

**STRATEGI *AUTHENTIC COMMUNICATION CUSTOMER
RELATIONS OFFICER* DALAM MEMBANGUN *TRUST*
KLIEN (STUDI KASUS PADA PERUSAHAAN JASA
OUTSOURCING PT BSR INDONESIA)**

TUGAS AKHIR

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana
Ilmu Komunikasi**



SYIFA AL-RASYID

1211723012

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
2025**

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

**Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri, dan
Semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk
telah saya nyatakan dengan benar.**

Nama : Syifa Al-Rasyid
NIM : 1211723012
Tanda Tangan : 
Tanggal: : 24 Februari 2026

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Syifa Al-Rasyid

NIM : 1211723012

Program Studi : Ilmu Komunikasi

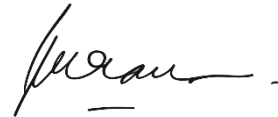
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial

Judul Tugas Akhir : STRATEGI AUTHENTIC COMMUNICATION CUSTOMER RELATIONS OFFICER DALAM MEMBANGUN TRUST KLIEN (STUDI KASUS PADA PERUSAHAAN JASA OUTSOURCING PT BSR INDONESIA)

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Mirana Hanathasia, S.Sos., M. Media Prac.



Penguji 1 : Nadhifa Salsabila, S.I.Kom., M.B.A.



Penguji 2 : Dra. Ratna Indrayani, M.I.Kom



Ditetapkan di Jakarta

Tanggal 24 Februari 2026

UNGKAPAN TERIMA KASIH

1. Terutama, penulis mengucapkan rasa syukur dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Allah SWT, Yang Maha Baik, atas rahmat, kekuatan, dan kemudahan yang senantiasa diberikan kepada penulis dalam setiap proses, hingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
2. Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya dan penuh ketulusan kepada Ibu Mirana, selaku dosen pembimbing, atas bimbingan, arahan, kesabaran, serta perhatian yang senantiasa diberikan selama seluruh proses penyusunan skripsi ini. Di tengah berbagai keterbatasan dan dinamika yang penulis hadapi, dukungan, masukan, dan pendampingan dari Ibu Mirana menjadi kekuatan penting yang membantu penulis tetap bertahan, belajar, dan akhirnya mampu menyelesaikan skripsi ini dengan sebaik mungkin.
3. Penulis juga menyampaikan terima kasih yang tulus kepada Miss Nadhifah, selaku dosen penguji, atas perhatian, masukan, dan saran yang sangat berharga. Pandangan serta arahan yang diberikan tidak hanya membantu memperbaiki dan menyempurnakan substansi skripsi ini, tetapi juga memberikan pemahaman yang lebih mendalam bagi penulis dalam melihat penelitian secara kritis dan bermakna.
4. Penulis juga menyampaikan terima kasih yang tulus kepada Ibu Ratna, selaku dosen penguji, atas perhatian, kritik, dan arahan yang membangun. Setiap masukan yang diberikan menjadi refleksi berharga bagi penulis untuk memperbaiki kekurangan, memperkuat argumentasi, serta meningkatkan kualitas skripsi ini secara keseluruhan.
5. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada seluruh teman-teman kantor yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, atas dukungan, pengertian, dan kebersamaan yang telah diberikan selama proses penyusunan skripsi ini. Dorongan semangat, bantuan, serta suasana kerja yang penuh kebersamaan menjadi penyemangat tersendiri bagi penulis untuk tetap berproses dan menyelesaikan skripsi ini hingga tahap akhir.

6. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada teman-teman seperjuangan, khususnya Luki, Rista, dan Arneta, atas kebersamaan, dukungan, dan semangat yang senantiasa diberikan selama proses perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini. Kebersamaan dalam berbagi cerita, diskusi, dan saling menguatkan menjadi bagian berharga yang membantu penulis bertahan dan menyelesaikan skripsi ini.
7. Penulis juga mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada tante penulis, yang senantiasa memberikan dukungan, perhatian, dan doa selama proses perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini. Dukungan yang diberikan tidak hanya bersifat moral, tetapi juga menjadi sumber kekuatan dan motivasi bagi penulis.
8. Lalu terakhir kepada seseorang yang tidak bisa penulis sebut namanya, terima kasih pernah hadir di hidup penulis. Terima kasih telah menjadi bagian menyenangkan dan menemani proses perkuliahan penulis, sekaligus patah hati yang diberikan. Pada akhirnya “setiap orang ada masanya dan setiap masa ada orangnya” ternyata tidak adanya lagi anda di kehidupan penulis memberikan cukup motivasi untuk terus maju dan berproses menjadi pribadi yang lebih baik dan mengerti apa itu pengalaman, pendewasaan, sabar dan menerima arti kehilangan. Terima kasih untuk sudah menyuruh penulis untuk tetap mengejar pendidikan sehingga penulis sudah berada di titik ini.

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Syifa Al-Rasyid
NIM : 1211723012
Program Studi : IlmuKomunikasi
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan IlmuSosial
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

demikian pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie Hak Bebas Royalti Non eksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

STRATEGI AUTHENTIC COMMUNICATION CUSTOMER RELATIONS OFFICER DALAM MEMBANGUN TRUST KLIEN (STUDI KASUS PADA PERUSAHAAN JASA OUTSOURCING PT BSR INDONESIA)

Dengan Hak Bebas Royalti Non eksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta
Pada tanggal : 24 Februari 2026



Yang menyatakan,
(Syifa Al-Rasyid)

**STRATEGI AUTHENTIC COMMUNICATION CUSTOMER RELATIONS
OFFICER DALAM MEMBANGUN TRUST KLIEN (STUDI KASUS PADA
PERUSAHAAN JASA OUTSOURCING PT BSR INDONESIA)**

Syifa Al-Rasyid

ABSTRAK

Kepercayaan (*trust*) merupakan fondasi utama dalam hubungan layanan profesional, khususnya pada industri jasa outsourcing yang bersifat relasional, jangka panjang, dan sarat ketidakpastian. Dalam konteks tersebut, keberhasilan layanan tidak hanya ditentukan oleh pemenuhan aspek teknis dan kontraktual, tetapi juga oleh kualitas komunikasi antara perusahaan dan klien. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi *authentic communication* yang diterapkan oleh *Customer Relations Officer* (CRO) dalam membangun *trust* klien pada perusahaan jasa outsourcing PT BSR Indonesia. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam terhadap enam informan kunci yang merupakan *Customer Relations Officer* (CRO), observasi nonpartisipatif, serta studi dokumentasi. Analisis data dilakukan menggunakan model analisis interaktif *Miles, Huberman, dan Saldaña* yang meliputi proses reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi *authentic communication* CRO tercermin melalui keterbukaan (*openness*), kejujuran (*truthfulness*), konsistensi (*consistency*), dan komunikasi yang berorientasi pada nilai profesional (*value-driven communication*). Praktik komunikasi tersebut berkontribusi dalam membentuk *trust* klien melalui dimensi *ability*, *benevolence*, dan *integrity*. Penelitian ini menegaskan bahwa *trust* klien merupakan hasil dari proses komunikasi relasional yang berkelanjutan, bukan semata-mata akibat kinerja teknis layanan.

Kata Kunci: *Authentic Communication, Customer Relations Officer, Customer Relations*
Jasa Outsourcing, Trust

AUTHENTIC COMMUNICATION STRATEGIES OF CUSTOMER RELATIONS OFFICERS IN BUILDING CLIENT TRUST (A CASE STUDY OF THE OUTSOURCING SERVICE COMPANY PT BSR INDONESIA)

Syifa Al-Rasyid

ABSTRACT

Trust is a fundamental foundation in professional service relationships, particularly in the outsourcing service industry, which is relational, long-term, and characterized by high levels of uncertainty. In this context, service success is not determined solely by the fulfillment of technical and contractual aspects, but also by the quality of communication between the company and its clients. This study aims to analyze the authentic communication strategies implemented by Customer Relations Officers (CROs) in building client trust at the outsourcing service company PT BSR Indonesia. This study adopts a qualitative approach with a descriptive research design. Data were collected through in-depth interviews with six key informants who serve as Customer Relations Officers (CROs), non-participant observation, and documentation analysis. The data were analyzed using the interactive analysis model proposed by Miles, Huberman, and Saldaña, which includes data reduction, data display, and conclusion drawing. The findings indicate that CROs' authentic communication strategies are reflected through openness, truthfulness, consistency, and value-driven communication. These communication practices contribute to the formation of client trust through the dimensions of ability, benevolence, and integrity. This study confirms that client trust is the outcome of an ongoing relational communication process rather than merely the result of technical service performance.

Keywords: *Authentic Communication, Trust, Customer Relations Officer, Outsourcing Services*

DAFTAR ISI

BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
1.4.2 Manfaat Praktis.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1 Konsep yang Relevan.....	7
2.1.1 Trust.....	7
2.1.2 Authentic Communication.....	10
2.1.3 Komunikasi dalam Industri Jasa.....	13
2.2 Penelitian Sebelumnya.....	15
2.2.1 Pernyataan Kebaruan.....	18
Tabel 2.1 Penelitian Sebelumnya.....	21
BAB III METODE PENELITIAN.....	28
3.1 Desain dan Pendekatan.....	28
3.2 Lokasi dan Konteks Penelitian.....	29
3.2.1 Subjek dan Informan Penelitian.....	30
Kriteria Informan.....	31
3.2.2 Informan Klien.....	32
3.2.3 Informan Ahli.....	34
3.3 Pengumpulan Data.....	36
3.3.1 Wawancara Mendalam.....	36
3.3.2 Observasi Nonpartisipatif.....	37
3.3.3 Dokumentasi.....	38
3.4 Analisis Data.....	39
3.4.1 Reduksi Data.....	40
3.4.2 Penyajian Data.....	41
3.4.3 Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi.....	41
3.5 Validitas dan Keabsahan Data (Triangulasi).....	42
3.6 Operasionalisasi Konsep Penelitian.....	44
BAB IV PEMBAHASAN.....	49
4.1 Gambaran Konteks Penelitian.....	49
4.1.3 Profil Informan.....	54
Gambar 4.1 Nur Syidik, Informan CRO-01.....	55
Gambar 4.2 Olivia Stephanie, Informan CRO-02.....	56
Gambar 4.4 Venansius Kothan, Informan CRO-04.....	58
Gambar 4.5 Fesya Deswita, Informan CRO-05.....	59
Gambar 4.6 Salsabila, Informan CRO-06.....	60

Gambar 4.7, Informan Klien (IK-1).....	61
Gambar 4.8 Ananda Fortunisa, SE., MSi , Informan Ahli	64
4.2 Penyajian Data.....	66
4.2.1.1 Openness	67
4.2.1.3 Consistency	73
4.2.1.4 Value-Driven Communication.....	76
4.3 Pembahasan dan Diskusi	92
4.3.2 Authentic Communication dan Pembentukan Trust Klien: Ability, Benevolence, dan Integrity sebagai Proses Relasional	94
4.3.3 Peran Customer Relations Officer (CRO) sebagai Aktor Trust Builder dalam Hubungan Layanan Outsourcing.....	95
4.3.4 Posisi Temuan Penelitian dalam Perbandingan dengan Studi Sebelumnya.....	96
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	97
5.1 Simpulan.....	97
5.2 Kendala dan Keterbatasan Penelitian	99
5.3 Saran dan Implikasi	101
5.3.2 Implikasi Praktis	102
5.3.3 Saran untuk Penelitian Selanjutnya.....	103
DAFTAR PUSTAKA.....	105
LAMPIRAN	107
OPENNESS (Keterbukaan)	107
TRUTHFULNESS (Kejujuran)	109
CONSISTENCY (Konsistensi)	111
VALUE-DRIVEN COMMUNICATION	113
LAMPIRAN	115
LAMPIRAN	122
LAMPIRAN	125
Tabel Hasil Koding Data Wawancara.....	125