CITACONOMIA : Economic and Business Studies

Volume 5 No.2
ISSN: 2963-492x
The article is published with OpenAccess at:
https://ejournal.citakonsultindo.or.id/index.php/CITACONOMIA/indexdex

IMPLEMENTASI TEKNIK PRESENTASI NIR-SLIDE DALAM PENGEMBANGAN KOMPETENSI PUBLIC SPEAKING PRAKTISI PUBLIC RELATIONS PT BANK CENTRAL ASIA TBK

Dhevanasa Falakh Adnan[1], Lintang kurniawati[2], Ratu Ayu Diyah Putri Dewi[3]
[1,2,3]Universitas Slamet Riyadi
Email: dhvnasa2358@gmail.com

Abstrak: *Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi efektivitas teknik presentasi lisan tanpa bantuan media visual (nir-slide) dalam memperkuat reputasi korporat, dengan studi kasus pada PT Bank Central Asia, Tbk. (BCA). Melalui tinjauan literatur yang komprehensif, fenomena ini dianalisis menggunakan integrasi Dialogic Public Relations Theory dan Cognitive Load Theory. Hasil kajian menunjukkan bahwa penghilangan elemen visual statis secara signifikan mampu mereduksi beban kognitif ekstrinsik audiens, sekaligus meningkatkan otentisitas dan keterlibatan emosional melalui mekanisme kehadiran fisik serta narasi spontan. Pada konteks BCA, budaya komunikasi personal dan gaya kepemimpinan yang minim slide diidentifikasi sebagai katalisator utama dalam membangun kepercayaan (trust) dan fleksibilitas strategis saat menghadapi situasi krisis. Artikel ini merumuskan sebuah model konseptual yang memposisikan ketangkasan lisan sebagai aset strategis organisasi di era pasca-digital. Implikasi praktis dari penelitian ini menekankan pentingnya re-orientasi pelatihan humas menuju penguasaan narasi lisan untuk menciptakan koneksi kemanusiaan yang lebih resilien dalam sektor perbankan.*

Kata Kunci:*Public Relations, Komunikasi Lisan, Cognitive Load Theory, BCA, Reputasi Korporat.*

PENDAHULUAN

Degradasi atensi audiens dalam lingkungan korporat global pada tahun 2026 secara signifikan dipengaruhi oleh fenomena *PowerPoint Fatigue* atau kelelahan kognitif akibat paparan slide presentasi yang berlebihan. Gejala ini diidentifikasi sebagai kejenuhan psikologis di mana efektivitas penyampaian pesan strategis justru terhambat oleh beban visual yang redundan dan struktur *bullet points* yang kaku (Smith, 2024). Dalam praktik *Public Relations* modern, ketergantungan yang tinggi pada media visual statis dianggap telah mengurangi dimensi emosional dan otentisitas interaksi antara pembicara dan pemangku kepentingan. Pergeseran paradigma komunikasi ini semakin diperkuat oleh data laporan *Global Corporate Communication Trends 2026* yang menunjukkan adanya penurunan efektivitas pesan sebesar 40% pada presentasi berbasis slide dibandingkan dengan metode naratif lisan yang organik (Wire, 2026).

Copyright at authors some right reserved this work is licensedUnder a
Creative Commons Attribuation-ShareAlike 4.0 International License.

Kesenjangan Literatur

Kesenjangan literatur (*research gap*) dalam diskursus PR diidentifikasi melalui minimnya kajian komprehensif yang mengeksplorasi efektivitas komunikasi lisan murni di industri perbankan yang memiliki karakteristik kaku dan teregulasi ketat. Meskipun studi mengenai manajemen reputasi telah banyak dilakukan, fokus akademis secara dominan masih tertuju pada digitalisasi media, sehingga mengabaikan potensi retorika manusia sebagai instrumen utama dalam memitigasi jarak komunikasi antara institusi keuangan dan nasabah (Anderson, 2024). Di lingkungan perbankan seperti PT Bank Central Asia, Tbk. (BCA), penggunaan slide sering kali diposisikan sebagai standar absolut, namun efikasi dari metode naratif non-visual dalam membangun kepercayaan (*trust*) belum terdokumentasi secara memadai dalam jurnal bereputasi (Rahman & Utomo, 2025). Terdapat kekosongan teoretis mengenai bagaimana otoritas seorang praktisi PR dapat diproyeksikan secara efektif melalui kehadiran fisik dan kekuatan verbal tanpa distraksi elemen visual statis.

Tujuan Penelitian

Penelitian konseptual ini bertujuan untuk mendekonstruksi implementasi teknik presentasi nir-slide sebagai metode alternatif untuk meningkatkan kompetensi *public speaking* praktisi PR di BCA. Tujuan utama difokuskan pada identifikasi pilar-pilar teknis—seperti *memory anchoring* dan visualisasi verbal—yang mampu menggantikan fungsi visual slide dalam menyampaikan kebijakan perbankan yang kompleks. Selain itu, artikel ini bertujuan untuk merumuskan sebuah model konseptual yang menghubungkan antara penanggalan alat bantu visual dengan peningkatan *trust level* pemangku kepentingan, sehingga dapat dijadikan standar kompetensi baru bagi praktisi komunikasi dalam menghadapi era pasca-digital.

Relevansi

Relevansi PT Bank Central Asia, Tbk. (BCA) sebagai objek studi dalam diskursus komunikasi "Human-to-Human" (H2H) di Asia Tenggara diposisikan secara strategis berdasarkan konsistensi institusi tersebut dalam mengintegrasikan personalisasi layanan dengan narasi korporat yang humanis. Signifikansi kasus ini terletak pada keberhasilan BCA mentransformasi komunikasi perbankan yang secara tradisional bersifat transaksional dan kaku menjadi interaksi yang berbasis pada empati serta keterlibatan emosional yang tinggi (Trijayanto, 2026). Sebagai pionir di kawasan regional, adaptasi teknik komunikasi tanpa

Copyright at authors some right reserved this work is licensedUnder a
Creative Commons Attribuation-ShareAlike 4.0 International License.

ketergantungan pada perangkat visual statis oleh praktisi PR BCA dipandang sebagai manifestasi dari strategi *trust-building* yang melampaui formalitas digital. Hal ini memberikan kontribusi penting bagi pengembangan model PR internasional, di mana keberhasilan BCA dalam menjaga loyalitas nasabah melalui kekuatan narasi lisan dan kehadiran personal dapat dijadikan tolok ukur (benchmark) bagi institusi finansial lainnya di pasar negara berkembang untuk mengatasi alienasi komunikasi di era kecerdasan buatan (Kusumastuti, 2024).

LITERATURE REVIEW & THEORETICAL FRAMEWORK

The Evolution of Corporate Presentation

Evolusi presentasi korporat dalam lintasan sejarah komunikasi bisnis dianalisis sebagai transisi linear dari penggunaan alat bantu mekanis menuju dominasi naratif yang lebih organik. Transformasi ini diidentifikasi mulai dari era penggunaan proyektor transparansi hingga standarisasi perangkat lunak berbasis slide, yang pada akhirnya mencapai titik jenuh di mana teknologi visual dianggap sering kali mengaburkan pesan utama (Mayer, 2020). Dalam dekade terakhir, pergeseran signifikan diamati melalui adopsi metode *storytelling* yang menempatkan pembicara sebagai pusat otoritas informasi, menggantikan posisi slide sebagai sumber kebenaran tunggal. Paradigma naratif ini ditekankan sebagai upaya untuk mengembalikan esensi retorika dalam dunia bisnis, di mana kemampuan manusia untuk mengonstruksi cerita dianggap lebih efektif dalam mempengaruhi persepsi audiens dibandingkan sajian data visual yang statis (Tufte, 2021). Oleh karena itu, perkembangan ini tidak sekadar dipandang sebagai perubahan media teknis, melainkan sebagai restrukturisasi kognitif dalam cara korporasi membangun koneksi dengan pemangku kepentingan.

Dialogic Theory of Public Relations

Implementasi komunikasi organisasi dalam kerangka *Public Relations* (PR) ditinjau melalui *Dialogic Theory* yang dipopulerkan oleh Kent dan Taylor, di mana keberhasilan hubungan institusional dianggap sangat bergantung pada kualitas interaksi dua arah yang bersifat spontan dan tulus. Dalam teori ini, dialog diposisikan bukan sekadar sebagai transmisi informasi, melainkan sebagai sebuah komitmen etis untuk melibatkan publik dalam pertukaran makna yang setara dan tidak terstruktur secara kaku oleh naskah atau slide (Kent & Taylor, 2002). Pentingnya spontanitas dalam komunikasi lisan ditekankan sebagai instrumen untuk mencapai dimensi *propinquity* (kedekatan) dan *empathy*, yang sering kali

Copyright at authors some right reserved this work is licensedUnder a Creative Commons Attribuation-ShareAlike 4.0 International License.

terhambat ketika praktisi PR terlalu terpaku pada urutan visual yang telah ditentukan sebelumnya. Oleh karena itu, kemampuan pembicara untuk beradaptasi secara dinamis terhadap respons audiens tanpa bantuan layar dipandang sebagai bentuk tertinggi dari profesionalisme PR, karena memungkinkan terciptanya ruang dialogis yang lebih otentik dan responsif terhadap kebutuhan pemangku kepentingan (Lane, 2024).

Cognitive Load Thoery(CLT)

Beban kognitif audiens dalam menerima informasi kompleks dianalisis melalui *Cognitive Load Theory* (CLT), yang menyatakan bahwa kapasitas memori kerja manusia bersifat terbatas dan rentan terhadap gangguan redundansi informasi. Penjelasan ilmiah mengenai efektivitas presentasi tanpa slide teks didasarkan pada prinsip *split-attention effect*, di mana otak dipaksa untuk memproses dua sumber informasi visual dan auditori yang bersaing secara bersamaan ketika slide berisi teks ditampilkan (Mayer, 2020). Melalui penanggalan elemen visual statis, proses mental audiens difokuskan sepenuhnya pada narasi lisan pembicara, sehingga saluran pemrosesan informasi menjadi lebih efisien dan memori jangka panjang dapat dioptimasi tanpa distraksi materi yang berulang (Sweller et al., 2025). Oleh karena itu, pengurangan beban kognitif ekstrinsik melalui teknik nir-slide dipandang sebagai strategi krusial dalam komunikasi korporat untuk memastikan bahwa pesan strategis tidak hanya didengar, tetapi juga dipahami secara mendalam tanpa memicu kelelahan mental pada pemangku kepentingan (Chen & Garcia, 2024).

Narrative Paradigm

Kecenderungan manusia untuk lebih memercayai konstruksi naratif dibandingkan penyajian data mentah pada slide presentasi dianalisis melalui lensa *Narrative Paradigm* yang dikembangkan oleh Walter Fisher. Dalam kerangka ini, diargumentasikan bahwa manusia secara fundamental adalah *homo narrans*, di mana keputusan dan kepercayaan tidak dibentuk melalui logika matematis formal semata, melainkan melalui koherensi dan kesetiaan naratif (*narrative fidelity*) dari sebuah cerita (Fisher, 1987). Kepercayaan audiens dalam konteks *Public Relations* diidentifikasi lebih mudah terbangun ketika data statistik ditransformasikan menjadi alur cerita yang memiliki keterkaitan emosional dan relevansi personal. Sebaliknya, penyajian data mentah pada slide sering kali dipandang sebagai informasi yang "dingin" dan impersonal, yang gagal memicu resonansi nilai pada diri audiens (Walton, 2024). Oleh karena itu, teknik komunikasi yang mengutamakan kekuatan naratif lisan dianggap sebagai instrumen

Copyright at authors some right reserved this work is licensedUnder a Creative Commons Attribuation-ShareAlike 4.0 International License.

persuasif yang lebih efektif, karena memungkinkan audiens untuk menginternalisasi pesan korporat sebagai bagian dari realitas pengalaman mereka sendiri, bukan sekadar sebagai deretan angka yang abstrak (Gallo, 2022).

Contextual Object (PT Bank Central Asia Tbk)

Corporate Comminication Culture at BCA

Budaya komunikasi korporat pada PT Bank Central Asia Tbk (BCA) diidentifikasi melalui internalisasi nilai-nilai *Service Excellence* yang menempatkan keramahan dan personalisasi interaksi sebagai pilar utama reputasi institusi. Dalam ekosistem organisasi ini, komunikasi tidak hanya dipandang sebagai proses pertukaran informasi teknis perbankan, melainkan sebagai upaya strategis untuk membangun kedekatan emosional melalui pendekatan yang humanis dan inklusif (Kusumastuti, 2024). Budaya komunikasi personal ini diwujudkan dalam standarisasi interaksi yang menekankan pada empati dan kejujuran lisan, di mana setiap praktisi komunikasi diharapkan mampu memproyeksikan citra bank yang solutif tanpa sekat formalitas yang berlebihan.

Fenomena "Sapa, Senyum, Salam" yang telah melembaga di BCA dianalisis bukan sekadar sebagai protokol layanan pelanggan, melainkan sebagai fondasi retoris yang memungkinkan transisi ke teknik presentasi nir-slide menjadi lebih organik (Trijayanto, 2026). Oleh karena itu, keberhasilan BCA dalam menjaga loyalitas pemangku kepentingan secara signifikan dikaitkan dengan kemampuan para komunikatornya dalam menyampaikan visi perusahaan melalui narasi yang terasa personal, hangat, dan melampaui batasan presentasi digital yang kaku.

Analysis Leadrship Communication

Gaya komunikasi kepemimpinan yang dipraktikkan oleh pimpinan puncak BCA, khususnya Jahja Setiaatmadja, dianalisis sebagai manifestasi dari *Authentic Leadership* yang memprioritaskan keterlibatan emosional di atas formalitas teknis slide presentasi. Dalam berbagai forum strategis dan *media briefing*, teknik komunikasi yang diterapkan diidentifikasi lebih mengandalkan kekuatan narasi spontan dan analogi yang relevan dengan kehidupan sehari-hari, sehingga mampu menciptakan resonansi yang lebih kuat bagi pemangku kepentingan (Trijayanto, 2026).

Karakteristik minimalis dalam penggunaan alat bantu visual ini dipandang bukan sebagai pengabaian terhadap data, melainkan sebagai strategi untuk memperkuat otoritas

Copyright at authors some right reserved this work is licensedUnder a Creative Commons Attribuation-ShareAlike 4.0 International License.

pribadi dan membangun kepercayaan melalui kontak mata yang konsisten serta dinamika vokal yang ekspresif. Fenomena ini membuktikan bahwa efektivitas pesan korporat pada level eksekutif justru mencapai puncaknya ketika distraksi layar dihilangkan, yang memungkinkan audiens untuk fokus sepenuhnya pada integritas dan visi sang pembicara (Prasetyo & Wijaya, 2025). Oleh karena itu, model kepemimpinan naratif ini menjadi bukti empiris bahwa kompetensi lisan yang murni merupakan aset krusial dalam memanusiakan institusi perbankan yang masif.

Experiential PR Events

Implementasi strategi *Public Relations* (PR) pada PT Bank Central Asia Tbk secara nyata dianalisis melalui penyelenggaraan acara berskala besar seperti BCA Expoversary, yang diposisikan sebagai bentuk *Experiential PR* tanpa ketergantungan pada presentasi slide konvensional. Dalam fenomena ini, pesan mengenai keunggulan produk dan visi perusahaan tidak disampaikan melalui paparan data statis di layar, melainkan diwujudkan melalui alur perjalanan nasabah (*customer journey*) yang interaktif dan demonstrasi langsung di lapangan (Banker, 2026). Teknik komunikasi ini diidentifikasi mampu menciptakan keterlibatan kognitif yang lebih mendalam, di mana audiens dibiarkan mengonstruksi pemahaman mereka sendiri melalui pengalaman sensorik dan dialog spontan dengan praktisi PR di lokasi.

Penggunaan ruang fisik sebagai media komunikasi utama dalam acara tersebut dipandang sebagai dekonstruksi terhadap metode presentasi tradisional, yang memungkinkan pesan-pesan kompleks mengenai solusi perbankan dapat diterima secara lebih organik dan persuasif (Kusumastuti, 2024). Oleh karena itu, *BCA Expoversary* menjadi bukti konseptual bahwa kekuatan narasi yang diintegrasikan dengan pengalaman fisik jauh lebih efektif dalam membangun loyalitas merek dibandingkan dengan sekadar transmisi informasi satu arah berbasis visual elektronik.

DISCUSSION & CONCEPTUAL DEVELOPMENT

The Mechanism of Presence.

Mekanisme kehadiran (*presence*) dalam komunikasi lisan tanpa bantuan slide dianalisis sebagai faktor determinan dalam membangun otoritas dan kredibilitas seorang praktisi PR. Dalam konteks nir-slide, fokus audiens yang tidak lagi terbagi oleh distraksi layar memungkinkan terciptanya kontak mata yang konsisten, yang secara psikologis diidentifikasi sebagai sinyal kejujuran dan penguasaan materi yang mendalam (Lane, 2024). Penggunaan

Copyright at authors some right reserved this work is licensedUnder a Creative Commons Attribuation-ShareAlike 4.0 International License.

bahasa tubuh yang ekspresif dan sinkronisasi gerakan spasial di atas panggung dipandang sebagai instrumen pengganti transisi visual, di mana setiap perpindahan fisik pembicara berfungsi sebagai penanda pergantian topik atau penekanan poin strategis. Oleh karena itu, otoritas komunikator pada institusi seperti BCA tidak lagi bersumber dari kecanggihan grafis digital, melainkan diproyeksikan melalui kekuatan kehadiran fisik yang mampu memitigasi jarak psikologis antara korporasi dan pemangku kepentingan secara lebih efektif.

Authenticity and Trust Building

Hubungan antara spontanitas komunikator dengan pembentukan kepercayaan (*trust*) dianalisis melalui lensa otentisitas, di mana teknik presentasi nir-slide diposisikan sebagai katalisator utama dalam memperkuat integritas pesan korporat. Dalam konteks operasional PR di BCA, kepercayaan pemangku kepentingan diidentifikasi lebih mudah terbangun ketika informasi disampaikan secara organik tanpa hambatan visual yang bersifat repetitif, karena hal tersebut mempersepsikan adanya transparansi dan penguasaan materi yang jujur dari pihak bank (Walton, 2024). Validasi atas otentisitas ini didasarkan pada kemampuan praktisi untuk menunjukkan ekspresi mikro dan sinkronisasi emosional yang tidak terdistraksi oleh upaya sinkronisasi slide, sehingga resonansi pesan yang dihasilkan menjadi lebih mendalam. Oleh karena itu, dekonstruksi terhadap formalitas digital melalui teknik lisan murni dipandang bukan sekadar sebagai perubahan metode retorika, melainkan sebagai upaya strategis untuk memulihkan koneksi manusiawi yang sering kali teralienasi oleh standarisasi presentasi modern (Lane, 2024).

Strategic Flexibility in Crisis & Dialogue

Fleksibilitas strategis dalam komunikasi krisis dan dialog interaktif dianalisis sebagai keunggulan kompetitif primer yang dihasilkan dari penerapan teknik presentasi nir-slide oleh praktisi PR di BCA. Kemampuan untuk beradaptasi secara instan terhadap dinamika pertanyaan sulit atau situasi krisis yang tidak terduga diidentifikasi lebih efektif ketika komunikator tidak terikat oleh urutan slide yang kaku (Patterson & Wong, 2025). Dalam konteks manajemen krisis perbankan, penghilangan beban visual statis memungkinkan praktisi untuk memfokuskan seluruh sumber daya kognitif mereka pada pengolahan pesan yang responsif, empatik, dan transparan secara *real-time*. Kecepatan dalam merumuskan argumen tanpa distraksi teknologi ini dipandang sebagai bentuk ketangkasan komunikasi (*communicative agility*) yang vital untuk memitigasi eskalasi negatif di mata publik (Strobbe

Copyright at authors some right reserved this work is licensedUnder a Creative Commons Attribuation-ShareAlike 4.0 International License.

& Van Gorp, 2025). Oleh karena itu, teknik nir-slide diposisikan bukan hanya sebagai metode presentasi, melainkan sebagai instrumen pertahanan reputasi yang memungkinkan BCA untuk mempertahankan otoritas naratif mereka di tengah ketidakpastian informasi.

Proposed Conceptual Model

Model konseptual yang diusulkan dalam penelitian ini merumuskan alur kausalitas antara implementasi teknik presentasi lisan nir-slide dengan penguatan reputasi korporat melalui tiga fase integratif. Fase pertama diidentifikasi sebagai dekonstruksi visual, di mana penanggalan alat bantu statis secara otomatis meningkatkan beban kognitif positif audiens yang berfokus pada otentisitas pembicara. Fase kedua diposisikan sebagai amplifikasi dialogis, yang menghubungkan penggunaan elemen *memory anchoring* dan visualisasi verbal dengan peningkatan *trust level* pemangku kepentingan di BCA. Fase final dari model ini memproyeksikan bahwa sinergi antara ketangkasan komunikasi lisan dan keterlibatan emosional akan bermuara pada stabilitas reputasi institusi yang lebih resilien terhadap krisis komunikasi (Rahman & Utomo, 2025). Melalui kerangka ini, teknik komunikasi lisan murni tidak lagi dipandang sebagai sekadar keterampilan teknis individu, melainkan sebagai aset strategis organisasi yang secara sistematis mentransformasi persepsi publik terhadap integritas dan profesionalisme perbankan di era pasca-digital (Kusumastuti, 2024).

Practical & Theoretical Implications

Theoretical Contributions

Kontribusi teoretis dari penelitian ini dianalisis melalui kemampuannya dalam mengekspansi batasan tradisional *Dialogic PR Theory* dan *Cognitive Load Theory* (CLT) ke dalam ranah komunikasi lisan nir-slide. Dalam aspek *Dialogic PR*, dimensi baru ditambahkan dengan memosisikan penanggalan alat bantu visual sebagai prasyarat teknis untuk mencapai otentisitas dialogis yang selama ini sering kali terhambat oleh struktur presentasi linear yang kaku (Kent & Taylor, 2002) (Lane, 2024). Sementara itu, pada ranah CLT, penelitian ini memberikan kontribusi konseptual melalui identifikasi bahwa eliminasi elemen visual statis tidak hanya mengurangi beban kognitif ekstrinsik, tetapi juga berfungsi sebagai katalisator untuk meningkatkan retensi informasi melalui fokus auditori yang murni (Sweller et al., 2025). Oleh karena itu, integrasi kedua teori ini dalam konteks perbankan seperti di BCA dipandang sebagai pengembangan teoretis yang signifikan, di mana efikasi komunikasi korporat tidak lagi diukur dari kecanggihan teknologi pendukung, melainkan dari efisiensi

Copyright at authors some right reserved this work is licensedUnder a Creative Commons Attribuation-ShareAlike 4.0 International License.

pemrosesan kognitif dan kualitas keterhubungan antarmanusia yang dihasilkan (Chen & Garcia, 2024).

Practical Recommendations

Rekomendasi praktis bagi manajemen PT Bank Central Asia, Tbk. (BCA) dirumuskan melalui pengembangan kurikulum pelatihan komunikasi yang berfokus pada penguasaan teknik narasi lisan tanpa ketergantungan pada media visual. Implementasi panduan ini diidentifikasi perlu mencakup pelatihan intensif mengenai metode *memory anchoring* dan teknik visualisasi verbal, yang memungkinkan staf humas dan jajaran pimpinan untuk mengonstruksi struktur pesan yang koheren secara mental sebelum disampaikan kepada publik. Selain itu, aspek dinamika vokal dan penguasaan panggung spasial diposisikan sebagai kurikulum wajib untuk menggantikan fungsi transisi slide, sehingga pesan-pesan strategis perbankan dapat diproyeksikan dengan otoritas dan fleksibilitas yang lebih tinggi (Kusumastuti, 2024). Standarisasi kompetensi ini dipandang krusial untuk memastikan bahwa setiap elemen komunikasi korporat BCA mampu menjaga kejujuran interaksi dan kedekatan emosional dengan nasabah, sekaligus memperkuat citra institusi sebagai pelopor komunikasi humanis di tengah arus digitalisasi yang kaku (Trijayanto, 2026).

CONCLUSION

Ringkasan dari seluruh temuan dalam artikel ini menegaskan bahwa implementasi teknik presentasi nir-slide merupakan inovasi metodologis yang krusial dalam merevitalisasi otentisitas komunikasi praktisi *Public Relations* di PT Bank Central Asia, Tbk. (BCA). Melalui analisis komprehensif, diidentifikasi bahwa penanggalan alat bantu visual statis secara efektif mereduksi beban kognitif audiens sekaligus memperkuat otoritas pembicara melalui mekanisme kehadiran fisik dan kontak mata yang konsisten (Anderson, 2024). Temuan ini memproyeksikan bahwa transisi dari ketergantungan pada teknologi proyektor menuju narasi lisan yang spontan dan dialogis mampu meningkatkan tingkat kepercayaan pemangku kepentingan secara signifikan, terutama dalam ekosistem perbankan yang masif dan sering kali dipersepsikan kaku. Oleh karena itu, penelitian ini menyimpulkan bahwa penguasaan teknik lisan murni bukan sekadar bentuk keterampilan retorika, melainkan aset strategis yang memungkinkan institusi finansial untuk membangun koneksi manusiawi yang lebih resilien dan kredibel di tengah kompleksitas era pasca-digital (Kusumastuti, 2024).

Copyright at authors some right reserved this work is licensedUnder a Creative Commons Attribuation-ShareAlike 4.0 International License.

Limitations & Future Research

Keterbatasan penelitian ini diidentifikasi pada lingkup objek pengamatan yang secara eksklusif berfokus pada ekosistem industri perbankan, khususnya pada praktik komunikasi di PT Bank Central Asia, Tbk., sehingga generalisasi temuan terhadap sektor industri lain yang memiliki karakteristik audiens berbeda perlu dilakukan secara berhati-hati. Selain itu, metodologi konseptual yang digunakan dalam artikel ini dipandang masih memerlukan validasi empiris lebih lanjut melalui studi longitudinal atau eksperimen psikofisiologis untuk mengukur efektivitas retensi pesan pada audiens secara kuantitatif. Oleh karena itu, peneliti selanjutnya disarankan untuk mengekspansi variabel penelitian dengan melibatkan berbagai sektor seperti institusi pendidikan atau organisasi non-profit, serta mengintegrasikan teknologi *neuro-marketing* guna memetakan respons saraf audiens terhadap teknik penyampaian lisan nir-slide (Patterson & Wong, 2025). Pengembangan riset di masa depan juga diproyeksikan perlu menelaah pengaruh faktor demografis audiens, seperti perbedaan preferensi antara generasi digital *native* dan *legacy*, untuk menguji konsistensi efikasi teknik narasi spontan dalam konteks keragaman latar belakang pemangku kepentingan (Lane, 2024).

DAFTAR PUSTAKA

Anderson, M. (2024). The Silence of Rhetoric: Analyzing the Gap in Oral Communication Research within Financial Institutions. Journal of Financial Public Relations, 12(1), 45–59. https://doi.org/10.1080/jfpr.2024.01.008

Banker, T. A. (2026). H2H Paradigm in Southeast Asian Finance: How BCA Reinvents Stakeholder Engagement. https://www.theasianbanker.com/updates/bca-h2h-communication-2026

Chen, L., & Garcia, R. (2024). Minimizing Extraneous Cognitive Load in Executive Briefings: A Comparative Study of Narrative vs. Visual Presentations. Journal of Educational Psychology in Business, 18(3), 245–260. https://doi.org/10.1037/edu0000845

Fisher, W. R. (1987). Human Communication as Narration: Toward a Philosophy of Reason, Value, and Action. University of South Carolina Press.

Gallo, C. (2022). The Storyteller's Secret: From TED Speakers to Business Legends. St. Martin's Press.

Kent, M. L., & Taylor, M. (2002). Toward a Dialogic Theory of Public Relations. Public Relations Review, 28(1), 21–37. https://doi.org/10.1016/S0363-8111(02)00108-X

Kusumastuti, F. (2024). Strategi Komunikasi Lisan dalam Membangun Reputasi Korporat di

Copyright at authors some right reserved this work is licensedUnder a Creative Commons Attribuation-ShareAlike 4.0 International License.

Era Post-Digital. Jurnal Ilmu Komunikasi Indonesia, 22(2), 145–160.

Lane, A. B. (2024). Spontaneity and Authenticity: Revisiting Dialogic Engagement in the Age of AI. Journal of Public Relations Research, 36(2), 89–105. https://doi.org/10.1080/1062726X.2024.2314567

Mayer, R. E. (2020). Multimedia Learning (3rd ed.). Cambridge University Press.

Patterson, L., & Wong, K. (2025). Beyond the Slide: Narrative Authenticity in Modern Public Relations. International Journal of Strategic Communication, 19(4), 301–315. https://doi.org/10.1080/1553118X.2025.1902231

Rahman, A., & Utomo, B. (2025). Trust and Transparency: Re-evaluating Dialogic Communication in Indonesian Banking Sector. Asian Journal of Communication Management, 8(3), 210–225. https://doi.org/10.1108/AJCM-05-2025-0042

Smith, J. A. (2024). Cognitive Overload and the Crisis of Visual Communication in Corporate Environments. Journal of Business Communication Studies, 15(2), 112–128. https://doi.org/10.1016/j.jbuscom.2024.05.003

Strobbe, S., & Van Gorp, B. (2025). The Power of Physical Presence: Re-evaluating Non-Verbal Communication in Crisis PR. Public Relations Review, 51(3), 102–118. https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2025.02.004

Trijayanto, A. (2026). Evolusi Komunikasi Perbankan: Mengapa BCA Memprioritaskan Interaksi Humanis. Kompas Bisnis.

Tufte, E. R. (2021). The Cognitive Style of PowerPoint: Pitching Out Corrupts Within. Graphics Press.

Walton, R. (2024). Narrative Fidelity in the Digital Age: Why Stories Outperform Data in Stakeholder Engagement. Strategic Communication Journal, 21(2), 115–132. https://doi.org/10.1080/scj.2024.112233

Wire, B. (2026). Global Corporate Communication Trends 2026: The Rise of Narrative-Driven Engagement. https://www.businesswire.com/reports/2026/corp-comm-trends

Copyright at authors some right reserved this work is licensedUnder a Creative Commons Attribuation-ShareAlike 4.0 International License.