

Komunikasi Digital Untuk Karang Taruna Kelurahan Taman Sari Bandung

**Sri Wahyuning Astuti¹, Choiria Anggraini², Dedi Kurnia Syah Putra³, Sang Ayu
Putu Vajravany Yudyaputri Warasenda⁴**

^{1,2,3,4} Universitas Telkom, Indonesia

Corresponding Author

Nama Penulis: Sri Wahyuning Astuti

E-mail: sriwahyuning@telkomuniversity.ac.id

Abstrak

Media sosial dan komunikasi digital memungkinkan organisasi untuk menjangkau audiens yang lebih luas secara efisien. Pemanfaatan teknologi digital bagi karang taruna dapat meningkatkan efektivitas program sosial dan kewirausahaan yang mereka jalankan. Dengan komunikasi digital, Karang Taruna dapat menyebarluaskan informasi mengenai kegiatan mereka dengan lebih cepat dan efektif, khususnya bagi karang taruna kelurahan taman sari yang wilayah geografisnya berada di pusat kota bandung. Karena itu, Pelatihan dan Peningkatan Komunikasi digital harus diberikan secara komprehensif mulai dari pemilihan, pembuatan content, hingga evaluasi penggunaan dan content yang dihasilkan. Etika dan Privasi dalam Komunikasi Digital juga harus dapat diterapkan sebagai bentuk pemberian informasi yang jelas dan dapat dipercaya. Anggota karang taruna juga harus diberikan pemahaman terkait pemanfaatan social media kedepannya sebagai bagian dari komersialisasi untuk meningkatkan kemandirian organisasi dan mendukung program program kerja.

Kata Kunci - digital, komunikasi, media sosial, karang taruna

Abstract

Social media and digital communication allow organizations to reach a wider audience efficiently. The use of digital technology for youth organizations can increase the effectiveness of the social and entrepreneurial programs they run. With digital communication, youth organizations can disseminate information about their activities more quickly and effectively, especially for youth organizations in Taman Sari village whose geographical area is in the center of Bandung city. Therefore, training and improvement of digital communication must be provided comprehensively from the selection, creation of content, to the evaluation of the use and content produced. Ethics and Privacy in Digital Communication must also be applied as a form of providing clear and reliable information. Karang Taruna members must also be given an understanding of the future use of social media as part of commercialization to increase organizational independence and support work programs.

Keywords – digital, communication, social media, karang taruna

PENDAHULUAN

Karang Taruna sebagai organisasi kepemudaan memiliki peran penting dalam pemberdayaan sosial di 1920asyara komunitas. Namun, di era digital yang semakin maju, banyak Karang Taruna salah satunya karang taruna di keluarahan taman sari menghadapi berbagai tantangan dalam beradaptasi dengan perkembangan teknologi. Salah satu masalah utama yang dihadapi adalah rendahnya literasi digital di kalangan anggotanya. Menurut laporan UNESCO (2022), masih banyak pemuda di pedesaan dan daerah tertinggal yang belum memiliki keterampilan dasar dalam memanfaatkan teknologi digital secara produktif. Akibatnya, potensi mereka dalam menggunakan teknologi untuk mendukung aktivitas organisasi masih terbatas (UNESCO., 2021)

Kurangnya pemahaman tentang strategi komunikasi digital juga menjadi kendala bagi Karang Taruna taman sari dalam menyebarkan informasi dan menjangkau 1920asyarakat secara lebih luas. Di era media sosial yang serba cepat, kemampuan dalam mengelola platform digital seperti Instagram, Facebook, WhatsApp, dan TikTok menjadi sangat penting (Kaplan A, 2019). Sayangnya, masih banyak anggota yang belum mampu membuat konten yang efektif dan menarik untuk mendukung promosi kegiatan dan program kerja Karang Taruna. Akibatnya, program yang telah dirancang sering kali kurang mendapatkan partisipasi maksimal dari 1920asyarakat (Mardiana, 2021)

Selain itu, Karang Taruna Kelurahan Taman Sari juga menghadapi masalah dalam pengelolaan administrasi dan dokumentasi berbasis digital. Seringnya, mereka masih mengandalkan metode konvensional dalam 1920asyarak laporan kegiatan, menyimpan data anggota, serta melakukan koordinasi internal. Hal ini menghambat efisiensi kerja dan membuat informasi sulit diakses 1920asyar dibutuhkan (Westerman, G., Bonnet, D., & McAfee, 2014). Dengan pelatihan digital, Karang Taruna dapat belajar menggunakan berbagai alat dan aplikasi manajemen yang lebih efisien, seperti Google Drive, Trello, atau platform berbasis cloud lainnya (Rogers, 2003)

Masalah lain yang dihadapi adalah keterbatasan dalam membangun jejaring dan kemitraan dengan pihak eksternal. Karang Taruna yang tidak memiliki keterampilan digital sering kali kesulitan untuk berkomunikasi dengan pemerintah daerah, organisasi non-profit, atau sektor swasta yang dapat mendukung kegiatan mereka. Tanpa komunikasi yang efektif melalui email 1920asyarakat19201920, website, atau platform digital lainnya, banyak peluang kerja sama dan pendanaan yang terlewatkan (Turban, E., Pollard, C., & Wood, 2018). Hal ini menghambat perkembangan organisasi dan membatasi dampak yang bisa mereka berikan kepada 1920asyarakat.

Dalam aspek pemberdayaan ekonomi, Karang Taruna yang memiliki unit usaha atau mendukung UMKM 1920asya sering kali mengalami kesulitan dalam pemasaran digital. Banyak usaha kecil yang dikelola oleh anggota Karang Taruna masih mengandalkan metode pemasaran tradisional yang kurang efektif di era digital. Menurut laporan Google & Temasek (2022), lebih dari 60% UMKM di Indonesia masih mengalami kesulitan dalam mengadopsi pemasaran digital secara optimal. Tanpa kemampuan untuk memanfaatkan e-commerce, media sosial, atau strategi digital marketing lainnya, produk-produk 1920asya sulit bersaing di pasar yang lebih luas. Pelatihan komunikasi digital dapat membantu Karang Taruna mengembangkan strategi pemasaran online yang lebih efektif dan meningkatkan daya saing produk mereka (Chaffey, D., & Smith, 2020).

Di samping itu, maraknya hoaks dan disinformasi di media sosial juga menjadi tantangan bagi Karang Taruna dalam memberikan edukasi yang benar kepada 1920asyarakat. Studi dari European Commission (2021) menunjukkan bahwa generasi muda sering kali menjadi target utama penyebaran berita palsu karena rendahnya keterampilan literasi digital. Tanpa pemahaman yang cukup tentang literasi digital, banyak anggota yang rentan menyebarkan informasi yang tidak akurat atau terprovokasi oleh isu-isu yang menyesatkan. Pelatihan digital dapat membekali mereka dengan keterampilan untuk memilah informasi, melakukan verifikasi sumber, serta menyampaikan edukasi yang benar kepada komunitas mereka (Lewandowsky, S., Ecker, U. K. H., & Cook, 2020)

Tantangan lainnya adalah kurangnya pemanfaatan teknologi dalam penyelenggaraan kegiatan Karang Taruna. Dengan perkembangan digital, banyak kegiatan dapat dilakukan secara daring atau hybrid untuk menjangkau lebih banyak peserta. Namun, tanpa kemampuan teknis dalam

menggunakan platform webinar, live streaming, atau aplikasi konferensi seperti Zoom dan Google Meet, Karang Taruna kesulitan dalam menyelenggarakan kegiatan yang lebih modern dan inklusif (Miller, 2022). Hal ini menghambat mereka dalam menjangkau lebih banyak peserta dari berbagai daerah.

Dengan berbagai tantangan yang dihadapi, pelatihan komunikasi digital menjadi kebutuhan mendesak bagi Karang Taruna. Melalui pelatihan ini, anggota dapat meningkatkan keterampilan digital mereka, memperluas jangkauan komunikasi, meningkatkan efektivitas administrasi, membangun jejaring yang lebih luas, serta memberdayakan ekonomi 1921asya secara lebih optimal (Tapscott, 1998). Oleh karena itu, dukungan dari berbagai pihak sangat diperlukan untuk memastikan Karang Taruna dapat bertransformasi menjadi organisasi kepemudaan yang lebih adaptif, inovatif, dan berdampak di era digital ini.

Pelatihan komunikasi digital bagi Karang Taruna bertujuan untuk membekali anggotanya dengan keterampilan dalam mengelola informasi, berkomunikasi secara efektif di media sosial, serta memahami etika digital. Di 1921asyar maraknya hoaks dan disinformasi, pemuda Karang Taruna perlu memiliki literasi digital yang baik agar dapat menyebarkan informasi yang akurat dan berkontribusi pada 1921asyarakat1921 1921asyarakat berbasis pengetahuan. Dengan pelatihan yang tepat, mereka tidak hanya menjadi konsumen teknologi, tetapi juga mampu menjadi 1921asyara konten yang bermanfaat dan berdaya guna bagi lingkungan sekitar.

Selain itu, komunikasi digital juga memainkan peran penting dalam pengembangan jaringan dan kolaborasi antarorganisasi. Karang Taruna yang memiliki keterampilan komunikasi digital dapat lebih mudah berkoordinasi dengan pemerintah, 1921asyara swadaya 1921asyarakat, maupun sektor swasta untuk mengembangkan program-program sosial yang lebih luas dan berdampak. Pemanfaatan platform digital seperti media sosial, website, dan aplikasi komunikasi memungkinkan mereka untuk meningkatkan visibilitas dan memperkuat jejaring kerja sama yang lebih produktif.

Dari perspektif ekonomi, komunikasi digital membuka peluang bagi Karang Taruna untuk mempromosikan produk dan layanan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang dikelola oleh anggota mereka. Dengan strategi pemasaran digital yang tepat, produk 1921asya dapat menjangkau pasar yang lebih luas, sehingga meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan komunitas. Pelatihan ini dapat mencakup penggunaan e-commerce, pemasaran media sosial, hingga strategi branding digital agar Karang Taruna mampu bersaing dalam ekosistem ekonomi digital.

Salah satu manfaat utama komunikasi digital bagi Karang Taruna adalah kemampuan untuk membangun jaringan dan kolaborasi dengan berbagai pihak, baik pemerintah, swasta, maupun komunitas lain. Berdasarkan penelitian (Rainie, L., & Wellman, 2012) konektivitas digital memungkinkan individu dan organisasi untuk memperluas pengaruhnya dan menciptakan dampak yang lebih besar dalam 1921asyarakat. Dengan adanya pelatihan komunikasi digital, Karang Taruna dapat memperkuat kemitraan strategis guna mendukung keberlanjutan program-program mereka (Raine & Wellman, 2017)

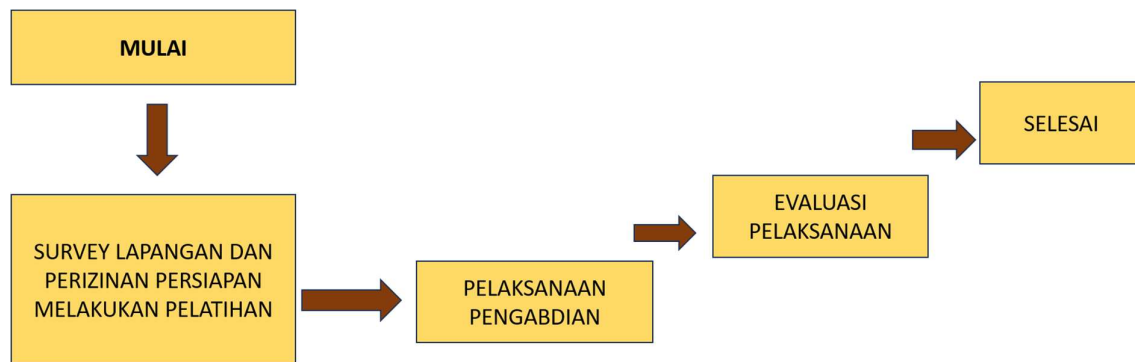
Selain itu, komunikasi digital juga berperan penting dalam meningkatkan transparansi dan akuntabilitas organisasi. Melalui berbagai platform digital seperti website dan media sosial, Karang Taruna dapat mendokumentasikan dan melaporkan kegiatan mereka secara terbuka kepada 1921asyarakat. Menurut (Fung, A., Graham, M., & Weil, 2007) penggunaan teknologi digital dalam organisasi dapat meningkatkan partisipasi 1921asyarakat dan memperkuat kepercayaan 1921asyar terhadap organisasi tersebut (Bingham, 2008)

Di sisi lain, literasi digital masih menjadi tantangan bagi banyak anggota Karang Taruna, terutama dalam hal pemanfaatan media sosial secara produktif dan aman. Tanpa pemahaman yang memadai, penggunaan teknologi digital justru dapat menimbulkan dampak 1921asyarak, seperti penyebaran hoaks, pelanggaran privasi, serta penyalahgunaan data pribadi. Oleh karena itu, pelatihan komunikasi digital bagi Karang Taruna sangat penting untuk membekali mereka dengan keterampilan yang diperlukan dalam menghadapi tantangan ini (Livingstone & Helsper, 2007)

Pemanfaatan teknologi kecerdasan buatan (AI) dalam komunikasi digital juga menjadi peluang yang dapat dimanfaatkan oleh Karang Taruna. AI dapat membantu dalam analisis data, otomatisasi komunikasi, serta peningkatan strategi digital marketing. Menurut Brynjolfsson dan McAfee (2014), penggunaan AI dalam komunikasi dapat meningkatkan efisiensi dan efektivitas dalam penyebaran informasi serta interaksi dengan audiens. Dengan pelatihan yang tepat, anggota Karang Taruna dapat memanfaatkan teknologi ini untuk memperkuat strategi komunikasi mereka (Brynjolfsson & McAfee, 2014)

Lebih lanjut, komunikasi digital juga memainkan peran penting dalam pengembangan ekonomi kreatif di 1922asyara komunitas. Dengan adanya akses terhadap platform digital, Karang Taruna dapat membantu anggotanya dalam mempromosikan produk 1922asya, mengembangkan bisnis berbasis digital, serta meningkatkan daya saing usaha kecil dan menengah. Menurut laporan UNESCO (2021), digitalisasi memberikan peluang besar bagi komunitas 1922asya untuk mengembangkan ekonomi kreatif yang berbasis inovasi dan kewirausahaan (UNESCO., 2021)

METODE



Gambar 1.
Alur Kegiatan Pengabdian

Metode Pelaksanaan Pengabdian Pada Masyarakat dimulai dari

1. Survey lapangan dan perizinan ke tempat pengabdian 1922asyarakat Survey dilakukan setelah proposal rencana kegiatan di setujui oleh pihak kampus. Survey dilakukan beberapa kali untuk memastikan kesiapan waktu dan 1922asyar serta sarana dan prasarana yang dibutuhkan saat 1922asyarakat1922 abdimas.
2. Melakukan persiapan ke 1922asyar. Persiapan dilakukan dengan memastikan ruangan yang digunakan, seperti kesiapan proyektor, mic, speaker dan alat alat lain yang dibutuhkan untuk kepentingan praktek maupun teori.
3. Membuat materi tentang “Komunikasi Digital” yang meliputi
 - a) Ruang lingkup Komunikasi Digital
 - b) Pemanfaatan Media Sosial
 - c) Komersialisasi Media Sosial
4. Tahapan selanjutnya adalah 1922asyarakat1922 kegiatan dengan sebelumnya dilakukan pretest.
5. Pelaksanaan kegiatan diawali dengan memberikan pretest yakni sejumlah pertanyaan terkait beberapa materi terkait keamanan data digital. Hasil pretes akan menjadi pembanding dengan hasil post test atau setelah materi diberikan
6. Pelaksanaan ceramah dilakukan dengan memberikan materi dan tanya jawab kepada peserta.
7. Setelah pemberian materi selesai dilakukan maka diberikan post tes dilanjutkan dengan evaluasi 1922asyarakat1922. Proses Evaluasi berupa rangkaian kegiatan dari awal hingga akhir.

8. Post test diberikan setelah rangkaian pemberian materi, untuk mengetahui 1923asyara keterserapan materi yang diberikan. Soal Post Test memiliki pertanyaan yang sama dengan pre test. Peserta juga diberikan pertanyaan evaluasi untuk mengetahui penilaian peserta atas seluruh rangkaian kegiatan.
9. Berdasarkan hasil pre test dan post tes, untuk selanjutnya dilakukan 1923asyarakat terhadap kegiatan pengabdian 1923asyarakat ini dan rencana keberlanjutan berdasarkan hasil feed back dari peserta.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pemberian Materi terkait Komunikasi Digital dilakukan dengan menggunakan ceramah pada sekitar 30 orang Anggota Karang Taruna dari Kelurahan Taman Sari. Peserta yang merupakan anggota karang taruna aktif diberikan materi terkait komunikasi digital, mulai dari Sejarah Komunikasi Digital, Pengertian Komunikasi Digital, Pemilihan Media, pemanfaatan hingga optimalisasi komunikasi digitalisasi untuk menghasilkan fungsi ekonomis.

Pemahaman terkait komunikasi digital dimulai dari Sejarah munculnya komunikasi digital. Penggunaan komunikasi digital untuk aktifitas khususnya di karang taruna penting dilakukan karena selain lebih mudah menyebarkan informasi kepada warga atau anggota karang taruna juga membuat aktifitas atau kegiatan dalam karang taruna bisa terdokumentasi dengan baik dan dibagikan, selain itu penggunaan komunikasi digital dengan menggunakan media sosial dapat membuka peluang kolaborasi antar desa/ pihak luar.

Penggunaan komunikasi digital tidak terlepas dari bagaimana Menyusun pesan atau komunikasi yang efektif agar pesan bisa ditangkap dan dipahami dengan baik. Penyusunan pesan dimulai dengan menentukan siapa target audiens, cara mendokumentasikan kegiatan, mengelola komentar dan pesan serta membuat content calender.

Audiens atau komunikan sangat tergantung pada media untuk memenuhi kebutuhan informasi, identitas sosial, dan pelarian dari kenyataan. Ketika ketergantungan tinggi, media punya kekuatan besar memengaruhi opini, sikap, dan perilaku follower. Karena itulah pemberi pesan dalam hal ini media sosial karang taruna harus mampu memberikan informasi sesuai dengan kebutuhan, sehingga follower merasa tergantung untuk terus mendapatkan informasi dari akun yang sama Ball-Rokeach & DeFleur (1976)

Selanjutnya peserta juga diberikan pemahaman terkait penyusunan konten yang terjadwal, konten terjadwal bisa dilakukan sesuai waktu maupun jenisnya, content terjadwal bisa diklasifikasikan sesuai hari dan jenis, misalnya senin untuk informasi seputar karang taruna, selasa untuk edukasi (tips kebersihan, vaksinasi dll), untuk hari rabu bisa dikhususkan untuk mengupload seluruh dokumentasi kegiatan yang dilakukan selama seminggu, maupun peristiwa yang terjadi dilingkungan kelurahan. Untuk akhir pekan, content bisa disesuaikan dengan memberikan hiburan, kuiz maupun serba serbi kelurahan mulai dari spot spot wisata maupun makanan yang ada.



Gambar 2.
Pemateri Komunikasi Digital

Pembuatan kalender konten adalah bagian Strategic Communication Planning (Gregory, 2000). Selain content calendar beberapa tahapan yang harus dilakukan untuk menghasilkan komunikasi yang spesifik dan terukur harus melalui, Analisis situasi, Penetapan tujuan, Segmentasi audiens, Penentuan pesan, Taktik dan Penjadwalan (Content Calendar) dan Evaluasi.

Dalam pembuatan content, peserta juga diajarkan untuk menyesuaikan Bahasa yang digunakan. Jenis Bahasa yang digunakan adalah Bahasa Santai, Bahasa formal dan Gaya Naratif atau Story telling. Masing-masing Bahasa yang dipilih memiliki karakteristik masing-masing. Content yang menggunakan Bahasa Santai umumnya menyasar kalangan muda, content dengan Bahasa formal menyasar orang tua maupun instansi, dan Bahasa naratif digunakan untuk berbagi pengalaman dengan Bahasa yang mudah diterima dan dimengerti.



Gambar 3.
Tim Abdimas di Kolong Jembatan Layang Pasupati

Plaisance (2013) dalam bahasanya terkait media ethic menekankan bahwa media digital tidak membutuhkan "etika baru", tetapi perlu penyesuaian penerapan etika lama terhadap tantangan baru, seperti: Anonimitas online, Penyebaran informasi secara viral, Ketidakjelasan batas privat-publik, Otomatisasi dan algoritma. Media digital telah mengaburkan batas antara ruang publik dan privat, misalnya: Pengambilan data tanpa sepengetahuan pengguna, Penyebaran identitas atau lokasi pribadi, Privasi selebritas dan masyarakat umum di media sosial. Karena itulah, perlu dipahami dengan menyeluruh makna privasi dengan tetap berpegang pada prinsip moral: penghormatan terhadap martabat manusia. Pentingnya menghargai privasi dan perhatian terhadap etika dalam komunikasi juga harus diikuti dengan Transparansi & Anonimitas Digital. Dalam praktek komunikasi digital sehari-hari beberapa dilemma terkait etika dalam komunikasi adalah adanya identitas anonim di Internet, Disclosure (pengungkapan) informasi di blog, media sosial, dan platform berita, Kredibilitas dalam dunia digital yang tidak selalu menunjukkan sumber. Meski fenomena ini tidak bisa dihilangkan dalam komunikasi digital, namun transparansi tetap merupakan nilai penting, bahkan secara daring. Beberapa etika dalam komunikasi digital yang harus diperhatikan diantaranya;



Gambar 4.
Etika Komunikasi Digital

Dalam berkomunikasi selain privasi, etika yang juga harus dijunjung tinggi adalah menginformasikan dengan jujur dan akurat, sopan santun termasuk menghindari hate speech, dan menghindari Konflik (Astuti et al., 2025)

Rangkaian kegiatan diakhiri dengan dilakukan evaluasi terhadap pelaksanaan kegiatan, evaluasi dilakukan dengan memberikan kuesioner evaluasi, dengan hasil sebagai berikut

Tabel 1.
Kuesioner Umpan Balik Mitra

NO	Pernyataan	Sangat Setuju	Setuju	Jumlah
1	Materi kegiatan bermanfaat dan sesuai dengan kebutuhan peserta	100	0	100
2	Waktu pelaksanaan kegiatan ini relatif sesuai dan cukup	90	10	100
3	Materi yang disajikan jelas dan mudah dipahami	100	0	100
4	Tim panitia memberikan pelayanan yang baik selama kegiatan	100	0	100
5	Peserta berharap kegiatan-kegiatan seperti ini dilanjutkan di masa yang akan datang	100	0	100

Tabel diatas menunjukkan bahwa dari 30 responden yang mengikuti pelatihan, sebagian besar menyatakan sangat setuju jika kegiatan ini kembali dilakukan. Mereka juga menyatakan persetujuan atas waktu penyelenggaraan dan materi. Hasil kuesiner evaluasi dapat disimpulkan bahwa seluruh responden menginginkan kegiatan ini bisa dilanjutkan di sesi berikutnya dengan lebih banyak praktek dan contoh (Astuti et al., 2023)

KESIMPULAN

Setelah dilakukan ceramah, diskusi dan tanya jawab pada Anggota Karang Taruna dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan peserta mengikuti dengan antusias pemberian materi yang disampaikan mulai dari pemberian penjelasan terkait Komunikasi Digital. Peserta juga sangat antusias dalam bertanya dan mencari solusi atas permasalahan yang dihadapi karang taruna dalam penggunaan media digital khususnya pengoptimalan media sosial yang dimiliki Karang Taruna Kelurahan Taman Sari. Pengabdian Masyarakat ini diharapkan akan berlangsung secara berkesinambungan dan rutin dilakukan hingga tujuan yang ditetapkan terealisasi dengan sempurna.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Karang Taruna Kelurahan Taman Sari dan Semua pihak yang membantu terlaksananya pengabdian masyarakat ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Astuti, S. W., Imran, A. I., Purnama, H., & Gede, S. (2025). *Literasi Keamanan Digital Antisipasi Cat Fishing*. 2(11), 5475–5481.
- Astuti, S. W., Lestari, M. T., & Purnama, H. (2023). Pelatihan Menjadi Presenter Handal di SMK Telkom Bandung. *Jurnal Altifani Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 160–166. <https://doi.org/10.25008/altifani.v3i1.351>
- Bingham, L. B. (2008). *Full Disclosure: The Perils and Promise of Transparency*, by Archon Fung, Mary Graham, and David Weil, Cambridge: Cambridge University Press, 2007, 282 pp., \$28.00, hardcover. *Journal of Policy Analysis and Management*, 27(1), 218–221. <https://doi.org/10.1002/pam.20317>
- Brynjolfsson, E., & McAfee, A. (2014). The second machine age: Work, progress, and prosperity in a time of brilliant technologies. In *The second machine age: Work, progress, and prosperity in a time of brilliant technologies*. W W Norton & Co.

- Chaffey, D., & Smith, P. R. (2020). *Digital Marketing Excellence: Planning, Optimizing and Integrating Online Marketing*. Routledge.
- Fung, A., Graham, M., & Weil, D. (2007). *Disclosure: The Perils and Promise of Transparency*. Cambridge University Press.
- Kaplan A, H. M. (2019). Siri, Siri, in my hand: Who's the fairest in the land? On the interpretations, illustrations, and implications of artificial intelligence. *Bus Horiz [Internet].*, 62(1), 15–25. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.bushor.2018.08.004>
- Lewandowsky, S., Ecker, U. K. H., & Cook, J. (2020). Beyond Misinformation: Understanding and Coping with the “Post-Truth” Era. *Journal of Applied Research in Memory and Cognition*, 9(4), 484–495.
- Livingstone, S., & Helsper, E. (2007). Gradations in digital inclusion: Children, young people and the digital divide. *New Media and Society*, 9(4), 671–696. <https://doi.org/10.1177/1461444807080335>
- Mardiana, R. (2021). Strategi Komunikasi Digital dalam Organisasi Kepemudaan: Studi pada Karang Taruna Kota Bandung. *Jurnal Komunikasi Dan Media*, 8(2), 103–117.
- Miller, M. (2022). *Cloud Computing: Web-Based Applications That Change the Way You Work and Collaborate Online*. Que Publishing.
- Raine, L., & Wellman, B. (2017). *Networked* : 4(June 2013), 64–66.
- Rainie, L., & Wellman, B. (2012). *Networked: The New Social Operating System*. MA: MIT Press.
- Rogers, E. M. (2003). Diffusion of innovations. In *TA - TT* - (5th ed). Free Press. <https://doi.org/LK - https://worldcat.org/title/52030797>
- Tapscott, D. (1998). *Growing up digital: The rise of the net generation*. NY: The Free Press.
- Turban, E., Pollard, C., & Wood, G. (2018). *Information Technology for Management: On-Demand Strategies for Performance, Growth and Sustainability*. Wiley.
- UNESCO. (2021). *Re| Shaping Policies for Creativity: Addressing Culture as a Global Public Good*.
- Westerman, G., Bonnet, D., & McAfee, A. (2014). *Leading Digital: Turning Technology into Business Transformation*. Harvard Business Review Press.