



## Peran Strategis Lobi dan Negosiasi dalam Berbagai Aspek

April Laksana<sup>1</sup>, Aliya Dwi Rahayu<sup>2\*</sup>, Hamdan Pahlepi<sup>3</sup>, Ikmal<sup>4</sup>,  
Intan Inayah<sup>5</sup>, Intan Nurul<sup>6</sup>

<sup>1-6</sup> Universitas Bina Bangsa, Indonesia

Alamat: JL Raya Serang - Jakarta, KM. 03 No. 1B, Panancangan, Kec. Cipocok Jaya, Kota  
Serang, Banten 42124

Korespondensi penulis: [aliyadwiraahayuputri03@gmail.com](mailto:aliyadwiraahayuputri03@gmail.com)

**Abstract.** *This study explores the essential role of lobbying and negotiation strategies across various sectors such as politics, social affairs, business, and non-profit organizations. Using a qualitative approach and case studies, the research highlights how these communication strategies influence decisions, build relationships, and resolve conflicts. The findings indicate that lobbying and negotiation skills are crucial for groups to achieve their goals, particularly in today's digital era. Social media also emerges as a new platform for such practices, though it brings challenges to face-to-face interaction quality. Therefore, a deep understanding and ethical application of lobbying and negotiation are vital for creating effective and constructive communication.*

**Keywords:** *communication strategy, conflict, digital era, lobbying, negotiation, social media*

**Abstrak.** Penelitian ini membahas peran penting strategi lobi dan negosiasi dalam berbagai bidang, seperti politik, sosial, bisnis, hingga organisasi non-profit. Dengan pendekatan kualitatif dan studi kasus, penelitian ini menyoroti bagaimana kedua strategi komunikasi ini digunakan untuk mempengaruhi keputusan, membangun relasi, serta menyelesaikan konflik. Hasil temuan menunjukkan bahwa kemampuan bernegosiasi dan melobi sangat menentukan keberhasilan kelompok dalam memperjuangkan kepentingannya, terutama di tengah kompleksitas era digital. Selain itu, media sosial juga menjadi saluran baru dalam praktik lobi dan negosiasi, meskipun turut membawa tantangan dalam kualitas interaksi langsung. Oleh karena itu, pemahaman mendalam serta penerapan yang etis terhadap strategi lobi dan negosiasi sangat diperlukan dalam menciptakan komunikasi yang efektif dan konstruktif.

**Kata Kunci:** lobi, negosiasi, strategi komunikasi, media sosial, konflik, era digital

### 1. LATAR BELAKANG

Lobi dan negosiasi bisa juga di sebut human relation yang memiliki kemampuan membangun komunikasi yang efektif, menunjukkan empati, serta mengelola konflik dengan bijak memainkan peran penting dalam menciptakan interaksi sosial yang sehat pada remaja. Ketika keterampilan ini tidak berkembang dengan baik, remaja berisiko mengalami dinamika hubungan yang tidak sehat — seperti hubungan yang bersifat toksik — yang pada akhirnya dapat memengaruhi kesejahteraan mental dan emosional mereka. (Yesya Vatria Barasa et al., 2024)

Dalam berbagai ranah kehidupan sosial, politik, maupun ekonomi, setiap kelompok pasti memiliki kepentingan yang ingin diperjuangkan. Kepentingan tersebut tidak jarang saling bersinggungan, sehingga dibutuhkan strategi komunikasi dan pendekatan yang mampu menjembatani perbedaan dan membangun titik temu. Dalam konteks inilah, lobi dan negosiasi memainkan peran penting sebagai alat strategis untuk memengaruhi,

memperjuangkan, serta menyelaraskan kepentingan kelompok dengan berbagai pihak yang memiliki kekuasaan atau pengaruh.

Lobi seringkali dipahami sebagai aktivitas yang dilakukan secara personal maupun kelembagaan untuk memengaruhi pengambil kebijakan agar berpihak pada agenda tertentu. Sementara itu, negosiasi merupakan proses interaktif yang melibatkan pertukaran pandangan, tawar-menawar, hingga tercapainya kesepakatan yang menguntungkan bagi pihak-pihak yang terlibat. Keduanya bukan hanya sekadar aktivitas politik tingkat tinggi, namun juga sering ditemukan dalam dinamika organisasi, komunitas, bahkan antarindividu dalam kehidupan sehari-hari.

Dalam situasi yang semakin kompleks dan kompetitif, kemampuan suatu kelompok dalam menjalankan strategi lobi dan negosiasi secara tepat dapat menentukan sejauh mana mereka berhasil mempertahankan dan mewujudkan aspirasinya. Oleh karena itu, pemahaman yang mendalam terhadap bagaimana kedua strategi ini diterapkan menjadi penting untuk dikaji, terutama dalam konteks kontemporer yang sarat dengan kepentingan multilevel dan jejaring kekuasaan yang cair.

Penelitian ini bertujuan untuk mengurai peran strategis lobi dan negosiasi dalam upaya kelompok-kelompok tertentu dalam memperjuangkan kepentingannya, dengan pendekatan kualitatif agar mampu menangkap dinamika relasi dan strategi yang tidak selalu tampak di permukaan.

Dalam organisasi juga tentu dibutuhkan teknik lobby dan negosiasi. Realitas di lapangan menunjukkan bahwa banyak organisasi di Indonesia masih menghadapi kendala dalam menyelaraskan strategi komunikasi mereka dengan tuntutan era digital. Berdasarkan survei preliminary yang dilakukan terhadap 50 perusahaan besar di Indonesia, 65% mengakui kesulitan dalam mengintegrasikan komunikasi tradisional dengan platform digital, sementara 72% melaporkan tantangan dalam mengelola krisis reputasi di media sosial. Corporate communication, sebagai disiplin yang fokus pada pengelolaan informasi dan hubungan antara organisasi dengan publiknya, menjadi strategi utama dalam pengelolaan citra organisasi. Namun, implementasinya di Indonesia memerlukan pendekatan yang lebih kontekstual dan adaptif, mengingat keragaman pemangku kepentingan dan kompleksitas lanskap media yang ada. (Miliani et al., 2025)

Selain dalam organisasi, lobi dan negosiasi juga berguna untuk meredam konflik antar teman di perguruan tinggi karena mahasiswa sebagai individu yang sedang berada dalam proses pencarian jati diri dan kemandirian, mahasiswa sangat memerlukan dukungan dari lingkungan sosial di sekitarnya. Hubungan pertemanan tidak hanya berfungsi sebagai

koneksi antarindividu, tetapi juga menjadi wadah pembelajaran untuk berinteraksi, bekerja sama, dan menyelesaikan persoalan secara kolektif. Konflik yang terjadi dalam hubungan pertemanan seringkali mencerminkan adanya perbedaan pandangan maupun nilai yang dipegang masing-masing pihak. Karena itu, kemampuan mengelola konflik secara konstruktif menjadi salah satu keterampilan sosial yang esensial bagi mahasiswa. Kehadiran lingkungan pertemanan yang suportif mampu menciptakan rasa nyaman dan aman, yang pada akhirnya turut mendukung perkembangan akademik dan pribadi mereka. Anisa Nurbaiti et al. (2024)

## 2. KAJIAN TEORITIS

Lobi dan negosiasi merupakan dua bentuk strategi komunikasi yang tidak hanya memiliki dampak praktis di berbagai sektor, tetapi juga memiliki dasar teoritis yang kokoh dalam disiplin ilmu komunikasi maupun ilmu hubungan internasional. Dalam ranah akademik, kedua strategi ini sering dikaji melalui berbagai pendekatan teoritis untuk memahami bagaimana komunikasi dapat dimanfaatkan secara strategis dalam memengaruhi keputusan, membangun relasi, serta menciptakan konsensus di tengah perbedaan kepentingan.

Salah satu teori yang relevan untuk menjelaskan peran lobi dan negosiasi adalah **teori komunikasi strategis**, seperti yang dikemukakan oleh Hallahan et al. (2007). Teori ini menjelaskan bahwa komunikasi strategis merupakan suatu bentuk komunikasi yang direncanakan secara sistematis, dengan tujuan utama untuk memengaruhi persepsi publik atau menciptakan hubungan tertentu guna mencapai tujuan organisasi. Dalam konteks ini, lobi dan negosiasi dapat diposisikan sebagai bagian dari praktik komunikasi strategis tersebut. Keduanya bukan sekadar bentuk komunikasi biasa, melainkan merupakan proses yang secara sadar dan terstruktur digunakan oleh individu maupun kelompok untuk memengaruhi pengambilan keputusan, baik dalam ranah kebijakan publik maupun dalam konteks relasi bisnis dan sosial.

Selanjutnya, dari **sudut pandang teori komunikasi interpersonal**, seperti yang dijelaskan oleh Devito (2013), aktivitas lobi dan negosiasi juga sangat berkaitan erat dengan kemampuan individu dalam membangun hubungan yang sehat dan efektif. Proses komunikasi interpersonal yang efektif biasanya ditandai dengan adanya komunikasi dua arah yang mengedepankan empati, kemampuan mendengarkan secara aktif, persuasi, serta pemahaman terhadap perspektif dan posisi orang lain. Semua elemen ini menjadi sangat penting, terutama dalam proses negosiasi yang pada dasarnya bertujuan untuk mencapai

kesepakatan bersama yang saling menguntungkan. Keberhasilan dalam lobi maupun negosiasi tidak hanya ditentukan oleh argumen yang kuat, tetapi juga oleh sejauh mana pelaku komunikasi mampu membangun koneksi emosional dan saling pengertian dengan pihak lain.

Di sisi lain, **teori pertukaran sosial (Social Exchange Theory)** yang dikembangkan oleh Thibaut dan Kelley (1959) juga memberikan kerangka konseptual yang penting dalam memahami dinamika negosiasi. Teori ini berpandangan bahwa interaksi sosial, termasuk negosiasi, didasarkan pada prinsip untung-rugi (*cost-benefit analysis*), di mana setiap pihak cenderung mengevaluasi potensi keuntungan dan kerugian dari setiap keputusan yang diambil. Dalam konteks negosiasi, kesepakatan akan lebih mudah tercapai jika masing-masing pihak merasa bahwa hasil dari negosiasi tersebut memberikan manfaat yang sepadan atau bahkan lebih besar daripada pengorbanan yang mereka keluarkan. Prinsip ini menegaskan bahwa negosiasi bukan hanya soal kompromi, tetapi juga soal kalkulasi rasional yang memperhitungkan nilai timbal balik.

Dalam konteks politik, praktik lobi erat kaitannya dengan **teori pluralisme**, di mana keberadaan berbagai kelompok kepentingan dianggap sebagai bagian alami dari sistem demokrasi. Menurut Truman (1951), dalam sistem yang pluralistik, tidak ada satu kelompok pun yang memiliki kekuasaan dominan secara absolut. Sebaliknya, berbagai kelompok kepentingan bersaing secara terbuka untuk memengaruhi kebijakan publik. Di sinilah praktik lobi menjadi sangat penting sebagai sarana bagi kelompok-kelompok tersebut untuk menyuarakan aspirasi dan mempengaruhi para pengambil kebijakan agar memperhatikan kepentingan mereka. Lobi dalam politik bukan hanya aktivitas teknis, tetapi juga merupakan manifestasi dari dinamika demokratis di mana setiap kelompok memiliki kesempatan yang sama untuk berpartisipasi dalam proses kebijakan.

Selain itu, dalam **konteks komunikasi digital dan media sosial**, teori **Uses and Gratifications** yang dikembangkan oleh Katz et al. (1973) dapat digunakan untuk menganalisis bagaimana aktor-aktor lobi modern memanfaatkan teknologi digital sebagai saluran komunikasi. Dalam teori ini, pengguna media tidak lagi dianggap sebagai penerima pasif dari pesan-pesan komunikasi, melainkan sebagai subjek aktif yang secara selektif memilih, menggunakan, bahkan menciptakan konten sesuai dengan kebutuhan, harapan, dan kepentingan pribadi mereka. Hal ini membuka ruang yang luas bagi para pelobi untuk menyusun strategi komunikasi digital yang lebih personal, interaktif, dan responsif terhadap kebutuhan khalayak. Dengan menggunakan platform seperti media sosial, lobi dapat

dilakukan secara lebih terbuka dan menjangkau audiens yang lebih luas dalam waktu singkat.

Dukungan terhadap pentingnya lobi dan negosiasi juga dapat ditemukan dalam sejumlah penelitian terdahulu. Misalnya, **studi oleh Mulyana (2025)** menekankan bahwa pendekatan komunikasi yang tepat dalam proses bisnis dapat meningkatkan kepercayaan antara pelaku usaha dan konsumen, yang pada akhirnya memperkuat relasi dan loyalitas. Sementara itu, **Barasa et al. (2024)** menemukan bahwa keterampilan dalam melakukan negosiasi sangat bermanfaat bagi mahasiswa, terutama dalam mengelola konflik yang muncul dalam hubungan pertemanan. Hasil dari studi ini menunjukkan bahwa negosiasi tidak hanya bermanfaat dalam dunia kerja atau politik, tetapi juga dalam kehidupan sosial sehari-hari sebagai keterampilan dasar dalam membangun hubungan interpersonal yang sehat dan harmonis.

Dengan merujuk pada berbagai teori dan temuan empiris tersebut, dapat disimpulkan bahwa lobi dan negosiasi bukan sekadar praktik komunikasi pragmatis yang dilakukan secara spontan atau intuitif, melainkan merupakan proses komunikasi yang kompleks dan terstruktur, yang dilandasi oleh prinsip-prinsip teoritis yang kuat dan mendalam. Oleh karena itu, pemahaman terhadap landasan teori komunikasi sangat penting dalam merancang dan melaksanakan strategi lobi maupun negosiasi yang tidak hanya efektif dalam mencapai tujuan, tetapi juga etis serta berkelanjutan dalam jangka panjang.

### 3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus untuk menelaah bagaimana komunikasi antarpribadi berperan dalam menyelesaikan konflik antar karyawan di lingkungan organisasi perusahaan. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam dengan sejumlah karyawan dan pemimpin, pengamatan terhadap interaksi antar karyawan, serta telaah terhadap dokumen-dokumen kebijakan perusahaan terkait penyelesaian konflik (Laksana et al., 2024).

Sementara itu, terdapat pula penelitian lain yang menyoroti sebuah produk perawatan kulit menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, yakni suatu pendekatan yang mengandalkan data dalam bentuk kata-kata, gambar, dan bukan angka. Data tersebut dihimpun melalui wawancara, catatan lapangan, dokumentasi pribadi, foto, video, memo, maupun berbagai jenis dokumentasi lainnya (Mulyana et al., 2025).

Menurut Deva Satria Pamungkas dan rekan-rekannya (2024), data diperoleh melalui pencarian dengan kata kunci seperti “strategi komunikasi digital,” “media sosial,” dan

“kepercayaan konsumen.” Fokus artikel ini adalah membahas bagaimana strategi komunikasi digital yang diterapkan melalui media sosial dapat dimanfaatkan secara efektif dalam membangun sekaligus menjaga kepercayaan dari konsumen.

#### **4. HASIL DAN PEMBAHASAN**

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menggambarkan secara komprehensif peran strategis dari praktik lobi dan negosiasi dalam berbagai sektor kehidupan, seperti ranah sosial, politik, hingga bidang ekonomi. Berdasarkan wawancara yang dilakukan secara mendalam dengan sejumlah tokoh kunci dari sektor pemerintahan, dunia usaha, serta organisasi non-profit, ditambah dengan analisis terhadap dokumen-dokumen resmi dan studi kasus yang relevan, ditemukan bahwa baik lobi maupun negosiasi memiliki pengaruh yang sangat signifikan dalam proses pengambilan keputusan, pembentukan kebijakan publik, penciptaan peluang ekonomi baru, serta penguatan hubungan antar kelompok yang memiliki kepentingan berbeda.

##### **Lobi dalam Dunia Politik**

Dari hasil wawancara dan pengumpulan data di lapangan, khususnya dengan para anggota legislatif dan sejumlah staf pemerintahan yang memiliki peran dalam proses kebijakan publik, diketahui bahwa aktivitas lobi menjadi salah satu instrumen penting yang digunakan dalam penyusunan berbagai kebijakan.

Lobi yang biasanya dilakukan oleh kelompok kepentingan, baik itu berasal dari organisasi masyarakat sipil, asosiasi profesi, maupun dunia usaha, berfungsi sebagai media untuk menyampaikan aspirasi serta menyuarakan berbagai kepentingan yang ingin diperjuangkan. Dalam praktiknya, lobi membantu para pembuat kebijakan untuk memperoleh pemahaman yang lebih menyeluruh dan mendalam mengenai isu-isu tertentu yang berkembang di masyarakat. Selain itu, lobi juga menawarkan alternatif solusi kebijakan yang cenderung berpihak pada kepentingan tertentu.

Akan tetapi, penelitian ini juga menemukan bahwa jika terlalu banyak pihak yang terlibat dalam proses lobi, hal ini dapat menimbulkan risiko berupa menurunnya kualitas kebijakan yang dihasilkan, karena semakin banyak kepentingan yang harus dipertimbangkan dan diselaraskan secara bersamaan. (Kohar et al., 2025)

##### **Negosiasi dalam Dunia Bisnis**

Dalam sektor bisnis dan korporasi, hasil penelitian menunjukkan bahwa proses negosiasi memegang peranan sentral dalam membangun relasi kerja sama yang saling menguntungkan serta dalam menyelesaikan berbagai sengketa atau konflik kontraktual.

Melalui pendekatan studi kasus terhadap sejumlah perusahaan, diketahui bahwa keberhasilan sebuah negosiasi tidak hanya bergantung pada seberapa besar kekuatan tawar-menawar yang dimiliki oleh masing-masing pihak, tetapi juga sangat dipengaruhi oleh kemampuan mereka dalam membangun kepercayaan bersama dan menjalin komunikasi yang terbuka serta transparan. Negosiasi yang dilakukan secara profesional dan penuh rasa saling menghormati akan meningkatkan peluang tercapainya kesepakatan yang menguntungkan. Sebaliknya, apabila proses negosiasi mengalami kegagalan, hal ini dapat berujung pada rusaknya hubungan kerja sama yang telah terjalin, terganggunya stabilitas operasional perusahaan, dan bahkan berdampak negatif terhadap citra perusahaan di mata publik serta stakeholder. (CORPORATE+COMMUNICATION, n.d.)

### **Lobi dalam Dunia Sosial dan Organisasi Non-Profit**

Di bidang sosial dan dalam organisasi non-profit, kegiatan lobi kerap digunakan sebagai sarana untuk menyuarakan isu-isu penting yang berkaitan dengan kepentingan masyarakat luas, seperti isu kemanusiaan, keadilan sosial, dan pelestarian lingkungan hidup. Penelitian ini mengungkapkan bahwa strategi lobi yang dilakukan secara efektif biasanya melibatkan pembentukan jaringan yang luas serta pemahaman yang mendalam terhadap dinamika politik yang sedang berlangsung dan opini publik yang berkembang.

Organisasi non-profit kerap kali menggunakan pendekatan yang berbasis bukti (evidence-based approach) untuk memperkuat klaim dan argumentasi mereka, sehingga dapat mendorong perubahan kebijakan yang berpihak pada kelompok yang mereka wakili. Namun demikian, perlu dicatat bahwa jika pendekatan lobi dilakukan terlalu agresif atau terkesan memaksakan kepentingan sepihak, hal ini justru dapat menimbulkan ketidakpercayaan dari publik dan pada akhirnya memperburuk citra organisasi yang bersangkutan. (Yusuf et al., n.d.)

### **Pengelolaan Konflik dalam Negosiasi**

Salah satu temuan kunci dari penelitian ini adalah bahwa pengelolaan konflik secara tepat dan konstruktif merupakan faktor yang sangat menentukan dalam keberhasilan proses negosiasi, terutama dalam konteks organisasi multinasional, hubungan internasional, maupun diplomasi antarnegara. Dalam lingkungan global yang multikultural, perbedaan budaya, nilai, dan cara pandang seringkali menjadi pemicu munculnya konflik dalam proses negosiasi.

Oleh karena itu, penting bagi para pelaku negosiasi untuk memiliki kemampuan memahami dan mengelola perbedaan perspektif tersebut dengan cara yang bijaksana. Para mahasiswa dan praktisi yang terlibat dalam bidang hubungan internasional menekankan

pentingnya keterampilan interkultural dan komunikasi antarbudaya dalam menjalankan negosiasi internasional secara efektif. Kemampuan untuk melihat perbedaan sebagai kekuatan, bukan hambatan, menjadi kunci penting dalam membangun kesepahaman dan mencapai solusi bersama.

### **Dampak Negosiasi dan Lobi Terhadap Keberlanjutan Sosial**

Lebih jauh lagi, penelitian ini juga menemukan bahwa praktik lobi dan negosiasi yang dilakukan secara transparan, akuntabel, dan etis dapat memberikan kontribusi positif terhadap keberlanjutan sosial dan ekonomi suatu masyarakat. Strategi komunikasi yang terbuka memungkinkan terciptanya partisipasi publik yang lebih luas serta membangun kepercayaan antar pemangku kepentingan.

Namun, di sisi lain, pendekatan lobi dan negosiasi yang hanya berorientasi pada keuntungan jangka pendek tanpa mempertimbangkan dampak sosial dan lingkungan dalam jangka panjang, justru berpotensi menciptakan ketimpangan dan merugikan masyarakat luas. Oleh sebab itu, penelitian ini menekankan pentingnya penerapan prinsip etika yang kuat dalam setiap aktivitas lobi dan negosiasi agar manfaatnya dapat dirasakan secara merata dan berkelanjutan oleh semua pihak yang terlibat.

## **5. KESIMPULAN DAN SARAN**

Dari hasil penelitian bisa kita lihat bahwa lobi dan negosiasi sangat berdampak dalam segala hal, baik dalam politik, sosial, organisasi non-profit, dan masih banyak lagi.

Aktivitas lobi dan negosiasi kini juga merambah ke ranah media sosial, memanfaatkan berbagai platform digital seperti Instagram, TikTok, Twitter, dan lainnya. Pengaruh media sosial terhadap perilaku sosial remaja bersifat kompleks dan mencakup berbagai dimensi. Di satu pihak, media sosial membuka peluang untuk memperluas jejaring pertemanan, memperoleh akses terhadap informasi global, serta mengasah kemampuan digital yang sangat dibutuhkan di era digital saat ini. Namun, di pihak lain, penggunaan media sosial secara berlebihan juga dapat memicu sejumlah persoalan, seperti kecanduan dunia maya, perundungan siber, gangguan kecemasan sosial, serta menurunnya kualitas interaksi langsung secara tatap muka (Deva Satria Pamungkas et al., 2024).

Media sosial membentuk pola interaksi yang bersifat virtual, di mana remaja lebih sering berkomunikasi lewat pesan instan atau berbagai konten daripada bertemu langsung. Meski memperluas koneksi secara geografis, kebiasaan ini juga mengurangi intensitas interaksi tatap muka yang penting bagi hubungan sosial konvensional.

## DAFTAR REFERENSI

- Anisa Nurbaiti, Utari Mutiara Ayu, Setya Prihatining Tyas, Bernika Meilani Ifada, & April Laksana. (2024). Pengaruh Human Relations Mahasiswa dalam Menyelesaikan Konflik di Lingkup Pertemanan. *Konsensus : Jurnal Ilmu Pertahanan, Hukum Dan Ilmu Komunikasi*, 1(6), 52–59. <https://doi.org/10.62383/konsensus.v1i6.447>
- Anisah, A., Dwiyantri, S., Suminah, S., Hanip, H., & Laksana, A. (2024). Nomor 2. Halaman 125-134. *Tahun 2024 ETIC (EDUCATION AND SOCIAL SCIENCE JOURNAL)*, 1(2). <https://naluriedukasi.com/index.php/eticjournal/index>
- CORPORATE+COMMUNICATION*. (n.d.).
- Deva Satria Pamungkas, Indra Bahari Saputra, & April Laksana. (2024). Strategi Komunikasi Digital Melalui Media Sosial Untuk Membangun Kepercayaan Konsumen. *Konsensus : Jurnal Ilmu Pertahanan, Hukum Dan Ilmu Komunikasi*, 1(6), 88–94. <https://doi.org/10.62383/konsensus.v1i6.461>
- Fitrianti, R., & Laksana, A. (2022). Public Opinion on The Postponing the 2024 Election on Twitter Social Media by Online Media of Koran Tempo. *Legal Brief*, 11(3), 2722–4643. <https://doi.org/10.35335>
- Hana Apriyanti, Ira Safaat Aeni, Reva Sila Kinaya, Nasywa Hasna Nabilla, April Laksana, & Lika Mulki Latief. (2024). Keterlibatan Penggunaan Media Sosial pada Interaksi Sosial di Kalangan Gen Z. *Sosial Simbiosis : Jurnal Integrasi Ilmu Sosial Dan Politik*, 1(4), 229–237. <https://doi.org/10.62383/sosial.v1i4.929>
- Kohar, A., Nurhaliza, E., Rahma, S. G., Puspitasari, Y., Ferdiana, R., & Penulis, K. (2025). Strategi Komunikasi Digital dalam Meningkatkan Partisipasi Masyarakat Terhadap Program Pemerintah. *Sains Dan Ilmu Komunikasi*, 3(2), 90–98. <https://doi.org/10.59841/saber.v3i2.2550>
- Komunikasi Korporasi dalam Meningkatkan Keterlibatan Karyawan Generasi Rian Fikri, D. Z., Halwin Mujahidin, M., Anwar Sutisna, N., Kamilatun Najat, N., Laksana, A., Kunci, K., Korporasi, K., & Sosial, M. (2024). Nomor 2. Halaman 107-118. *Tahun 2024 ETIC (EDUCATION AND SOCIAL SCIENCE JOURNAL)*, 1(2). <https://naluriedukasi.com/index.php/eticjournal/index>
- Laksana, A., Rizka, H. N., Lailatul, D., Khasanah, N., & Aliyah, M. (2024). *Peran Komunikasi Antarpribadi dalam Resolusi Konflik Antar Karyawan di Organisasi Perusahaan*. 1, 1–12. <https://doi.org/10.62383/kajian.v1i4.54>
- Mahfudzah Firdaus, Z., Febriyanti, G., & Laksana, A. (2024). Nomor 2. Halaman 119-124. *Tahun 2024 ETIC (EDUCATION AND SOCIAL SCIENCE JOURNAL)*, 1(2). <https://naluriedukasi.com/index.php/eticjournal/index>
- Miliani, A., Pramudita, S., Rosanti, R., Febriyanti, G., & Kartika, K. (2025). Corporate communication Sebagai Strategi Utama dalam Pengelolaan Citra Organisasi. In *COMTE: Journal of Sociology Research and Education* (Vol. 1, Issue 6).

- Mulyana, B. B., Firmansyah, A., Fitriani, M., & Delima, K. R. (2025). *Peran Public Relation Dalam Pemulihan Citra Pada Produk Scarlett*. 2, 3048–4405. <https://doi.org/10.62383/konsensus.v2i1.636>
- Olivia Putri Andini, Sefia Darmayanti, Indah Fitria Sari, & April Laksana. (2024). Peran Human Relation dalam Menciptakan Lingkungan Kerja yang Harmonis dan Produktif. *Konsensus : Jurnal Ilmu Pertahanan, Hukum Dan Ilmu Komunikasi*, 1(6), 140–148. <https://doi.org/10.62383/konsensus.v1i6.476>
- Yesya Vatria Barasa, Ayu Nurmala, Reva Fisalsabila, Deswita Fitriyani, Ariani Galuh Pangastuti, & April Laksana. (2024). Pengaruh Human Relations Terhadap Interaksi & Perilaku Remaja di Media Sosial. *Konsensus : Jurnal Ilmu Pertahanan, Hukum Dan Ilmu Komunikasi*, 1(6), 166–173. <https://doi.org/10.62383/konsensus.v1i6.480>
- Yusuf, M., Feni Agustina, L., Mayla, N., Azzahra, N., & Laksana, A. (n.d.). Pentingnya Human Relations Dalam Membangun Kualitas Komunikasi di Organisasi Kampus. *Sains Dan Ilmu Komunikasi*, 3, 75–84. <https://doi.org/10.59841/saber.v3i1.2018>