

STRATEGI KOMUNIKASI SECTION CUSTOMER ENGINEERING PT NUSANTARA COMPNET INTEGRATOR DALAM MENINGKATKAN EFISIENSI PROJECT MAINTENANCE (STUDY CASE ANALISIS SECTION IT SUPPORT

Fathan Fajri Salim¹, Silviana Mayasari², Sari Ekowati Hadi³

^{1,2,3} Universitas Bina Sarana Informatika
fathanfajrisalim4@gmail.com

Article history

Submitted: 2025/09/30; Revised: 2025/10/03; Accepted: 2025/10/08

Abstract

The rapid development of information technology in the digital era has transformed operational and communication patterns within organizations, including in the field of information technology maintenance services. Project maintenance efficiency is a key factor for success, influenced by the effectiveness of internal communication. This study employed a descriptive qualitative approach, with data collected through in-depth interviews, observation, and documentation. The informants consisted of one Customer Engineer as the key informant and one IT Support as the supporting informant. Data analysis was conducted interactively through the stages of data reduction, presentation, and verification. The findings emphasize the importance of strategic organizational communication as a supporting factor for project success in the information technology sector. The research results show that a well-structured and planned communication strategy covering situation analysis, setting communication objectives, formulating key messages, identifying target audiences, selecting appropriate media, and conducting evaluation and feedback significantly contributes to work efficiency. Such strategies enhance the speed of information delivery, accuracy of coordination, and overall project efficiency.

Keywords

communication strategy, organizational communication, efficiency, project maintenance, customer engineering



© 2025 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY SA) license, <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>.

PENDAHULUAN

Di era digital saat ini, teknologi informasi (TI) telah menjadi komponen vital dalam mendukung aktivitas organisasi modern, termasuk dalam industri layanan teknologi. Perkembangan pesat teknologi informasi telah membawa perubahan besar terhadap cara organisasi beroperasi, berkomunikasi, dan berinteraksi dengan pelanggan serta mitra bisnisnya (Gunawan, 2020). Dalam konteks tersebut, komunikasi menjadi aspek penting yang menentukan efektivitas koordinasi, terutama

dalam kegiatan yang melibatkan kerja teknis dan kolaborasi lintas tim, seperti proyek *maintenance* (pemeliharaan).

PT Nusantara Comnet Integrator, sebagai perusahaan yang bergerak di bidang solusi teknologi informasi, memiliki tanggung jawab besar dalam memastikan kelancaran operasional klien melalui layanan *maintenance*. Salah satu bagian penting yang berperan dalam hal ini adalah *Section Customer Engineering* (CE), yang bertugas melaksanakan dan mengelola proyek pemeliharaan sistem. Efektivitas komunikasi dalam tim CE menjadi kunci keberhasilan pelaksanaan proyek karena berkaitan langsung dengan kecepatan pengambilan keputusan, keakuratan penyampaian informasi, serta ketepatan penyelesaian masalah di lapangan (Hidayat, 2019). Sebaliknya, komunikasi yang tidak efektif dapat menimbulkan keterlambatan pekerjaan, kesalahpahaman teknis, hingga konflik antar divisi yang berdampak pada efisiensi proyek dan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan.

Dalam praktiknya, tim Customer Engineering tidak hanya dituntut untuk memiliki kemampuan teknis, tetapi juga kecakapan dalam berkomunikasi dan berkoordinasi secara efektif. Efisiensi proyek *maintenance*—yang mencakup penggunaan sumber daya secara optimal untuk mencapai hasil maksimal dalam waktu dan biaya yang terbatas—tidak dapat dicapai tanpa strategi komunikasi yang baik. Menurut Goldhaber (dalam Amrullah, 2021), komunikasi organisasi yang efektif bukan sekadar pertukaran informasi, tetapi juga menciptakan pemahaman bersama di antara anggota organisasi agar tujuan kerja dapat tercapai dengan optimal. Oleh karena itu, penerapan strategi komunikasi yang tepat menjadi keharusan bagi Customer Engineering agar efisiensi kerja dapat ditingkatkan secara signifikan.

Berbagai penelitian terdahulu menunjukkan pentingnya komunikasi internal dalam meningkatkan efektivitas dan efisiensi kerja. Gunawan (2020), dalam penelitiannya di PT PLN (Persero) Wilayah Jawa Barat, menemukan bahwa kurangnya koordinasi antarbagian menjadi penyebab keterlambatan pelaksanaan proyek *maintenance*, sehingga diperlukan sistem komunikasi yang lebih terstruktur. Sementara itu, Hidayat (2019) menjelaskan bahwa komunikasi vertikal dan horizontal di divisi teknis menjadi faktor utama keberhasilan penyelesaian masalah proyek di PT Indosat Ooredoo. Penelitian tersebut menegaskan pentingnya koordinasi lintas posisi untuk mempercepat pengambilan keputusan.

Penelitian oleh Amrullah (2021) di PT Telkom Indonesia menyoroti bahwa strategi komunikasi internal berbasis platform digital seperti I-SMART dapat meningkatkan pemahaman karyawan terhadap proses bisnis, meskipun masih ditemukan hambatan dalam adaptasi terhadap sistem baru. Dalam konteks serupa,

Yuliana (2020) menekankan bahwa strategi komunikasi melalui media seperti *meeting rutin* dan *briefing pagi* terbukti mengefisiensikan waktu kerja teknisi di PT Telkom Akses Jakarta Selatan. Di lingkungan birokrasi, Mega, Adriani, dan Tialonawarmi (2025) menemukan bahwa komunikasi internal yang terbuka dan partisipatif di Dinas Ketahanan Pangan Provinsi Jambi berpengaruh positif terhadap efektivitas kerja pegawai.

Meskipun sejumlah penelitian telah membahas peran komunikasi organisasi dalam meningkatkan efektivitas dan efisiensi kerja, belum ada penelitian yang secara khusus meneliti strategi komunikasi yang diterapkan oleh *Section Customer Engineering* di PT Nusantara Compnet Integrator dalam konteks peningkatan efisiensi *project maintenance*. Penelitian-penelitian sebelumnya berfokus pada komunikasi internal organisasi secara umum (Gunawan, 2020; Hidayat, 2019; Yuliana, 2020) atau pada pemanfaatan komunikasi digital dalam proses bisnis (Amrullah, 2021). Sementara itu, penelitian yang dilakukan oleh Mega et al. (2025) berfokus pada sektor pemerintahan dan tidak menyentuh dinamika komunikasi teknis dalam perusahaan teknologi.

Dengan demikian, terdapat *research gap* dalam kajian strategi komunikasi di sektor teknologi informasi, khususnya pada konteks kerja teknis operasional seperti *project maintenance*. Penelitian ini hadir untuk mengisi celah tersebut dengan mengkaji bagaimana strategi komunikasi diterapkan oleh *Section Customer Engineering* PT Nusantara Compnet Integrator dalam meningkatkan efisiensi proyek *maintenance*.

Berdasarkan uraian tersebut, tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis dan mendeskripsikan strategi komunikasi yang digunakan oleh *Customer Engineering* di PT Nusantara Compnet Integrator dalam upaya meningkatkan efisiensi *project maintenance*, serta untuk memahami bagaimana penerapan strategi tersebut berpengaruh terhadap kinerja tim dan keberhasilan proyek secara keseluruhan.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain deskriptif. Pendekatan ini dipilih karena bertujuan untuk memahami fenomena secara mendalam mengenai strategi komunikasi yang dijalankan oleh *Section Customer Engineering* dalam meningkatkan efisiensi *project maintenance* di PT Nusantara Compnet Integrator. Data dikumpulkan dalam bentuk kata-kata, narasi, dan deskripsi melalui wawancara mendalam, observasi langsung, dokumentasi, serta studi pustaka. Proses penelitian dilakukan di Departemen Maintenance PT Nusantara Compnet Integrator yang berlokasi di AKR Office Tower, Jakarta Barat, pada periode April

hingga Juni 2025. Fokus utama penelitian ini adalah mendeskripsikan secara komprehensif dinamika komunikasi organisasi dalam konteks kerja teknis-operasional untuk memahami faktor pendukung dan penghambat efisiensi proyek.

Informan penelitian dipilih secara *purposive sampling*, yaitu berdasarkan keterlibatan langsung dan pengetahuan mendalam terhadap fenomena yang diteliti. Informan utama dalam penelitian ini adalah Dani Hamdani selaku *Customer Engineer* yang berperan langsung dalam pelaksanaan dan koordinasi *project maintenance*, serta Radja Arrayan Wahab dari divisi IT Support yang berfungsi sebagai pendukung teknis dan memberikan perspektif tambahan mengenai komunikasi lintas divisi. Pengumpulan data dilakukan dengan teknik triangulasi, yang meliputi wawancara mendalam (*in-depth interview*), observasi terhadap aktivitas komunikasi di lapangan, serta dokumentasi berupa catatan kerja, foto, dan arsip internal perusahaan untuk memperoleh data yang valid dan mendalam.

Analisis data dilakukan secara interaktif dengan tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan yang terus berlangsung selama proses penelitian. Untuk menjaga keabsahan data, peneliti menerapkan uji kredibilitas melalui perpanjangan pengamatan, *member check*, dan penggunaan bahan referensi pendukung. Selain itu, digunakan triangulasi sumber, teknik, dan waktu untuk membandingkan data dari berbagai informan dan periode pengumpulan berbeda. Pendekatan ini memungkinkan peneliti memperoleh pemahaman yang komprehensif dan valid mengenai strategi komunikasi yang diterapkan oleh *Customer Engineering* dalam meningkatkan efisiensi kerja dan keberhasilan *project maintenance* di PT Nusantara Compnet Integrator.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi Komunikasi Customer Engineer PT Nusantara Compnet Integrator dalam Meningkatkan Efisiensi *Project Maintenance*

Strategi komunikasi memiliki peran penting dalam mencapai efektivitas komunikasi organisasi, terutama pada konteks kerja yang menuntut koordinasi lintas divisi dan ketepatan informasi. Menurut Effendy (dalam Zamzam, 2021), strategi komunikasi merupakan perpaduan antara perencanaan komunikasi (*communication planning*) dan manajemen komunikasi (*communication management*) untuk mencapai tujuan tertentu yang telah ditetapkan. Sejalan dengan itu, Smith (2013) mengemukakan bahwa strategi komunikasi yang efektif terdiri atas beberapa

komponen utama, yakni analisis situasi, tujuan komunikasi, pesan inti (*key message*), target audiens, media dan saluran komunikasi, serta evaluasi dan *feedback*. Berdasarkan kerangka tersebut, strategi komunikasi yang diterapkan oleh *Customer Engineer* (CE) di PT Nusantara Compnet Integrator dalam meningkatkan efisiensi *project maintenance* dapat dijabarkan ke dalam enam komponen pokok sebagai berikut.

Analisis Situasi

Analisis situasi dilakukan oleh *Customer Engineer* sebelum pelaksanaan *project maintenance* melalui kegiatan asesmen terhadap klien, identifikasi kebutuhan perangkat, serta pemetaan sumber daya manusia dan sumber daya teknis yang dimiliki perusahaan. Langkah ini sejalan dengan konsep *formative research* menurut Smith (2013), yang menekankan pentingnya pemahaman kondisi internal dan kebutuhan eksternal organisasi sebelum merancang strategi komunikasi. Analisis situasi mencakup tiga elemen pokok, yaitu analisis internal, analisis eksternal, dan analisis isu.

Analisis internal dilakukan untuk menilai kapasitas organisasi, mencakup sumber daya manusia, prosedur kerja, dan infrastruktur komunikasi. Sementara itu, analisis eksternal mencakup evaluasi terhadap lingkungan kerja, kebutuhan klien, serta regulasi yang berpengaruh terhadap pelaksanaan proyek. Analisis isu bertujuan mengidentifikasi potensi masalah dan peluang yang dapat memengaruhi jalannya komunikasi. Berdasarkan hasil wawancara, CE menegaskan bahwa analisis situasi menjadi tahap awal yang penting untuk memastikan kesiapan divisi, keakuratan informasi, dan efektivitas media komunikasi yang digunakan. Dengan analisis yang komprehensif, CE dapat menyusun strategi komunikasi yang terarah, terukur, dan adaptif terhadap kondisi di lapangan, sehingga mendukung tercapainya efisiensi *project maintenance*.

Tujuan Komunikasi

Tujuan komunikasi dalam pelaksanaan *project maintenance* oleh CE di PT Nusantara Compnet Integrator adalah memastikan seluruh pihak terkait memperoleh

informasi yang akurat, membangun kesepahaman terhadap prosedur kerja, memperlancar koordinasi lintas divisi, serta menjaga hubungan baik dengan klien melalui mekanisme umpan balik. Menurut Smith (2013), tujuan komunikasi organisasi harus bersifat terukur dan mendukung keberhasilan strategi organisasi secara keseluruhan.

Hasil wawancara dengan CE menunjukkan bahwa komunikasi menjadi sarana utama dalam menyampaikan informasi yang relevan dan tepat waktu agar kegiatan proyek berjalan sesuai standar operasional. Pernyataan tersebut diperkuat oleh informan dari divisi IT Support, yang menegaskan bahwa CE berperan sebagai pemimpin proyek dan bertanggung jawab atas kelancaran komunikasi antardivisi maupun dengan klien. Dengan demikian, komunikasi strategis yang dilakukan CE berfungsi tidak hanya sebagai alat penyampaian informasi, tetapi juga sebagai instrumen koordinatif dan kontrol operasional dalam menjaga efisiensi proyek.

Pesan Inti (Key Message)

Smith (2013) mendefinisikan *key message* sebagai pokok pesan utama yang ingin disampaikan organisasi kepada audiens sasaran agar mudah dipahami dan konsisten dengan tujuan komunikasi. Pesan inti yang disusun oleh CE di PT Nusantara Compnet Integrator mencakup informasi mengenai prosedur penggeraan, standar keselamatan kerja, jadwal pelaksanaan, dan manfaat kegiatan pemeliharaan preventif bagi klien.

Pesan inti tersebut dirancang berdasarkan empat unsur utama: (1) **kejelasan**, yang menekankan pentingnya penyampaian informasi yang lugas dan mudah dipahami; (2) **konsistensi**, yaitu keseragaman pesan di berbagai saluran komunikasi; (3) **relevansi**, yang memastikan pesan sesuai dengan kebutuhan audiens; serta (4) **daya tarik**, yang membuat pesan mudah diingat dan mendorong audiens untuk bertindak sesuai harapan. Dalam konteks pelaksanaan proyek, kejelasan dan konsistensi pesan menjadi hal penting agar seluruh tim memiliki persepsi dan pemahaman yang sama terhadap prosedur kerja dan tanggung jawab masing-masing.

Selain itu, pesan yang disusun CE juga berpedoman pada Standar Operasional Prosedur (SOP) dan *Service Level Agreement* (SLA) perusahaan, yang memperkuat akurasi serta profesionalitas komunikasi antar divisi.

Target Audiens

Penentuan target audiens menjadi langkah strategis untuk memastikan pesan komunikasi tersampaikan secara efektif kepada pihak-pihak yang berkepentingan. Smith (2013) menyatakan bahwa audiens merupakan kelompok sasaran yang perilaku, sikap, atau pemahamannya ingin dipengaruhi oleh organisasi melalui komunikasi strategis. Berdasarkan hasil penelitian, target audiens dalam strategi komunikasi CE mencakup dua kelompok besar, yaitu audiens internal dan eksternal.

Audiens internal meliputi divisi-divisi terkait dalam pelaksanaan proyek, seperti IT Support, Maintenance Logistic, dan Quality Control. Sementara itu, audiens eksternal adalah klien sebagai penerima layanan. Komunikasi antara CE dan divisi IT Support, misalnya, dilakukan untuk memastikan kelancaran proses *Return Material Authorization* (RMA) serta pengelolaan perangkat yang memerlukan perbaikan. Dengan demikian, penetapan target audiens yang tepat memungkinkan terwujudnya koordinasi efektif dan efisiensi waktu dalam pelaksanaan *project maintenance*.

Media dan Saluran Komunikasi

Media dan saluran komunikasi berperan penting dalam mendukung keberhasilan strategi komunikasi organisasi. Smith (2013) menegaskan bahwa pemilihan saluran komunikasi harus mempertimbangkan efektivitas dalam penyampaian pesan, karakteristik audiens, serta kebutuhan organisasi. CE di PT Nusantara Compnet Integrator menggunakan kombinasi media formal dan informal, seperti email, Microsoft Teams, WebEx, dan aplikasi pesan instan WhatsApp.

Media formal seperti email dan *meeting platform* digunakan untuk komunikasi resmi, dokumentasi proyek, serta pelaporan periodik, sementara media informal digunakan untuk komunikasi cepat dan koordinasi lapangan. Hasil wawancara menunjukkan bahwa kombinasi media tersebut efektif dalam menjaga kelancaran

koordinasi dan meminimalkan keterlambatan informasi. Dengan demikian, pemilihan media yang beragam namun relevan dengan konteks komunikasi terbukti mendukung efisiensi operasional dalam pelaksanaan proyek.

Evaluasi dan Feedback

Evaluasi dan *feedback* merupakan komponen penting dalam memastikan efektivitas strategi komunikasi. Menurut Smith (2013), evaluasi berfungsi untuk menilai sejauh mana komunikasi organisasi mencapai tujuannya, sedangkan *feedback* menjadi mekanisme korektif bagi peningkatan kinerja di masa mendatang. Dalam praktiknya, CE melakukan evaluasi melalui survei kepuasan klien dan umpan balik langsung dari pihak terkait.

Hasil evaluasi digunakan untuk mengidentifikasi kendala komunikasi dan menentukan langkah perbaikan. CE juga melakukan konfirmasi ulang terhadap pihak-pihak yang memberikan masukan guna memastikan sumber permasalahan secara objektif. Selain itu, *feedback* yang diberikan oleh divisi IT Support melalui *follow-up* dan pengingat (*reminder*) di WhatsApp menunjukkan adanya komunikasi dua arah yang adaptif dan responsif terhadap dinamika proyek. Praktik evaluasi berkelanjutan ini mencerminkan penerapan prinsip *continuous improvement* dalam strategi komunikasi, yang pada akhirnya berkontribusi terhadap peningkatan efisiensi dan kualitas layanan *project maintenance* di PT Nusantara Compnet Integrator.

Efisiensi Project Maintenance

Smith (2020) dalam bukunya *Strategic Planning for Public Relations* menjelaskan bahwa efisiensi dalam suatu program komunikasi organisasi adalah kemampuan untuk mengoptimalkan seluruh sumber daya—termasuk waktu, biaya, tenaga kerja, serta media komunikasi—guna mencapai hasil yang diharapkan dengan kualitas terbaik, waktu yang efektif, dan pemborosan seminimal mungkin. Dalam konteks ini, efisiensi *project maintenance* di PT Nusantara Compnet Integrator berkaitan erat dengan kemampuan *Customer Engineering* (CE) dan *IT Support* dalam menerapkan

strategi komunikasi yang cepat, akurat, terencana, serta adaptif terhadap dinamika pekerjaan di lapangan. Berdasarkan hasil penelitian, efisiensi *project maintenance* dapat dianalisis melalui enam komponen utama, yaitu: kecepatan penyampaian informasi, akurasi informasi, pemilihan saluran media komunikasi, koordinasi terstruktur, optimalisasi sumber daya, serta evaluasi dan umpan balik.

Kecepatan Penyampaian Informasi

Kecepatan penyampaian informasi merupakan kunci utama dalam mewujudkan komunikasi organisasi yang efisien. Menurut Smith (2020), komunikasi yang efisien harus mampu mendistribusikan informasi dengan cepat tanpa mengorbankan akurasi pesan, agar setiap bagian organisasi dapat segera mengambil keputusan yang diperlukan. Dengan demikian, kecepatan dan keakuratan menjadi dua elemen yang saling melengkapi dalam mendukung efektivitas komunikasi organisasi.

Berdasarkan hasil wawancara, *Customer Engineer* menegaskan “Komunikasi yang cepat dan tepat tentunya sangat berdampak langsung terhadap peningkatan efisiensi *project maintenance*.” — *Customer Engineering, Dani Hamdani (2025)*

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa respons cepat dalam komunikasi internal maupun eksternal memiliki dampak langsung terhadap peningkatan efisiensi proyek. Hal ini sejalan dengan pandangan Smith (2020) bahwa kecepatan penyampaian informasi menjadi unsur penting dalam koordinasi organisasi agar proses kerja berjalan sinkron dan responsif terhadap perubahan.

Informan dari divisi IT Support menambahkan: “Saya menilai tidak hanya satu CE saja, karena saya berkomunikasi tidak hanya 1 CE saja, mungkin ada beberapa jika di chat melalui WhatsApp ada yang *fast response*, ada yang *slow response*. Namun sejauh ini yang saya temui CE yang berkomunikasi dengan saya melalui media komunikasi apa pun sudah berjalan efektif.” — *IT Support, Radja Arrayan Wahab (2025)*

“Kecepatan komunikasi yang dilakukan oleh CE sangat berpengaruh, karena jika CE terlambat memberikan informasi pasti kami juga akan terlambat mengirimkan barang atau produk.” — *IT Support, Radja Arrayan Wahab (2025)*

Dari hasil wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa meskipun terdapat variasi kecepatan respons antar *Customer Engineer*, secara umum komunikasi berjalan efektif. Keterlambatan dalam penyampaian informasi terbukti berpotensi menimbulkan dampak langsung terhadap keterlambatan pengiriman barang dan kelancaran proyek.

Akurasi Informasi

Akurasi informasi berarti pesan yang disampaikan harus tepat, jelas, dan bebas dari distorsi atau multitafsir. Smith (2020) menegaskan bahwa informasi yang tidak akurat dapat menimbulkan kesalahpahaman, tindakan keliru, bahkan konflik internal antarbagian organisasi.

Hasil wawancara dengan *Customer Engineer* menunjukkan pentingnya kejelasan dan ketepatan informasi: "Terdapat target khusus CE pada saat mengirim pesan, yaitu pesan yang ingin disampaikan kepada divisi terkait harus tersampaikan dengan baik agar informasinya sama dan akurat supaya tidak terjadi miskomunikasi. Dengan komunikasi yang lancar, jelas, dan akurat sangat mempengaruhi keputusan yang kita ambil." — *Customer Engineering*, Dani Hamdani (2025). Temuan ini memperlihatkan bahwa CE menekankan kesamaan persepsi dan ketepatan pesan untuk mendukung pengambilan keputusan yang efektif selama *project maintenance*.

Dari sisi *IT Support*, informan menyatakan: "Menurut saya, pesan yang disampaikan oleh CE sudah sesuai SOP perusahaan. Karena di perusahaan ada SLA (*Service Level Agreement*), yaitu batas akhir penggerjaan project." — *IT Support*, Radja Arrayan Wahab (2025)

Pernyataan tersebut menegaskan bahwa pesan komunikasi dari CE telah mengikuti standar prosedural yang berlaku. Dengan demikian, akurasi informasi terbukti menjadi elemen vital dalam menjaga efisiensi dan kualitas kerja organisasi.

Pemilihan Saluran Media Komunikasi

Pemilihan media komunikasi berperan penting dalam mendukung kelancaran koordinasi lintas divisi. Menurut Smith (2020), pemilihan media harus disesuaikan

dengan sifat pesan, karakteristik audiens, serta tingkat urgensi informasi agar komunikasi berjalan efektif dan efisien. *Customer Engineer* menjelaskan strategi pemilihan media sebagai berikut: "Media komunikasi pada CE yang pertama adalah wajib menggunakan Email, kemudian ada media Teams, WebEx, WhatsApp, dan beberapa *tools meeting* lainnya. Tidak ada media khusus untuk error kritis. Yang terpenting adalah kita bisa mengkomunikasikan urgensi tersebut melalui media apa pun yang dirasa cepat mendapatkan respon." — *Customer Engineering, Dani Hamdani (2025)*.

Hasil wawancara menunjukkan bahwa CE mengombinasikan media formal (Email, Teams, WebEx) untuk dokumentasi dan media informal (WhatsApp) untuk komunikasi cepat. Informan dari *IT Support* menambahkan: "Biasanya jika koordinasi komunikasi dengan CE adalah melalui email agar dapat diketahui divisi terkait lainnya. Jika belum ada *reply-an* dari CE saya akan mencoba untuk komunikasi melalui WhatsApp." — *IT Support, Radja Arrayan Wahab (2025)*. Pernyataan tersebut menggambarkan fleksibilitas penggunaan media komunikasi sesuai urgensi dan kebutuhan koordinasi proyek.

Koordinasi Terstruktur dan Terencana

Koordinasi yang terstruktur dan terencana merupakan aspek penting dalam efisiensi strategi komunikasi organisasi (Smith, 2020). Koordinasi yang baik mencakup sinkronisasi peran, tanggung jawab, dan jadwal kerja agar proses komunikasi berjalan harmonis dan minim miskomunikasi.

Berdasarkan wawancara dengan *Customer Engineer*: "Komunikasi pada CE sangat penting karena pekerjaan utama CE adalah koordinasi dan komunikasi. Tujuannya untuk menyampaikan informasi yang tepat dan akurat serta memudahkan proses berjalannya project. Karena CE tugas utamanya adalah koordinasi, jadi banyak pihak atau divisi yang terlibat. Pihak internal maupun eksternal, dan hampir rata-rata alurnya sama." — *Customer Engineering, Dani Hamdani (2025)*

Informasi ini menunjukkan bahwa CE memainkan peran sentral sebagai

penghubung antar divisi maupun antara perusahaan dan klien. Informan *IT Support* mendukung pernyataan tersebut: "Untuk hal ini, CE sangat aktif koordinasi komunikasi dengan divisi saya. Karena CE merupakan *Leader Project*, artinya akan lebih sering koordinasi kepada divisi terkait atau klien. Jika masalah kendala, masalah koordinasi antara saya dan CE hampir tidak pernah, namun untuk kendala yang pernah saya hadapi ada pada *slow response.*" — *IT Support, Radja Arrayan Wahab* (2025) Hal ini menunjukkan bahwa koordinasi sudah berjalan baik dan terstruktur, meski masih ada kendala pada kecepatan respons di kondisi tertentu.

Optimalisasi Sumber Daya

Efisiensi komunikasi juga ditentukan oleh kemampuan organisasi dalam mengelola sumber daya secara optimal. Smith (2020) menjelaskan bahwa sumber daya meliputi waktu, tenaga kerja, biaya, dan media komunikasi yang digunakan untuk mendukung proses kerja secara maksimal. Berdasarkan hasil wawancara, *Customer Engineer* menyatakan: "Penggunaan media komunikasi yang saya gunakan sudah sangat optimal, jika tanpa media komunikasi tersebut, project tidak akan berjalan, dan dengan cara komunikasi yang saya lakukan sudah optimal. Karena dengan berkomunikasi yang baik dan respon yang baik, itu menunjukkan komitmen kita dalam menjalankan project tersebut." — *Customer Engineering, Dani Hamdani* (2025) Temuan ini menunjukkan bahwa media komunikasi menjadi elemen kunci dalam mendukung efektivitas dan efisiensi proyek.

Hal serupa diungkapkan oleh *IT Support*: "Menurut saya karena CE adalah *Leader Project*, artinya CE akan lebih sering koordinasi kepada klien ataupun divisi terkait. Biasanya jika koordinasi komunikasi dengan CE adalah melalui Email agar dapat diketahui divisi terkait lainnya. Jika belum ada *reply-an* dari CE saya akan mencoba untuk komunikasi melalui WhatsApp. Sejauh yang sudah saya jalani, tidak ada dari kami keterlambatan pengiriman barang atau produk pada saat project berjalan. Artinya komunikasi yang dijalankan oleh CE sudah sangat membantu." — *IT Support, Radja Arrayan Wahab* (2025). Pernyataan tersebut menegaskan bahwa peran CE dalam

memimpin koordinasi lintas divisi mampu mengoptimalkan penggunaan waktu, tenaga, dan media komunikasi, sehingga proyek berjalan tepat waktu dan efisien.

Evaluasi dan Umpang Balik

Tahap terakhir dalam efisiensi komunikasi organisasi adalah evaluasi dan umpan balik. Smith (2020) menyebutkan bahwa evaluasi berfungsi menilai sejauh mana strategi komunikasi mencapai tujuan organisasi, sedangkan umpan balik menjadi sarana untuk memperbaiki kekurangan agar strategi tetap adaptif terhadap perubahan. *Customer Engineer* menjelaskan mekanisme evaluasi sebagai berikut: "Kita *gather* dulu informasinya, jika memang ada *feedback* kurang bagus, kita konfirmasi lagi kepada customer apa kekurangannya, kita evaluasi dan perbaiki lalu kita persiapkan strategi untuk selanjutnya agar tidak terjadi kemudian hari." — *Customer Engineering*, Dani Hamdani (2025) "Jika evaluasi, kita melihat dari form survei. Jika memang ada *feedback* dari customer yang kurang baik, di situ kita evaluasi apa yang menjadi poin kekurangan dari kita. Dan itu menjadi penilaian kinerja CE." — *Customer Engineering*, Dani Hamdani (2025)

Hasil wawancara menunjukkan bahwa evaluasi dilakukan secara sistematis melalui survei kepuasan pelanggan, yang hasilnya digunakan untuk perbaikan strategi komunikasi berikutnya. *IT Support* turut menambahkan:

"Untuk evaluasi hasil komunikasi CE mungkin pada divisi saya ikut terlibat, namun pada posisi tertentu." "Kalau dari saya adalah *follow up* melalui WhatsApp. Jika mungkin ada data yang belum *di-provide* oleh CE, saya akan *reminder* melalui WhatsApp." "Semua CE memberikan *feedback* yang sangat baik, menerima *reminder* dan mengevaluasinya karena proses tersebut untuk berjalannya project." — *IT Support*, Radja Arrayan Wahab (2025).

Dari pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa mekanisme evaluasi dan *feedback* berjalan aktif melalui komunikasi dua arah dan *follow-up* digital. Evaluasi berkelanjutan ini sejalan dengan prinsip *continuous improvement* (Smith, 2020), yaitu perbaikan berkelanjutan terhadap strategi komunikasi untuk mendukung efisiensi

dan keberhasilan *project maintenance*.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada periode April hingga Juni 2025, dapat disimpulkan bahwa strategi komunikasi yang diterapkan oleh Customer Engineering di PT Nusantara Compnet Integrator telah berjalan secara efektif dan terarah dalam meningkatkan efisiensi *project maintenance*. Strategi komunikasi tersebut melibatkan tahapan yang sistematis, dimulai dari analisis situasi, perencanaan, penyusunan pesan, penetapan audiens, hingga pelaksanaan dan evaluasi. Analisis situasi dilakukan untuk menyesuaikan strategi komunikasi dengan kondisi internal perusahaan dan kebutuhan klien. Penyusunan pesan yang jelas, konsisten, serta relevan membantu memastikan bahwa informasi yang disampaikan dapat dipahami dengan baik oleh semua pihak. Selain itu, pemanfaatan berbagai media komunikasi seperti email, aplikasi meeting, dan pesan instan berperan penting dalam mempercepat penyampaian informasi dan pengambilan keputusan di lapangan, sehingga koordinasi antardivisi, khususnya antara Customer Engineering dan IT Support, berjalan efektif.

Selanjutnya, evaluasi dan pemberian umpan balik dilakukan secara berkala melalui rapat evaluasi, survei kepuasan, dan komunikasi langsung dengan pihak terkait. Proses ini memungkinkan adanya perbaikan berkelanjutan terhadap efektivitas komunikasi dan kualitas pelayanan. Secara keseluruhan, penerapan strategi komunikasi Customer Engineering terbukti mampu memperkuat koordinasi lintas divisi, menjaga akurasi dan kecepatan penyampaian informasi, serta meminimalkan risiko keterlambatan proyek. Dengan demikian, strategi komunikasi yang diterapkan telah sesuai dengan prinsip efisiensi komunikasi organisasi sebagaimana dikemukakan oleh Smith (2020), yang menekankan pentingnya optimalisasi sumber daya dan sinergi antarbagian untuk mencapai hasil kerja yang maksimal dengan pemborosan minimal.

REFERENCES

- Abdussamad, Z. (2021). *Metode penelitian kualitatif*. CV. Syakir Media Press.
- Cutlip, S. M., Center, A. H., & Broom, G. M. (2019). *Effective public relations* (9th ed.). Kencana.
- Cutlip, S. M., Center, A. H., & Broom, G. M. (2020). *Effective public relations* (9th ed.). Prentice Hall.
- Effendy, O. U. (1993). *Human relations dan public relations*. Mandar Maju.
- Effendy, O. U. (2003). *Ilmu, teori dan filsafat komunikasi*. Citra Aditya Bakti.
- Frank, J. (2003). *Public relations* (5th ed.). PT Gelora Aksara Pratama.
- Goldhaber, G. M. (1986). *Organizational communication* (4th ed.). Wm. C. Brown.
- Hardani, H., Andriani, H., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Istiqomah, R. R., Fardani, R. A., Sukmana, D. J., & Auliya, H. N. (2020). *Metode penelitian kualitatif & kuantitatif*. CV. Pustaka Ilmu Group.
- Heizer, J., & Render, B. (2010). *Manajemen operasi buku 2* (9th ed.). Salemba Empat.
- Kerzner, H. (2017). *Project management: A systems approach to planning, scheduling, and controlling* (12th ed.). John Wiley & Sons.
- Littlejohn, S. W., & Foss, K. A. (2009). *Teori komunikasi* (9th ed.). Salemba Humanika.
- Littlejohn, S. W., & Foss, K. A. (2010). *Theories of human communication*. Waveland Press.
- Moleong, L. J. (2017). *Metodologi penelitian kualitatif* (Edisi Revisi). Remaja Rosdakarya.
- Pace, R. W., & Faules, D. F. (2005). *Komunikasi organisasi: Strategi meningkatkan kinerja perusahaan*. Remaja Rosdakarya.
- Pahleviannur, M. R., Grave, A. De, Saputra, D. N., Mardianto, D., Hafrida, L., Bano, V. O., Susanto, E. E., Mahardhani, A. J., Amruddin, Alam, M. D. S., Lisya, M., Ahyar, D. B., & Sinthania, D. (2022). *Metodologi penelitian kualitatif*. Pradina Pustaka.
- Sitinjak, M. I., Adriani, Z., & Tialonawarmi, F. (2025). Peran komunikasi internal terhadap efektivitas kerja dan kinerja karyawan pada Dinas Ketahanan Pangan Provinsi Jambi. *Journal Economic Excellence Ibnu Sina*, 3(1), 244–253.
- Smith, R. D. (2013). *Strategic planning for public relations* (4th ed.). Routledge.
- Smith, R. D. (2020). *Strategic planning for public relations* (6th ed.). Routledge.
- Steers, R. M. (1985). *Efektivitas organisasi: Kaidah perilaku*. Erlangga.
- Sugiyono. (2016). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2020). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sutopo, H. B. (2006). *Metodologi penelitian kualitatif: Dasar teori dan terapannya dalam penelitian*. Maret Press.
- Vardiansyah, D. (2017). Ontologi ilmu komunikasi: Usaha penyampaian pesan antarmanusia. *Komunikologi: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 14(2).
- Wiryanto. (2005). *Pengantar ilmu komunikasi*. PT Grasindo.