarakat yang sedang berada dalam situasi mendesak, tertekan, atau emosional tinggi. Komunikasi yang terarah, sopan, dan transparan menjadi faktor penting dalam membangun rasa percaya dan kenyamanan masyarakat terhadap institusi kepolisian.

Di Polda Kalimantan Tengah, SPKT menjalankan berbagai fungsi pelayanan seperti penerbitan Laporan Polisi (LP), Surat Tanda Terima Laporan Polisi (STTTLPLP), Surat Keterangan Tanda Laporan Kehilangan (SKTLK), Surat Tanda Terima Pemberitahuan (STTP), dan Surat Keterangan Laporan Diri (SKLD). Selain itu, SPKT juga berperan dalam memberikan bantuan pertolongan pada situasi darurat, pengolahan tempat kejadian perkara (TKP), pengaturan dan pengawalan lalu lintas, serta penyampaian informasi kepada masyarakat melalui berbagai kanal komunikasi seperti telepon, pesan singkat, internet, dan layanan tertulis.

Perkembangan teknologi informasi turut mendorong Polda Kalimantan Tengah untuk mengembangkan strategi komunikasi yang lebih inklusif, cepat, dan responsif. Salah satu inovasinya adalah optimalisasi layanan Call Center 110 yang dioperasikan dengan prinsip RESPEK (Responsif, Profesional, Beretika, dan Berkeadilan). Layanan ini memungkinkan laporan masyarakat diterima dan diteruskan secara cepat ke unit kepolisian terdekat sehingga membantu menghadirkan jalur komunikasi yang jelas dan tidak berbelit bagi masyarakat. Sistem komunikasi berjenjang dari Polsek, Polres hingga Polda menciptakan alur penanganan yang tertata dan efektif, sehingga masyarakat dapat mengakses layanan kepolisian tanpa hambatan.

Selain itu, berbagai unit di Polda Kalteng, termasuk Biddokkes, membuka jalur komunikasi publik yang lebih luas melalui media sosial, WhatsApp, email, dan platform SP4N LAPOR. Keberadaan kanal-kanal ini mempermudah masyarakat dalam menyampaikan keluhan maupun aspirasi. Upaya tersebut mendapat apresiasi dari masyarakat, salah satunya melalui pujian terhadap layanan SKCK Online yang dinilai lebih ramah, cepat, dan mudah diakses. Bahkan, terobosan pelayanan publik Polda Kalteng memperoleh apresiasi dari DPR RI karena dianggap mampu memberikan akses layanan yang lebih sederhana dan berbasis teknologi.

Dalam konteks hubungan masyarakat, strategi komunikasi SPKT tidak hanya berdimensi administratif, tetapi juga berpengaruh terhadap kepercayaan publik. Petugas yang mampu menunjukkan empati, sikap profesional, dan transparansi dalam berkomunikasi akan memperkuat legitimasi institusi kepolisian. Sebaliknya, komunikasi yang tidak efektif berpotensi menimbulkan kesan diskriminatif, kurang responsif, dan mengurangi tingkat kepercayaan masyarakat.

Saat ini, fungsi pelayanan publik SPKT di Polda Kalimantan Tengah telah dialihkan sebagian ke Satuan Tugas Pamapta, yang bertugas memperluas cakupan pelayanan seperti pelayanan terpadu, pengendalian kegiatan kepolisian, bantuan cepat, serta layanan komunikasi publik. Namun, prinsip utama pelayanan SPKT tetap dijalankan secara efektif dan efisien melalui Standar Operasional Prosedur (SOP) serta komitmen untuk memberikan pelayanan yang ramah, profesional, dan memberikan rasa aman.

Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini dilakukan untuk memahami secara mendalam bagaimana strategi komunikasi diterapkan dalam pelayanan SPKT di Polda Kalimantan Tengah, baik dalam interaksi langsung, komunikasi kelembagaan, maupun komunikasi berbasis digital. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan gambaran komprehensif mengenai efektivitas pola komunikasi yang digunakan serta mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi keberhasilan pelayanan publik kepolisian. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat berkontribusi dalam pengembangan model komunikasi pelayanan publik yang lebih adaptif terhadap dinamika sosial dan perkembangan teknologi, sehingga mampu memperkuat interaksi positif antara petugas dan masyarakat serta meningkatkan kepercayaan publik terhadap lembaga kepolisian.

METODE PENELITIAN

Penelitian Kualitatif Deskriptif **yaitu Fokus penelitian Anda adalah** strategi komunikasi dalam pelayanan SPKT Polda Kalimantan Tengah, **yaitu fenomena sosial yang memerlukan eksplorasi mendalam, menekankan pada** pemahaman proses, interaksi, kualitas komunikasi, dan makna pengalaman pengguna layanan, **bukan angka** atau statistik. Data yang dibutuhkan bersifat **naratif**, diperoleh dari observasi, wawancara, dokumen pelayanan, SOP, dan peraturan perundangan.

Pendekatan Penelitian

Pendekatan Studi Kasus (Case Study) pada SPKT Polda Kalimantan Tengah.

Alasan:

1. Lokasi penelitian jelas (SPKT Polda Kalimantan Tengah).
2. Anda menganalisis secara mendalam strategi komunikasi, struktur organisasi, teknis pelayanan LP Model A/B, dan implementasi komunikasi dalam pelayanan.
3. Pendekatan studi kasus cocok untuk menjelaskan **bagaimana** dan **mengapa** strategi komunikasi diterapkan dalam konteks tertentu.

Sumber Data

a. **Data Primer**

- Wawancara mendalam dengan Ka SPKT, Payanmas, Pamin, dan masyarakat pengguna layanan.
- Observasi proses pelayanan (penerimaan laporan Model A/B, interaksi petugas–masyarakat).
- Dokumentasi lapangan.

b. **Data Sekunder**

- Undang-Undang 25/2009 tentang Pelayanan Publik.
- Peraturan Polri No. 14/2018.
- Rekapitulasi LP Model A dan Model B tahun 2023–2025.
- SOP SPKT, struktur organisasi, dan dokumen terkait lainnya.

4. Teknik Pengumpulan Data

- **Wawancara mendalam (in-depth interview)**

Untuk menggali pengalaman, pemahaman, dan strategi komunikasi petugas.

- **Observasi partisipatif/pasif**

Melihat langsung cara petugas memberikan informasi, menerima laporan, dan berkomunikasi dengan masyarakat.

- **Studi dokumentasi**

Menggunakan peraturan, laporan LP, SOP, struktur organisasi, dan dokumen resmi SPKT.

Teknik Analisis Data

Menggunakan **analisis data kualitatif Miles & Huberman**:

1. **Reduksi data**

Menyaring data tentang komunikasi, pelayanan, struktur, dan fenomena interaksi.

2. **Penyajian data**

Dalam bentuk narasi, tabel, bagan, dan kutipan wawancara.

3. **Penarikan kesimpulan/verifikasi**

Kesimpulan dari temuan lapangan mengenai strategi komunikasi SPKT.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian ini disusun berdasarkan temuan lapangan melalui wawancara mendalam, observasi, dan penelusuran dokumen. Temuan disajikan sesuai fokus penelitian untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai kondisi aktual serta faktor-faktor yang mempengaruhi fenomena yang diteliti.

Kondisi Pelayanan Saat Ini

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelayanan pada unit yang diteliti telah berjalan sesuai prosedur yang ditetapkan, namun masih terdapat sejumlah aspek yang perlu diperbaiki. Di satu sisi, sebagian besar masyarakat menilai pelayanan cukup cepat dan petugas bersikap ramah. Di sisi lain, masih dijumpai kendala seperti keterbatasan sarana, antrean yang menumpuk pada jam tertentu, serta kurang

optimalnya penyampaian informasi layanan. Kondisi ini berpengaruh pada persepsi masyarakat terhadap mutu pelayanan secara keseluruhan.

Faktor yang Mempengaruhi Proses Pelayanan

Terdapat beberapa faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi kualitas pelayanan:

- **Faktor internal** mencakup kompetensi petugas, beban kerja, dan pola komunikasi antarpegawai. Petugas dengan pengalaman lebih panjang cenderung memberikan pelayanan lebih responsif, namun tidak semua memiliki kemampuan komunikasi yang merata.
- **Faktor eksternal** meliputi tingkat pemahaman masyarakat terhadap persyaratan layanan, ketersediaan fasilitas penunjang, serta lingkungan kerja fisik yang belum sepenuhnya mendukung kenyamanan.

Strategi Komunikasi yang Diterapkan

Penelitian menemukan bahwa strategi komunikasi petugas cukup variatif, meliputi:

- **Komunikator:** Petugas front office berperan sebagai ujung tombak dalam menyampaikan informasi dan membangun hubungan dengan masyarakat.
- **Pesan:** Informasi disampaikan secara lisan, papan pengumuman, dan media digital, namun belum seluruhnya konsisten.
- **Media:** Selain komunikasi langsung, media sosial dan aplikasi layanan mulai digunakan untuk mempercepat akses informasi.
- **Teknik:** Petugas menggunakan pendekatan persuasif dan instruktif sesuai situasi, meskipun standar penyampaiannya belum merata.
- **Umpan balik:** Umpan balik masyarakat diterima melalui kotak saran maupun dialog langsung, tetapi mekanisme tindak lanjut belum maksimal.

Implementasi Strategi dalam Pelayanan
Pelaksanaan strategi komunikasi di lapangan menunjukkan bahwa petugas berupaya menciptakan interaksi yang jelas, sopan, dan mudah dipahami. Namun dalam praktik, implementasi sering terkendala oleh beban kerja tinggi dan kurangnya koordinasi antarpersonel. Hal ini menyebabkan pesan yang disampaikan terkadang tidak seragam, sehingga menimbulkan kebingungan di masyarakat.

Dampak Strategi Komunikasi terhadap Pelayanan

Penerapan strategi komunikasi yang baik berdampak pada meningkatnya **pemahaman masyarakat** terkait prosedur layanan, meningkatnya **responsivitas petugas**, serta tumbuhnya **kepercayaan publik** terhadap lembaga. Meski demikian, hasil penelitian menunjukkan bahwa dampak positif tersebut belum merata karena masih ditemukan masyarakat yang merasa kurang mendapatkan penjelasan yang memadai.

Implikasi terhadap Kualitas Pelayanan

Secara keseluruhan, strategi komunikasi yang diterapkan terbukti berkontribusi terhadap peningkatan kualitas pelayanan. Namun, efektivitasnya sangat bergantung pada konsistensi pelaksanaan,

kompetensi petugas, serta dukungan sarana dan sistem kerja. Dengan perbaikan pada aspek-aspek tersebut, kualitas pelayanan diperkirakan dapat meningkat secara signifikan.

Pembahasan

Temuan penelitian menunjukkan bahwa pelayanan saat ini telah berjalan sesuai prosedur dasar, namun masih menghadapi kendala terutama pada aspek informasi dan sarana pendukung. Kondisi ini sejalan dengan prinsip pelayanan publik dalam UU No. 25 Tahun 2009 yang menekankan pentingnya kejelasan informasi, kecepatan, dan kenyamanan. Ketidakeimbangan antara prosedur yang sudah baku dan praktik di lapangan menunjukkan adanya kesenjangan implementasi (*implementation gap*). Hal ini juga dikonfirmasi oleh literatur yang menyatakan bahwa kualitas layanan tidak hanya ditentukan oleh SOP, tetapi oleh konsistensi pelaksanaannya.

Secara teoritis, faktor internal—kompetensi petugas, komunikasi internal, dan beban kerja—memegang peran penting dalam efektivitas pelayanan. Temuan penelitian memperlihatkan bahwa kemampuan komunikasi petugas sangat menentukan persepsi masyarakat, mendukung pernyataan Kotler bahwa komunikasi interpersonal mampu mempengaruhi kepuasan pelanggan. Sementara itu, faktor eksternal seperti pemahaman masyarakat terhadap prosedur dan ketersediaan fasilitas turut membentuk dinamika pelayanan. Ketidaktahuan masyarakat terhadap persyaratan, misalnya, menimbulkan persepsi lambatnya pelayanan meskipun penyebab utamanya adalah kurangnya informasi.

Strategi komunikasi yang ditemukan di lapangan—meliputi komunikator, pesan, media, teknik, dan umpan balik—sejalan dengan model komunikasi Harold Lasswell, yakni *who says what in which channel to whom with what effect*.

- **Komunikator:** Petugas front office berperan sentral sebagai penyampai informasi. Ketidaksamaan kemampuan komunikasi antarpetugas mendukung teori bahwa efektivitas komunikator ditentukan oleh kredibilitas dan kejelasan penyampaian.
- **Pesan dan Media:** Ketidakkonsistenan informasi pada papan pengumuman, lisan, dan media digital menunjukkan kurang optimalnya manajemen pesan. Secara teoritis, pesan yang baik harus konsisten, lengkap, dan mudah dipahami.
- **Teknik Komunikasi:** Pendekatan persuasif dan instruktif sudah tepat, tetapi tanpa standar yang jelas akan menimbulkan variasi kualitas pelayanan.
- **Umpan Balik:** Mekanisme umpan balik tersedia, namun belum maksimal dalam menindaklanjuti masukan masyarakat. Ini menunjukkan rendahnya efektivitas *feedback loop*, sehingga proses peningkatan layanan menjadi lamban.

Implementasi strategi komunikasi di lapangan sebenarnya sudah mengarah pada pelayanan yang humanis, cepat, dan responsif. Namun kendala seperti beban kerja tinggi, kurangnya koordinasi, serta keterbatasan sarana menyebabkan pelaksanaan strategi tidak selalu berjalan konsisten. Dalam pandangan teori organisasi, hambatan tersebut merupakan bagian dari kendala struktural dan budaya

kerja. Ketidakteraturan koordinasi internal berdampak pada pesan yang disampaikan kepada masyarakat, sehingga mempengaruhi kejelasan dan ketepatan pelayanan.

Hasil penelitian menguatkan teori pelayanan publik yang menegaskan bahwa komunikasi efektif meningkatkan pemahaman, responsivitas, dan kepercayaan masyarakat. Tiga indikator ini tampak dalam temuan lapangan, meskipun tingkat pencapaiannya belum optimal. Di sisi lain, adanya masyarakat yang masih kebingungan terhadap prosedur menunjukkan bahwa strategi komunikasi belum sepenuhnya berhasil. Artinya, kualitas pelayanan dipengaruhi oleh tingkat konsistensi komunikasi, bukan hanya keberadaan strategi itu sendiri.

1. **Penguatan kompetensi komunikasi petugas**, terutama pada aspek empati dan keterampilan interpersonal.
2. **Standarisasi pesan** lintas media agar masyarakat menerima informasi yang sama.
3. **Optimalisasi media digital** sebagai saluran informasi utama.
4. **Perbaikan koordinasi internal** agar implementasi strategi berjalan lebih seragam.
5. **Peningkatan sarana pelayanan** untuk mendukung interaksi yang nyaman dan efektif.

Dengan demikian, pembahasan ini menegaskan bahwa strategi komunikasi memiliki peran signifikan dalam membentuk kualitas pelayanan. Namun dampaknya hanya akan optimal apabila didukung oleh sumber daya manusia yang kompeten, koordinasi organisasi yang solid, serta sarana yang memadai.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai kondisi pelayanan dan strategi komunikasi pada unit pelayanan yang diteliti, dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

1. Kondisi Pelayanan Saat Ini Belum Optimal

Meskipun pelayanan telah berjalan sesuai prosedur dasar dan dinilai cukup baik oleh sebagian masyarakat, masih terdapat kendala berupa keterbatasan sarana, antrean pada jam tertentu, serta penyampaian informasi yang belum sepenuhnya jelas dan konsisten. Kondisi ini menimbulkan kesenjangan antara standar pelayanan dan realisasi di lapangan.

2. Faktor Internal dan Eksternal Berpengaruh Signifikan

Kompetensi petugas, beban kerja, serta pola komunikasi internal sangat menentukan kualitas layanan. Sementara itu, pemahaman masyarakat terhadap persyaratan serta ketersediaan fasilitas penunjang turut mempengaruhi persepsi dan pengalaman masyarakat dalam menerima pelayanan.

3. Strategi Komunikasi Sudah Mengarah pada Praktik yang Baik, Namun Belum Konsisten

Petugas menggunakan berbagai media dan teknik komunikasi—lisan, papan informasi, media digital,

serta pendekatan persuasif dan instruktif. Namun ketidaksamaan kemampuan petugas dan inkonsistensi pesan menyebabkan informasi tidak tersampaikan secara seragam kepada masyarakat.

4. Dampak Strategi Komunikasi Terhadap Kualitas Pelayanan Sudah Terlihat, Namun Belum Merata

Strategi komunikasi yang diterapkan terbukti meningkatkan pemahaman masyarakat, responsivitas petugas, dan kepercayaan publik. Namun tidak semua masyarakat mendapatkan pengalaman pelayanan yang setara, terutama terkait kejelasan informasi.

5. Kualitas Pelayanan Sangat Bergantung pada Konsistensi Komunikasi dan Dukungan Sistem

Strategi komunikasi memiliki kontribusi penting dalam meningkatkan kualitas pelayanan. Namun tanpa peningkatan kompetensi petugas, koordinasi internal yang kuat, dan sarana pendukung yang memadai, efektivitas strategi tersebut tidak dapat berjalan secara optimal.

DAFTAR PUSTAKA

American Marketing Association, "About AMA: Definition of Marketing," [Pemasaran - Wikipedia bahasa Indonesia, ensiklopedia bebas](#)

Belch, G. E., & Belch, M. A. (2018). *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective* (11th ed.). New York: McGraw-Hill Education.

Cangara, H. (2018). *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Edisi Revisi). Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.

Chaffey, D. (2020). *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice* (8th ed.). Harlow: Pearson Education Limited.

Effendy, O. U. (2020). *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Hartati, S. (2019). Strategi Komunikasi Bisnis dalam Peningkatan Daya Saing Usaha Kecil Menengah. *Jurnal Komunikasi dan Bisnis Indonesia*, 5(2), 45–56. <https://doi.org/10.31294/jkbi.v5i2.421>

Kartajaya, H., Kotler, P., & Setiawan, I. (2021). *Marketing 5.0: Technology for Humanity*. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2022). *Principles of Marketing* (18th ed.). Pearson Education Limited.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2019). *Marketing Management* (15th ed.). Harlow: Pearson Education Limited.

Kurniawan, D. (2022). Strategi Komunikasi Pemasaran Digital pada Bisnis Ritel di Era Pandemi. *Jurnal Komunikasi Indonesia*, 9(1), 12–25. <https://doi.org/10.21009/jki.091.02>

Liharman Saragih, L. (2025). Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Ritel Lokal di Kalimantan Tengah. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan Nusantara*, 7(1), 77–90.

Liliweri, A. (2019). *Komunikasi Antarpribadi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

- Mariani, D. (2020). Komunikasi Bisnis dan Pengaruhnya terhadap Loyalitas Konsumen di Era Digital. *Jurnal Ilmu Komunikasi dan Bisnis*, 6(2), 33–47.
- Moleong, L. J. (2021). *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Edisi Revisi). Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Pace, R. W., & Faules, D. F. (2010). *Komunikasi Organisasi: Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan* (Terjemahan Deddy Mulyana). Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Putra, A. W. (2021). Strategi Pemasaran Digital untuk Meningkatkan Brand Awareness pada Usaha Mikro. *Jurnal Ekonomi Kreatif dan Inovatif*, 4(1), 101–112.
- Rahmadani, S. (2020). Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Produk UMKM di Masa Pandemi. *Jurnal Komunikasi dan Pemasaran Indonesia*, 5(3), 87–98.
- Rukmana, A., & Mukhlis, R. (2023). Strategi Komunikasi Bisnis dan Transformasi Digital di Sektor Ritel. *Jurnal Ilmu Komunikasi Terapan*, 12(1), 55–69.
- Saputra, M. (2022). Peran Media Sosial dalam Komunikasi Pemasaran Produk Lokal. *Jurnal Komunikasi Digital Indonesia*, 3(2), 44–56.
- Widiyanto, A., & Nuraini, F. (2021). Strategi Komunikasi Bisnis dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan di Ritel Tradisional. *Jurnal Komunikasi Bisnis dan Pemasaran*, 8(1), 23–35.
- Yuliana, R. (2021). Strategi Komunikasi dalam Peningkatan Loyalitas Konsumen pada Pasar Modern. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 9(1), 66–77.
- Agus Riyanto, A. (2025). Penerapan Komunikasi Pemasaran Terpadu pada Usaha Koperasi Daerah. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan Daerah*, 6(2), 40–52.
- Putra, Y. (2022). Efektivitas Strategi Komunikasi Pemasaran Ritel Daerah. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 9(2).