

**STRATEGI KOMUNIKASI AREA MANAGER JAWA TENGAH DALAM  
MENINGKATKAN KNERJA AGENT RELATIONSHIP OFFICER OTO.COM CABANG  
SOLO**

**COMMUNICATION STRATEGY OF CENTRAL JAVA AREA MANAGER IN IMPROVING  
THE PERFORMANCE OF AGENT RELATIONSHIP OFFICER OTO.COM SOLO  
BRANCH**

**Adisty Permata Maharani<sup>1</sup>, Fikriana Mahar Rizqi<sup>2</sup>**  
**Ilmu Komunikasi, Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Slamet Riyadi**  
**[adistypermatar@gmail.com](mailto:adistypermatar@gmail.com)**

**ABSTRAK**

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh menurunnya penjualan yang dialami oleh Oto.com Cabang Solo, sehingga target yang telah ditentukan tidak dapat tercapai dengan maksimal. Setelah ditelusuri faktor turunnya penjualan disebabkan oleh menurun kinerja Agent Relationship Oto.com Cabang Solo, yang dipicu oleh miskomunikasi yang terjadi antara Branch Manager dan Agent Relationship Officer Cabang Solo. Sebagai pemegang otoritas tertinggi di area Jawa Tengah, Area Manager memiliki kewajiban untuk menyelesaikan masalah. Oleh karena itu dibutuhkan strategi yang tepat agar masalah dapat diselesaikan dengan tepat. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif, dengan teknik pengumpulan data wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukan strategi komunikasi yang diterapkan oleh Area Manager adalah mengenal khalayak, menyusun pesan, menetapkan dan penggunaan media.

Kata kunci: Strategi komunikasi, kinerja, Area Manager

**ABSTRACT**

*This research was motivated by the decline in sales experienced by Oto.com Solo Branch, so that the targets that had been determined could not be achieved optimally. After tracing the factors, the decline in sales was caused by the decline in the performance of the Oto.com Solo Branch Agent Relationship, which was triggered by miscommunication that occurred between the Branch Manager and the Solo Branch Agent Relationship Officer. As the highest authority in the Central Java area, the Area Manager has an obligation to resolve problems. Therefore, the right strategy is needed so that the problem can be resolved appropriately. This research uses a qualitative descriptive method, with interview and documentation data collection techniques. The research results show that the communication strategy implemented by the Area Manager is knowing the audience, compiling messages, determining and using media.*

*Keyword: Communication strategy, Performance, Area Manager*

## LATAR BELAKANG

Dalam perkembangan hidup manusia selalu mengikuti pertumbuhan teknologi dan zaman yang semakin berkembang pesat. Seperti melakukan kegiatan membeli kebutuhan, baik itu kebutuhan primer seperti pakaian, makanan, dan rumah atau kebutuhan sekunder seperti kendaraan dan alat komunikasi berupa *handphone*. Oleh karena itu berbagai perusahaan berkompetisi untuk membuat layanan online untuk mendukung aktivitas berbelanja masyarakat. Dengan munculnya berbagai *platform* yang mendukung untuk melakukan kegiatan berbelanja, dengan akses yang mudah dan harga yang lebih murah dibanding toko pada umumnya. Masyarakat semakin merasakan kemudahan dalam melakukan kegiatan berbelanja.

Tidak hanya kegiatan berbelanja online yang mendapat kemudahan, saat ini banyak pekerjaan yang juga bisa dilakukan secara online dan tidak terkendala jarak, lebih dikenal sebagai istilah *work from home* (bekerja dari rumah) dengan persyaratan yang mudah dan tidak memerlukan kehadiran dikantor secara rutin. Namun pekerjaan ini tidak semudah yang dipikirkan kebanyakan orang, banyak rintangan yang akan dihadapi oleh para pekerja dan perusahaan, karena perusahaan dapat dikategorikan sebagai suatu organisasi yang dapat didirikan oleh perseorangan atau sekelompok orang yang bertujuan untuk melakukan kegiatan produksi dan distribusi untuk memenuhi kebutuhan ekonomi. Setiap perusahaan memiliki target dan tujuan yang berbeda-beda, untuk mencapai target dan tujuan yang sudah ditetapkan, perusahaan

membutuhkan karyawan yang kompeten dan memiliki kinerja yang baik.

Onong Uchjana dan Effendy dalam (Onong, 2015), mengemukakan bahwasanya komunikasi ialah sesuatu yang terikat dalam kesatuan organisasi. Dengan adanya komunikasi bisa membantu karyawan dalam mewujudkan tujuan perusahaan, mengimplementasikan dan menanggapi perubahan perusahaan, melakukan koordinasi aktivitas perusahaan. Walaupun demikian, melakukan komunikasi yang baik ini tidak mudah. Sehingga, membutuhkan strategi dalam melakukan komunikasi yang baik melalui manajemen komunikasi dan juga perencanaan komunikasi demi menggapai tujuan perusahaan.

Strategi komunikasi ialah paduan antara manajemen komunikasi dan juga perencanaan komunikasi demi mewujudkan sebuah tujuan (Effendy, 2014). Sementara itu, Middleton menjabarkan bahwa strategi komunikasi ialah perpaduan terbaik setiap aspek dari komunikasi yang ada seperti, komunikator, pesan, saluran atau media yang digunakan, penerima hingga pengaruh yang disusun demi menggapai tujuan komunikasi lebih maksimal. (Cangara, 2017).

Platform Oto.com merupakan anak perusahaan dari Girnar Software Pvt.Ltd yang masih tergabung dalam cardekho group, resmi diluncurkan pada tahun 2015 sebagai portal khusus otomotif. Oto.com memulai kiprahnya di Indonesia dengan bernaung di bawah PT Carbay Services Indonesia. Perusahaan ini melayani pembelian mobil, truck dan motor baik dalam kondisi baru maupun bekas. Selain

itu Oto.com melayani kredit multiguna, kredit mobil, tukar tambah mobil dan informasi terkini tentang perkembangan otomotif Indonesia, Oto.com juga membuka kesempatan bagi mereka yang ingin bergabung untuk menjadi Agent Relationship Officer dan berkontribusi dalam kegiatan *selling* perusahaan. Agent Relationship Officer sendiri berperan sebagai marketing yang akan mencari dan membantu konsumen untuk membeli mobil secara kredit atau membutuhkan pendanaan usaha melalui perantara Oto.com. Oto.com merupakan perusahaan dengan jumlah mitra kerja *financier*<sup>1</sup> terbanyak seperti Sinarmas Finance, Sinarmas Hana Finance, Mizuho Financer, Adir Finance, Buana Finance, dan sebagainya. Saat ini Oto.com dan menjadi salah satu yang masih berdiri paling kuat dibanding pesaing lain yang bergerak dibidang yang sama seperti Money Duck, Pinjam Bagus, Moladdin, Broom.

Oto.com telah memiliki puluhan cabang yang tersebar di seluruh Indonesia, Terdapat 12 cabang aktif divisi *Refinance* di wilayah Jawa Tengah. Oto.com hanya memiliki satu kantor utama di Jakarta oleh karena itu pekerjaan yang dilakukan setiap hari pada masing-masing cabang dilakukan secara *work from home*. Karena tidak memiliki kantor cabang pada setiap kota, pengawasan yang dilakukan oleh pemimpin tidak dapat berjalan secara efektif, hal tersebut menyebabkan pemimpin mengalami kesulitan untuk

memantau dan menilai kinerja bawahannya secara langsung setiap harinya.

Melalui wawancara pra penelitian, Area Manager mengungkapkan, sebagai salah satu cabang Oto.com dengan penjualan terbaik di Jawa Tengah, saat ini Oto.com Cabang Solo tengah menarik perhatian perusahaan. Karena mengalami penurunan penjualan cabang yang terjadi selama lima bulan berturut-turut mulai dari bulan September 2023, dan sempat mengalami kenaikan pada bulan Oktober 2023, kemudian mengalami penurunan lagi dibulan November 2023-Februari 2024. Angka penjualan yang menurun secara drastis tersebut menyebabkan tidak tercapainya target penjualan wilayah Jawa Tengah. Berdasarkan wawancara pra penelitian dengan Area Manager Jawa Tengah. Salah satu penyebab menurunnya penjualan Oto.com Cabang Solo adalah turunnya kinerja karyawan. Menurut pernyataan Area Manager, beberapa tanda menurunnya kinerja karyawan dapat dilihat dari ketidakhadiran karyawan pada *morning briefing* melalui *google meets* waktu pagi hari, dan rendahnya intensitas komunikasi yang terjadi antara Branch Manager, Area Manager, dan Agent Relationship Officer ketika melaksanakan pekerjaan. Selain itu terdapat miss informasi ketika menyampaikan tentang kebijakan perusahaan mengenai *grading*<sup>2</sup> Agent Relationship Officer, dan miskomunikasi yang terjadi ketika melakukan pekerjaan antara

---

<sup>1</sup> Financier adalah istilah untuk menyebut mitra kerja oto.com dibidang pembiayaan seperti leasing.

<sup>2</sup> Grading Agent Relationship Officer merupakan kelas pengelompokan untuk Agent Relationship

Officer yang dilakukan oleh perusahaan dengan menggunakan pencapaian penjualan Agent Relationship Officer sebagai bahan evaluasinya

Agent Relationship Officer dan Branch Manager.

Seperti yang sudah dijelaskan, selaku pemimpin, Area Manager memiliki tanggung jawab penuh dalam pengawasan dan peningkatan di wilayah. Area Manager memiliki kewajiban untuk membuat strategi komunikasi yang sesuai dan efektif agar dapat menyelesaikan masalah yang sedang terjadi. Setelah melihat dan mengamati permasalahan tersebut peneliti tertarik untuk mengetahui “bagaimana strategi komunikasi yang dilakukan oleh Area Manager Jawa Tengah untuk meningkatkan kinerja karyawan Oto.com Cabang Solo?”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi yang diterapkan oleh Area Manager Jawa Tengah, untuk meningkatkan kinerja Agent Relationship Officer Oto.com Cabang Solo.

## **METODE PENELITIAN**

peneliti menggunakan metode deskriptif kualitatif, metode kualitatif bertujuan untuk menggambarkan suatu keadaan atau fenomena dalam sebuah lingkungan melalui pengumpulan data yang dilakukan secara mendalam dan cermat. Peneliti menerapkan dua teknik dalam menghimpun data penelitian. Teknik penghimpunan data yang pertama adalah wawancara. Menurut Sugiyono (2018) mengemukakan bahwasanya wawancara merupakan teknik dalam menghimpun data dari pihak peneliti yang menginginkan untuk melakukan studi pendahuluan agar bisa mengidentifikasi persoalan yang akan dikaji, hal tersebut juga berlaku apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal yang lebih mendalam

dengan jumlah responden yang kecil dan sedikit.

Teknik pengumpulan data kedua yang dipilih oleh peneliti adalah teknik dokumentasi, teknik ini berguna sebagai pendukung teknik wawancara dalam pengumpulan data. Menurut Sugiyono (2018:476) mengemukakan bahwasanya dokumentasi merupakan teknik yang diterapkan guna memperoleh informasi maupun data yang berbentuk gambar, tulisan angka, dokumen, arsip, maupun buku, serta keterangan yang bisa mendukung sebuah penelitian.

## **LANDASAN TEORI**

Strategi komunikasi dapat dipahami sebagai perpaduan antara perencanaan komunikasi dan manajemen komunikasi demi mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Strategi komunikasi juga menjadi perpaduan terbaik dari setiap aspek komunikasi yang ada seperti, komunikator, pesan, saluran atau media yang digunakan, penerima hingga pengaruh yang disusun demi menggapai tujuan komunikasi lebih maksimal. Strategi komunikasi merupakan tahapan nyata dalam serangkaian aktivitas saat melakukan komunikasi, aktivitas tersebut berdasarkan pada satuan teknik bagi pengimplementasian tujuan komunikasi. Teknik merupakan salah satu pilihan tindakan komunikasi tertentu berdasarkan strategi yang telah ditetapkan sebelumnya. Rencana yang meliputi teknik, metode, dan hubungan antara unsur dan faktor dari proses mencapai tujuan dan sasaran yang telah ditentukan.

Anwar Arifin menyatakan bahwa terdapat langkah-langkah dalam melakukan strategi komunikasi yang disampaikan (Arifin,

2015). Mengetahui Khalayak, dalam sebuah proses komunikasi, komunikator dan khalayak mempunyai kepentingan yang sama. Tanpa persamaan kepentingan, komunikasi tidak akan berlangsung seperti yang diharapkan, untuk mendukung tercapainya proses komunikasi yang baik, maka komunikator harus menciptakan persamaan kepentingan dengan khalayak. Dalam mengetahui persamaan kepentingan, komunikator perlu mengetahui dan memahami pola pikir dan pengalaman khalayak secara tepat.

Langkah kedua ialah menyusun Pesan, komunikator perlu menyusun pesan yang akan disampaikan terlebih dahulu, agar strategi dapat berjalan sesuai dengan yang diharapkan. Pesan Dalam menyusun pesan ada beberapa hal yang harus diperhatikan oleh komunikator, yaitu: menguasai pesan yang ingin disampaikan terlebih dahulu, pesan harus menggunakan tanda yang didasarkan pada pengalaman yang sama antara sumber dan sasaran sehingga makna pesan dapat diterima, pesan harus membangkitkan kebutuhan pribadi sasaran dan menyarankan cara-cara untuk memenuhi kebutuhan itu, menambahkan humor dan istilah khusus dalam proses penyampaian pesan untuk menarik perhatian. Langkah ketiga adalah menetapkan metode dan penggunaan media, efektivitas komunikasi selain dipengaruhi oleh suatu isi pesan yang disesuaikan dengan kondisi khalayak juga dipengaruhi oleh metode penyampaian yang digunakan pada sasaran atau khalayak. Ada beberapa metode yang dapat digunakan, yaitu: Repetition, Canalizing, Informatif, Persuasif, Edukatif, dan Koersif. Menetapkan

penggunaan media. Pemilihan media yang digunakan saat melakukan komunikasi juga sangat mempengaruhi strategi komunikasi. Ada banyak macam-macam media komunikasi yang bisa digunakan, seperti media komunikasi langsung dan tidak langsung.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Setiap pemimpin memiliki strategi-strategi tersendiri untuk menunjang pekerjaannya dalam mengawasi karyawan, menyelesaikan masalah karyawan, memajukan perusahaan. Strategi tersebut digunakan untuk meraih tujuan-tujuan yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Strategi yang dimiliki bisa berbentuk sederhana ataupun sangat kompleks.

Berdasarkan penelitian, turunya kinerja Agent Relationship Officer membuat Area Manager menyusun strategi, yaitu: *satu*, Area Manager akan melakukan kunjungan cabang dan gathering untuk mengatasi permasalahan menurunnya Kinerja Agent Relationship Officer Cabang Solo. *Dua*, melakukan komunikasi secara intens terhadap Agent Relationship Officer Cabang Solo dengan menyampaikan program dan menanyakan perkembangan target di grup *whatsapp*. *Tiga*, menghadirkan program penghargaan bagi Agent Relationship Officer Cabang Solo. *Empat*, melakukan absensi setiap pagi setelah melakukan doa pagi di *google meets*. *Lima*, melakukan pengamatan terhadap kinerja Agent Relationship Officer melalui Branch Manager Cabang Solo. Strategi Komunikasi yang dilakukan Area Manager Jawa Tengah dalam meningkatkan kinerja Agent Relationship Officer Cabang Solo. strategi yang ditetapkan oleh Area Manager

akan dianalisa menggunakan teori Strategi Komunikasi Anwar Arifin (2015). Langkah pertama ialah Mengenal Khalayak, sasaran utama dari penerima pesan dalam penelitian ini adalah Agent Relationship Officer Oto.com Cabang Solo. Area Manager dapat memulai strategi untuk meningkatkan kinerja Agent Relationship Officer Cabang Solo, dengan mengadakan kunjungan cabang dan gathering sebagai sarana pengenalan karakter. Supaya hubungan kerja dan komunikasi yang terjadi antara Agent Relationship Officer, Area Manager, dan Branch Manager dapat diperbaiki dan dibangun lebih baik. Kemudian melakukan kunjungan cabang untuk mengetahui aktivitas dan rintangan kerja yang dilalui oleh Branch Manager dan Agent Relationship Officer Cabang Solo. Dengan dilakukannya kunjungan Area Manager ingin menunjukkan bahwa masalah yang terjadi dilapangan merupakan tanggung jawab bersama dan harus diselesaikan dengan baik, agar tidak mempengaruhi kinerja.

Langkah kedua, Menyusun Pesan. Dalam penelitian ini untuk mengatasi permasalahan turunnya kinerja Agent Relationship Officer yang disebabkan oleh miskomunikasi. Area Manager menetapkan beberapa hal yang harus diperhatikan ketika ingin menyampaikan pesan kepada Agent Relationship Officer Cabang Solo. Hal tersebut meliputi penggunaan bahasa Indonesia, penggunaan kata dan istilah tertentu yang mudah dimengerti oleh Agent Relationship Officer dan Branch Manager. Pesan yang disampaikan berupa informasi yang menyangkut tentang program dan kebijakan

perusahaan yang akan disampaikan ke Agent Relationship Officer Oto.com Cabang Solo. Pesan akan diawali dengan kata-kata seperti '*reminder*' atau '*attention*'. Menggunakan kata tersebut cukup efektif dalam mengambil perhatian dari khalayak dilihat dari respon yang diberikan, pesan yang disusun juga singkat dan padat. Namun ada juga pesan yang disampaikan dengan terstruktur dan lengkap. Pengadaan program penghargaan bertujuan untuk membangkitkan semangat kerja Agent Relationship Officer Cabang Solo, sehingga nanti dapat meningkatkan penjualan. Setiap Agent Relationship Officer Cabang Solo memiliki pola pikir dan daya tangkap informasi yang berbeda. Oleh karena itu Area Manager mencoba untuk memberikan informasi dengan menggunakan kalimat yang mudah untuk dipahami bagi Agent. Tapi disini dapat diketahui bahwa asal terjadinya miskomunikasi yang terjadi ialah ketidaktepatan Area Manager dalam menerima dan mengolah informasi. Sehingga dapat dikatakan bahwa Area Manager belum dapat melakukan peran sebagai komunikator yang baik.

Langkah ketiga adalah menetapkan metode, dalam menyampaikan pesan saat melakukan komunikasi yang dilakukan antara Area Manager, Branch Manager, dan Agent Relationship Officer. Area Manager menggunakan perpaduan antara metode *informatif*, *redundancy* dan koersif. Hal itu diketahui dari pesan yang diberikan ketika melakukan kegiatan komunikasi berisikan tentang informasi-informasi mengenai kebijakan dan program baru perusahaan, serta

adanya penghargaan bagi agent yang berhasil mencapai target (metode informatif).

Area Manager juga selalu menanyakan perkembangan aplikasi kepada Agent Relationship Officer dan Branch Manager melalui *report* yang disampaikan secara berulang di pagi dan sore hari melalui whatsapp grup cabang dan area Jawa Tengah, yang dilakukan setiap hari untuk mengingatkan tentang target yang harus dicapai (metode redundancy). Selain itu, Area Manager juga melakukan penyampaian informasi berupa penurunan grade yang akan diterima agent karena tidak mendapatkan poin, hal itu dilakukan untuk memberikan tekanan pada agent supaya dapat bekerja dengan maksimal (metode koersif).

Mentetapkan Penggunaan media. Dalam menyampaikan strateginya Area Manager Jawa Tengah menggunakan media komunikasi secara langsung dan tidak langsung untuk menyampaikan pesan ke khalayak. Komunikasi langsung dilakukan adalah dengan cara mengadakan gathering agent yang dilakukan enam bulan sekali, Area Manager juga melakukan kunjungan cabang dalam kurun tiga bulan sekali atau dapat lebih intens dilakukan. media komunikasi tidak langsung menggunakan platform *whatsapp* dan *google meets* sebagai perantaranya. Berdasarkan wawancara yang dilakukan, Area Manager menggunakan kedua platform tersebut sebagai media pendukung dalam melakukan pekerjaan dikarenakan jarak yang terbentang antara satu dengan yang lainnya.

## **KESIMPULAN**

Dalam menyelesaikan sebuah masalah, perlu disusun sebuah strategi yang tepat. Apalagi ketika permasalahan tersebut sudah mempengaruhi kinerja seseorang. Dalam penelitian ini Area Manager melakukan upaya untuk meningkatkan kinerja Agent Relationship Officer dengan melakukan strategi mengenal khalayak, menyusun pesan, menetapkan metode dan penggunaan media.

Mengenal khalayak merupakan strategi pertama yang dilakukan oleh Area Manager, hal itu dilakukan supaya pemimpin dapat mengenali karakteristik dan sifat dari sasaran terhadap pesan yang disampaikannya. Area Manager melakukan pengenalan Agent Relationship Officer Cabang Solo dengan mengadakan kunjungan cabang. Dengan mengenali khalayak juga memiliki tujuan yang sama yaitu mencapai target yang ditentukan perusahaan dengan baik. Pengenalan terhadap khalayak sukses dilakukan oleh Area Manager

Menyusun pesan, merupakan strategi kedua yang dilakukan oleh Area Manager untuk meningkatkan kinerja Agent Relationship Officer. Pesan akan disusun secara jelas dan terperinci untuk menghindari miskomunikasi yang akan terjadi lagi. Program penghargaan juga dihadirkan bertujuan untuk membuat Agent Relationship Officer semakin semangat bekerja sehingga akan menaikkan kinerja mereka.

Menetapkan metode, merupakan strategi yang digunakan Area Manager dalam menyampaikan pesan strategi komunikasi meningkatkan kinerja Agent Relationship Officer Cabang Solo. Metode yang digunakan Area Manager Jawa Tengah dalam menyampaikan pesan ialah metode informatif, redundancy, dan koersif. Metode yang ditetapkan sudah sesuai dan berhasil membuat khalayak merespon isi pesan.

Menetapkan penggunaan media, media yang digunakan Area Manager dalam meningkatkan Kinerja Agent Relationship Officer adalah media komunikasi langsung, yaitu pertemuan tatap muka melalui kunjungan cabang dan gathering agent, sedangkan untuk media komunikasi tidak langsung yang dilakukan ialah melalui platform *google meets* dan *whatsapp*. Komunikasi yang dilakukan melalui *google meets* sudah efektif digunakan, namun pesan yang disampaikan melalui *whatsapp* perlu ditinjau ulang.

## SARAN

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti, Strategi komunikasi yang dilakukan Area Manager dalam Meningkatkan Kinerja Agent Relationship Officer sudah berjalan dengan cukup baik. hal tersebut dapat dinilai dari cara Area Manager untuk mencoba mengenali Agent Relationship Officer Cabang Solo melalui meeting dan gathering dan pengawasan melalui Branch Manager, lalu diberikannya penghargaan, dan media-media yang digunakan ketika melakukan kegiatan komunikasi sewaktu bekerja. Untuk kedepannya peneliti menyarankan agar Area Manager menyusun dan menjelaskan pesan

dengan baik, sehingga dapat mengurangi miskomunikasi yang terjadi. Peneliti juga menyarankan agar Area Manager Jawa Tengah memberikan dukungan secara moral kepada Agent Relationship Officer yang sedang terkena masalah. Peneliti juga memberikan saran bagi setiap perusahaan yang ada, agar kegiatan komunikasi dapat berlangsung dengan baik sehingga meminimalisir terjadinya miskomunikasi, sumber dari informasi tersebut juga harus jelas, supaya nantinya dapat menghambat kegiatan kerja dan terjadi perselisihan antara sesama karyawan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdul, A. (2020). Teknik Analisis Data Analisis Data. *Teknik Analisis Data Analisis Data*, 1–15.
- Alimuddin, A., Nur Iman, A., & Jusran, J. (2022). Strategi Komunikasi dalam Pembinaan Prajurit Remaja Baru TNI AD di Satuan Kerja Hubdam XIV/Hasanuddin 2021. *Journal of Government Insight*, 2(1), 121–130. <https://doi.org/10.47030/jgi.v2i1.387>
- Annisa, A., & Usman, U. (2020). STRATEGI KOMUNIKASI PIMPINAN BIRO ADMINISTRASI PIMPINAN SEKRETARIAT DAERAH PROVINSI RIAU DALAM MENINGKATKAN KINERJA PEGAWAI. *Jurnal Riset Mahasiswa Dakwah dan Komunikasi*, 2(4). <https://doi.org/10.24014/jrmdk.v2i4.11997>
- Arifin, A. (2015). *Strategi Komunikasi: Sebuah Pengantar Ringkas*. ARMICO.
- Cangara. (2015). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Rajawali Pers.
- Cangara, H. (2017). *Perencanaan & Strategi Komunikasi*. In *Rajawali Pers*.
- Effendy, O. U. (2014). *Komunikasi Teori dan Filsafat*. In *Citra Aditya*.
- Novriani, R., Dewi Kurniawati, & Iskandar Zulkarnain. (2022). Strategi Komunikasi Sekretariat TKPSDA dalam Meningkatkan Kinerja TKPSDA Wilayah Sungai Toba-Asahan. *MUKASI: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(4), 351–364. <https://doi.org/10.54259/mukasi.v1i4.1302>
- Nugraha, A. (2022). Analisis Bauran Pemasaran Dalam Pembelian Mobil Bekas Di Perkasa Mobil. *Jurnal Administrasi Bisnis FISIPOL UNMUL*, 10(4). <https://doi.org/10.54144/jadbis.v10i4.8979>
- Onong, U. E. (2015). *Ilmu Komunikasi, Teori dan Praktek*. In *Komunikasi dalam sebuah organisasi*.
- Pratama, G. P., & Tholok, F. W. (2022). Pengaruh Brand Image, Harga Dan Strategi Pemasangan Iklan Di Apikasi Online Terhadap Peningkatan Penjualan Mobil Bekas. *Prosiding: Ekonomi dan Bisnis*, 2(2).
- Rahma Triana Hasibuan, M., Anas Azhar, A., & Zuhriah, Z. (2022). STRATEGI KOMUNIKASI PIMPINAN CAMAT SEI LEPAN KABUPATEN



LANGKAT DALAM MENINGKATKAN KINERJA PEGAWAI DI MASA PANDEMI COVID-19. *Telangke: Jurnal Telangke Ilmu Komunikasi*, 4(2), 57–69. <https://doi.org/10.55542/jiksohum.v4i2.407>

Rahmatullah, Taubih, L. A., Rakhmatullah, V. N., Sofiatry, E., & Sultan, A. (2024). Strategi Komunikasi Satlantas Polres Sumbawa Dalam Meningkatkan Ketertiban Lalu Lintas. *Mutiara: Multidisciplinary Scientific Journal*, 2(1), 819–835. <https://doi.org/10.57185/mutiara.v2i1.128>

Sariani, N. L. P. (2020). STRATEGI KOMUNIKASI DALAM MENINGKATKAN KINERJA KARYAWAN DI BHR LAW OFFICE. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 2(2), 115–124. <https://doi.org/10.38043/jimb.v2i2.2313>

Sugiyono. (2018). Buku Metode Penelitian Ilmu Komunikasi. In *Metode Penelitian*.