TEKNIK KOMUNIKASI DALAM MENGELOLA HUBUNGAN DENGAN KLIEN PADA PROSES DESAIN (STUDI KASUS PADA BARA CREATIVE STUDIO)

Ezra Valentya Immanuel[1], Noning Verawati[2], M. Denu Poyo[3]
[1,2,3] Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Bandar Lampung
e-mail: [1]ezrafalentya2015@gmail.com, [2]noning.verawati@ubl.ac.id, [3]denu@ubl.ac.id

ABSTRAK

Komunikasi menjadi faktor penting dalam membangun dan mempertahankan hubungan antara agensi kreatif dan klien selama proses desain. Perbedaan kebutuhan, karakteristik, dan ekspektasi klien menuntut penerapan teknik komunikasi yang tepat agar tercipta kesamaan pemahaman serta hubungan kerja sama yang berkelanjutan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis teknik komunikasi yang diterapkan Bara Creative Studio dalam mengelola hubungan dengan klien pada proses desain. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Data diperoleh melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi yang melibatkan Account Executive, Creative Director, Desainer Grafis, dan klien Bara Creative Studio. Analisis data dilakukan melalui reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan dengan uji keabsahan menggunakan triangulasi sumber. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Bara Creative Studio menerapkan empat teknik komunikasi, yaitu teknik hubungan manusiawi, teknik informatif, teknik persuasif, dan teknik instruktif. Teknik komunikasi informatif merupakan teknik yang paling dominan karena diterapkan hampir pada seluruh tahapan proses desain, mulai dari penggalian kebutuhan klien, penyusunan creative brief, penyampaian konsep desain, presentasi hasil desain, hingga proses revisi, sehingga mampu membangun kesamaan pemahaman antara klien dan tim internal. Teknik hubungan manusiawi menjadi dasar dalam membangun kepercayaan dan hubungan profesional dengan klien, sedangkan teknik persuasif digunakan secara kondisional ketika terjadi perbedaan pandangan terhadap konsep desain. Adapun teknik instruktif merupakan teknik yang paling jarang digunakan karena hanya diterapkan sebagai arahan teknis pada kondisi tertentu setelah tercapai kesepakatan bersama. Penelitian ini menyimpulkan bahwa penerapan teknik komunikasi secara situasional sesuai dengan kebutuhan setiap tahapan proses desain mampu mendukung pengelolaan hubungan dengan klien secara kolaboratif, dan berkelanjutan.

Kata Kunci: *Agensi Kreatif, Hubungan Klien, Industri Kreatif, Proses Desain, Teknik Komunikasi.*

ABSTRACT

Communication plays a crucial role in establishing and maintaining relationships between creative agencies and clients throughout the design process. Differences in

ISSN 2798-141X

clients needs, characteristics, and expectations require the implementation of appropriate communication techniques to achieve mutual understanding and sustain long-term professional relationships. This study aims to analyze the communication techniques employed by Bara Creative Studio in managing client relationships during the design process. The research adopted a qualitative approach using a case study method. Data were collected through in-depth interviews, observation, and documentation involving the Account Executive, Creative Director, Graphic Designer, and clients of Bara Creative Studio. Data were analyzed through data reduction, data display, and conclusion drawing, while source triangulation was employed to ensure data validity. The findings reveal that Bara Creative Studio applies four communication techniques: human relations, informative, persuasive, and instructive communication. Among these, informative communication is the most dominant technique, as it is implemented throughout almost every stage of the design process, including identifying client needs, preparing the creative brief, presenting design concepts, delivering design outcomes, and managing revisions, thereby fostering shared understanding between clients and the internal team. Human relations communication serves as the foundation for building trust and maintaining professional relationships with clients, while persuasive communication is applied when differences in design perspectives arise. Meanwhile, instructive communication is the least frequently used technique, as it is limited to providing technical direction in specific situations after mutual agreement has been reached. This study concludes that the situational application of communication techniques according to the requirements of each stage of the design process supports dialogic, collaborative, and sustainable client relationship management.

Keywords: *Agency Creative, Client Relationship, Communication Techniques, Creative Industry, Design Process.*

PENDAHULUAN

Perkembangan industri kreatif mendorong meningkatnya kebutuhan akan layanan desain sebagai bagian dari strategi komunikasi visual organisasi dan perusahaan. Dalam proses tersebut, komunikasi menjadi faktor penting karena menentukan keberhasilan penyampaian kebutuhan klien, penyelarasan konsep kreatif, hingga penyelesaian proyek desain. Hubungan antara agensi kreatif dan klien tidak hanya bergantung pada kualitas hasil desain, tetapi juga pada kemampuan agensi dalam mengelola komunikasi selama proses desain berlangsung sehingga tercipta kesamaan pemahaman dan hubungan kerja sama yang berkelanjutan.

Teknik komunikasi merupakan cara yang digunakan komunikator dalam menyampaikan pesan agar tujuan komunikasi dapat tercapai secara efektif (Effendy, 2011). Teknik komunikasi meliputi teknik hubungan manusiawi, informatif, persuasif, dan instruktif, yang masing-masing memiliki fungsi berbeda sesuai dengan situasi komunikasi. Dalam konteks industri kreatif, penerapan teknik komunikasi menjadi penting karena proses desain sering kali dipengaruhi oleh perbedaan persepsi, kebutuhan, dan ekspektasi antara klien dengan tim kreatif. Kondisi tersebut menuntut agensi untuk

ISSN 2798-141X

mampu menerapkan teknik komunikasi yang tepat agar informasi dapat dipahami secara seragam dan proses kerja sama berjalan secara efektif.

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa komunikasi berperan penting dalam membangun hubungan antara organisasi dan pelanggan maupun klien. Fitriansyah dkk (2024) menemukan bahwa komunikasi yang efektif mampu meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Monicha & Yantos (2026) menunjukkan bahwa komunikasi interpersonal berkontribusi dalam membangun hubungan yang baik dengan pelanggan, sedangkan Sefanya & Bathesta (2020) menjelaskan bahwa keberhasilan hubungan antara agensi dan klien dipengaruhi oleh kemampuan memahami kebutuhan klien serta menjaga kualitas komunikasi selama proses kerja sama. Namun, penelitian-penelitian tersebut masih berfokus pada komunikasi pemasaran, pelayanan pelanggan, dan hubungan agensi sebagai konsultan, sehingga belum mengkaji secara spesifik penerapan teknik komunikasi dalam mengelola hubungan dengan klien pada proses desain di agensi kreatif.

Kebaruan penelitian ini terletak pada analisis penerapan empat teknik komunikasi dalam proses desain yang menunjukkan bahwa teknik komunikasi tidak diterapkan secara terpisah, melainkan digunakan secara situasional sesuai dengan kebutuhan komunikasi pada setiap tahapan pekerjaan. Penelitian ini menemukan bahwa teknik komunikasi informatif menjadi teknik yang paling dominan karena digunakan hampir di seluruh proses desain, sedangkan teknik komunikasi instruktif merupakan teknik yang paling jarang diterapkan karena hanya digunakan pada kondisi tertentu sebagai arahan teknis setelah tercapai kesepakatan bersama. Temuan tersebut memberikan gambaran mengenai bagaimana teknik komunikasi diterapkan secara adaptif dalam mengelola hubungan antara agensi kreatif dan klien.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis teknik komunikasi yang diterapkan Bara Creative Studio dalam mengelola hubungan dengan klien pada proses desain. Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian ilmu komunikasi, khususnya mengenai penerapan teknik komunikasi dalam industri kreatif, sekaligus menjadi referensi bagi industri kreatif dalam membangun hubungan komunikasi yang efektif dengan klien.

KAJIAN TEORI

Teknik Komunikasi

Teknik komunikasi merupakan cara atau metode yang digunakan komunikator dalam menyampaikan pesan agar tujuan komunikasi dapat tercapai secara efektif (Effendy, 2011). Teknik komunikasi tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyampaian informasi, tetapi juga sebagai pendekatan untuk membangun hubungan, memengaruhi sikap, serta memberikan arahan sesuai dengan tujuan komunikasi. Pemilihan teknik komunikasi yang tepat memungkinkan pesan diterima secara jelas, meminimalkan kesalahpahaman, dan membangun hubungan yang lebih efektif antara komunikator dan komunikan. Dalam penelitian ini, teknik komunikasi digunakan sebagai landasan untuk menganalisis bagaimana Bara Creative Studio mengelola hubungan dengan klien selama proses desain.

ISSN 2798-141X

Effendy (2011) mengelompokkan teknik komunikasi menjadi empat bentuk, yaitu teknik hubungan manusiawi, teknik informatif, teknik persuasif, dan teknik instruktif. Teknik hubungan manusiawi menekankan pembentukan hubungan yang harmonis melalui empati, keterbukaan, dan saling menghargai. Teknik informatif digunakan untuk menyampaikan informasi secara jelas, lengkap, dan sistematis agar tercipta kesamaan pemahaman. Teknik persuasif bertujuan memengaruhi sikap atau keputusan komunikan melalui argumentasi yang logis tanpa unsur paksaan, sedangkan teknik instruktif digunakan untuk memberikan arahan atau petunjuk teknis yang perlu dilaksanakan sesuai dengan tujuan komunikasi. Dalam praktiknya, keempat teknik tersebut tidak selalu diterapkan secara terpisah, tetapi dapat saling melengkapi sesuai dengan karakteristik situasi komunikasi yang dihadapi. Dalam industri kreatif, komunikasi antara agensi dan klien berlangsung pada berbagai tahapan proses desain, mulai dari penggalian kebutuhan, penyusunan *creative brief*, penyampaian konsep, pembahasan revisi, hingga penyerahan hasil desain. Oleh karena itu, setiap tahapan memerlukan teknik komunikasi yang berbeda agar tercipta kesamaan persepsi, hubungan kerja sama yang baik, serta proses komunikasi yang efektif.

Teori Interaksi Simbolik

Teori Interaksi Simbolik menjelaskan bahwa manusia bertindak berdasarkan makna yang mereka berikan terhadap sesuatu, sedangkan makna tersebut dibentuk melalui proses interaksi sosial dan terus berkembang melalui proses interpretasi. Teori yang dikembangkan oleh George Herbert Mead dan diperkenalkan lebih lanjut oleh Herbert Blumer pada tahun 1863-1931 ini memandang bahwa komunikasi bukan sekadar proses penyampaian pesan, tetapi juga proses pertukaran simbol yang menghasilkan pembentukan makna bersama. Dengan demikian, individu tidak hanya menerima pesan secara pasif, tetapi secara aktif menafsirkan simbol berdasarkan pengalaman dan interaksi yang dimilikinya. Interaksi simbolik diawali dari penggunaan simbol-simbol yang memiliki makna sosial dan dipahami melalui proses interaksi antar manusia (Ramadhani dkk, 2025). Makna terhadap simbol tersebut tidak bersifat tetap, melainkan berkembang sesuai dengan pengalaman individu dan konteks sosial tempat interaksi berlangsung. Bahasa, gestur, maupun simbol visual menjadi media yang digunakan individu dalam membangun pemahaman terhadap realitas sosial (Natalia & Winayanti, 2025). Oleh karena itu, simbol yang sama dapat dimaknai secara berbeda oleh individu yang memiliki pengalaman dan latar belakang yang berbeda.

Febriyanti dkk (2025) menjelaskan bahwa proses komunikasi merupakan proses negosiasi makna yang berlangsung secara terus-menerus melalui interaksi sosial. Dalam proses tersebut, individu saling memberikan respons terhadap simbol yang diterima sehingga tercipta pemahaman bersama. Komunikasi yang efektif tidak hanya ditentukan oleh keberhasilan penyampaian informasi, tetapi juga oleh keberhasilan membangun kesamaan makna antara komunikator dan komunikan melalui proses interpretasi yang berkelanjutan (Efendi, 2023).

Dalam penelitian ini, teori interaksi simbolik digunakan untuk menjelaskan bagaimana Bara Creative Studio dan klien membangun kesamaan makna selama proses desain. Penyampaian *brief*, diskusi konsep, presentasi desain, hingga proses revisi

ISSN 2798-141X

merupakan bentuk interaksi yang memungkinkan kedua belah pihak saling menginterpretasikan informasi dan simbol yang digunakan. Melalui proses tersebut, kebutuhan dan ekspektasi klien diterjemahkan menjadi konsep visual yang disepakati bersama sehingga komunikasi tidak hanya berfungsi sebagai penyampaian informasi, tetapi juga sebagai proses pembentukan pemahaman bersama.

METODE PENELITIAN

Alat dan Bahan

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus untuk memperoleh pemahaman secara mendalam mengenai teknik komunikasi yang diterapkan Bara Creative Studio dalam mengelola hubungan dengan klien pada proses desain. Penelitian dilaksanakan di Bara Creative Studio, Kota Bandar Lampung. Instrumen utama dalam penelitian ini adalah peneliti sendiri yang berperan dalam menentukan fokus penelitian, mengumpulkan data, menganalisis data, serta menarik kesimpulan. Instrumen pendukung meliputi pedoman wawancara, alat perekam suara pada telepon genggam, laptop untuk proses pengolahan data. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui triangulasi yang meliputi observasi, wawancara, dan dokumentasi untuk memperoleh data yang komprehensif mengenai fenomena yang diteliti (Sugiyono, 2022).

Sumber data penelitian terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara mendalam melalui dua orang informan kunci yaitu *Creative Director* dan *Account Executive*, dua orang Desainer Grafis sebagai informan utama, dan dua klien Bara Creative Studio sebagai informan pendukung. Data sekunder diperoleh melalui observasi serta dokumentasi.

Jalannya Penelitian

1. Tahap Persiapan Penelitian

   Tahap ini diawali dengan identifikasi fenomena penelitian, penyusunan rumusan masalah, studi literatur, penyusunan pedoman wawancara, serta penentuan informan penelitian berdasarkan teknik purposive sampling sesuai kebutuhan penelitian.
2. Tahap Pengumpulan Data

   Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam kepada seluruh informan, observasi terhadap aktivitas komunikasi di Bara Creative Studio, serta pengumpulan dokumentasi. Seluruh data dikumpulkan untuk memperoleh gambaran mengenai penerapan teknik komunikasi selama proses desain.
3. Tahap Analisis dan Verifikasi Data

   Data yang telah diperoleh kemudian dianalisis secara bertahap melalui proses reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Untuk memastikan validitas temuan penelitian, dilakukan triangulasi sumber dengan membandingkan hasil wawancara antar informan, hasil observasi, serta dokumentasi penelitian.

ISSN 2798-141X

Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan serta verifikasi kesimpulan. Reduksi data dilakukan dengan menyeleksi, mengelompokkan, dan memfokuskan data sesuai dengan rumusan masalah penelitian mengenai teknik komunikasi. Selanjutnya, data disajikan dalam bentuk uraian deskriptif sehingga memudahkan peneliti mengidentifikasi pola penerapan teknik komunikasi yang dilakukan Bara Creative Studio. Tahap terakhir adalah penarikan dan verifikasi kesimpulan berdasarkan keterkaitan antar data yang diperoleh dari wawancara, observasi, dan dokumentasi. Keabsahan data diuji menggunakan triangulasi sumber dengan membandingkan informasi dari seluruh informan dan data pendukung lainnya sehingga diperoleh temuan penelitian yang kredibel.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Bara Creative Studio merupakan agensi kreatif yang bergerak di bidang jasa desain grafis dan komunikasi visual di Kota Bandar Lampung. Dalam menjalankan aktivitasnya, Bara Creative Studio melayani berbagai kebutuhan desain dari klien yang berasal dari latar belakang industri yang beragam. Setiap proyek desain diawali dengan proses komunikasi untuk memahami kebutuhan, tujuan, serta identitas brand klien sebelum memasuki tahap perancangan visual. Oleh karena itu, komunikasi menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari keseluruhan proses desain karena berperan dalam membangun kesamaan pemahaman antara agensi dan klien.

Tabel 1. Penjelasan Teknik Komunikasi

Teknik	Penjelasan
Teknik Hubungan Manusiawi	Teknik komunikasi yang berfokus pada pembangunan dan pemeliharaan kualitas relasi antarpihak yang terlibat dalam proses komunikasi
Teknik Komunikasi Informatif	Teknik yang bertujuan untuk menyampaikan informasi, data, fakta, atau pengetahuan kepada komunikan sehingga mereka memperoleh pemahaman yang jelas tentang suatu hal.
Teknik Komunikasi Persuasif	Teknik komunikasi yang bertujuan memengaruhi sikap, pandangan, atau keputusan komunikan melalui penggunaan argumentasi yang menyentuh aspek rasional maupun emosional, tanpa menggunakan paksaan
Teknik Komunikasi Instruktif	Bertujuan untuk memberikan arahan, panduan, atau petunjuk yang harus diikuti oleh komunikan dalam menjalankan suatu tindakan atau proses tertentu.

(Sumber : Diolah peneliti 2026)

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi, penelitian ini menemukan bahwa Bara Creative Studio menerapkan empat teknik komunikasi dalam mengelola hubungan dengan klien, yaitu teknik hubungan manusiawi, teknik informatif, teknik persuasif, dan teknik instruktif. Keempat teknik tersebut diterapkan secara berbeda sesuai dengan kebutuhan komunikasi pada setiap tahapan proses desain. Teknik komunikasi informatif

ISSN 2798-141X

menjadi teknik yang paling dominan karena digunakan hampir di seluruh tahapan komunikasi, sedangkan teknik instruktif merupakan teknik yang paling jarang digunakan karena hanya diterapkan pada kondisi tertentu yang memerlukan arahan teknis. Ringkasan penjelasan masing-masing teknik komunikasi disajikan pada Tabel 1.

Berdasarkan Tabel 1, Bara Creative Studio menerapkan empat teknik komunikasi dalam mengelola hubungan dengan klien. Teknik hubungan manusiawi berfokus pada membangun kedekatan dan kepercayaan, teknik informatif digunakan untuk menggali serta menyampaikan informasi secara jelas, teknik persuasif diterapkan untuk meyakinkan klien melalui argumentasi tanpa paksaan, sedangkan teknik instruktif berfungsi memberikan arahan teknis, seperti melalui *Graphic Standard Manual* (GSM). Penerapan keempat teknik tersebut mendukung terjalinnya komunikasi yang berkesinambungan, sehingga hubungan antara Bara Creative Studio dan klien tidak hanya berorientasi pada penyelesaian proyek, tetapi juga pada terciptanya kerja sama profesional jangka panjang.

Teknik Komunikasi Hubungan Manusiawi antara Bara Creative dengan Klien

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi, penelitian menemukan bahwa Bara Creative Studio menerapkan teknik hubungan manusiawi sebagai fondasi dalam membangun hubungan profesional dengan klien. Teknik ini diterapkan sejak awal kerja sama melalui berbagai tindakan yang berorientasi pada pembentukan kepercayaan, pemahaman terhadap karakter klien, serta penciptaan komunikasi yang terbuka. Implementasi teknik hubungan manusiawi yang ditemukan selama penelitian disajikan pada Tabel 2.

Berdasarkan Tabel 2, terlihat bahwa implementasi teknik hubungan manusiawi dilakukan melalui beberapa bentuk komunikasi yang saling mendukung. Bara Creative Studio tidak hanya membangun hubungan dengan klien melalui komunikasi yang ramah, tetapi juga berupaya memahami kebutuhan dan karakteristik setiap klien sebelum proses desain dimulai. Pendekatan tersebut diwujudkan melalui riset awal mengenai latar belakang usaha, komunikasi yang terbuka selama proses diskusi, sikap mendengarkan secara aktif, serta pemberian ruang bagi klien untuk menyampaikan kebutuhan maupun masukan terhadap desain yang dihasilkan.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa penerapan teknik hubungan manusiawi berperan dalam menciptakan rasa saling percaya antara Bara Creative Studio dan klien. Kepercayaan tersebut menjadi modal penting dalam proses komunikasi karena memudahkan penggalian kebutuhan klien serta mengurangi potensi kesalahpahaman selama proses desain berlangsung. Selain itu, hubungan yang terbangun juga mendorong terciptanya komunikasi yang lebih terbuka sehingga setiap masukan maupun revisi dapat didiskusikan secara profesional.

Hasil penelitian ini sejalan dengan pendapat Effendy (2011) yang menjelaskan bahwa teknik hubungan manusiawi bertujuan membangun hubungan interpersonal melalui sikap empati, keterbukaan, dan saling menghargai sehingga komunikasi dapat berlangsung secara efektif. Dalam konteks Bara Creative Studio, teknik hubungan manusiawi tidak hanya berfungsi membangun kedekatan dengan klien, tetapi juga menjadi dasar terciptanya hubungan kerja sama yang profesional selama proses desain.

ISSN 2798-141X

Tabel 1. Teknik Komunikasi Hubungan Manusiawi Bara Creative Studio dengan Klien

Penerapan Teknik Komunikasi Hubungan Manusiawi di Bara Creative Studio	Penjelasan
Melakukan riset mendalam tentang industri dan karakter bisnis klien sebelum pertemuan pertama dilakukan.	Tim Bara Creative Studio melakukan penelusuran terhadap tren industri, target audiens, serta konteks bisnis klien sebelum pertemuan awal dilakukan. Hasil riset tersebut digunakan sebagai bekal untuk mengajukan pertanyaan dan memahami kebutuhan klien secara lebih kontekstual.
Mendorong klien untuk lebih banyak berbicara dan bercerita dibandingkan tim dalam pertemuan awal.	Tim Bara Creative Studio memberikan ruang kepada klien untuk menceritakan latar belakang bisnis, kebutuhan, pengalaman, serta harapannya secara luas. Account Executive dan Creative Director kemudian mendengarkan, mengajukan pertanyaan lanjutan, dan menggali informasi dari cerita yang disampaikan klien.
Menyesuaikan pendekatan komunikasi berdasarkan karakter dan tingkat kepercayaan masing-masing klien.	Account Executive membaca karakter klien melalui cara menyampaikan kebutuhan, kecepatan respons, tingkat ketelitian, dan keterlibatan selama diskusi. Klien yang membutuhkan detail diberikan penjelasan dan pembaruan yang lebih rinci, sedangkan komunikasi dengan klien yang telah memberikan kepercayaan kepada tim dilakukan secara lebih ringkas.
Memberikan kebebasan penuh kepada klien lama yang telah membangun kepercayaan, tanpa terlalu banyak intervensi spesifikasi.	Pada klien yang telah lama bekerja sama dan memiliki tingkat kepercayaan tinggi, tim menerima ruang yang lebih luas untuk menentukan arah visual dan mengeksekusi desain berdasarkan pemahaman yang telah terbentuk dari pengalaman kerja sama sebelumnya.
Tetap responsif dan melakukan klarifikasi langsung ketika menghadapi klien dengan kebutuhan teknis tinggi dan berpotensi miskomunikasi	Ketika terjadi ketidaksesuaian interpretasi terhadap kebutuhan klien, tim segera melakukan klarifikasi terhadap bagian yang belum dipahami dan menindaklanjutinya melalui penyesuaian atau revisi desain berdasarkan informasi yang telah diperjelas.

(Sumber : Diolah peneliti 2026)

Teknik Komunikasi Informatif antara Bara Creative Studio dengan Klien

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi, penelitian menemukan bahwa teknik komunikasi informatif merupakan teknik yang paling dominan diterapkan Bara Creative Studio dalam mengelola hubungan dengan klien pada proses desain. Teknik ini digunakan hampir pada seluruh tahapan komunikasi, mulai dari penggalian kebutuhan klien, penyusunan creative brief, penyampaian konsep desain, presentasi hasil desain, hingga proses revisi. Implementasi teknik komunikasi informatif yang ditemukan selama penelitian disajikan pada Tabel 3.

ISSN 2798-141X

Tabel 2. Teknik Komunikasi Informatif antara Bara Creative Studio dengan Klien

Penerapan Teknik Komunikasi Informatif di Bara Creative Studio	**Penjelasan**
Mengajukan pertanyaan lintas dimensi kepada klien (latar belakang bisnis, personal, pengalaman visual) untuk menggali informasi sebanyak mungkin sebelum proses desain dimulai.	Account Executive dan Creative Director menggali informasi dengan menanyakan latar belakang bisnis dan personal klien, tujuan desain, pesan utama, referensi konten, preferensi warna, serta ekspektasi terhadap hasil akhir sebagai bahan untuk memahami kebutuhan desain.
Mendorong klien untuk menjelaskan kebutuhannya secara naratif (bercerita), tanpa menuntut mereka menggunakan istilah teknis desain yang belum tentu mereka pahami.	Tim memberikan ruang kepada klien untuk menjelaskan kebutuhan melalui cerita dan bahasa yang mereka pahami, kemudian menggali informasi tersebut melalui pertanyaan lanjutan untuk memperoleh gambaran yang lebih jelas mengenai kebutuhan klien.
Account Executive menyusun dan meneruskan brief yang telah diberi interpretasi tambahan (bukan hanya brief mentah) kepada tim desainer.	Account Executive mengolah informasi yang diperoleh dari klien dengan memperjelas konteks dan kebutuhan desain, kemudian menyusunnya menjadi brief yang lebih terarah sebelum diteruskan kepada Desainer Grafis sebagai dasar pengerjaan.
Melakukan brainstorming internal yang melibatkan seluruh anggota tim (bukan hanya desainer) ketika brief yang diterima masih bersifat umum atau ambigu.	Tim Bara Creative Studio melakukan brainstorming dengan melibatkan anggota dari berbagai bidang, seperti desainer, videografer, dan talent, untuk menyampaikan pandangan dan ide masing-masing dalam membantu memperjelas serta mengembangkan interpretasi terhadap brief yang masih umum atau ambigu.
Penyampaian hasil desain dan revisi	Bara Creative Studio menjelaskan konsep desain beserta alasan pemilihan warna, tipografi, layout, dan elemen visual agar klien memahami ide yang ditawarkan. Hasil desain disampaikan melalui presentasi tatap muka atau melalui WhatsApp berupa file PDF yang memuat visual beserta penjelasan konsep sehingga memudahkan klien memahami rancangan desain. Setelah itu, klien memberikan tanggapan, masukan, maupun permintaan revisi sebagai bentuk informasi balik yang menjadi dasar penyempurnaan hasil desain.

(Sumber : Diolah peneliti 2026)

Berdasarkan Tabel 3, teknik komunikasi informatif diterapkan melalui penyampaian informasi yang jelas, sistematis, dan mudah dipahami sesuai dengan kebutuhan klien pada setiap tahapan proses desain. Bara Creative Studio menjelaskan hasil riset, isi *creative brief*, konsep desain, alasan pemilihan elemen visual, hingga perkembangan pekerjaan melalui komunikasi tatap muka maupun media digital seperti *WhatsApp*. Penyampaian informasi secara rinci tersebut bertujuan agar klien memperoleh

ISSN 2798-141X

pemahaman yang sama terhadap konsep desain sehingga meminimalkan terjadinya perbedaan persepsi selama proses kerja sama.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa teknik komunikasi informatif menjadi teknik yang paling sering digunakan karena seluruh proses desain bergantung pada kejelasan informasi yang dipertukarkan antara Bara Creative Studio dan klien. Informasi yang disampaikan tidak hanya berupa hasil akhir desain, tetapi juga mencakup penjelasan mengenai konsep visual, filosofi desain, alasan pemilihan warna, tipografi, tata letak, serta perkembangan setiap tahapan pekerjaan. Penyampaian informasi yang berkesinambungan tersebut memudahkan klien dalam memberikan masukan sehingga proses revisi dapat dilakukan secara lebih efektif dan terarah.

Hasil penelitian ini sejalan dengan pendapat Effendy (2011) yang menjelaskan bahwa teknik komunikasi informatif bertujuan menyampaikan informasi secara jelas, lengkap, dan mudah dipahami sehingga komunikan memperoleh pemahaman yang sama terhadap pesan yang disampaikan. Dalam penelitian ini, teknik komunikasi informatif tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyampaian informasi, tetapi menjadi dasar koordinasi antara Bara Creative Studio dan klien selama proses desain sehingga setiap keputusan yang diambil didasarkan pada informasi yang telah dipahami bersama.

Selain itu, temuan penelitian juga menunjukkan adanya penerapan Teori Interaksi Simbolik dalam proses komunikasi informatif. Penyampaian *creative brief*, presentasi konsep, serta penjelasan mengenai elemen-elemen visual merupakan proses pertukaran simbol yang dimaknai bersama oleh Bara Creative Studio dan klien. Melalui diskusi, umpan balik, dan proses revisi, kedua belah pihak secara bertahap membangun kesamaan makna terhadap konsep desain yang akan diwujudkan. Hal ini sejalan dengan pandangan (1986) bahwa makna terbentuk melalui interaksi dan proses interpretasi terhadap simbol. Temuan ini juga didukung oleh Fahroni (2024) yang menjelaskan bahwa komunikasi yang efektif tidak hanya bergantung pada penyampaian informasi, tetapi juga pada keberhasilan membangun kesepahaman melalui interpretasi simbol yang digunakan dalam proses komunikasi.

Teknik Komunikasi Persuasif antara Bara Creative Studio dengan Klien

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi, penelitian menemukan bahwa Bara Creative Studio menerapkan teknik komunikasi persuasif dalam situasi tertentu yang memerlukan proses pemberian pertimbangan profesional kepada klien. Teknik ini tidak digunakan pada setiap tahapan proses desain, melainkan ketika klien membutuhkan penjelasan, rekomendasi, atau arahan agar keputusan yang diambil tetap sesuai dengan tujuan komunikasi dan prinsip desain. Implementasi teknik komunikasi persuasif yang ditemukan selama penelitian disajikan pada Tabel 4.

Tabel 3. Teknik Komunikasi Persuasif antara Bara Creative Studio dengan Klien

Penerapan Teknik Komunikasi Persuasif di Bara Creative Studio	Penjelasan
Memberikan afirmasi terlebih dahulu terhadap permintaan klien	Tim terlebih dahulu menerima dan menghargai pendapat atau permintaan klien, kemudian

ISSN 2798-141X

Penerapan Teknik Komunikasi Persuasif di Bara Creative Studio	Penjelasan
sebelum menyampaikan perspektif alternatif	menyampaikan pandangan serta alternatif lain dari sudut pandang profesional tanpa langsung menolak keinginan klien.
Menyampaikan analisis untung-rugi secara transparan dari setiap opsi desain yang tersedia, baik opsi klien maupun opsi tim.	Tim menjelaskan kelebihan, kekurangan, dan konsekuensi dari pilihan yang diinginkan klien maupun rekomendasi yang diberikan Bara, sehingga klien dapat mempertimbangkan setiap opsi sebelum menentukan keputusan.
Menawarkan urutan eksekusi negoisasi "coba cara Bara dulu, baru cara klien"	Ketika terdapat perbedaan pandangan, tim menawarkan untuk mencoba rekomendasi Bara terlebih dahulu. Apabila hasilnya belum sesuai dengan keinginan klien, tim kemudian mengerjakan alternatif berdasarkan pilihan klien.
Tim desainer menggali alasan di balik permintaan revisi klien sebelum mengeksekusi, sambil tetap mempertahankan sebagian standar profesional tim sebagai problem solver.	Desainer tidak langsung mengerjakan setiap permintaan revisi, tetapi terlebih dahulu menanyakan alasan dan tujuan perubahan tersebut. Setelah memahami kebutuhan klien, desainer menyesuaikan desain dengan tetap memberikan pertimbangan profesional terhadap bagian yang dinilai perlu dipertahankan atau dikembangkan.
Account Executive memosisikan diri sebagai fasilitator netral yang memahami kepentingan kedua belah pihak (klien dan tim Bara) ketika terjadi perbedaan pandangan.	Account Executive mendengarkan penjelasan dari klien dan tim internal, kemudian menyampaikan kembali sudut pandang masing-masing pihak serta membantu membuka ruang diskusi agar perbedaan dapat dibicarakan sebelum keputusan akhir dikembalikan kepada klien.

(Sumber : Diolah peneliti 2026)

Berdasarkan Tabel 4, teknik komunikasi persuasif diterapkan melalui penyampaian argumentasi yang didukung oleh pertimbangan profesional dan alasan yang logis. Bara Creative Studio tidak memaksakan kehendak kepada klien, tetapi memberikan penjelasan mengenai kelebihan dan kekurangan suatu konsep desain, alasan pemilihan elemen visual, serta dampaknya terhadap tujuan komunikasi yang ingin dicapai. Pendekatan tersebut membantu klien memahami setiap rekomendasi yang diberikan sehingga keputusan yang diambil merupakan hasil kesepahaman antara kedua belah pihak.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa teknik komunikasi persuasif umumnya digunakan ketika klien mengajukan permintaan yang dinilai kurang sesuai dengan prinsip desain atau tujuan komunikasi. Dalam kondisi tersebut, Bara Creative Studio memberikan edukasi dan penjelasan berdasarkan pengalaman, referensi desain, serta pertimbangan komunikasi visual agar klien memperoleh gambaran yang lebih komprehensif sebelum menentukan keputusan akhir. Meskipun demikian, keputusan akhir tetap berada di tangan klien sebagai pihak yang memiliki kepentingan terhadap hasil desain.

ISSN 2798-141X

Hasil penelitian ini sejalan dengan pendapat Effendy (2011) yang menyatakan bahwa teknik komunikasi persuasif bertujuan memengaruhi sikap atau keputusan komunikan melalui penyampaian argumentasi yang rasional tanpa adanya unsur paksaan. Dalam konteks penelitian ini, teknik komunikasi persuasif tidak digunakan untuk mengubah keinginan klien secara sepihak, tetapi untuk memberikan pemahaman dan pertimbangan profesional sehingga keputusan yang diambil tetap selaras dengan kebutuhan klien serta tujuan komunikasi yang ingin dicapai.

Teknik Komunikasi Instruktif antara Bara Creative Studio dengan Klien

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi, penelitian menemukan bahwa teknik komunikasi instruktif merupakan teknik yang paling jarang diterapkan Bara Creative Studio dalam mengelola hubungan dengan klien. Teknik ini hanya digunakan pada kondisi tertentu yang memerlukan arahan teknis atau keputusan yang harus segera dilaksanakan agar proses desain tetap berjalan sesuai dengan target yang telah disepakati. Implementasi teknik komunikasi instruktif yang ditemukan selama penelitian disajikan pada Tabel 5.

Tabel 4. Teknik Komunikasi Instruktif antara Bara Creative Studio dengan Klien

Penerapan Teknik Komunikasi Instruktif di Bara Creative Studio	Penjelasan
Menyusun Graphic Standard Manual (GSM) yang memuat parameter warna beserta kode warnanya, tipografi beserta hierarkinya, elemen grafis, dan tone visual yang wajib diikuti dalam setiap proses produksi desain.	Tim Bara Creative Studio menyusun GSM setelah identitas visual disepakati bersama klien dengan menetapkan warna, tipografi, elemen grafis, dan tone visual sebagai pedoman yang digunakan dalam pengerjaan desain berikutnya.
Menjadikan GSM sebagai rujukan utama ketika mengevaluasi permintaan revisi klien yang menyimpang dari kesepakatan awal.	Tim memeriksa permintaan revisi klien dengan merujuk kembali pada parameter yang telah ditetapkan dalam GSM untuk menentukan apakah perubahan tersebut masih sesuai dengan identitas visual yang telah disepakati.
Menyampaikan secara langsung kepada klien ketika permintaan revisi menyimpang dari parameter GSM, disertai penjelasan konsekuensi risikonya.	Ketika permintaan klien tidak sesuai dengan GSM, tim menjelaskan bagian yang menyimpang dari pedoman serta menyampaikan konsekuensi yang dapat terjadi terhadap konsistensi identitas visual apabila perubahan tersebut tetap diterapkan.
Menyusun dokumen presentasi opsi logo yang disertai penjelasan filosofis, yang kemudian menjadi acuan tetap bagi pengembangan GSM selanjutnya.	Tim menyajikan beberapa opsi logo kepada klien beserta penjelasan mengenai konsep dan filosofi masing-masing pilihan. Setelah klien menentukan dan menyepakati salah satu opsi, hasil tersebut digunakan sebagai dasar dalam penyusunan GSM.
Account Executive merujuk pada brief awal dan GSM sebelum meneruskan arahan revisi kepada desainer, guna	Account Executive memeriksa kembali permintaan revisi dengan membandingkannya terhadap brief awal dan ketentuan dalam GSM

ISSN 2798-141X

Penerapan Teknik Komunikasi Instruktif di Bara Creative Studio	Penjelasan
memastikan seluruh tim menyampaikan arahan yang seragam kepada klien.	sebelum meneruskan arahan kepada Desainer Grafis, sehingga arahan yang diberikan tetap mengacu pada kesepakatan yang telah ditetapkan.

(Sumber : Diolah peneliti 2026)

Berdasarkan Tabel 5, teknik komunikasi instruktif diwujudkan melalui penyusunan *Graphic Standard Manual* (GSM) sebagai pedoman resmi yang memuat parameter identitas visual, seperti warna, tipografi, elemen grafis, dan *tone visual* yang menjadi acuan dalam proses produksi desain berikutnya. Selain itu, GSM juga digunakan sebagai rujukan ketika mengevaluasi permintaan revisi klien sehingga setiap keputusan tetap mengacu pada konsep yang telah disepakati bersama, bukan berdasarkan penilaian yang bersifat subjektif.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa teknik instruktif bukan digunakan untuk memberikan perintah secara sepihak kepada klien, melainkan untuk memastikan bahwa hasil kesepakatan yang telah dibangun pada tahapan komunikasi sebelumnya dapat diterapkan secara konsisten. Ketika terdapat permintaan revisi yang menyimpang dari parameter dalam GSM, Bara Creative Studio menjelaskan bagian yang tidak sesuai beserta konsekuensi terhadap konsistensi identitas visual. Dengan demikian, arahan yang diberikan selalu berpijak pada pedoman yang telah disetujui bersama antara Bara Creative Studio dan klien.

Hasil penelitian ini sejalan dengan pendapat Effendy (2011) yang menjelaskan bahwa teknik komunikasi instruktif bertujuan memberikan arahan atau panduan yang menjadi pedoman dalam pelaksanaan suatu proses. Dalam penelitian ini, fungsi tersebut tercermin melalui penggunaan GSM sebagai dokumen yang mengarahkan implementasi identitas visual sehingga seluruh proses desain tetap konsisten dengan konsep yang telah disepakati.

Temuan ini juga memperlihatkan adanya penerapan Teori Interaksi Simbolik. (Efendi, 2023) dalam kajiannya tentang komunikasi sebagai proses simbolik menegaskan bahwa efektivitas komunikasi dalam konteks profesional sangat bergantung pada kemampuan kedua pihak untuk membangun dan mempertahankan sistem simbol bersama yang meminimalkan ambiguitas interpretasi. GSM tidak hanya berfungsi sebagai dokumen teknis, tetapi juga sebagai simbol yang merepresentasikan kesepahaman antara Bara Creative Studio dan klien. Instruksi yang terdapat di dalamnya bukan merupakan keputusan sepihak dari agensi, melainkan hasil dari proses diskusi, negosiasi, dan pembentukan makna bersama pada tahapan komunikasi sebelumnya. Oleh karena itu, ketika GSM digunakan sebagai acuan dalam proses revisi, baik Bara Creative Studio maupun klien telah memiliki pemahaman yang sama terhadap makna dan tujuan dari identitas visual yang telah disepakati.

Berdasarkan keseluruhan temuan, teknik komunikasi instruktif merupakan teknik yang paling jarang digunakan dibandingkan teknik komunikasi lainnya. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa Bara Creative Studio lebih mengutamakan proses komunikasi yang

ISSN 2798-141X

bersifat dialogis dan partisipatif sebelum memberikan arahan yang bersifat teknis. Oleh karena itu, teknik instruktif berfungsi sebagai tahap akhir untuk memastikan implementasi keputusan yang telah disepakati bersama dapat berjalan secara efektif.

Berdasarkan keseluruhan hasil penelitian, Bara Creative Studio menerapkan empat teknik komunikasi dalam mengelola hubungan dengan klien, yaitu teknik hubungan manusiawi, informatif, persuasif, dan instruktif. Keempat teknik tersebut tidak digunakan secara terpisah, melainkan saling melengkapi sesuai dengan kebutuhan komunikasi pada setiap tahapan proses desain. Teknik hubungan manusiawi menjadi dasar dalam membangun kepercayaan dan hubungan profesional dengan klien, teknik informatif menjadi teknik yang paling dominan karena digunakan hampir di seluruh tahapan komunikasi, teknik persuasif diterapkan ketika diperlukan argumentasi profesional dalam proses pengambilan keputusan, sedangkan teknik instruktif digunakan pada kondisi tertentu sebagai pedoman pelaksanaan hasil kesepakatan melalui *Graphic Standard Manual* (GSM). Temuan ini menunjukkan bahwa komunikasi dalam industri kreatif tidak hanya berfungsi untuk menyampaikan informasi, tetapi juga sebagai proses membangun pemahaman, menyelesaikan perbedaan persepsi, dan menjaga konsistensi hasil desain.

Hasil penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian (Fitriansyah dkk, 2024) yang menunjukkan bahwa komunikasi yang efektif mampu membangun hubungan jangka panjang melalui terciptanya kepuasan dan kepercayaan pelanggan. Persamaan tersebut terlihat pada pentingnya kualitas komunikasi dalam membangun hubungan profesional antara organisasi dan pihak eksternal. Namun demikian, penelitian ini tidak menempatkan komunikasi sebagai bagian dari aktivitas pemasaran, melainkan sebagai proses kerja yang berlangsung secara berkelanjutan selama pengelolaan proyek desain, mulai dari penggalian kebutuhan klien hingga penyelesaian hasil desain. Temuan penelitian ini juga sejalan dengan penelitian Putri (2025) yang menekankan pentingnya komunikasi interpersonal dalam membangun loyalitas pelanggan. Persamaan keduanya terletak pada pentingnya interaksi yang terbuka untuk menciptakan hubungan yang baik antara organisasi dan pelanggan. Akan tetapi, penelitian ini memiliki fokus yang berbeda karena tidak membahas loyalitas pelanggan sebagai hasil akhir komunikasi. Penelitian ini lebih menitikberatkan pada bagaimana teknik komunikasi diterapkan secara sistematis dalam setiap tahapan proses desain untuk menghasilkan kesamaan pemahaman antara Bara Creative Studio dan klien. Selain itu, hasil penelitian ini memiliki keterkaitan dengan penelitian Amalia (2026) yang menyatakan bahwa keberhasilan hubungan antara agensi dan klien dipengaruhi oleh kejelasan penyampaian pesan, kemampuan memahami kebutuhan klien, serta konsistensi interaksi. Temuan penelitian ini memperkuat hasil tersebut dengan menunjukkan bahwa keberhasilan hubungan agensi dan klien tidak hanya ditentukan oleh kualitas komunikasi secara umum, tetapi juga oleh penerapan teknik komunikasi yang berbeda sesuai dengan situasi komunikasi yang dihadapi. Dalam konteks Bara Creative Studio, setiap teknik memiliki fungsi yang berbeda namun saling melengkapi sehingga mampu mendukung kelancaran proses desain secara menyeluruh.

Penelitian ini menunjukkan bahwa teknik komunikasi tidak diterapkan secara terpisah, melainkan membentuk suatu rangkaian komunikasi yang saling mendukung sesuai dengan kebutuhan setiap tahapan kerja. Selain itu, penelitian ini menemukan

ISSN 2798-141X

bahwa teknik komunikasi informatif menjadi teknik yang paling dominan karena berperan dalam membangun kesamaan pemahaman antara Bara Creative Studio dan klien, sedangkan teknik komunikasi instruktif menjadi teknik yang paling jarang digunakan karena hanya diterapkan setelah tercapai kesepakatan bersama sebagai pedoman implementasi desain melalui *Graphic Standard Manual* (GSM). Temuan tersebut memberikan kontribusi dalam pengembangan kajian komunikasi organisasi dan komunikasi profesional pada industri kreatif, khususnya mengenai penerapan teknik komunikasi dalam mengelola hubungan antara agensi kreatif dan klien.

KESIMPULAN

Hasil penelitian menunjukan Bara Creative Studio menerapkan empat teknik komunikasi dalam mengelola hubungan dengan klien pada proses desain, yaitu teknik hubungan manusiawi, informatif, persuasif, dan instruktif. Keempat teknik tersebut diterapkan secara terpadu sesuai dengan kebutuhan komunikasi pada setiap tahapan proses desain. Teknik hubungan manusiawi digunakan untuk membangun kepercayaan dan hubungan profesional dengan klien sejak awal kerja sama. Teknik informatif menjadi teknik yang paling dominan karena diterapkan hampir di seluruh tahapan komunikasi, mulai dari penggalian kebutuhan klien, penyusunan *creative brief*, penyampaian konsep desain, pembahasan revisi, hingga penyerahan hasil desain. Sementara itu, teknik persuasif digunakan secara situasional ketika diperlukan argumentasi profesional dalam memberikan rekomendasi kepada klien, sedangkan teknik instruktif menjadi teknik yang paling jarang digunakan karena hanya diterapkan sebagai pedoman implementasi hasil kesepakatan melalui *Graphic Standard Manual* (GSM).

Keberhasilan Bara Creative Studio dalam mengelola hubungan dengan klien tidak bergantung pada penggunaan satu teknik komunikasi saja, melainkan pada kemampuan mengombinasikan keempat teknik tersebut sesuai dengan situasi yang dihadapi selama proses desain. Penerapan teknik komunikasi yang tepat memungkinkan terbangunnya kesamaan pemahaman antara agensi dan klien, meminimalkan potensi kesalahpahaman, serta mendukung terciptanya proses desain yang lebih efektif dan kolaboratif. Penelitian ini juga memperlihatkan bahwa komunikasi dalam industri kreatif tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyampaian informasi, tetapi menjadi bagian penting dalam membangun hubungan profesional dan mendukung keberhasilan pelaksanaan proyek desain.

DAFTAR PUSTAKA

Amalia, R. K. (2026). Strategi Komunikasi Efektif Dalam Membangun Dan Memelihara Hubungan Dengan Klien (Studi Pada Pt Hasta Ayu Nusantara). Jurnal Komunikasi, 3(8), 491-497.

Blumer, H. (1986). Symbolic interactionism: Perspective and method. Univ of California Press.

Efendi, E. (2023). Komunikasi Sebagai Proses Simbolik: Studi Literatur. Journal On Education, 5, 5.

ISSN 2798-141X

Effendy, O. U. (2011). Ilmu komunikasi: teori dan prakteknya. Bandung: Remaja Rosdakarya, 16.

Fahroni, A. (2024). Komunikasi efektif dalam proses pembelajaran. Journal of Teacher Training and Educational Research, 2(2), 68-81.

Febryanti, A., Idris, I., Jannatania, J., Ramadhanti, G. A., Rachim, R. R. P., Fitriana, Y. N., ... & Purwakananta, M. A. (2025). Teori komunikasi. PT Mustika Sri Rosadi.

Fitriansyah, F., Alifiah, L., & Widiansyah, A. (2024). Komunikasi Pemasaran PT Dalim Fideta Kornesia dalam Menciptakan Loyalitas Pelanggan. Jurnal Public Relations (J-PR), 5(2), 29-37.

Monicha, C., & Yantos, Y. (2026). Strategi Komunikasi Interpersonal Karyawan dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan di Allea Outfit Pekanbaru. Al-Manar Journal of Accountancy and Business Studies, 3(1), 27-44.

Natalia, K. A., & Winayanti, R. D. (2025). Strategi komunikasi simbolik dalam interaksi pelayanan yang dilakukan penyandang disabilitas di Difel Cafe Gantari Jaya. MUKASI: Jurnal Ilmu Komunikasi, 4(4), 1768-1778.

Ramadhani, S. Z., Tazkia, H. R., Salwa, P. G. N., & Sari, Y. (2025). Urgensi Mind dalam Interaksi Simbolik Komunikasi Antar Pribadi Dosen dan Mahasiswa. Jurnal Pustaka Komunikasi, 8(2), 503-513.

Sefanya, R. U., & Bathesta, Y. (2020). Strategi komunikasi dalam melakukan business recovery antara agensi public relations dengan startup digital. Komuniti: Jurnal Komunikasi Dan Teknologi Informasi, 12(2), 98-107.

Sugiyono. (2022). Metode Penelitian Kualitatif Untuk penelitian yang bersifat: eksploratif, enterpretif, interaktif dan konstruktif (2022nd ed.). Penerbit Alfabeta Bandung.

ISSN 2798-141X