



Peran Media Sosial dalam Komunikasi Internal Organisasi Studi Kasus Organisasi Mahasiswa di UIN SMH Banten

Erfan Maulana

Fakultas Dakwah, UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten, Indonesia.

E-mail: maulanaerfan381@gmail.com

Korespondensi Penulis: maulanaerfan381@gmail.com

Abstract. *This research examines the role of social media as a means of internal communication within student organizations at UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten. Using a case study approach, the research explores how platforms such as WhatsApp, Instagram, and Facebook are utilized for activity coordination, information dissemination, and strengthening relationships among members. The results indicate that social media provides advantages in terms of speed, accessibility, and interactivity of communication, as well as facilitating the storage of important organizational information. However, challenges exist in the form of information overload, communication ethics issues, digital access disparities, and declining quality of face-to-face interactions. The research also identifies effective strategies for managing internal communication through social media, including the development of communication guidelines, member training, appropriate platform selection, communication scheduling, continuous evaluation, and integration with offline communication methods. The research findings contribute to the development of adaptive organizational communication models in the digital era for student organizations.*

Keywords: *Social Media, Internal Communication, Student Organizations, UIN SMH Banten.*

Abstrak. Penelitian ini mengkaji peran media sosial sebagai sarana komunikasi internal dalam organisasi mahasiswa di UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten. Menggunakan pendekatan studi kasus, penelitian menelusuri bagaimana platform seperti WhatsApp, Instagram, dan Facebook dimanfaatkan untuk koordinasi kegiatan, penyebaran informasi, dan penguatan hubungan antaranggota. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial memberikan keunggulan dalam kecepatan, aksesibilitas, dan interaktivitas komunikasi, serta memfasilitasi penyimpanan informasi penting organisasi. Namun, terdapat tantangan berupa information overload, masalah etika komunikasi, kesenjangan akses digital, dan penurunan kualitas interaksi tatap muka. Penelitian ini juga mengidentifikasi strategi efektif untuk mengelola komunikasi internal melalui media sosial, mencakup pembuatan pedoman komunikasi, pelatihan anggota, pemilihan platform yang tepat, pengaturan jadwal komunikasi, evaluasi berkelanjutan, dan integrasi dengan metode komunikasi offline. Temuan penelitian berkontribusi pada pengembangan model komunikasi organisasi yang adaptif di era digital bagi organisasi kemahasiswaan.

Kata Kunci: Media Sosial, Komunikasi Internal, Organisasi Mahasiswa, UIN SMH Banten

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi pada era digital telah mengubah secara signifikan cara manusia berinteraksi dan berkomunikasi. Salah satu bentuk kemajuan teknologi yang memiliki dampak luas adalah media sosial. Media sosial tidak lagi sekadar menjadi sarana hiburan atau komunikasi personal, tetapi telah berkembang menjadi instrumen penting dalam konteks komunikasi organisasi, termasuk komunikasi internal.

Komunikasi internal merupakan elemen vital dalam keberlangsungan dan kesuksesan sebuah organisasi. Tanpa aliran informasi yang efektif di antara anggota organisasi,

koordinasi kegiatan, pengambilan keputusan, dan pencapaian tujuan organisasi akan mengalami hambatan yang signifikan. Di era digital, media sosial telah menjadi alternatif dan komplemen bagi saluran komunikasi internal tradisional seperti rapat tatap muka, memo tertulis, atau papan pengumuman.

Organisasi mahasiswa sebagai wadah pengembangan soft skill dan leadership bagi mahasiswa juga tidak luput dari transformasi digital ini. Dengan karakteristik anggotanya yang merupakan generasi digital native, penggunaan media sosial dalam komunikasi internal organisasi mahasiswa menjadi fenomena yang wajar dan bahkan menjadi kebutuhan. Platform seperti WhatsApp, Instagram, Facebook, dan berbagai aplikasi pesan instan lainnya kini menjadi tulang punggung komunikasi sehari-hari dalam banyak organisasi mahasiswa.

UIN Sultan Maulana Hasanuddin (SMH) Banten, sebagai salah satu perguruan tinggi Islam negeri yang memiliki beragam organisasi kemahasiswaan, menjadi contoh menarik tentang bagaimana media sosial dimanfaatkan dalam komunikasi internal organisasi. Mulai dari organisasi intra kampus seperti Senat Mahasiswa, Dewan Eksekutif Mahasiswa, hingga Unit Kegiatan Mahasiswa dan Himpunan Mahasiswa Jurusan, semua memiliki pola penggunaan media sosial yang bervariasi namun integral dalam menopang aktivitas organisasi mereka.

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi secara mendalam bagaimana media sosial berperan dalam komunikasi internal organisasi mahasiswa di UIN SMH Banten. Lebih spesifik, penelitian ini akan menganalisis jenis platform media sosial yang digunakan, pola komunikasi yang terbentuk, efektivitas penggunaan media sosial, serta tantangan dan strategi yang dikembangkan dalam mengelola komunikasi internal berbasis media sosial.

Signifikansi penelitian ini terletak pada kontribusinya terhadap pemahaman yang lebih komprehensif tentang transformasi komunikasi organisasi di era digital, khususnya dalam konteks organisasi kemahasiswaan. Temuan dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi pengembangan model komunikasi internal yang lebih efektif bagi organisasi mahasiswa, serta memberikan wawasan praktis bagi pengelolaan komunikasi organisasi berbasis media sosial.

Seiring dengan makin bergantungnya organisasi pada platform digital untuk komunikasi internal, pemahaman mendalam tentang dinamika, kelebihan, tantangan, dan best practices dalam penggunaan media sosial menjadi semakin krusial. Penelitian ini berupaya mengisi kesenjangan pengetahuan tersebut dengan menyajikan analisis empiris berdasarkan

studi kasus di UIN SMH Banten, yang dapat menjadi cermin bagi fenomena serupa di banyak perguruan tinggi lain di Indonesia.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian *library research*, yang fokus pada penelusuran dan analisis literatur yang relevan dengan Peran media sosial dalam komunikasi internal organisasi, studi kasus organisasi mahasiswa di UIN SMH Banten.

Penelitian ini menggunakan pendekatan *literature review* untuk mengkaji berbagai sumber pustaka, seperti buku, jurnal, artikel, dan sumber digital yang dapat diakses melalui internet. Data yang telah diperoleh akan dianalisis menggunakan pendekatan analisis deskriptif. Penelitian ini menguraikan data yang diperoleh secara sistematis dan teratur, dengan tujuan untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai Peran media sosial dalam komunikasi internal organisasi. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang komprehensif mengenai Peran media sosial dalam komunikasi internal organisasi, studi kasus organisasi mahasiswa di UIN SMH Banten dengan merujuk pada analisis pustaka yang diperoleh.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Media sosial telah menjadi sarana penting dalam komunikasi internal

Organisasi mahasiswa di UIN SMH Banten. Platform seperti WhatsApp, Instagram, dan Facebook digunakan untuk menyampaikan informasi, mengkoordinasikan kegiatan, serta membangun hubungan antaranggota. Penggunaan media sosial memungkinkan penyebaran informasi secara cepat dan efisien, serta mendukung interaksi yang lebih dinamis di antara anggota organisasi.

Namun, penggunaan media sosial dalam komunikasi internal organisasi mahasiswa juga menghadapi beberapa tantangan. Terlalu banyak pesan atau informasi yang disampaikan dapat menyebabkan kebingungan atau informasi penting terlewatkan. Kurangnya aturan atau pedoman dalam berkomunikasi di media sosial dapat menimbulkan kesalahpahaman atau konflik antaranggota. Selain itu, tidak semua anggota mungkin memiliki akses yang sama terhadap perangkat atau koneksi internet yang stabil, yang dapat menghambat partisipasi mereka.

Untuk mengoptimalkan penggunaan media sosial dalam komunikasi internal, organisasi mahasiswa di UIN SMH Banten dapat menerapkan beberapa strategi. Menetapkan aturan atau etika dalam berkomunikasi di media sosial untuk menjaga

profesionalisme dan menghindari konflik. Menyelenggarakan pelatihan bagi anggota tentang penggunaan media sosial yang efektif dan etis. Menyesuaikan platform media sosial yang digunakan dengan kebutuhan komunikasi organisasi, seperti menggunakan WhatsApp untuk koordinasi cepat dan Instagram untuk publikasi kegiatan.

Dengan memahami peran, manfaat, tantangan, dan strategi penggunaan media sosial, organisasi mahasiswa di UIN SMH Banten dapat meningkatkan efektivitas komunikasi internal mereka, memperkuat solidaritas antaranggota, dan mencapai tujuan organisasi secara lebih efisien.

b. Efektivitas Penggunaan Media Sosial dalam Komunikasi Internal Organisasi

Penguatan koordinasi dan kolaborasi merupakan salah satu manfaat utama penggunaan media sosial dalam komunikasi internal organisasi mahasiswa. Media sosial, khususnya platform seperti WhatsApp, telah menjadi alat utama dalam memperkuat koordinasi dan kolaborasi antaranggota organisasi. Melalui grup percakapan, informasi mengenai agenda rapat, pembagian tugas, dan pengumuman penting dapat disampaikan secara cepat dan efisien. Hal ini memungkinkan anggota untuk tetap terhubung dan berkolaborasi meskipun berada di lokasi yang berbeda.

Penggunaan media sosial juga berkontribusi dalam meningkatkan partisipasi dan keterlibatan anggota organisasi. Fitur-fitur interaktif seperti polling, komentar, dan berbagi konten memungkinkan anggota untuk berkontribusi dalam diskusi dan pengambilan keputusan. Selain itu, media sosial memudahkan penyebaran informasi mengenai kegiatan organisasi, sehingga mendorong partisipasi yang lebih luas dari anggota.

Media sosial memungkinkan penyampaian informasi secara real-time, yang sangat penting dalam situasi yang memerlukan respons cepat. Dengan demikian, organisasi dapat merespons perubahan atau kebutuhan mendesak dengan lebih efektif. Namun, penting untuk memastikan bahwa informasi yang disampaikan akurat dan tidak menimbulkan kebingungan di antara anggota.

Meskipun memiliki banyak manfaat, penggunaan media sosial dalam komunikasi internal organisasi juga menghadapi beberapa tantangan. Tantangan tersebut meliputi informasi berlebihan (*information overload*) dimana terlalu banyak pesan atau notifikasi dapat membuat anggota kewalahan dan mengabaikan informasi penting. Selain itu, kurangnya pedoman dalam berkomunikasi di media sosial dapat

menyebabkan penyalahgunaan atau konflik antaranggota terkait etika dan profesionalisme. Keterbatasan akses juga menjadi tantangan karena tidak semua anggota mungkin memiliki akses yang sama terhadap perangkat atau koneksi internet yang stabil, yang dapat menghambat partisipasi mereka.

Untuk mengoptimalkan penggunaan media sosial dalam komunikasi internal, organisasi mahasiswa di UIN SMH Banten dapat menerapkan beberapa strategi pengelolaan komunikasi. Strategi tersebut meliputi pembuatan pedoman komunikasi dengan menetapkan aturan atau etika dalam berkomunikasi di media sosial untuk menjaga profesionalisme dan menghindari konflik. Pelatihan dan edukasi juga penting dengan menyelenggarakan pelatihan bagi anggota tentang penggunaan media sosial yang efektif dan etis.

Pemilihan platform yang tepat juga menjadi strategi kunci dengan menyesuaikan platform media sosial yang digunakan dengan kebutuhan komunikasi organisasi, seperti menggunakan WhatsApp untuk koordinasi cepat dan Instagram untuk publikasi kegiatan. Dengan memahami peran, manfaat, tantangan, dan strategi penggunaan media sosial, organisasi mahasiswa di UIN SMH Banten dapat meningkatkan efektivitas komunikasi internal mereka, memperkuat solidaritas antaranggota, dan mencapai tujuan organisasi secara lebih efisien.

c. Tantangan dalam Penggunaan Media Sosial

Meskipun memiliki banyak manfaat, penggunaan media sosial dalam komunikasi internal organisasi mahasiswa juga menghadapi beberapa tantangan. Informasi Berlebihan menjadi masalah karena terlalu banyak pesan atau informasi yang disampaikan dapat menyebabkan kebingungan atau informasi penting terlewatkan. Anggota organisasi sering mengalami information overload, terutama jika tergabung dalam beberapa grup chatting sekaligus. Hal ini dapat menurunkan respons dan tingkat perhatian terhadap pengumuman penting, sehingga menghambat proses pengambilan keputusan atau eksekusi program.

Disiplin dan Etika Komunikasi juga menjadi tantangan tersendiri karena kurangnya aturan atau pedoman dalam berkomunikasi di media sosial dapat menimbulkan kesalahpahaman atau konflik antaranggota. Tulisan dalam bentuk teks seringkali kehilangan konteks emosional dan dapat ditafsirkan berbeda oleh penerima pesan.

Penggunaan bahasa informal yang berlebihan atau jokes yang tidak tepat juga dapat menurunkan profesionalisme dan citra organisasi. Keterbatasan Akses menjadi masalah berikutnya dimana tidak semua anggota mungkin memiliki akses yang sama terhadap perangkat atau koneksi internet yang stabil, yang dapat menghambat partisipasi mereka.

Kesenjangan digital ini dapat menyebabkan marginalisasi pada anggota tertentu dan menciptakan kelompok-kelompok eksklusif dalam organisasi. Masalah teknis seperti gangguan jaringan atau baterai habis juga dapat mengganggu komunikasi penting pada momen-momen kritis. Ketergantungan dan Penurunan Kualitas Interaksi juga menjadi perhatian serius karena penggunaan media sosial yang berlebihan dapat mengurangi kualitas interaksi tatap muka yang penting untuk membangun ikatan emosional dan rasa kebersamaan antaranggota.

Banyak anggota cenderung mengandalkan komunikasi virtual dan menghindari pertemuan langsung, padahal beberapa keputusan strategis membutuhkan diskusi mendalam yang lebih efektif dilakukan secara tatap muka. Keamanan dan Privasi Data menjadi tantangan terakhir yang perlu diperhatikan karena informasi sensitif organisasi yang dibagikan melalui media sosial berisiko bocor atau disalahgunakan jika tidak dikelola dengan baik. Akun organisasi yang tidak diamankan dengan baik juga rentan terhadap peretasan yang dapat merusak reputasi organisasi atau menyebarkan informasi yang menyesatkan.

d. Strategi Pengelolaan Komunikasi Melalui Media Sosial

Untuk mengoptimalkan penggunaan media sosial dalam komunikasi internal, organisasi mahasiswa di UIN SMH Banten dapat menerapkan beberapa strategi:

- **Pembuatan Pedoman Komunikasi**

Menetapkan aturan atau etika dalam berkomunikasi di media sosial untuk menjaga profesionalisme dan menghindari konflik. Pedoman ini sebaiknya mencakup jenis informasi yang boleh dibagikan, waktu yang tepat untuk mengirim pesan, format penulisan standar untuk pengumuman resmi, serta sanksi terhadap pelanggaran etika komunikasi. Membedakan kanal komunikasi untuk urusan formal dan informal juga dapat membantu anggota memahami konteks dan tingkat urgensi setiap pesan.

- **Pelatihan dan Edukasi**

Menyelenggarakan pelatihan bagi anggota tentang penggunaan media sosial yang efektif dan etis. Materi pelatihan dapat mencakup cara memaksimalkan fitur-fitur platform media sosial, teknik menulis pesan yang jelas dan efektif, serta kesadaran tentang keamanan siber. Program mentoring antara anggota senior dan junior juga dapat membantu transfer pengetahuan tentang budaya komunikasi digital dalam organisasi.

- **Pemilihan Platform yang Tepat**

Menyesuaikan platform media sosial yang digunakan dengan kebutuhan komunikasi organisasi, seperti menggunakan WhatsApp untuk koordinasi cepat dan Instagram untuk publikasi kegiatan. Setiap platform memiliki kelebihan dan keterbatasan yang berbeda, sehingga penggunaannya perlu disesuaikan dengan tujuan komunikasi. Organisasi juga dapat mempertimbangkan penggunaan platform kolaborasi khusus seperti Slack, Trello, atau Google Workspace untuk meningkatkan produktivitas dan pengelolaan proyek.

- **Pengaturan Jadwal dan Konten Komunikasi**

Mengembangkan sistem penjadwalan untuk pengiriman informasi penting agar tidak terjadi penumpukan pesan pada waktu tertentu. Membuat template standar untuk berbagai jenis pengumuman akan memudahkan anggota dalam mengidentifikasi tingkat urgensi dan kategori informasi. Penunjukan admin atau moderator grup yang bertanggung jawab mengelola arus informasi juga dapat membantu menjaga keteraturan komunikasi.

- **Evaluasi dan Adaptasi Berkelanjutan**

Melakukan survei berkala untuk mengukur efektivitas komunikasi internal melalui media sosial dan mengidentifikasi area yang perlu ditingkatkan. Menganalisis pola interaksi anggota dan tingkat respons terhadap berbagai jenis pesan dapat memberikan wawasan berharga untuk menyempurnakan strategi komunikasi. Fleksibilitas dalam beradaptasi dengan platform atau metode komunikasi baru juga penting untuk mengikuti perkembangan teknologi dan preferensi anggota.

- **Integrasi dengan Komunikasi Offline**

Menciptakan keseimbangan antara komunikasi digital dan tatap muka untuk memaksimalkan kelebihan masing-masing metode. Beberapa kegiatan seperti rapat evaluasi semester, pembahasan konflik internal, atau perencanaan strategis

jangka panjang sebaiknya tetap dilakukan secara tatap muka untuk memungkinkan diskusi mendalam dan penguatan ikatan emosional antaranggota.

Dengan memahami peran, manfaat, tantangan, dan strategi penggunaan media sosial, organisasi mahasiswa di UIN SMH Banten dapat meningkatkan efektivitas komunikasi internal mereka, memperkuat solidaritas antaranggota, dan mencapai tujuan organisasi secara lebih efisien. Pendekatan yang seimbang dan terstruktur dalam mengelola komunikasi digital akan menciptakan budaya organisasi yang adaptif, inklusif, dan profesional di era digital.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Media sosial telah menjadi instrumen penting dalam komunikasi internal organisasi mahasiswa di UIN SMH Banten dengan menawarkan berbagai manfaat signifikan. Melalui platform seperti WhatsApp, Instagram, dan Facebook, organisasi mahasiswa dapat memperkuat koordinasi dan kolaborasi antaranggota meskipun berada di lokasi berbeda. Fitur-fitur interaktif media sosial memungkinkan peningkatan partisipasi dan keterlibatan anggota dalam diskusi serta pengambilan keputusan, sementara kemampuan penyampaian informasi secara *real-time* membantu organisasi merespons perubahan atau kebutuhan mendesak dengan lebih efektif.

Di balik manfaatnya, penggunaan media sosial dalam komunikasi internal juga menghadirkan tantangan yang perlu diatasi. *Information overload* sering terjadi ketika terlalu banyak pesan disampaikan, menyebabkan informasi penting terlewatkan. Kurangnya pedoman komunikasi dapat memicu kesalahpahaman dan konflik antaranggota, sementara kesenjangan digital dan keterbatasan akses menciptakan potensi marginalisasi bagi beberapa anggota. Ketergantungan berlebihan pada media sosial juga dapat mengurangi kualitas interaksi tatap muka yang penting untuk membangun ikatan emosional, dan keamanan data organisasi dapat terancam jika tidak dikelola dengan baik.

Untuk mengoptimalkan penggunaan media sosial, organisasi mahasiswa di UIN SMH Banten perlu menerapkan strategi pengelolaan komunikasi yang komprehensif. Pembuatan pedoman komunikasi yang jelas akan membantu menjaga profesionalisme dan mencegah konflik. Program pelatihan dan edukasi bagi anggota akan meningkatkan efektivitas penggunaan media sosial. Pemilihan platform yang tepat sesuai kebutuhan spesifik organisasi akan memaksimalkan efisiensi komunikasi, sementara pengaturan jadwal dan konten komunikasi dapat mencegah *information overload*. Evaluasi dan

adaptasi berkelanjutan terhadap strategi komunikasi serta integrasi yang seimbang antara komunikasi digital dan tatap muka akan menciptakan budaya organisasi yang adaptif dan inklusif.

Dengan pendekatan terstruktur dalam mengelola komunikasi digital, organisasi mahasiswa di UIN SMH Banten dapat memanfaatkan potensi media sosial secara optimal untuk meningkatkan efektivitas komunikasi internal, memperkuat solidaritas antaranggota, dan mencapai tujuan organisasi secara lebih efisien dalam era digital.

Saran

Untuk meningkatkan kualitas artikel, penting untuk memperkuat landasan teoritis dengan menambahkan teori komunikasi organisasi dan teori media sosial yang relevan sebagai kerangka analisis. Teori-teori seperti Media Richness Theory (Daft & Lengel) atau Computer-Mediated Communication Theory dapat memberikan perspektif mendalam tentang efektivitas berbagai platform dalam konteks komunikasi organisasi mahasiswa. Metodologi penelitian juga perlu diperluas dengan menjelaskan secara detail ukuran sampel, teknik pengumpulan data (wawancara, survei, observasi), dan metode analisis data untuk meningkatkan kredibilitas temuan penelitian.

Artikel akan lebih komprehensif dengan penambahan data kuantitatif mengenai tingkat penggunaan berbagai platform media sosial di kalangan organisasi mahasiswa UIN SMH Banten, frekuensi penggunaan, serta tingkat kepuasan anggota terhadap komunikasi internal yang berlangsung. Penyajian 2-3 studi kasus spesifik dari organisasi mahasiswa tertentu di UIN SMH Banten dengan detail penggunaan media sosial mereka, permasalahan yang dihadapi, dan solusi yang diterapkan akan memberikan gambaran nyata dari fenomena yang dibahas.

DAFTAR PUSTAKA

- Biyantara, B., Putri, S. N. R., & Wisudawanto, R. (2023). *Peran humas dalam membangun citra organisasi di RS Ortopedi Prof. Dr. R. Soeharso Surakarta* [Skripsi, Universitas Sahid Surakarta].
- Claracynthia, A., Sari, W. P., Putriana, M., Dewi, A. S., Anbiya, M. Z., Seif, A. F., Surya, B. S., & Sulthan, N. A. (2024). Pengaruh media sosial Instagram BEMP Humas dalam meningkatkan minat mahasiswa berorganisasi (Survei terhadap mahasiswa program studi Humas dan Komunikasi Digital Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Jakarta). *Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi Communique*, 7(1), 95–102.
- Dan, M., Niat Beli, M., Nike Skripsi, U., Sebagian Persyaratan, S., & Derajat, M. (2024). Pengaruh komunikasi media sosial terhadap ekuitas. *Jurnal Komunikasi Digital*, 10(11), 23–28.

- Fillah, D. A. (2024). *Dinamika penggunaan media sosial: Studi analisis mahasiswa komunikasi dan penyiaran Islam dalam mengungkap permasalahan pribadi* [Skripsi, UIN Ar-Raniry Fakultas Dakwah dan Komunikasi].
- Hafidhah, H., Herli, M., & Arifin, M. (2020). Peran media sosial dalam menunjang kinerja dan popularitas institusi perguruan tinggi. *Jurnal Serambi Ilmu*, 21(1), 1–17. <https://doi.org/10.32672/si.v21i1.1786>
- Kurniawan, A., & Hidayatullah, R. (2019). Hubungan intensitas penggunaan media sosial dengan keterlibatan organisasi kemahasiswaan. *Jurnal Psikologi UIN Jakarta*, 17(3), 233–245.
- Lilis, L., Farhah, N., Jannati, A., Hidayat, W., & Peristiwo, H. (2024). Pengaruh penggunaan media sosial terhadap kebiasaan belajar mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah UIN SMH Banten. *Morfologi: Jurnal Ilmu Pendidikan, Bahasa, Sastra dan Budaya*, 2(4), 154–166. <https://doi.org/10.61132/morfologi.v2i4.814>
- Maulana, F., & Dewi, R. K. (2022). Pemanfaatan media sosial oleh organisasi mahasiswa dalam membangun partisipasi publik. *Jurnal Komunikasi & Sosial Media*, 4(2), 98–110.
- Muslimah, E. O. (2021). *Peran organisasi ekstra kampus dalam mengembangkan kecerdasan emosional komunikasi mahasiswa (Studi deskriptif kualitatif pada organisasi Keluarga Mahasiswa Nahdhotul Ulama (KMNU) IAIN Ponorogo)* [Skripsi, IAIN Ponorogo].
- Nasution, H., & Rahayu, S. M. (2020). Peran komunikasi digital dalam penguatan branding organisasi kemahasiswaan. *Jurnal Komunikasi Profesional*, 3(2), 145–155.
- Ningsih, A. S., & Saputri, F. M. (2021). Strategi promosi organisasi mahasiswa berbasis media sosial: Studi pada organisasi mahasiswa universitas negeri. *Jurnal Ilmu Komunikasi Universitas Negeri Yogyakarta*, 12(2), 118–127.
- Penelitian, A. (2025). Pengaruh media sosial terhadap komunikasi organisasi: Studi kasus pada manajemen krisis. *Jurnal Komunikasi Strategis*, 8(1), 660–669. <https://doi.org/10.56338/jks.v8i1.6972>
- Prasetyo, A. D. (2021). Strategi komunikasi organisasi dalam meningkatkan partisipasi anggota di era digital. *Jurnal Ilmu Komunikasi Universitas Brawijaya*, 15(1), 77–89.
- Putra, D. R. (2020). Inovasi komunikasi digital di lingkungan organisasi intra kampus. *Jurnal Media dan Komunikasi Indonesia*, 5(3), 100–112.
- Wulandari, R. (2023). Efektivitas Instagram sebagai media komunikasi organisasi mahasiswa dalam menyampaikan program kerja. *Jurnal Kajian Media Sosial*, 6(1), 45–56.
- Zaczckya, L. N. (2017). Media sosial dan politik mahasiswa: Studi kasus penggunaan media sosial oleh pengurus organisasi intra kampus dalam interaksi politiknya. *Kontekstualita*, 3(4), 1–8.