

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi organisasi yang diterapkan oleh PT. Telkom Indonesia Lhokseumawe dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan produk IndiHome dengan menggunakan kerangka Teori Komunikasi Organisasi Redding & Sanborn. Teori ini menyoroti pentingnya aliran informasi, iklim komunikasi, dan jaringan komunikasi dalam mendukung efektivitas organisasi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Data diperoleh melalui wawancara mendalam dengan informan kunci, observasi langsung di lapangan, dan analisis dokumen pendukung seperti Standar Operasional Prosedur (SOP) dan pedoman komunikasi internal. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi organisasi yang diterapkan telah terstruktur dengan baik melalui aliran informasi yang jelas antara manajemen, staf, dan teknisi lapangan, serta didukung oleh pemanfaatan teknologi *Customer Relationship Management* (CRM) dan aplikasi MyIndiHome. Iklim komunikasi yang terbuka mempermudah koordinasi antardivisi, sedangkan jaringan komunikasi formal dan informal yang terbangun membantu mempercepat penyelesaian gangguan layanan pelanggan. Namun, penelitian juga menemukan kendala berupa keterbatasan teknisi lapangan dan inkonsistensi informasi pada situasi tertentu. Hal ini menunjukkan perlunya penguatan sistem digital, peningkatan kapasitas sumber daya manusia, serta evaluasi berkala terhadap strategi komunikasi. Kesimpulannya, strategi komunikasi yang efektif berperan penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan dan memperkuat citra PT. Telkom Indonesia Lhokseumawe sebagai penyedia layanan telekomunikasi yang profesional.

Kata Kunci: Strategi komunikasi, komunikasi organisasi, Teori Komunikasi Organisasi Redding & Sanborn, pelayanan pelanggan, IndiHome.

ABSTRACT

This study aims to analyze the organizational communication strategy implemented by PT. Telkom Indonesia Lhokseumawe in providing services to IndiHome customers by applying the Organizational Communication Theory by Redding & Sanborn. This theory emphasizes the importance of information flow, communication climate, and communication networks in supporting organizational effectiveness. A qualitative descriptive approach was employed, with data collected through in-depth interviews with key informants, direct field observations, and analysis of supporting documents such as Standard Operating Procedures (SOPs) and internal communication guidelines. The research findings indicate that the organizational communication strategy has been well-structured through a clear flow of information between management, staff, and field technicians, supported by the utilization of Customer Relationship Management (CRM) technology and the MyIndiHome application. An open communication climate has facilitated inter-division coordination, while established formal and informal communication networks have contributed to faster problem-solving for customer service issues. However, challenges remain, including the limited number of field technicians and occasional inconsistencies in information delivery. These findings highlight the need to strengthen digital systems, improve human resource capacity, and conduct regular evaluations of communication strategies. In conclusion, an effective organizational communication strategy plays a significant role in improving customer satisfaction and strengthening the corporate image of PT. Telkom Indonesia Lhokseumawe as a professional telecommunication service provider.

Keywords: Communication Strategy, Organizational Communication, Organizational Communication Theory by Redding & Sanborn, customer service, IndiHome

