

Komunikasi Dua Arah sebagai Strategi Membangun Loyalitas Penyewa (Studi Kasus *Tenant Relations* Mal Artha Gading)

Angela Nadia¹, Doddy Salman^{2*}

¹Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Tarumanagara, Jakarta
Email: angela.915220217@stu.untar.ac.id

²Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Tarumanagara, Jakarta*
Email: doddys@fikom.untar.ac.id

Masuk tanggal : 20-12-2025., revisi tanggal : 25-01-2026., diterima untuk diterbitkan tanggal : 21-02-2026

Abstract

This study examines the communication strategies of Tenant Relations staff in building tenant loyalty at Artha Gading Mall. Intense competition in the retail industry requires mall management to maintain tenant satisfaction through supportive and sustainable communication practices. This research employs a qualitative case study approach using in-depth interviews, participant observation, and document analysis. The theoretical framework includes Two-Way Symmetrical Communication by Grunig and Hunt (1984), Interpersonal Communication by DeVito (2017), and the RACE Model by Cutlip, Center, and Broom (2006). The findings indicate that Tenant Relations implements adaptive two-way communication through face-to-face interactions, WhatsApp, email, and intranet platforms, supported by cross-departmental internal coordination and HRD training programs. These communication strategies are helping handle complaints, increase satisfaction, build trust, and strengthen tenant loyalty. The results are consistent with previous studies emphasizing the importance of symmetrical and interpersonal communication in organizational relationships. This study contributes to the development of organizational communication research and provides practical recommendations for mall management to strategically enhance competitiveness.

Keywords: *interpersonal communication, management communication, tenant relations, two-way symmetrical communication*

Abstrak

Penelitian ini menelaah strategi komunikasi staf *Tenant Relations* dalam membangun loyalitas penyewa di Mal Artha Gading. Persaingan industri ritel menuntut pengelola mal menjaga kepuasan *tenant* melalui praktik komunikasi yang mendukung dan berkelanjutan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus melalui wawancara mendalam, observasi partisipatif, serta analisis dokumen internal. Kerangka teori yang digunakan meliputi *Two-Way Symmetrical Communication* dari Grunig dan Hunt (1984), Komunikasi Interpersonal menurut Devito (2017), serta RACE Model oleh Cutlip, Center, dan Broom (2006). Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Tenant Relations* menerapkan komunikasi dua arah yang adaptif melalui tatap muka, *WhatsApp*, *email*, dan intranet, didukung oleh koordinasi internal lintas divisi serta pelatihan oleh HRD. Strategi komunikasi ini membantu dalam menangani keluhan, meningkatkan kepuasan, membangun kepercayaan, dan memperkuat loyalitas tenant. Temuan penelitian sejalan dengan literatur sebelumnya yang menekankan pentingnya komunikasi simetris dan interpersonal dalam hubungan organisasi. Penelitian ini berkontribusi pada pengembangan kajian komunikasi organisasi serta memberikan rekomendasi praktis bagi pengelola mal secara strategis.

Kata Kunci: komunikasi interpersonal, manajemen komunikasi, *tenant relations*, *two-way symmetrical communication*

1. Pendahuluan

Industri ritel modern menghadapi persaingan yang semakin ketat, sehingga pusat perbelanjaan tidak lagi sekadar menjadi tempat transaksi ekonomi, melainkan juga berfungsi sebagai ruang sosial bagi masyarakat untuk berinteraksi, bersantai, dan mencari hiburan. Kondisi ini menuntut pengelola mal untuk menjaga hubungan yang harmonis dengan para penyewa, karena keberlangsungan operasional mal sangat bergantung pada kepuasan dan loyalitas tenant (Rahmawati et al., 2025). Hubungan yang tidak terkelola dengan baik berpotensi menimbulkan keluhan, konflik, bahkan penutupan gerai. Fenomena tersebut terlihat jelas di Jakarta Utara, di mana terdapat 22 pusat perbelanjaan yang bersaing melayani lebih dari 1,82 juta penduduk (Ganesha & Husein, 2024). Persaingan yang ketat membuat fungsi dari strategi komunikasi menjadi faktor penting dalam mempertahankan tenant, bukan hanya aspek ekonomi semata.

Strategi komunikasi tidak hanya berfungsi menyampaikan pesan, tetapi juga membangun interaksi dua arah, mengelola keluhan, dan menciptakan rasa saling percaya seperti yang dikatakan oleh (Fachrianda & Syarief, 2025). Hal ini sejalan dengan teori *Two-Way Symmetrical Communication* yang dikemukakan oleh (Syukran et al., 2022), yang menekankan keseimbangan kepentingan antara organisasi dan publiknya. Dalam kerangka manajemen komunikasi, Cutlip, (Pranawukir, 2021) menjelaskan empat tahapan utama, yaitu pencarian fakta, perencanaan, pelaksanaan komunikasi, dan evaluasi. *Tenant Relations* berperan dalam menjalankan fungsi tersebut dengan mengidentifikasi kebutuhan tenant, merancang strategi komunikasi, melaksanakan interaksi yang membangun, serta mengevaluasi kepuasan penyewa.

Dalam konteks pengelolaan pusat perbelanjaan, keberhasilan hubungan antara pengelola dan *tenant* tidak hanya ditentukan oleh faktor ekonomi seperti biaya sewa, lokasi, atau jumlah pengunjung, tetapi juga oleh kualitas komunikasi yang terjalin secara berkelanjutan. Komunikasi yang tidak transparan berpotensi menimbulkan kesalahpahaman, ketidakpuasan, serta menurunnya komitmen penyewa atau *tenant* terhadap pengelola mal. Oleh karena itu, fungsi *Tenant Relations* menjadi elemen strategis yang berperan menjaga stabilitas hubungan organisasi–publik di sektor ritel modern.

Sejumlah penelitian terdahulu menunjukkan bahwa komunikasi dua arah dan hubungan interpersonal yang baik mampu meningkatkan kepercayaan serta loyalitas *stakeholder* (Herrada-lores, 2026). Namun, sebagian besar kajian masih berfokus pada organisasi jasa atau korporasi secara umum, sementara penelitian yang mengkaji praktik komunikasi *Tenant Relations* di pusat perbelanjaan masih relatif terbatas, khususnya dalam konteks Indonesia. Padahal, pusat perbelanjaan memiliki karakter hubungan yang unik karena *tenant* berperan sekaligus sebagai mitra bisnis dan pengguna fasilitas organisasi.

Selain itu, kualitas komunikasi interpersonal juga menjadi penentu keberhasilan strategi *Tenant Relations*. Fachrianda & Syarief (2025) menegaskan bahwa keterbukaan, empati, dukungan, dan kesetaraan dalam interaksi interpersonal dapat membangun kepercayaan serta loyalitas tenant terhadap pengelola mal. Mal Artha Gading, sebagai salah satu pusat perbelanjaan besar di Jakarta Utara, menghadapi tantangan serupa. Dengan beragam *tenant* dari sektor *fashion*, kuliner,

dan hiburan, pengelolaan hubungan menjadi kunci dalam menjaga stabilitas operasional dan citra mal. Namun, dalam praktiknya masih ditemukan dinamika seperti perbedaan kepentingan antarpihak, kebutuhan komunikasi yang beragam, serta sistem evaluasi yang belum optimal. Kondisi ini menunjukkan perlunya kajian mendalam mengenai bagaimana strategi komunikasi *Tenant Relations* diterapkan dalam mengelola hubungan dengan penyewa (Suryani et al., 2020).

Penelitian ini berjudul “Komunikasi Dua Arah Sebagai Strategi Membangun Loyalitas Penyewa: Studi Kasus *Tenant Relations* Mal Artha Gading” dan bertujuan untuk menggali secara komprehensif bagaimana *Tenant Relations* menyusun serta menerapkan strategi komunikasi yang mendukung dan membantu pada tataran organisasi maupun interpersonal. Selain itu, keterbatasan kajian di atas menunjukkan adanya celah penelitian (*research gap*) yang perlu diisi, terutama terkait bagaimana strategi komunikasi dua arah dan komunikasi interpersonal diterapkan secara konkret oleh *Tenant Relations* dalam menghadapi dinamika kebutuhan *tenant*, perbedaan kepentingan, serta tekanan persaingan industri ritel. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya relevan secara praktis dalam menyusun strategi komunikasi *Tenant Relations* yang lebih adaptif dan responsif terhadap kebutuhan *tenant*, tetapi juga memiliki nilai akademis dalam memperluas pemahaman mengenai komunikasi organisasi di sektor ritel. Dengan demikian, hasil penelitian ini diharapkan mampu meningkatkan kepuasan dan loyalitas penyewa serta memperkuat daya saing Mal Artha Gading di tengah persaingan industri ritel yang semakin kompetitif.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif karena fokus utamanya adalah memahami secara mendalam bagaimana strategi komunikasi *Tenant Relations* diterapkan dalam mengelola hubungan dengan penyewa di Mal Artha Gading. Pendekatan kualitatif dipilih agar peneliti dapat menangkap makna, persepsi, serta dinamika komunikasi yang muncul dalam konteks nyata. Penelitian kualitatif bertujuan memahami fenomena secara holistik melalui deskripsi kata-kata (Annasthasya et al., 2025), sehingga memungkinkan peneliti menelusuri interaksi dua arah dan hubungan interpersonal yang terbentuk antara pengelola dan *tenant*. Dengan demikian, penelitian ini dapat menggambarkan bagaimana prinsip *Two-Way Symmetrical Communication* (Hidayatulloh & Ahwan, 2025) dijalankan dalam praktik sehari-hari serta bagaimana komunikasi interpersonal berperan dalam membangun kepercayaan dan loyalitas penyewa (Nugraha & Assoburu, 2025).

Metode yang digunakan adalah studi kasus, karena penelitian berfokus pada satu unit kasus tertentu, yaitu Mal Artha Gading (Shoop et al., 1982). Studi kasus memungkinkan peneliti menelaah fenomena komunikasi dalam konteks kehidupan nyata, di mana batas antara fenomena dan lingkungannya tidak dapat dipisahkan secara tegas. Melalui metode ini, peneliti dapat menggali strategi komunikasi, pola interaksi, dan pengalaman subjektif baik dari pihak *Tenant Relations* maupun *tenant*, sehingga makna komunikasi dapat dipahami secara kontekstual. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi partisipatif pasif, serta analisis dokumen internal. Wawancara semi-terstruktur digunakan untuk memperoleh informasi dari *Tenant Relations Officer*, manajemen, dan *tenant*, sementara observasi dilakukan untuk melihat langsung praktik komunikasi di lapangan. Dokumentasi berupa laporan kegiatan, SOP, dan catatan keluhan *tenant* digunakan untuk melengkapi data empiris.

Analisis data dilakukan secara berkesinambungan sejak proses pengumpulan hingga penelitian selesai. Model (Shoop et al., 1982) digunakan dengan tiga tahapan utama, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Reduksi dilakukan untuk menyeleksi informasi relevan, penyajian data dilakukan dalam bentuk narasi deskriptif agar keterkaitan antar temuan dapat terlihat, dan kesimpulan ditarik dengan menghubungkan data lapangan dengan teori komunikasi yang digunakan. Keabsahan data dijaga melalui triangulasi sumber dan metode, yaitu membandingkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi, serta melalui member check untuk memastikan interpretasi sesuai dengan maksud informan. Peneliti juga menjaga objektivitas dengan menyertakan kutipan langsung dari informan dan mendeskripsikan konteks penelitian secara rinci agar hasilnya dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.

3. Hasil Temuan dan Diskusi

Penelitian ini mengkaji praktik komunikasi yang dijalankan oleh staf *Tenant Relations* dalam mengelola hubungan dengan penyewa di Mal Artha Gading, Jakarta Utara. Sebagai pusat perbelanjaan dengan lebih dari 300 tenant dan tingkat persaingan ritel yang tinggi, Mal Artha Gading menghadapi tantangan besar dalam menjaga kepuasan serta keberlanjutan hubungan dengan penyewa. Dalam konteks ini, peran *Tenant Relations* menjadi krusial sebagai penghubung antara manajemen mal dan *tenant*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa staf *Tenant Relations* menjalankan fungsi komunikasi strategis melalui peran sebagai jembatan informasi, mediator keluhan, dan pendukung operasional tenant. Praktik komunikasi dilakukan secara langsung maupun tidak langsung, dengan tujuan menjaga hubungan yang harmonis serta memastikan kebutuhan tenant tersampaikan kepada manajemen (Syari et al., 2021).

Gambar 1. Logo Mal Artha Gading



Sumber: Web Mal Artha

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi *Tenant Relations* di Mal Artha Gading mencerminkan prinsip *Two-Way Symmetrical Communication* sebagaimana dikemukakan oleh (Kent & Lane, 2026). Komunikasi yang dijalankan tidak bersifat satu arah atau sekadar penyampaian kebijakan manajemen, melainkan membuka ruang dialog timbal balik antara pengelola mal dan *tenant*. Praktik *visit* rutin, keterbukaan terhadap keluhan, serta upaya menyesuaikan kebijakan dengan kebutuhan penyewa menunjukkan adanya keseimbangan kepentingan antara organisasi dan publiknya, dan dalam konteks penelitian ini, kepentingan antara mal dan penyewa atau

tenant. Temuan ini menegaskan bahwa komunikasi simetris berperan penting dalam membangun hubungan jangka panjang yang saling menguntungkan

Salah satu strategi utama yang ditemukan adalah pelaksanaan *visit* rutin ke *tenant*. Kegiatan ini memungkinkan staf *Tenant Relations* memantau kondisi operasional *tenant*, menanyakan kendala, mengidentifikasi kebutuhan, serta memperoleh informasi mengenai aktivitas promosi dan performa *tenant*. Pendekatan ini memperkuat pemahaman kondisi lapangan sekaligus membangun kedekatan interpersonal antara staf *Tenant Relations* dan penyewa. Selain itu, strategi komunikasi *Tenant Relations* juga selaras dengan konsep komunikasi interpersonal khususnya pada aspek keterbukaan, empati, dukungan, dan kesetaraan. Pendekatan personal yang diterapkan staf *Tenant Relations*, seperti membangun kedekatan melalui komunikasi tatap muka dan menyesuaikan gaya komunikasi dengan karakter *tenant*, memperkuat hubungan interpersonal yang dilandasi rasa saling percaya. Kepercayaan ini menjadi fondasi utama dalam menciptakan loyalitas *tenant* karena penyewa merasa dihargai dan didengar dalam setiap proses komunikasi. Salah satu staf *Tenant Relations* menegaskan bahwa pendekatan personal menjadi fondasi utama dalam praktik komunikasi, karena “kalau sudah dekat sama penyewa, komunikasinya biasanya lebih lancar dan terbuka” (Heri, Staf *Tenant Relations*).

Selain komunikasi tatap muka, staf *Tenant Relations* memanfaatkan berbagai saluran komunikasi, seperti *WhatsApp*, *email* resmi, dan intranet internal. *WhatsApp* digunakan untuk komunikasi cepat dan informal, *email* dimanfaatkan untuk penyampaian kebijakan formal yang memerlukan dokumentasi, sedangkan intranet berfungsi sebagai sarana koordinasi internal antar divisi. Kombinasi saluran ini mendukung fleksibilitas komunikasi sesuai dengan karakter dan preferensi *tenant*. Penggunaan berbagai media komunikasi mencerminkan kemampuan adaptasi *Tenant Relations* terhadap perkembangan teknologi dan karakter *tenant* yang beragam. Media informal seperti *WhatsApp* mempercepat respons dan membangun kedekatan, sementara media formal seperti *email* menjaga akuntabilitas dan kejelasan informasi. Pemilihan media yang tepat dengan kombinasi saluran formal dan informal memungkinkan proses komunikasi berjalan lebih efisien tanpa menghilangkan aspek relasional antara pengelola dan *tenant*.

Temuan penting lainnya adalah praktik proaktif yang dikenal sebagai strategi “menjemput bola”. Staf *Tenant Relations* secara aktif mendahului *tenant* dengan menanyakan kebutuhan dan potensi kendala sebelum keluhan disampaikan. Pendekatan ini mencerminkan orientasi pelayanan yang responsif dan berkontribusi pada terciptanya hubungan yang saling menguntungkan antara pengelola mal dan *tenant* (Theocharidis & Kavallieratou, 2025).

Dalam pelaksanaannya, staf *Tenant Relations* menunjukkan keterbukaan terhadap kritik dan masukan dari *tenant*. Setiap keluhan diterima tanpa sikap defensif dan ditindaklanjuti melalui koordinasi internal dengan atasan maupun divisi terkait. Menurut Heri, staf *Tenant Relations*, kritik dari pihak penyewa dipandang sebagai bahan evaluasi untuk memperbaiki kualitas layanan dan hubungan kerja sama. Sikap terbuka dan lapang dada ini memperkuat rasa percaya *tenant* terhadap pengelola mal dan mendukung keberlangsungan hubungan jangka panjang. Dari perspektif *tenant*, komunikasi dengan staf *Tenant Relations* dinilai berjalan lancar dan responsif. Salah satu supervisor *tenant* menyampaikan bahwa setiap kendala yang disampaikan “cepat ditanggapi dan diberikan arahan solusinya”, sehingga tidak menimbulkan kesalahpahaman yang berlarut-larut. Hal ini menunjukkan adanya kepercayaan yang terbangun antara *tenant* dan pengelola mal.

Penelitian juga mengidentifikasi sejumlah tantangan komunikasi, terutama perbedaan karakter *tenant* dan kompleksitas koordinasi antar divisi. Untuk mengatasi hal tersebut, staf *Tenant Relations* menerapkan pendekatan personal yang disesuaikan dengan karakter penyewa serta melakukan penyesuaian gaya komunikasi, baik formal maupun informal, guna meminimalkan potensi miskomunikasi.

Dukungan organisasi turut memperkuat praktik komunikasi *Tenant Relations*. Divisi *Human Resource Development* menyediakan pelatihan, seperti *public speaking* dan *service excellence*, untuk meningkatkan kompetensi komunikasi staf. Selain itu, koordinasi lintas divisi diperkuat melalui grup komunikasi internal dan *briefing* rutin guna memastikan penanganan keluhan tenant berjalan secara terintegrasi. Dalam perspektif manajemen komunikasi, praktik *Tenant Relations* di Mal Artha Gading mencerminkan tahapan RACE Model yang dikemukakan oleh (Istanboulian et al., 2026). Tahap *research* terlihat dari upaya staf *Tenant Relations* dalam mengidentifikasi kebutuhan dan permasalahan *tenant* melalui *visit* rutin dan komunikasi langsung. Tahap *action* dan *communication* diwujudkan melalui perancangan serta pelaksanaan strategi komunikasi yang disesuaikan dengan kondisi masing-masing *tenant*. Sementara itu, tahap *evaluation* dilakukan melalui pengumpulan umpan balik dari tenant serta evaluasi internal yang melibatkan atasan dan divisi *Human Resource Development*. Mekanisme evaluasi ini memungkinkan pengelola mal untuk meninjau praktik komunikasi yang telah berjalan dan menyesuaikannya dengan dinamika hubungan penyewa (Furberg et al., 2026).

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi *Tenant Relations* di Mal Artha Gading selaras dengan prinsip komunikasi dua arah simetris dan komunikasi interpersonal. Penelitian ini menegaskan bahwa keberhasilan *Tenant Relations* dalam membangun loyalitas *tenant* tidak hanya bergantung pada kebijakan ekonomi atau fasilitas fisik, melainkan sangat ditentukan oleh kualitas komunikasi dua arah dan interpersonal yang dijalankan secara konsisten. Integrasi antara teori komunikasi simetris, komunikasi interpersonal, dan manajemen komunikasi memberikan kerangka komprehensif dalam memahami praktik komunikasi *Tenant Relations* di sektor ritel modern. Penerapan strategi ini berperan penting dalam membangun kepercayaan, meningkatkan kepuasan, serta memperkuat loyalitas *tenant*, sekaligus memberikan kontribusi teoritis dan praktis bagi pengelolaan komunikasi organisasi di sektor ritel.

4. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa strategi komunikasi *Tenant Relations* di Mal Artha Gading berperan signifikan dalam membangun dan mempertahankan loyalitas *tenant*. Komunikasi dua arah yang dijalankan secara responsif, terbuka, dan adaptif memungkinkan terjadinya hubungan kerja sama yang saling menguntungkan antara pengelola mal dan penyewa. Pendekatan interpersonal yang menekankan keterbukaan, empati, dan dukungan turut memperkuat kepercayaan tenant terhadap pengelola.

Secara teoretis, penelitian ini menegaskan relevansi konsep *Two-Way Symmetrical Communication* dan komunikasi interpersonal dalam konteks pengelolaan pusat perbelanjaan. Temuan ini memperkaya kajian komunikasi organisasi dengan menghadirkan perspektif empiris mengenai peran *Tenant Relations* sebagai aktor strategis dalam hubungan organisasi–publik di sektor ritel.

Secara praktis, pengelola mal disarankan untuk memperkuat sistem evaluasi komunikasi *Tenant Relations* secara berkala, meningkatkan pemanfaatan teknologi komunikasi, serta menyediakan pelatihan berkelanjutan bagi staf *Tenant Relations*. Upaya tersebut diharapkan mampu meningkatkan kepuasan dan loyalitas *tenant* sekaligus memperkuat daya saing pusat perbelanjaan di tengah persaingan industri ritel yang semakin dinamis.

5. Ucapan Terima Kasih

Peneliti mengucapkan terima kasih kepada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara, narasumber, serta pihak-pihak yang terlibat sehingga penelitian ini dapat terselesaikan dengan baik.

6. Daftar Pustaka

- Annasthasya, D., Alfindoria, I., Rahayu, S., & Khair, O. I. (2025). Metodologi Penelitian Kualitatif: Tinjauan Literatur Dalam Konteks Pendidikan. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 423–429.
- Fachrianda, M., & Syarief, F. (2025). *Strategi Komunikasi Tenant Relations Dalam Meningkatkan Hubungan Baik Dengan Tenant Di Mall Epiwalk*. 5(2), 1108–1125.
- Furberg, A., Azizi, S., Bieser, J., Bol, D., Eriksson, E., Fuso-Nerini, F., Golard, L., Kamiya, G., Lund, D., Nina, L., Malmodin, J., & Schien, D. (2026). *Guidelines For Assessments Of The Global Information And Communication Technology Sector ' S Direct Energy Use And Climate Impact : Key Aspects And Future Scenarios* *Vlad Coroam A*. 226(June 2025). <https://doi.org/10.1016/J.Rser.2025.116176>
- Ganesha, E., & Husein, S. (2024). *Analisis Driven Factor Pertambahan Penduduk Dari Persepsi Lingkungan Masyarakat (Studi Kasus Jakarta Pusat)*. 1(1), 14–24.
- Herrada-Lores, S. (2026). *The Communication Of Sustainability On Social Media : The Role Of Dialogical Communication*. 19(2), 307–332. <https://doi.org/10.1108/Jrim-10-2023-0372>
- Hidayatulloh, A., & Ahwan, Z. (2025). *Peran Humas Badan Pengawas Pemilu (Bawaslu) Kabupaten Pasuruan Dalam Mengawal Demokrasi Pada Pemilihan Bupati Dan Wakil Bupati 2024*. 11(5).
- Istanboulian, L., Freeman-Sanderson, A., Gilding, A., Rampogu, P., Smith, K. M., & Soldati, K. (2026). *Intensive & Critical Care Nursing Reported Contributors To Communication Vulnerability For Adult Patients In Critical Care*. 92(April 2025). <https://doi.org/10.1016/J.Iccn.2025.104231>
- Kent, M. L., & Lane, A. (2026). *Dialogue Author : Publication Details : Publication Date : Publisher Doi : License : Link To License To See What You Are Allowed To Do With This Resource . Two-Way Communication , Symmetry , Negative Spaces , And Dialogue*.
- Nugraha, A. R., & Assoburu, S. (2025). *Strategi Komunikasi Interpersonal Pt Anugerah Pharmindo Lestari Cabang Palembang Dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan*. 2(1), 1–8.
- Pranawukir, I. (2021). *Perencanaan Dan Strategi Komunikasi Dalam*. 4(2), 247–259.
- Rahmawati, F., Soraya, I., & Pratiwi, C. Y. (2025). *Strategi Komunikasi Tenant*

- Relations Dalam Menangani Keluhan Tenant Di Gedung Gandaria 8. 1.*
- Shoop, R. J., Stewart, G. K., Shoop, B. R. J., & Stewart, G. K. (1982). *Communication*. 9(1).
- Suryani, I., Bakiyah, H., & Paryono. (2020). *Strategi Komunikasi Public Relations Apartemen Regatta Vb Dalam Handling Complaint*. 5.
- Syari, D. A., Toni, A., & Luhur, U. B. (2021). *Jurnal Komunikasi Dan Budaya Model Komunikasi Penanganan Keluhan Tenant Di Apartemen Parama Tenant Complaint Handling Communication Model In The Parama Apartment*. 02(I), 223–231.
- Syukran, M., Agustang, A., Idkhan, A. M., & Rifdan. (2022). *Konsep Organisasi Dan Pengorganisasian Dalam Perwujudan Kepentingan Manusia*. Ix, 95–103.
- Theocharidis, T., & Kavallieratou, E. (2025). Underwater Communication Technologies: A Review. *Telecommunication Systems*, 88(2), 1–27. <https://doi.org/10.1007/S11235-025-01279-X>