

**ANALISIS KOMUNIKASI ORGANISASI VALDO INC  
MELALUI KOMUNIKASI EKSTERNAL CUSTOMER  
RELATION OFFICER (CRO) DENGAN PERUSAHAAN USER**

***ANALYSIS COMMUNICATION ORGANIZATION VALDO INC  
THROUGH EXTERNAL COMMUNICATION CUSTOMER  
RELATION OFFICER (CRO) WITH USER COMPANIES***

Nabila Ukhti  
Ayub Ilfandy Imran, Ph.D

Program Studi S1 Ilmu Komunikasi  
Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom  
Jl. Telekomunikasi Terusan Buah Batu, Bandung Jawa Barat 40257  
Email : [nabilaukhti13@gmail.com](mailto:nabilaukhti13@gmail.com) [a\\_ilmfandy@yahoo.com](mailto:a_ilmfandy@yahoo.com)

---

**ABSTRAK**

Valdo Inc merupakan perusahaan alih daya dan penyedia sdm. Valdo Inc merupakan salah satu perusahaan *outsourcing* terbaik di Indonesia serta memiliki banyak prestasi dan . DI dalam perusahaan yang bergerak di bidang penyediaan sumber daya manusia pastinya memiliki target khalayak yang spesifik. Target khalayak dari Valdo Inc itu sendiri adalah perusahaan *user* yang sedang menggunakan jasa Valdo Inc dan perusahaan lain yang membutuhkan jasa penyedia sdm. Melihat dari target khalayak utamanya adalah perusahaan-perusahaan *user* dan perusahaan lain maka dimensi komunikasi yang digunakan oleh Valdo Inc adalah komunikasi eksternal. Komunikasi eksternal dilakukan Valdo Inc melalui berbagai bentuk yang melibatkan perusahaan *user*. Konsep yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah dimensi komunikasi eksternal dan saluran komunikasi organisasi. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif melalui pendekatan studi kasus. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bentuk-bentuk komunikasi eksternal apa yang digunakan Valdo Inc melalui CRO untuk membangun relasi dengan perusahaan *user* mereka. Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian konstruktivisme. dikarenakan peneliti berusaha menggali informasi tentang pengetahuan dan pengalaman informan-informan dalam melakukan komunikasi organisasi eksternal yang dilakukan CRO di dalam Valdo Inc. Hasil dari penelitian ini adalah Valdo Inc sudah melakukan kegiatan komunikasi eksternal dan mendapatkan umpan balik yang baik dari *user*. Saluran komunikasi organisasi yang digunakan Valdo Inc adalah pertemuan dan kunjungan rutin, presentasi, *talkshow*, serta melalui *email* dan *whatsapp*.

**Kata kunci:** *Komunikasi Eksternal, Komunikasi Organisasi, Valdo Inc, Dimensi Komunikasi Organisasi, Saluran Komunikasi Organisasi*

---

### **ABSTRACT**

*Valdo Inc is an outsourcing company and human resources provider. Valdo Inc is one of the best outsourcing companies in Indonesia and has many achievements. Within a company engaged in providing human resources, it certainly has a specific target audience. The target audience of Valdo Inc itself is user companies that are currently using the services of Valdo Inc and other companies that require the services of a human resource provider. Looking at the target audience primarily from user companies and other companies, the communication dimension used by Valdo Inc is external communication. External communication is carried out by Valdo Inc through various forms involving user companies. The concept used by researchers in this study is the dimensions of external communication and organizational communication channels. The research method used is a qualitative method through a case study approach. The purpose of this study is to find out what forms of external communication Valdo Inc uses through CRO to build relationships with their user companies. The paradigm used in this research is constructivism research. because researchers are trying to dig up information about the knowledge and experience of informants in conducting external organizational communication conducted by CRO in Valdo Inc. The results of this study are Valdo Inc. has conducted external communication activities and get good feedback from users. The organizational communication channels that Valdo Inc. uses are regular meetings and visits, presentations, talk shows, as well as via email and whatsapp.*

**Keywords:** *External Communication, Organizational Communication, Valdo Inc., Dimensions of Organizational Communication Channels.*

---

### **PENDAHULUAN**

Di dalam dunia pekerjaan yang semakin hari semakin ketat persaingannya membuat banyaknya masyarakat yang kesulitan mencari kerja dengan cara melamar dari satu perusahaan ke perusahaan lainnya, meningkatnya jumlah masyarakat berpendidikan tinggi dan sistem melamar pekerjaan dari satu perusahaan ke perusahaan lainnya dinilai kurang efektif maka diadakannya sistem *outsourcing* atau alih daya di Indonesia yang disahkan sejak tahun 2003 di dalam UU Ketenagakerjaan no.13 tahun 2003 Bab IX pasal 50-55.

*Outsourcing* itu sendiri adalah oprasi pemindahan pekerjaan dari sebuah perusahaan ke perusahaan lainnya, hal ini biasa dilakukan dengan tujuan memperkecil biaya produksi dan lebih memfokuskan kepada hal utama yang dikerjakan pada suatu perusahaan tertentu. Dengan adanya perusahaan-perusahaan

ketenagakerjaan *outsourcing* di Indonesia ini dirasa cukup membantu dari dua pihak yaitu mudahnya para pencari kerja untuk menemukan saluran yang dapat memberikannya pekerjaan dan membantu pihak perusahaan yang menjadi pelanggan atau *client* dari perusahaan *outsourcing* itu sendiri. Valdo Inc berdiri sejak tahun 2002 dan sudah memiliki 29 kantor *operation and services* di berbagai kota di Indonesia. Saat ini Valdo Inc memiliki jumlah sdm *outsourcing* sebanyak 16.901 dan memiliki 102 perusahaan *user*, serta memiliki berbagai macam penghargaan.

Pelanggan-pelanggan dari Valdo Inc ini diurus atau ditangani oleh divisi CRO (*Customer Relation Officer*) yang memiliki pekerjaan untuk mempertahankan loyalitas pelanggan, membuat kesepakatan, menyelesaikan masalah yang ada dengan pelanggan dan hal-hal lain yang berhubungan dengan pelanggan.

Berdasarkan beberapa ketertarikan dan latar belakang yang telah disebutkan oleh peneliti sebelumnya, peneliti hendak mengangkat penelitian ini dengan judul "**Analisis Komunikasi Organisasi Melalui Komunikasi Eksternal Customer Relation Officer (CRO) dengan Perusahaan User**".

## **KAJIAN TEORITIS**

### **1. Komunikasi Organisasi**

Menurut R. Wayne Pace dan Don F pada Komunikasi Organisasi dalam (Poppy Ruliana, 2014:17) mengatakan bahwa definisi dari komunikasi organisasi adalah sebagai penafsiran pesan serta pertunjukan pesan diantara unit-unit komunikasi yang adalah bagian dari suatu organisasi dan di dalam suatu organisasi terdiri dari unit-unit komunikasi dalam hubungan hierarki antara satu unit dengan unit lainnya dan berfungsi dalam sebuah lingkungan organisasi.

Serta menurut Goldhaber pada Komunikasi organisasi dalam (Poppy Ruliana, 2014:20) Komunikasi organisasi akan terjadi di dalam suatu sistem yang terbuka dan kompleks serta dipengaruhi oleh lingkungannya baik eksternal maupun internalnya, komunikasi organisasi akan melibatkan pesan dan saluran, media, tujuan, dan arah. Dan juga komunikasi organisasi akan melibatkan orang-orang, perasaan, sikap mereka, serta hubungan keterampilan.

### **2. Dimensi Komunikasi Organisasi**

Menurut (Effendy, 2003:112) bahwa kehidupan di dalam organisasi sebuah prosesnya terdiri dari dua dimensi komunikasi organisasi yaitu komunikasi eksternal dan komunikasi internal, komunikasi internal akan terjadi di dalam organisasi yang terdiri dari karyawan semua level yang dapat disebut publik internal, sedangkan komunikasi eksternal akan terjadi dimana komunikasi yang dilakukan organisasi pada khalayak luar yang dijadikan segmentasi pasar sebuah organisasi.

Dimensi komunikasi ada berupa internal maupun eksternal, adapun dimensi komunikasi organisasi eksternal Menurut (Poppy Ruliana, 2014:108) Komunikasi eksternal adalah bagaimana semua cara yang dilakukan oleh organisasi atau sebuah perusahaan untuk berkomunikasi dengan masyarakat di luar perusahaan yang dijadikan sasaaran segmentasi,

komunikasi eksternal adalah komunikasi yang terjadi antara khalayak luar dengan pimpinan organisasi serta perwakilan dari organisasi. Tujuan dari komunikasi eksternal adalah untuk memelihara dan menciptakan niat baik serta saling perhatian antara khalayak luar dengan organisasi. Lalu ada dua bentuk komunikasi eksternal, yakni:

**-Komunikasi Eksternal Organisasi ke Khalayak**

Menurut (Poppy Ruliana, 2014:109) Komunikasi ini umumnya bersifat informatif, yang dilakukan sedemikian rupa agar masyarakat luar memiliki keterlibatan, sehingga akan menciptakan komunikasi yang sifatnya yaitu dua arah. Bentuk komunikasi dari organisasi atau perusahaan kepada khalayaknya sangat penting, dikarenakan ini adalah bentuk pelayanan serta untuk mempertahankan perusahaan *user* dan juga dapat untuk mendapatkan klien baru, dengan cara menciptakan komunikasi eksternal perusahaan yang bagus maka akan membuat testimoni dan *word of mouth* yang baik tentang perusahaan Valdo Inc. Peran komunikasi organisasi eksternal sangat penting pada perusahaan *outsourcing* untuk meningkatkan loyalitas dan mendapatkan khalayak baru atau klien baru.

**-Komunikasi Eksternal Khalayak ke Organisasi**

Menurut (Poppy Ruliana, 2014:109) Komunikasi dari masyarakat luar ke organisasi merupakan *feedback* atau umpan balik yang didapatkan organisasi sebagai efek dari kegiatan komunikasi eksternal yang dilakukan organisasi. Komunikasi eksternal yang dilakukan oleh perusahaan bisa jadi ada baik dan tidaknya dimata perusahaan *user*, maka dari itu pentingnya mengetahui opini atau sudut pandang *user* dengan menggunakan berbagai cara agar menghindari konflik di masa yang akan datang.

## METODE

Pada penelitian ini, metode yang peneliti gunakan adalah metode kualitatif sebagaimana menurut (Sugiyono, 2018:347), Metode penelitian kualitatif sendiri digunakan untuk meneliti sebuah objek yang alamiah, yang menempatkan seorang peneliti menjadi instrument penting atau kunci, serta teknik pengumpulan data dilakukan menggunakan triangulasi data yang dimana menggabungkan berbagai cara yaitu dokumentasi, observasi, dan wawancara.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### a. Analisis Dimensi Komunikasi dari Valdo Inc ke Perusahaan User.

Valdo Inc selalu melakukan kegiatan pada dimensi komunikasi eksternal dengan target khalayaknya yaitu konsumen yang disebut dengan perusahaan *user*, maka dari itu Valdo Inc menciptakan bentuk-bentuk komunikasi eksternal dengan tujuan untuk mendapatkan konsumen baru dan mempertahankan konsumen lama. Seperti yang dikatakan sejumlah informan penelitian ini bahwa bentuk bentuk komunikasi eksternal ada bermacam-macam yang mereka terapkan yaitu kunjungan rutin, makan siang bersama klien, *talkshow*, rapat rutin, dan formulir yang berisikan pendapat klien atau perusahaan *user* mengenai kinerja CRO Valdo Inc. Merekapun menggunakan media *chat* seperti *whatsapp* dan *email* untuk *maintain* perusahaan *user*. Hal-hal tersebut dilakukan khusus oleh departemen

CRO (*customer relation offier*) yang memiliki tanggung jawab atau *jobdesk* berhubungan dengan perusahaan *user*.

Menurut (Wibowo, 2014:252) Komunikasi eksternal adalah aliran informasi dua arah di antara berbagai *stakeholder* diluar organisasi dengan pekerja internal, eksternal *stakeholder* itu termasuk pelanggan, pemasok, pemegang saham, serikat pekerja, pejabat pemerintah, masyarakat, dan seterusnya. Banyak organisasi membentuk departemen formal, seperti hubungan publik atau masyarakat untuk mengkoordinasikan komunikasi eksternal. Sedangkan menurut (Poppy Ruliana, 2014:109) Komunikasi ini umumnya bersifat informatif, yang dilakukan sedemikian rupa agar masyarakat luar memiliki keterlibatan, sehingga akan menciptakan komunikasi yang sifatnya yaitu dua arah..

Hal yang didapatkan penulis lewat penelitian ini adalah tugas-tugas CRO sangatlah berat dalam menjalankan komunikasi eksternal, karena benar-benar harus menjaga *user* agar menghasilkan testimonial yang baik akan perusahaan Valdo Inc, hal itu dimaksudkan agar terjadi *word of mouth* yang baik dari perusahaan *user* itu pada target klien Valdo Inc lainnya, dikarenakan Valdo Inc tidak menggunakan dana besar untuk melakukan *marketing* pada iklan.

#### **b. Analisis Komunikasi Organisasi dari Perusahaan User ke Valdo Inc**

Menurut (Poppy Ruliana, 2014:109) Komunikasi dari masyarakat luar ke organisasi merupakan *feedback* atau umpan balik yang didapatkan organisasi sebagai efek dari kegiatan komunikasi eksternal yang dilakukan organisasi. Serta menurut

Valdo Inc melalui CRO sudah melakukan hal tersebut, dengan cara setiap kegiatan komunikasi eksternal pada perusahaan *user* dilakuan seperti rapat rutin dan kunjungan rutin ke perusahaan *user* maka setelahnya CRO akan memberikan formulir penilaian terhdap kinerja CRO dan SDM Valdo serta formulir keluhan dan permintaan klien dengan guna untuk mengetahui *feedback* dari perusahaan *user*, apakah komunikasi yang dilakukan CRO sudah baik atau belum dan lain sebagainya. Banyak dari formulir tersebut mengatakan bahwa Valdo Inc melakukan komunikasi eksternal melalui CRO sudah sangat baik bahkan dikatakan bahwa CRO Valdo Inc cepat dan tanggap dalam berkomunikasi.

Menurut (Suwanto, 2018:83-84) Pada kacamata bisnis komunikasi eksternal memiliki tujuan untuk membangun hubungan dengan pelanggan , pemerintah, komunitas, organisasi lainnya, serta *stakeholder* dari suatu bisnis atau perusahaan tersebut. Kegiatan komunikasi ekstenal dari pandangan dunia bisnis memiliki beberapa tujuan yakni diantaranya adalah, mengumpulkan berbagai informasi yang sumbernya dari luar perusahaan atau organisasi, menjalin hubungan dengan pelanggan yang dimana sebuah perusahaan atau organisasi apa yang membuat pelanggan loyal dengan organisasi atau perusahaan tersebut. Berdasarkan konsep tersebut, Valdo Inc melalui CRO sudah menerapkannya dengan memberikan formulir-formulir yang dapat menjadi *feedback* dari perusahaan *user* dengan guna mengumpulkan berbagai informasi yang sumbernya dari luar perusahaan dan menjadi masukan untuk manajemen Valdo Inc itu sendiri.

#### **c. Analisis Saluran Komunikasi Organisasi**

Saluran komunikasi yang digunakan adalah berbentuk komunikasi interpersonal yakni adalah bentuk komunikasi dua atau lebih orang dan melakukan komunikasinya secara langsung, contohnya saat melakukan pertemuan-pertemuan dengan *user*, pengiriman pesan melalui *email*, dan menjadi pembicara. Saluran

komunikasi itu sendiri menurut (Brent dan Stewart, 2013 : 328) dan yang sesuai dengan fenomena penelitian yang diambil oleh penulis diantaranya adalah kunjungan rutin, makan siang bersama klien, *talkshow*, rapat rutin, dan formulir yang berisikan pendapat klien atau perusahaan *user* mengenai kinerja CRO Valdo Inc. Keseluruhan dari saluran-saluran yang disebutkan tersebut sudah mengalami penyaringan atau pengerucutan berdasarkan saluran yang lebih sering digunakan oleh departemen CRO (*customer relation officer*) Valdo Inc selaku objek pada penelitian ini.

Valdo Inc juga melakukan komunikasi eksternal melalui saluran enjadi pembicara di suatu acara hal tersebut digagas dengan maksud untuk mendapatkan klien baru yang membutuhkan SDM Valdo Inc.

## SIMPULAN

Dalam penelitian ini, berikut adalah simpulan dari analisis komunikasi organisasi Valdo Inc melalui *customer relation officer* (CRO) dengan perusahaan *user* :

### a. Dimensi Komunikasi Organisasi Valdo Inc ke Perusahaan User

Pada bagian ini Valdo Inc menciptakan bentuk-bentuk komunikasi eksternal dengan tujuan untuk mendapatkan konsumen baru dan mempertahankan konsumen lama. Bentuk bentuk komunikasi eksternal Valdo Inc kepada perusahaan *user* ada bermacam-macam yang mereka terapkan yaitu kunjungan rutin, makan siang bersama klien, *talkshow*, rapat rutin, dan formulir yang berisikan pendapat klien atau perusahaan *user* mengenai kinerja CRO Valdo Inc. Merekapun menggunakan media *chat* seperti *whatsapp* dan *email* untuk *maintain* perusahaan *user*. Bentuk-bentuk dari dimensi komunikasi organisasi eksternal yang dilakukan Valdo Inc melalui CRO ini memiliki tujuan yaitu membentuk suatu testimoni atau *word of mouth* yang baik dari klien yaitu perusahaan *user*. Kegiatan komunikasi organisasi eksternal yang dilakukan oleh Valdo Inc melalui CRO sudah diusahakan semaksimal mungkin dengan mengadakan *coaching* serta pelatihan dari *team trainer* khusus untuk departemen CRO itu sendiri agar memiliki komunikasi yang berkualitas dan baik untuk menjalin relasi dengan perusahaan *user*. Valdo Inc mengusahakan segala cara untuk melatih CRO dikarenakan perusahaan harus senantiasa memperhatikan terpenuhinya harapan (*expectation*), keinginan, dan kepuasan perusahaan *user* terkait jasa yang dikonsumsinya yaitu jasa pencarian SDM oleh Valdo Inc, lalu juga menjaga dan mempertahankan kepercayaan perusahaan *user*.

### b. Dimensi Komunikasi Organisasi Perusahaan User ke Valdo Inc

Pada bagian ini menjelaskan sebuah *feedback* dari khalayak yakni disini adalah perusahaan *user*. *Feedback* disini adalah yang diusahakan oleh Valdo Inc melalui CRO untuk mendapatkan sebuah saran, penilaian dan masukan informasi dari perusahaan *user* dengan cara memberikan formulir penilaian kepada kinerja CRO dan kualitas SDM Valdo Inc setiap kunjungan rutin, dan juga memberikan formulir keluhan dan permintaan klien setiap rapat rutin yang dimaksudkan agar Valdo Inc mendapatkan masukan yang berguna untuk memperbaiki manajemen dan kinerja, juga menimbulkan komunikasi dua arah antara perusahaan dengan *user* atau klien. *Feedback* dianggap sangat penting oleh perusahaan Valdo Inc dikarenakan dapat mengarahkan Valdo Inc menjadi perusahaan yang lebih baik

kedepannya melalui kinerja dan kualitasnya, Dikarenakan juga CRO adalah representasi Valdo Inc pada perusahaan *user* maka sangat diharuskan mendapatkan, saran, penilaian bahkan kritik untuk membangun kinerja CRO. Menjadi representasi berarti mewakili gambaran kualitas Valdo Inc, maka masukan dan *feedback* adalah hal yang harus didapatkan dan ini adalah salah satu bentuk dimensi komunikasi organisasi eksternal dari perusahaan *user* kepada perusahaan Valdo Inc.

### c. Saluran Komunikasi Organisasi

Bagian ini menjelaskan mengenai saluran apa yang paling sering digunakan oleh perusahaan Valdo Inc dalam melakukan komunikasi eksternal kepada khalayaknya yaitu perusahaan *user*. Di bagian ini dijelaskan bahwa Valdo Inc menggunakan saluran komunikasi organisasi secara interpersonal yakni komunikasi secara langsung dengan guna mendapatkan *feedback* secara cepat dan mengurangi kemungkinan untuk mengalami *miscommunication* atau kesalahan dalam komunikasi. Saluran yang digunakan ada berbagai macam yaitu, melakukan pertemuan-pertemuan dengan *user*, pengiriman pesan melalui *email* dan *whatsapp*, melakukan panggilan rutin kepada perusahaan *user* dan menjadi pembicara di suatu acara yang berhubungan dengan *human resource* atau sumber daya manusia.

## SARAN

Berdasarkan hasil observasi, wawancara dan kesimpulan yang sudah dianalisis dan ditarik intinya, maka penulis ingin memberikan saran kepada perusahaan Valdo Inc dan departemen CRO dari Valdo Inc berdasarkan kegiatan komunikasi organisasi eksternal. Saran yang diberikan oleh penulis ada dua macam, pertama adalah saran praktis yang diberikan kepada pihak perusahaan Valdo Inc dan saran teoritis yang diberikan kepada penulis setelah ini yang ingin menganalisa dan meneliti Valdo Inc atau bahasan serupa.

### Saran Praktis

1. Peneliti menyarankan agar Valdo Inc menggunakan konten komunikasi yang lebih kreatif pada saat berinteraksi dengan perusahaan *user* khususnya dalam melakukan kegiatan presentasi di awal kerjasama, dikarenakan walaupun komunikasi yang dilakukan sudah baik tetapi visual yang diberikan kurang menarik penglihatan. Sedangkan di dalam komunikasi, media seperti *powerpoint* dapat membantu jalannya presentasi, jadi kualitasnya harus baik juga agar *audience* dapat tertarik untuk menggunakan Valdo sebagai vendor SDM bagi perusahaan mereka.
2. Peneliti juga menyarankan agar Valdo Inc memberikan *appreciation* yang lebih baik kepada perusahaan *user* sesuai dengan penyerapan SDM nya. Seperti halnya pemberian hadiah yang diberikan dari Valdo Inc kepada perusahaan *user* disarankan untuk lebih ditingkatkan lagi agar perusahaan *user* merasa dihargai dan senang bekerja sama dengan Valdo Inc. Dikarenakan walaupun kualitas dan kinerja Valdo Inc beserta CRO sudah baik, alangkah baiknya hal ini menjadi

dorongan juga untuk perusahaan *user* nyaman bekerja sama dengan Valdo Inc.

3. Peneliti menyarankan agar Valdo Inc menerapkan penggunaan teknologi komunikasi yang terbaru atau yang mengikuti perkembangan zaman, seperti penggunaan *instagram* dan informasi di dalam *website* bisa lebih diperbarukan.

### Saran Teoritis

Peneliti sangat berharap bahwa di waktu yang akan datang selain meneliti komunikasi eksternal akan ada yang meneliti mengenai Valdo Inc baik secara umum maupun penerapan komunikasi internalnya. Hal tersebut menarik untuk diteliti dikarenakan pertama, Valdo Inc adalah perusahaan yang banyak melakukan komunikasi eksternal dan kedua kita dapat mengetahui apakah perusahaan tersebut berjalan dengan baik atau tidak, serta membangun relasi yang baik atau tidak.

### DAFTAR PUSTAKA

- Effendy, Onong Uchjana. 2003. *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Ruliana, Poppy. 2014. *Komunikasi Organisasi: Teori dan Studi Kasus*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.
- Ruben, Brent D. Dan Lea P. Stewart. 2013. *Komunikasi dan Perilaku Manusia*. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Suwatno. 2018. *Komunikasi Organisasi Kontemporer*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Wibowo . (2014) . *Perilaku Dalam Organisasi* . Edisi 1-2 . Jakarta : Rajawali Pers