

TINJAUAN ALUR KERJA TIM NOTION NATION PADA AGENSI KONTEN KREATIF CUATRODIA CREATIVE

Klarissa Shakila Sofyan¹, Willy Bachtiar²

klarissashakilaa@gmail.com¹, willybachtiar@apps.ipb.ac.id²

IPB University

ABSTRAK

Industri kreatif merupakan sektor yang berkembang pesat di era digital, di mana kreativitas dan strategi komunikasi menjadi faktor utama dalam membangun hubungan antara brand dan audiens. Salah satu bagian penting dari industri ini adalah agensi konten kreatif yang bertugas merancang pesan visual dan verbal sesuai dengan kebutuhan klien. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji alur kerja tim Notion Nation sebagai divisi kreatif dalam agensi Cuatrodia Creative. Tim ini terdiri dari copywriter dan desainer grafis yang berkolaborasi dalam proses perencanaan hingga produksi konten. Penelitian dilakukan dengan pendekatan kualitatif melalui observasi lapangan selama empat bulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa alur kerja Notion Nation dimulai dari penerimaan brief, riset brand dan kompetitor, penyusunan content planning, presentasi, konfirmasi klien, hingga eksekusi dan publikasi konten. Tim ini juga bertanggung jawab dalam mengelola konten portofolio agensi. Meskipun menghadapi beberapa tantangan, tim berhasil menjaga efektivitas kerja melalui koordinasi harian berupa morning brief. Penelitian ini menyimpulkan bahwa alur kerja tim Notion Nation bersifat sistematis dan terintegrasi, serta berkontribusi besar dalam membangun identitas komunikasi brand melalui konten kreatif yang strategis.

Kata Kunci: Industri Kreatif, Copywriter, Desainer Grafis, Notion Nation, Cuatrodia Creative, Komunikasi Visual.

ABSTRACT

The creative industry has grown rapidly in the digital era, where creativity and communication strategy play a vital role in shaping the relationship between brands and audiences. One of the key sectors in this industry is creative content agencies, which design visual and verbal messages tailored to client needs. This study aims to examine the workflow of Notion Nation, a creative division within the agency Cuatrodia Creative. The team consists of copywriters and graphic designers who collaborate in planning and producing content. This research employed a qualitative approach through a four-month field observation. The findings indicate that Notion Nation's workflow includes receiving briefs, conducting brand and competitor research, developing content plans, presenting to clients, confirming concepts, and executing as well as publishing content. The team is also responsible for managing the agency's portfolio content. Despite the challenges, the team maintains work effectiveness through daily morning brief coordination. This study concludes that Notion Nation's workflow is systematic and integrated, contributing significantly to building brand communication identity through strategic creative content.

Keywords: Creative Industry, Copywriter, Graphic Designer, Notion Nation, Cuatrodia Creative, Visual Communication.

PENDAHULUAN

Industri kreatif didefinisikan sebagai industri yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, keterampilan serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan dengan menghasilkan dan memberdayakan daya kreasi dan daya cipta individu tersebut (Kemendag, 2007: 10). Definisi ini menegaskan bahwa inti dari industri kreatif adalah kemampuan manusia dalam menciptakan nilai ekonomi dari ide dan inovasi. Di era digital dan UMKM yang semakin menjamur, industri kreatif sangat dibutuhkan untuk membantu klien dalam membangun brand, menyampaikan pesan, atau mencapai tujuan komunikasi tertentu. Hal ini menunjukkan bahwa industri kreatif juga berperan sebagai jembatan antara pelaku usaha dan audiens melalui strategi komunikasi yang tepat. Menurut

data Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia (Kominfo, 2016) pertumbuhan sektor ekonomi kreatif naik cukup signifikan yakni sekitar 5,76%. Angka tersebut diproyeksikan akan terus bertumbuh di tahun-tahun berikutnya, mencerminkan potensi besar industri ini dalam mendorong ekonomi nasional, khususnya dalam bidang pemasaran digital dan pengembangan konten.

Salah satu aktor penting dalam ekosistem industri kreatif adalah agensi kreatif, yaitu penyedia jasa komunikasi digital/visual dan strategi pemasaran yang membantu klien dalam menyampaikan pesan secara menarik dan efektif. Saat ini banyak sekali agensi kreatif yang menawarkan layanan komunikasi kreatif yang terintegrasi dengan periklanan digital untuk memudahkan kampanye suatu produk maupun jasa sehingga mampu menjangkau khalayak yang dituju. Salah satu agensi kreatif tersebut adalah Cuatrodia Creative yang didirikan pada tahun 2014 oleh Nuansa Agi Perdhana bersama rekannya Calvin Chandra yang keduanya sama-sama lulusan dari DKV BINUS University. Dari yang mulanya hanya memiliki tiga orang karyawan, kini Cuatrodia sudah tumbuh menjadi 39 orang. Nuansa Agi menyebut bahwa layanan Cuatrodia meliputi produksi empat media yang berbeda: audio visual, grafik gerak dan animasi, desain dan ilustrasi, serta antarmuka digital. Dari keempat layanan tersebut dapat berupa iklan TV, video digital, buku, video company profile, laporan tahunan, identitas visual, desain website, dan masih banyak layanan lainnya. Sebagai perusahaan multidisiplin kreatif, Cuatrodia fokus pada bidang jasa dan desain.

Setelah memulai tahun kesepuluh, Cuatrodia kini semakin berkembang dan memiliki empat pilar atau houses yang bertanggung jawab atas setiap klien yang bekerja sama dengan agensi tersebut. Design House (dsgrn dorm) berfokus pada produksi karya visual berkualitas tinggi dalam berbagai gaya, yang menjadi wajah utama dari konten yang mereka hasilkan. Sementara itu, Motion House (motion machine) berperan menghidupkan karya visual tersebut melalui motion graphics yang dikembangkan oleh seniman visual secara kolaboratif. Lebih jauh, Artisan Studio (SOC) menjadi ruang kreatif bagi para seniman, desainer, dan pendongeng untuk mengeksplorasi ide-ide yang melampaui batas-batas konvensional dan menjadikannya sebagai barang atau merchandise khas Cuatro. Di antara semua unit tersebut, Creative House (Notion Nation) memegang peran strategis yang penting dalam proses kreatif, karena berfungsi sebagai pusat perencanaan ide dan pengembangan strategi komunikasi digital. Di dalam Notion Nation inilah copywriter dan desainer grafis berkolaborasi untuk memastikan narasi, konsep visual, serta pesan yang ingin disampaikan terstruktur secara kohesif dan tepat sasaran. Peran tim ini menjadi sangat penting dalam membangun identitas konten dan menyampaikan pesan brand kepada audiens secara efektif.

Posisi copywriter dan desain grafis pada house Notion Nation cukup berbeda dengan tim lainnya. Notion Nation berfokus pada ide yang akan menjadi isi kepala dimulainya suatu proyek. Copywriter bertugas merancang pesan dan narasi yang sesuai dengan kebutuhan klien, sementara desainer grafis menerjemahkan ide tersebut ke dalam bentuk visual yang menarik dan komunikatif. Proses kerja keduanya dimulai dari brainstorming bersama untuk menyatukan sudut pandang verbal dan visual dalam satu gagasan utuh. Kesuksesan suatu kampanye didukung penuh oleh proses pembuatan materi yang dilakukan copywriter dengan bantuan visualisasi dari desain grafis.

Penelitian mengenai alur kerja dalam industri kreatif telah dilakukan sebelumnya, salah satunya yang berjudul Tinjauan Alur Kerja Copywriter Divisi Content Suitmedia dalam Industri Kreatif Pemasaran Digital. Penelitian tersebut berfokus secara spesifik pada peran dan alur kerja seorang copywriter dalam divisi tertentu, di mana proses kreatif ditinjau dari sisi verbal dan komunikasi tulisan. Berbeda dengan penelitian terdahulu tersebut, penelitian ini berjudul Tinjauan Alur Kerja Tim Notion Nation pada Agensi Konten Kreatif

Cuatrodia Creative yang membahas mengenai peran copywriter secara individu, tetapi juga memetakan alur kerja untuk mengobservasi peran Notion Nation dan alur kerja yang digunakan sebagai contoh penerapan konten kreatif dalam suatu bisnis pemasaran digital. Dalam menelusuri fakta, penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode observasi yang dilakukan selama 4 (empat) bulan.

METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode pengumpulan data melalui observasi langsung di lapangan. Ali dan Yusof (2011) mendefinisikan penelitian kualitatif sebagai penelitian yang tidak menggunakan prosedur statistika, seolah-olah ini adalah label kualitas sendiri. Metode kualitatif lebih menekankan pada pengamatan fenomena dan meneliti ke substansi makna dari fenomena tersebut.

Basri (2014) menyimpulkan bahwa fokus dari penelitian kualitatif adalah pada proses dan pemaknaan hasilnya. Perhatian penelitian kualitatif lebih tertuju pada elemen manusia, objek, dan institusi, serta hubungan atau interaksi di antara elemen-elemen tersebut, dalam upaya memahami suatu peristiwa, perilaku, atau fenomena (Mohamed, Abdul Majid & Ahmad, 2010). Dalam hal pengumpulan data, Gill et. al. (2008) mengemukakan terdapat beberapa macam metode pengumpulan data dalam penelitian kualitatif yaitu observasi, analisis visual, studi pustaka, dan interview (individual atau grup. Namun, fokus utama dari penelitian ini adalah observasi lapangan, di mana peneliti mencatat berbagai aktivitas dan pola kerja yang terjadi dalam siklus kerja tim Notion Nation. Selain itu, peneliti juga mendokumentasikan hasil kerja tim dalam bentuk konten digital yang telah dipublikasikan sebagai bahan analisis tambahan. Untuk menganalisis data, penelitian ini menggunakan kerangka dari Li & Seal (2007) yang mengusulkan lima strategi interpretatif dalam analisis kualitatif, yaitu:

1. Menghubungkan, yakni menautkan pernyataan atau perilaku yang diamati dengan data aktual dan tujuan yang ingin dicapai. Dalam konteks ini, peneliti menganalisis bagaimana ide yang dihasilkan tim Notion Nation disesuaikan dengan identitas brand dan kebutuhan komunikasi klien.
2. Memisahkan, yaitu membedakan perspektif peneliti (etik) dengan sudut pandang praktisi (emik), khususnya dalam pengambilan keputusan kreatif. Hal ini penting untuk memahami bagaimana prioritas profesional dalam industri mungkin berbeda dari pendekatan teoretis akademik.
3. Membandingkan, yakni membedakan pola kerja Notion Nation dengan tim kreatif lain di dalam atau luar Cuatrodia Creative, seperti tim Design Dorm atau Motion Machine, untuk menemukan karakteristik unik serta keunggulan strategi kerja mereka.
4. Kuantifikasi, yang meskipun bersifat kualitatif, digunakan untuk mengukur frekuensi atau konsistensi aktivitas tertentu seperti jumlah proyek yang ditangani per minggu, serta efektivitas komunikasi antar divisi berdasarkan hasil morning brief dan feedback klien. Teknologi seperti grup WhatsApp dan Telegram juga dianalisis sebagai sarana efisiensi.
5. Menghapus, yaitu menyaring data yang tidak relevan atau tidak mendukung fokus penelitian. Dalam praktiknya, strategi ini digunakan untuk menyeleksi materi observasi dan dokumentasi yang paling representatif terhadap tujuan penelitian, serta menghindari bias akibat keikutsertaan peneliti secara emosional.

Melalui kelima pendekatan tersebut, peneliti dapat menyusun kesimpulan yang tidak hanya bersifat deskriptif, tetapi juga interpretatif dan reflektif terhadap proses kreatif yang terjadi di lapangan. Dengan demikian, metode penelitian ini diharapkan mampu menjawab rumusan masalah serta menggambarkan peran dan dinamika tim Notion Nation secara

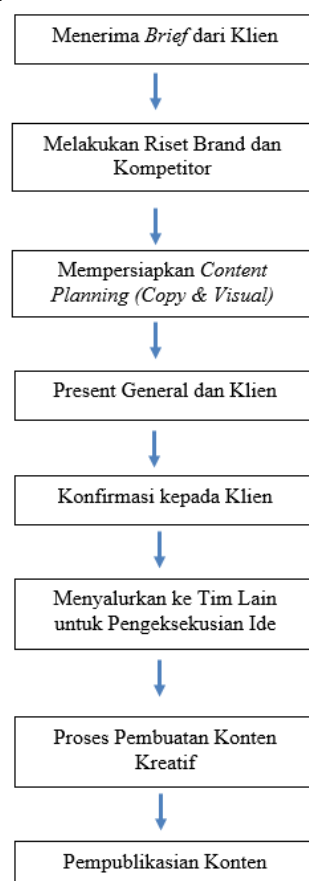
holistik dalam ekosistem kerja agensi konten kreatif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Proses copywriting di Cuatrodia dijalankan oleh tim Notion Nation yang berada dalam divisi kreatif dan strategis. Tim ini berperan penting dalam mengembangkan konten untuk berbagai kebutuhan komunikasi digital, termasuk konten media sosial, iklan, dan kampanye kreatif lainnya. Cuatrodia memiliki visi untuk menjadi studio kreatif terbaik di Indonesia dengan menggabungkan ide-ide kreatif dan desain yang berorientasi pada kualitas karya. Misi mereka adalah memajukan industri kreatif Indonesia agar mampu bersaing secara global melalui inovasi, kolaborasi, dan pengembangan sumber daya manusia yang unggul.

Divisi Notion Nation menjadikan visi dan misi Cuatrodia sebagai landasan kerja dalam menciptakan konten yang tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga kuat secara naratif. Tim ini berusaha menghasilkan konten yang mampu membangun hubungan emosional dengan audiens, serta memberikan dampak positif bagi citra dan pesan brand klien. Salah satu bentuk kontribusi yang dihasilkan adalah melalui copywriting yang mempertimbangkan gaya bahasa, identitas visual, serta tujuan komunikasi yang ingin dicapai oleh masing-masing klien.

Cuatrodia juga memiliki alur kerja khusus yang dijalankan oleh tim Notion Nation dalam setiap proses produksi konten. Alur kerja ini menjadi panduan agar setiap output yang dihasilkan sesuai dengan standar kualitas yang ditetapkan oleh Cuatrodia. Adapun alur kerja tim Notion Nation dapat dilihat pada Tabel 1 berikut:



Alur kerja tim Notion Nation di Cuatrodia Creative terdiri atas beberapa tahapan yang bersifat sistematis, dimulai dari penerimaan brief dari Account Executive atau klien yang berisi arahan umum mengenai kebutuhan brand serta tujuan komunikasi yang ingin dicapai melalui konten. Setelah menerima brief, tim kemudian melakukan riset terhadap brand dan

kompetitor sebagai upaya awal untuk memahami identitas brand secara mendalam serta memetakan posisi kompetitifnya di industri. Riset ini menjadi dasar penting dalam proses perencanaan konten agar strategi yang dirancang relevan, tepat sasaran, dan memiliki diferensiasi.

Langkah berikutnya adalah menyusun content planning yang mencakup dua aspek utama, yaitu copywriting dan visual. Dalam tahap ini, copywriter dan desainer visual bekerja sama untuk menghasilkan ide dan bentuk eksekusi awal yang akan dipresentasikan dalam sesi present kepada general maupun klien. Sesi presentasi ini menjadi ruang diskusi antara tim kreatif dan klien untuk menyampaikan ide besar serta elemen-elemen visual yang telah disiapkan. Apabila klien memberikan konfirmasi terhadap rencana yang diajukan, maka tahap berikutnya adalah menyalurkan hasil planning kepada tim lain yang bertugas mengeksekusi ide secara teknis, seperti Design Dorm, Motion Machine, ataupun pihak ketiga seperti Production House. Tahapan ini melibatkan proses produksi konten yang lebih mendetail, seperti pembuatan visual, penulisan akhir copy, serta penyusunan aset digital yang dibutuhkan untuk distribusi.

Setelah proses produksi selesai, konten siap untuk dipublikasikan di platform yang telah disepakati bersama klien. Publikasi menjadi tahap akhir dari siklus kerja, yang kemudian dilanjutkan dengan proses monitoring oleh tim lain yang bertanggung jawab atas evaluasi performa konten di kemudian hari. Struktur kerja ini menunjukkan adanya pembagian tugas yang jelas dan kolaborasi antar tim yang erat, dengan tetap berorientasi pada kepuasan klien dan ketepatan strategi komunikasi yang diterapkan.

Proses kerja di tim Notion Nation Cuatrodia Creative berjalan secara dinamis dan cepat. Dalam satu minggu, tim ini dapat menangani dua hingga tiga klien secara bersamaan. Hal ini disebabkan oleh peran Notion Nation sebagai tim yang bertanggung jawab atas pengembangan ide awal, sehingga menjadi divisi yang paling sibuk di tahap awal proyek. Setiap klien baru yang masuk akan melalui proses analisis mendalam terhadap brand dan kompetitor, yang meliputi identitas merek, gaya komunikasi, hingga tingkat keterlibatan audiens. Hasil analisis ini kemudian dijadikan dasar dalam penyusunan content planning yang melibatkan aspek copywriting dan visual.

Jenis konten yang dikerjakan cukup beragam, seperti iklan digital (ads), company profile, konten branding untuk media sosial (terutama Instagram), jingle, hingga materi untuk keperluan pemasaran lainnya. Masing-masing jenis konten memiliki proses pengerjaan yang berbeda, tergantung pada kebutuhan dan permintaan klien. Pembuatan company profile menjadi salah satu proyek yang memerlukan waktu pengerjaan lebih lama dan koordinasi yang kompleks, karena melibatkan berbagai pihak dan tahapan. Prosesnya mencakup revisi konten, kerja sama dengan production house sebagai pihak ketiga dalam pengambilan gambar dan penyuntingan video, serta sesi review bersama antara agensi, klien, dan tim produksi.

Tahapan review tersebut meliputi diskusi terhadap isi video, perbaikan copywriting, serta penyesuaian tone dan suara narasi. Proses pengerjaan company profile tidak dapat diselesaikan dalam waktu singkat, bahkan dapat memakan waktu hingga berbulan-bulan lamanya. Salah satu contoh proyek besar adalah pembuatan company profile untuk Astra Daihatsu Motor, yang melibatkan proses syuting langsung di lokasi produksi kendaraan dan dilakukan secara bertahap sesuai kebutuhan visual dan naratif klien. Berikut adalah hasil konten kreatif yang diproduksi:



Astra Daihatsu Motor

⋮

Salah satu bentuk nyata dari implementasi visi dan misi Cuatrodia dapat dilihat dalam proyek company profile Astra Daihatsu Motor yang diproduksi melalui kolaborasi antara Cuatrodia Creative dan tim Notion Nation. Dalam proyek ini, tim Notion Nation memegang peran penting dalam pengembangan ide cerita dan copywriting. Company profile tersebut bertujuan untuk menceritakan perjalanan panjang Astra Daihatsu Motor sejak tahun 1978 hingga 2025 melalui pendekatan storytelling yang formal namun menyentuh. Copywriting yang disusun mengedepankan kesan brand sebagai “sahabat di setiap perjalanan,” dengan membingkai cerita melalui sudut pandang keluarga pengguna kendaraan Daihatsu. Setiap jalan cerita, narasi, supers, bahkan pergantian adegan dibuat oleh copywriter Notion Nation hingga mencapai hasil akhir yang diinginkan oleh klien. Perpaduan antara visual dan copy yang menarik mampu mewakili Astra Daihatsu Motor dalam menceritakan perjalanan perusahaan sejak awal berdiri hingga sekarang.

Koordinasi antar divisi menjadi aspek penting dalam sistem kerja di Cuatrodia Creative, termasuk dalam tim Notion Nation. Kolaborasi lintas divisi berlangsung secara rutin, terutama saat menangani proyek dari klien tetap seperti Tekuyla Mama, sebuah restoran hiburan yang berlokasi di Solo. Dalam proyek ini, tim Notion Nation perlu menjalin kerja sama erat dengan tim SOC yang juga berbasis di Solo. Kedua tim berkolaborasi untuk menyusun konten bulanan berdasarkan tema tertentu, seperti promosi yang sedang berlangsung, tren yang relevan, maupun momen atau hari besar nasional yang berkaitan dengan periode waktu tersebut.

Penyusunan konten dimulai dari pembuatan content plan oleh masing-masing tim. Tim Notion Nation sering kali mengawal proses ini dari sisi perencanaan dan copywriting, yang kemudian dilanjutkan dengan proses desain visual oleh desainer grafis internal atau dibantu oleh tim Design Dorm. Jika diperlukan elemen bergerak, tim Motion Machine juga dilibatkan untuk penggarapan konten berbasis motion graphics. Koordinasi antar divisi difasilitasi oleh penggunaan platform komunikasi seperti Telegram dan WhatsApp. Untuk proyek berskala besar yang melibatkan banyak divisi, biasanya dibuat grup khusus guna mempermudah koordinasi lintas tim.

Alur kerja antar divisi telah berjalan secara terstruktur dan efisien. Setiap tahapan kerja memiliki pendelegasian yang jelas, mulai dari pembuatan ide, desain visual, hingga peninjauan akhir sebelum publikasi. Kolaborasi yang sering terjadi mencakup tahapan di mana copywriter menyusun rancangan konten awal, kemudian disusul oleh tim desain grafis yang mengubahnya menjadi bentuk visual konkret. Setelah itu, materi akan direview oleh pihak internal yang berwenang untuk menilai kelayakan publikasi, baik dari sisi strategi komunikasi maupun kualitas visual. Jika diperlukan, proses revisi akan dilakukan hingga materi siap dipublikasikan di kanal media sosial milik klien.

Selain bertugas dalam merancang konten untuk klien, tim Notion Nation juga memiliki tanggung jawab penting dalam mempublikasikan berbagai bentuk portofolio dan

hasil kerja sama antara agensi dan brand. Publikasi ini biasanya ditayangkan melalui berbagai kanal media sosial Cuatrodia Creative, seperti Instagram, YouTube, hingga LinkedIn. Dalam proses ini, copywriter dari Notion Nation menyiapkan berbagai kebutuhan penulisan, seperti caption, headline, dan super (teks tambahan dalam visual atau video), yang disesuaikan dengan karakter masing-masing platform. Sementara itu, desainer grafis dari tim yang sama juga menyiapkan kebutuhan visual seperti thumbnail YouTube, cover LinkedIn, dan aset lainnya yang menampilkan kerja sama atau hasil kampanye tertentu. Tugas ini menjadi bentuk konkret kontribusi Notion Nation dalam membangun citra agensi secara berkelanjutan melalui showcase karya yang sudah dihasilkan.

Berdasarkan hasil observasi selama empat bulan, alur kerja di Cuatrodia Creative, khususnya dalam tim Notion Nation, telah berjalan secara efektif dalam menyelesaikan berbagai proyek yang masuk. Alur kerja yang diterapkan merupakan hasil dari pengalaman panjang dan jam terbang yang tinggi, dengan tahapan kerja yang dimulai dari pengembangan ide, perencanaan konten, hingga proses publikasi. Setiap divisi telah memiliki peran dan tanggung jawab yang jelas dalam setiap proyek, memungkinkan alur produksi berjalan secara sistematis. Namun, terdapat beberapa tantangan yang kerap muncul dalam pelaksanaan alur kerja tersebut. Salah satu hambatan utama adalah dalam aspek manajemen waktu, terutama ketika tim kreatif seperti Notion Nation belum menyelesaikan rancangan ide atau copywriting yang dibutuhkan oleh tim desain maupun motion. Hal ini dapat menghambat tahapan eksekusi konten oleh tim Design Dorm dan Motion Machine. Misalnya, dalam pembuatan konten greetings untuk peringatan Hari Kartini, keterlambatan dalam penyusunan copywriting menyebabkan mundurnya proses produksi dan publikasi konten. Selain itu, tantangan komunikasi juga menjadi perhatian, seperti adanya miscommunication saat briefing yang dapat berdampak pada hasil akhir konten. Proses revisi yang berulang dan keterlambatan persetujuan dari atasan juga menjadi faktor yang memperlambat jalannya proyek.

Sebagai bentuk adaptasi terhadap tantangan tersebut, Cuatrodia Creative menerapkan sistem morning brief setiap hari pukul 10.00 pagi, di mana seluruh divisi melakukan koordinasi dan penyampaian rencana kerja harian. Dalam forum ini, masing-masing tim menyampaikan progres dan agenda yang akan dikerjakan, sehingga divisi lain dapat menyesuaikan alur kerja mereka dan meminimalisir terjadinya miskomunikasi. Melalui praktik ini, kolaborasi antar divisi dapat terjaga dengan baik dan proyek dapat dieksekusi sesuai dengan timeline yang telah ditentukan. Meskipun tantangan tetap ada, struktur kerja tim, khususnya dalam Notion Nation, dinilai cukup agile dan terorganisir, serta mampu menyesuaikan diri agar tidak keluar dari tenggat waktu yang telah ditetapkan oleh klien.

KESIMPULAN

Dari observasi yang telah dilakukan selama 4 (empat) bulan terhadap tim Notion Nation pada agensi konten kreatif Cuatrodia Creative, dapat disimpulkan bahwa alur kerja tim ini memiliki peran strategis yang sangat penting dalam proses kreatif di dalam agensi. Tim Notion Nation, yang terdiri dari copywriter dan desainer grafis, berfungsi sebagai pusat pengembangan ide dan strategi komunikasi digital. Kolaborasi antara elemen verbal dan visual dilakukan secara terstruktur melalui proses brainstorming bersama, sehingga menghasilkan konten yang kohesif, komunikatif, dan sesuai dengan kebutuhan klien.

Observasi juga menunjukkan bahwa Notion Nation tidak hanya menjalankan fungsi produksi konten, tetapi juga menjadi pondasi utama dalam membangun narasi dan identitas brand melalui pendekatan yang terintegrasi antara teks dan visual. Proses kerja mereka menekankan pentingnya sinergi antar peran dan pemahaman mendalam terhadap brief serta target audiens. Dengan demikian, keberadaan tim Notion Nation menjadi krusial dalam

menjembatani kebutuhan komunikasi klien dengan hasil karya kreatif yang memiliki nilai estetika sekaligus kekuatan pesan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, A. M. D., & Yusof, H. (2011). Quality and qualitative studies: The case of validity, reliability, and generalizability. *Issues in Social and Environmental Accounting*, 5(1/2), 25-26
- Basri, H. (2014). Using qualitative research in accounting and management studies: not a new agenda. *Journal of US-China Public Administration*, October 2014, Vol.11, No.10, 831-838.
- Gill, P., Stewart, K., Treasure, E., & Chadwick, B. (2008). Methods of data collection in qualitative research: interviews and focus groups. *British Dental Journal* Volume 204 No.6.
- Jusuf, R. D. (2019). Penerapan Pasal 28 Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika Nomor 20 Tahun 2016 tentang Perlindungan Data Pribadi dalam Sistem Elektronik terkait Kewajiban Penyelenggara Sistem Elektronik di Shopee Indonesia (Doctoral dissertation, Universitas Brawijaya).
- Kamil, A. (2015). Industri kreatif Indonesia: Pendekatan analisis kinerja industri. *Media Trend*, 10(2), 207-225.
- Kementerian Perdagangan Republik Indonesia. 2007. *Studi Industri Kreatif Indonesia*. Jakarta: Kementerian Perdagangan RI.
- Li, S., & Seale, C. (2007). Learning to do qualitative data analysis: An observational study of doctoral work. *Qualitative Health Research*, 17, 1442-1452.
- Mohamed, Z. M., Abdul Majid, A. H., & Ahmad, N. (2010). Tapping new possibility in accounting research, in qualitative research in accounting, Malaysian case. Penerbit Universiti Kebangsaan Malaysia, Kuala Lumpur, Malaysia.
- Satria, H. W., & Agustine, D. K. (2019). Tinjauan alur kerja copywriter divisi konten Suitmedia dalam industri kreatif pemasaran digital. *Jurnal Sosial Humaniora Terapan*, 2(1), 7-17.