Journal of Innovative and Creativity
Journal Homepage: https://joecy.org/index.php/joecy
e-mail: journaljoecy@gmail.com

Faculty of Education
University of Pahlawan Tuanku Tambusai
ISSN 2775-771X (Online)
ISSN 2962-570X (Printed)
6 (1) 2026, Page: 819-824

Manajemen Komunikasi Digital dalam Lingkungan Perguruan Tinggi: Studi Pustaka Pada Platform SATU Universitas Sumatera Utara

Ahmad Defry Rivaldi[1], Christian Yosua Halawa[2], Faisal Ramadhan Hasibuan[3], Gidion Dwiputra Parulian Lumbantoruan[4], Riati Laia[5]
Program Studi Magister Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sumatera Utara

Corresponding Author: Dwiputra Parulian Lumbantoruan, Gidion, dpltgidionn2@gmail.com.

Published: January , 2026

ABSTRAK

Transformasi digital telah mendorong perguruan tinggi untuk mengembangkan sistem komunikasi yang terintegrasi guna meningkatkan efektivitas layanan akademik dan administrasi. Dalam konteks ini, Universitas Sumatera Utara menghadirkan platform SATU (Sistem Aplikasi Terpadu) sebagai media komunikasi digital institusional yang mengintegrasikan berbagai layanan mahasiswa dalam satu portal. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis praktik manajemen komunikasi digital dalam lingkungan perguruan tinggi melalui kajian konseptual terhadap platform SATU Universitas Sumatera Utara. Metode penelitian yang digunakan adalah studi pustaka dengan pendekatan deskriptif kualitatif, melalui penelaahan terhadap literatur ilmiah terkait komunikasi organisasi, manajemen komunikasi digital, serta sumber-sumber resmi institusi dan media internal universitas. Hasil pembahasan menunjukkan bahwa SATU USU berfungsi sebagai media komunikasi strategis yang mendukung efisiensi penyampaian informasi, koordinasi layanan, dan relasi institusi–mahasiswa. Namun demikian, integrasi layanan digital juga menghadirkan tantangan komunikasi, khususnya terkait keandalan sistem, alur informasi, dan respons institusi terhadap kendala teknis yang dialami mahasiswa. Kajian ini menegaskan pentingnya pengelolaan komunikasi digital yang tidak hanya berorientasi pada aspek teknologi, tetapi juga pada strategi pesan, pengalaman pengguna, dan transparansi komunikasi organisasi. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis dalam pengembangan kajian manajemen komunikasi digital di perguruan tinggi serta menjadi rujukan konseptual bagi institusi pendidikan dalam mengelola platform komunikasi digital terintegrasi.

Keywords: Manajemen komunikasi digital, komunikasi organisasi, perguruan tinggi, SATU USU, studi pustaka

© The Author(s). 2021 Open Access This article is licensed under a Creative Commons Atibution 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

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan signifikan dalam praktik komunikasi organisasi, termasuk di lingkungan perguruan tinggi. Transformasi digital tidak hanya memengaruhi cara organisasi menyampaikan informasi, tetapi juga mengubah pola interaksi, pengelolaan pesan, serta hubungan antara institusi dan publiknya (Castells, 2010). Dalam konteks pendidikan tinggi, komunikasi digital menjadi instrumen strategis untuk mendukung tata kelola akademik, pelayanan administrasi, serta keterlibatan sivitas akademika secara lebih efektif dan terintegrasi.

Manajemen komunikasi digital menempatkan komunikasi sebagai fungsi strategis organisasi yang dikelola secara sistematis, mulai dari perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, hingga evaluasi pesan melalui media digital (Cornelissen, 2020). Perspektif ini sejalan dengan pandangan komunikasi organisasi yang menekankan pentingnya koordinasi pesan, konsistensi identitas institusi, serta efektivitas saluran komunikasi dalam mencapai tujuan organisasi (Pace & Faules, 2015). Dengan demikian, komunikasi digital tidak lagi dipahami sebatas penggunaan teknologi, melainkan sebagai proses manajerial yang membutuhkan pendekatan teoritis dan strategis.

Perguruan tinggi sebagai organisasi kompleks menghadapi tantangan tersendiri dalam mengelola komunikasi digital. Tingginya intensitas arus informasi, keberagaman aktor internal, serta tuntutan transparansi dan efisiensi mendorong institusi pendidikan untuk mengembangkan sistem komunikasi digital yang terintegrasi (McClure & Brunner, 2020). Dalam konteks ini, platform digital institusional berfungsi sebagai media komunikasi organisasi yang menjembatani hubungan antara universitas dan mahasiswa, sekaligus sebagai sarana penyampaian pesan resmi dan layanan akademik.

Universitas Sumatera Utara (USU) telah mengembangkan platform SATU (Sistem Aplikasi Terpadu Universitas) sebagai bentuk inovasi layanan digital bagi mahasiswa. Platform ini dirancang sebagai *one-stop service* yang mengintegrasikan berbagai layanan akademik dan informasi kemahasiswaan dalam satu sistem. Dari perspektif komunikasi, SATU dapat dipahami sebagai media komunikasi digital institusional yang merepresentasikan praktik komunikasi organisasi berbasis teknologi di lingkungan perguruan tinggi.

Platform SATU Mahasiswa Universitas Sumatera Utara merupakan layanan portal digital terintegrasi yang berfungsi sebagai sistem aplikasi terpadu bagi mahasiswa dalam mengakses berbagai kebutuhan akademik dan administrasi melalui satu akun dan satu alamat web. Melalui platform ini, mahasiswa dapat mengelola aktivitas akademik seperti pengisian Kartu Rencana Studi (KRS), pemantauan Kartu Hasil Studi (KHS), herregistrasi, pembayaran Uang Kuliah Tunggal (UKT), hingga evaluasi kinerja dosen. Selain itu, SATU Mahasiswa juga mengintegrasikan berbagai aplikasi pendukung layanan institusional seperti ASA dan SILA, sehingga berfungsi sebagai gerbang utama komunikasi digital antara institusi dan mahasiswa. Dalam perspektif komunikasi organisasi, integrasi layanan ini menunjukkan upaya universitas dalam menyederhanakan alur komunikasi, meningkatkan efisiensi penyampaian informasi, serta memperkuat fungsi media digital institusional sebagai sarana pelayanan akademik berbasis teknologi.

Dalam praktiknya, implementasi platform SATU Universitas Sumatera Utara juga menghadapi berbagai tantangan komunikasi digital. Media Kampus Suara USU melaporkan bahwa integrasi berbagai layanan akademik ke dalam satu platform menimbulkan sejumlah kendala bagi mahasiswa, seperti keterlambatan munculnya nilai pada Kartu Hasil Studi (KHS) serta gangguan teknis dalam pengisian Kartu Rencana Studi (KRS) (Suara USU, 2023). Pihak Pusat Sistem Informasi Universitas Sumatera Utara menjelaskan bahwa kendala tersebut berkaitan dengan proses migrasi data dari sistem lama ke sistem baru, serta besarnya jumlah pengguna yang harus dilayani secara bersamaan. Kondisi ini menunjukkan bahwa transformasi digital di perguruan tinggi tidak hanya menyangkut aspek teknologi, tetapi juga menuntut pengelolaan komunikasi digital yang terencana, responsif, dan berorientasi pada pelayanan pengguna.

Namun demikian, kajian akademik mengenai komunikasi digital di perguruan tinggi di Indonesia masih cenderung berfokus pada aspek teknis sistem informasi dan kepuasan pengguna, sementara analisis yang menempatkan platform digital sebagai bagian dari manajemen komunikasi organisasi masih relatif terbatas. Penelitian tentang platform digital kampus umumnya belum mengaitkan secara mendalam antara fungsi teknologi dengan konsep-konsep komunikasi seperti manajemen pesan, peran media institusional, dan relasi organisasi publik. Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan penelitian dalam kajian komunikasi, khususnya terkait bagaimana platform digital perguruan tinggi dianalisis melalui perspektif manajemen komunikasi digital.

Urgensi kajian ini semakin menguat mengingat komunikasi digital telah menjadi tulang punggung interaksi institusional di era transformasi digital. Tanpa pengelolaan komunikasi yang berbasis konsep dan teori komunikasi, penggunaan platform digital berpotensi hanya berfungsi secara administratif, tanpa memperhatikan aspek strategis, makna pesan, dan efektivitas komunikasi organisasi (Chaffey & Ellis-Chadwick, 2019). Oleh karena itu, diperlukan kajian konseptual yang mampu menjelaskan posisi dan peran platform digital dalam kerangka manajemen komunikasi institusi pendidikan.

Berdasarkan latar belakang tersebut, artikel ini bertujuan untuk menganalisis praktik manajemen komunikasi digital dalam lingkungan perguruan tinggi melalui studi pustaka dengan fokus pada platform SATU Universitas Sumatera Utara. Analisis dilakukan dengan menggunakan perspektif teori komunikasi organisasi, manajemen komunikasi, dan komunikasi digital institusional untuk memahami bagaimana platform digital berfungsi sebagai media komunikasi organisasi dalam konteks perguruan

tinggi. Kajian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi konseptual bagi pengembangan studi komunikasi digital, khususnya dalam konteks institusi pendidikan tinggi di Indonesia.

METODE

Metode penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi pustaka (library research). Metode ini dipilih karena penelitian bertujuan untuk menganalisis konsep dan praktik manajemen komunikasi digital dalam lingkungan perguruan tinggi melalui penelusuran dan kajian terhadap berbagai sumber literatur yang relevan. Studi pustaka memungkinkan peneliti untuk mengkaji fenomena komunikasi digital secara mendalam berdasarkan teori, konsep, serta dokumen institusional tanpa melibatkan pengumpulan data lapangan secara langsung.

Jenis dan pendekatan penelitian

Jenis penelitian ini bersifat deskriptif-analitis, yaitu mendeskripsikan fenomena komunikasi digital institusional dan menganalisisnya menggunakan perspektif teori komunikasi. Pendekatan ini digunakan untuk menggambarkan bagaimana platform digital SATU Universitas Sumatera Utara diposisikan sebagai media komunikasi organisasi dan bagian dari praktik manajemen komunikasi digital di lingkungan perguruan tinggi.

Sumber data

Sumber data dalam penelitian ini terdiri atas:

Sumber data primer, berupa literatur ilmiah yang meliputi buku teks komunikasi, artikel jurnal nasional dan internasional yang membahas manajemen komunikasi, komunikasi organisasi, dan komunikasi digital.

Sumber data sekunder, berupa dokumen resmi Universitas Sumatera Utara, informasi institusional terkait platform SATU Mahasiswa, serta pemberitaan media internal universitas yang relevan dengan pengelolaan komunikasi digital.

Teknik pengumpulan data

Pengumpulan data dilakukan melalui penelusuran literatur secara sistematis dengan mengidentifikasi, memilih, dan mengkaji sumber-sumber yang relevan dengan topik penelitian. Literatur diperoleh melalui basis data jurnal ilmiah, buku akademik, serta laman resmi institusi yang berkaitan dengan komunikasi digital di perguruan tinggi. Setiap sumber kemudian diseleksi berdasarkan relevansi, kredibilitas, dan kesesuaian dengan tujuan penelitian.

Teknik analisis data

Analisis data dilakukan dengan teknik analisis tematik konseptual. Tahapan analisis meliputi:

1. Reduksi data, yaitu memilah dan memilih konsep, teori, serta temuan literatur yang relevan dengan manajemen komunikasi digital dan komunikasi organisasi.
2. Klasifikasi data, dengan mengelompokkan konsep ke dalam tema-tema utama seperti manajemen komunikasi digital, media komunikasi institusional, dan platform digital perguruan tinggi. Analisis dan sintesis, yaitu menghubungkan konsep dan teori komunikasi dengan konteks platform SATU Universitas Sumatera Utara untuk menghasilkan pemahaman konseptual yang utuh.
3. Penarikan kesimpulan, berupa perumusan implikasi konseptual terkait peran platform digital sebagai bagian dari manajemen komunikasi di lingkungan perguruan tinggi.

Keabsahan data

Keabsahan data dijaga melalui penggunaan sumber literatur yang kredibel dan relevan, serta dengan melakukan perbandingan antar sumber untuk memperoleh konsistensi pemahaman konsep. Selain itu, analisis dilakukan secara sistematis dan transparan agar interpretasi yang dihasilkan dapat dipertanggungjawabkan secara akademik.

HASIL

Hasil analisis konseptual menunjukkan bahwa implementasi platform digital terpadu tidak terlepas dari tantangan komunikasi, terutama terkait pengelolaan perubahan sistem, penyampaian

informasi kepada pengguna, serta respons terhadap kendala teknis yang muncul. Kondisi ini menegaskan bahwa keberhasilan transformasi digital di perguruan tinggi sangat ditentukan oleh kemampuan institusi dalam mengelola komunikasi digital secara adaptif, transparan, dan berorientasi pada pelayanan.

PEMBAHASAN

Manajemen Komunikasi Digital dalam Lingkungan Perguruan Tinggi

Manajemen komunikasi digital merupakan bagian integral dari komunikasi organisasi yang menempatkan komunikasi sebagai fungsi strategis dalam mencapai tujuan institusi. Dalam konteks perguruan tinggi, manajemen komunikasi digital tidak hanya berkaitan dengan penggunaan teknologi informasi, tetapi juga mencakup proses perencanaan, pengelolaan pesan, pemilihan saluran komunikasi, serta evaluasi efektivitas komunikasi yang berlangsung melalui media digital (Cornelissen, 2020).

Perguruan tinggi sebagai organisasi publik memiliki kompleksitas komunikasi yang tinggi, melibatkan berbagai aktor internal seperti mahasiswa, dosen, tenaga kependidikan, serta pemangku kepentingan eksternal. Digitalisasi komunikasi menjadi kebutuhan untuk menjamin kelancaran arus informasi, transparansi layanan, serta efisiensi koordinasi organisasi. Dalam perspektif manajemen komunikasi, penggunaan platform digital terpadu memungkinkan institusi mengendalikan pesan resmi, menyatukan informasi lintas unit, dan meminimalkan distorsi komunikasi yang sering terjadi dalam sistem yang terfragmentasi.

Dengan demikian, manajemen komunikasi digital di perguruan tinggi dapat dipahami sebagai upaya sistematis institusi dalam mengelola komunikasi berbasis teknologi agar selaras dengan visi, misi, dan kebutuhan pengguna layanan pendidikan tinggi.

Platform Digital sebagai Media Komunikasi Institusional

Platform digital institusional berfungsi sebagai media komunikasi resmi yang menjembatani hubungan antara organisasi dan publiknya. Dalam teori komunikasi organisasi, media institusional berperan sebagai saluran utama penyampaian pesan yang bersifat formal, terstruktur, dan berkelanjutan (Pace & Faules, 2015). Kehadiran platform digital memperluas fungsi media institusional dengan mengintegrasikan komunikasi informasi, pelayanan, dan interaksi dalam satu sistem berbasis teknologi.

Dalam konteks perguruan tinggi, platform digital tidak hanya berfungsi sebagai sistem informasi akademik, tetapi juga sebagai sarana komunikasi pelayanan yang memfasilitasi kebutuhan mahasiswa secara berkelanjutan. Integrasi berbagai layanan dalam satu platform mencerminkan strategi komunikasi organisasi yang berorientasi pada kemudahan akses, efisiensi, dan konsistensi pesan. Hal ini sejalan dengan pandangan komunikasi digital yang menekankan pentingnya pengelolaan saluran komunikasi secara terintegrasi untuk membangun relasi organisasi–publik yang efektif (Kaplan & Haenlein, 2010). Oleh karena itu, platform digital institusional dapat dipahami sebagai representasi konkret dari praktik manajemen komunikasi digital, di mana teknologi digunakan untuk mendukung proses komunikasi organisasi secara strategis dan terencana.

Integrasi Layanan Digital dan Relasi Institusi Mahasiswa

Integrasi layanan digital merupakan salah satu strategi utama dalam manajemen komunikasi digital di lingkungan perguruan tinggi. Melalui integrasi, institusi berupaya menyatukan berbagai layanan akademik dan administratif ke dalam satu sistem yang mudah diakses oleh mahasiswa. Dari perspektif komunikasi, integrasi ini bertujuan untuk menyederhanakan alur komunikasi, mengurangi kebingungan informasi, serta meningkatkan pengalaman pengguna layanan pendidikan.

Platform SATU Mahasiswa Universitas Sumatera Utara mencerminkan upaya integrasi tersebut dengan menghadirkan berbagai layanan seperti pengisian KRS, pemantauan KHS, pembayaran UKT, herregistrasi, evaluasi dosen, serta akses ke aplikasi pendukung lainnya melalui satu akun. Dalam kerangka komunikasi organisasi, integrasi layanan ini memperlihatkan relasi komunikasi yang lebih terstruktur antara institusi dan mahasiswa, di mana mahasiswa diposisikan sebagai pengguna layanan sekaligus mitra komunikasi institusional. Namun, integrasi layanan digital juga menghadirkan tantangan komunikasi, terutama dalam hal penyampaian informasi perubahan sistem, respons terhadap kendala teknis, serta pengelolaan ekspektasi pengguna. Oleh karena itu, keberhasilan integrasi layanan digital tidak hanya ditentukan oleh kecanggihan teknologi, tetapi juga oleh bagaimana institusi mengelola komunikasi digital secara responsif, transparan, dan berorientasi pada pelayanan.

Platform SATU USU dalam Perspektif Manajemen Komunikasi Digital

Dalam perspektif manajemen komunikasi digital, platform SATU USU dapat dipahami sebagai media komunikasi institusional yang menggabungkan fungsi informasi, pelayanan, dan koordinasi organisasi. SATU tidak hanya berperan sebagai alat teknis, tetapi juga sebagai ruang komunikasi digital yang memediasi interaksi antara universitas dan mahasiswa secara berkelanjutan.

Informasi dari media internal Universitas Sumatera Utara menunjukkan bahwa proses integrasi layanan dalam SATU USU sempat menimbulkan kendala teknis yang berdampak pada pengalaman mahasiswa, seperti keterlambatan akses nilai dan gangguan dalam pengisian KRS (Suara USU, 2023). Kondisi ini memperlihatkan bahwa transformasi digital di perguruan tinggi memerlukan pengelolaan komunikasi yang matang, terutama dalam mengantisipasi perubahan sistem dan menjaga kepercayaan pengguna layanan.

Dalam konteks ini, manajemen komunikasi digital berperan penting dalam menjembatani aspek teknologi dan kebutuhan pengguna. Penyediaan helpdesk, perpanjangan jadwal layanan, serta komunikasi terbuka kepada mahasiswa merupakan bagian dari strategi komunikasi institusional untuk memitigasi dampak negatif dari perubahan sistem digital. Dengan demikian, platform SATU USU dapat dianalisis sebagai contoh praktik komunikasi digital institusional yang terus berproses dan membutuhkan pengelolaan komunikasi yang adaptif.

Implikasi Konseptual bagi Pengelolaan Komunikasi Digital Perguruan Tinggi

Berdasarkan kajian pustaka dan analisis konseptual terhadap platform SATU USU, dapat dipahami bahwa manajemen komunikasi digital di perguruan tinggi tidak dapat dilepaskan dari aspek organisasi, pelayanan, dan relasi institusional. Platform digital terpadu memiliki potensi besar dalam meningkatkan efisiensi komunikasi dan kualitas layanan, namun potensi tersebut hanya dapat tercapai apabila didukung oleh perencanaan komunikasi yang jelas dan pengelolaan pesan yang konsisten.

Secara konseptual, kajian ini menegaskan bahwa platform digital perguruan tinggi perlu dipahami sebagai media komunikasi strategis, bukan sekadar sistem administrasi. Pendekatan manajemen komunikasi digital memungkinkan institusi pendidikan untuk memanfaatkan teknologi sebagai sarana membangun hubungan yang lebih efektif dengan mahasiswa serta memperkuat citra dan kredibilitas institusi di era digital.

KESIMPULAN

Kajian ini menunjukkan bahwa manajemen komunikasi digital merupakan aspek strategis dalam pengelolaan komunikasi organisasi di lingkungan perguruan tinggi. Melalui pendekatan studi pustaka, artikel ini menegaskan bahwa komunikasi digital tidak hanya berkaitan dengan penggunaan teknologi informasi, tetapi juga mencakup proses perencanaan, pengelolaan pesan, pemilihan saluran komunikasi, serta upaya membangun relasi yang efektif antara institusi dan mahasiswa. Dalam konteks organisasi pendidikan tinggi, komunikasi digital berperan penting dalam mendukung pelayanan akademik, efisiensi administrasi, dan keterbukaan informasi.

Platform SATU Mahasiswa Universitas Sumatera Utara dipahami sebagai media komunikasi digital institusional yang mengintegrasikan berbagai layanan akademik dan administrasi dalam satu sistem terpadu. Integrasi ini mencerminkan upaya universitas dalam menyederhanakan alur komunikasi, meningkatkan kemudahan akses layanan, serta memperkuat fungsi media digital sebagai saluran resmi komunikasi organisasi. Dari perspektif manajemen komunikasi digital, SATU USU berfungsi sebagai ruang komunikasi yang memediasi interaksi institusi–mahasiswa secara berkelanjutan.

Secara teoritis, kajian ini berkontribusi dalam memperkaya studi komunikasi digital dan komunikasi organisasi dengan menempatkan platform digital perguruan tinggi sebagai bagian dari praktik manajemen komunikasi institusional. Artikel ini menegaskan pentingnya pendekatan komunikasi dalam menganalisis platform digital pendidikan tinggi, sehingga teknologi tidak hanya dipahami sebagai sistem administrasi, tetapi juga sebagai media strategis dalam membangun relasi organisasi–publik.

Penelitian ini memiliki keterbatasan karena hanya menggunakan pendekatan studi pustaka tanpa melibatkan data empiris lapangan. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk mengkombinasikan kajian konseptual dengan metode empiris, seperti wawancara atau survei pengguna,

guna memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai efektivitas manajemen komunikasi digital di perguruan tinggi.

DAFTAR PUSTAKA

Bennett, W. L., & Segerberg, A. (2012). The logic of connective action: Digital media and the personalization of contentious politics. *Information, Communication & Society, 15*(5), 739–768. https://doi.org/10.1080/1369118X.2012.670661

Bryson, J. M. (2018). *Strategic planning for public and nonprofit organizations* (5th ed.). John Wiley & Sons.

Castells, M. (2010). *The rise of the network society* (2nd ed.). Wiley-Blackwell.

Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital marketing* (7th ed.). Pearson Education.

Cornelissen, J. (2020). *Corporate communication: A guide to theory and practice* (6th ed.). SAGE Publications.

Dennis, A. R., Fuller, R. M., & Valacich, J. S. (2008). Media, tasks, and communication processes: A theory of media synchronicity. *MIS Quarterly, 32*(3), 575–600. https://doi.org/10.2307/25148857

Heath, R. L., & Johansen, W. (Eds.). (2018). *The international encyclopedia of organizational communication*. Wiley-Blackwell.

Hennig-Thurau, T., Hofacker, C. F., & Bloching, B. (2013). Marketing the pinball way: Understanding how social media change the generation of value for consumers and companies. *Journal of Interactive Marketing, 27*(4), 237–241. https://doi.org/10.1016/j.intmar.2013.09.005

Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons, 53*(1), 59–68. https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003

Kietzmann, J. H., Hermkens, K., McCarthy, I. P., & Silvestre, B. S. (2011). Social media? Get serious! Understanding the functional building blocks of social media. *Business Horizons, 54*(3), 241–251. https://doi.org/10.1016/j.bushor.2011.01.005

Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2017). *Marketing 4.0: Moving from traditional to digital*. Wiley.

Lunenburg, F. C. (2010). Communication: The process, barriers, and improving effectiveness. *Schooling, 1*(1), 1–11.

McClure, C., & Brunner, B. R. (2020). Communication management in higher education: Strategic practices in the digital era. *Journal of Communication Management, 24*(3), 201–216. https://doi.org/10.1108/JCOM-11-2019-0131

Mulyana, D. (2014). *Ilmu komunikasi: Suatu pengantar*. Remaja Rosdakarya.

Pace, R. W., & Faules, D. F. (2015). *Komunikasi organisasi: Strategi meningkatkan kinerja perusahaan* (D. Mulyana, Trans.). Remaja Rosdakarya. (Karya asli diterbitkan 1994)

Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of innovations* (5th ed.). Free Press.

Servaes, J. (Ed.). (2020). *Handbook of communication for development and social change*. Springer.

Suara USU. (2023, August 21). *Dampak diintegrasinya web SATU USU, PSI siap bantu mahasiswa jika terjadi masalah*. https://suara.usu.ac.id

Universitas Sumatera Utara. (n.d.). *SATU Mahasiswa Universitas Sumatera Utara*. https://satu.usu.ac.id

Weick, K. E. (1995). *Sensemaking in organizations*. SAGE Publications.