



**STRATEGI KOMUNIKASI PELAYANAN DALAM
PENANGANAN KELUHAN PELANGGAN DI PT. OKE
*NETWORK PRINTING***

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh Gelar Sarjana dalam
Bidang Ilmu Komunikasi

Oleh :

Rachma Desica Ramadhanti

41182037190021

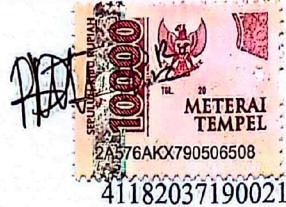
**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS KOMUNIKASI, SASTRA DAN BAHASA
UNIVERSITAS ISLAM 45
BEKASI
(2024 M / 1445 H)**

LEMBAR PERNYATAAN ORISINILITAS

Saya menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “Strategi komunikasi pelayanan dalam penanganan keluhan pelanggan di PT Oke Network Prinying” disusun untuk syarat memperoleh gelar sarjana. Skripsi ini merupakan karya tulis saya sendiri. Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan yang saya kutip dan hasil karya orang lain, telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma-norma, kaidah, dan etika penulisan ilmiah. Saya bersedia menerima sanksi yaitu pencabutan gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan peraturan yang berlaku, apabila di kemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam skripsi ini.

Bekasi, 4 Januari 2024

Rachma Desica Ramadhanti



LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

Judul : Strategi Komunikasi Pelayanan dalam Penanganan
Keluhan Pelanggan di PT Oke *Network Printing*

Nama : Rachma Desica Ramadhanti

NPM : 41182037190021

Konsentrasi : Jurnalistik

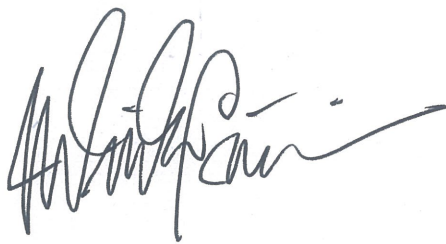
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Fakultas Komunikasi Sastra dan Bahasa

Telah memenuhi syarat dan mendapat persetujuan dosen pembimbing untuk mengikuti ujian sidang skripsi sebagai bagian prasyarat yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi Sastra dan Bahasa, Universitas Islam 45 Bekasi

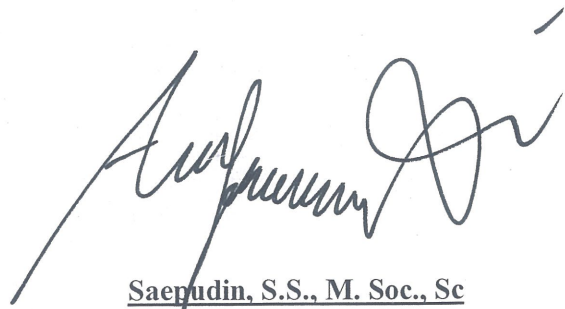
Bekasi, 28 Desember 2023

Mengetahui,
Ketua Program Studi Ilmu
Komunikasi



Winda Primasari, S.Hum, M.Si
NRP.45.1.01.02.2012.016

Menyetujui,
Dosen Pembimbing Skripsi



Saepudin, S.S., M. Soc., Sc
NRP.45.1.01.11.2011.031

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi yang berjudul :

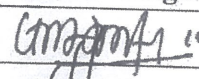
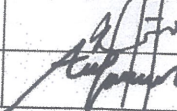

“Strategi Komunikasi Pelayanan dalam Penanganan Keluhan Pelanggan di PT Oke
Network Printing”

Hari : Kamis
Tanggal : 4 Januari 2024
Waktu : 12.00 – 13.00

Oleh


Nama : Rachma Desica Ramadhanti
NPM : 41182037190021
Program Studi : Ilmu Komunikasi

DEWAN PENGUJI

Keterangan	Nama	Tanda Tangan
Ketua Sidang	Dr. Tatik Yuniarti, M. I. Kom.	
Penguji 1	Siti Khadijah, M. Si	
Penguji 2	Saepudin M. Soc., Sc	

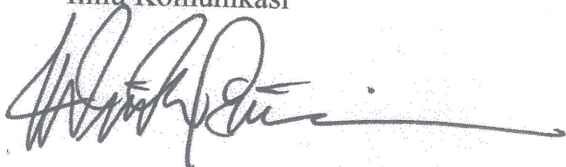
Mengesahkan,
Dekan Fakultas Komunikasi,
Sastra dan Bahasa




Dr. Nuryadi, S.S., M.Hum
NRP.45.1.01.04.2010.012

Bekasi, 18 Januari 2024

Mengetahui,
Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi



Winda Primasari, S.Hum, M.Si
NRP.45.1.01.02.2012.016

ABSTRAK

Universitas Islam 45 Bekasi
Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Komunikasi, Sastra, dan Bahasa
2024

Rachma Desica Ramadhanti/41182037190021

“Strategi Komunikasi Pelayanan dalam Penangan Keluhan Pelanggan di PT Oke *Network Printing*”

Di bawah bimbingan Bapak Saepudin

93 Halaman Skripsi, 14 halaman romawai, 5 tabel, 26 gambar, 13 lampiran

PT Oke *Network Printing* merupakan perusahaan digital *printing* yang melayani segala kebutuhan cetak. Perusahaan harus memberikan pelayanan yang terbaik agar pelanggan merasa nyaman dan puas dalam menggunakan jasa dan produk perusahaan. Namun dalam menangani keluhan pelanggan, PT Oke *Network Printing* tidak memiliki SOP serta staff khusus untuk menangani keluhan tersebut sehingga penanganan keluhan pelanggan dapat berbeda-beda dan dapat menimbulkan kekecewaan baru dalam penanganan keluhan pelanggan. Penelitian ini ingin mengetahui strategi komunikasi layanan dalam penanganan keluhan pelanggan di PT Oke *Network Printing*. Metode yang digunakan adalah kualitatif deskriptif, dengan menggunakan teknik pengumpulan data melalui tahap wawancara mendalam, observasi dan dokumentasi. Teori yang digunakan pada penelitian ini mengacu kepada teori dari Strategi *Customer Relationship Management* yaitu *The Claps Strategy*, *The Zipper Strategy*, *The Velcro Strategy* (Storbacka dan Lehtinen) serta model komunikasi Lasswell untuk mengetahui komponen komunikasi yakni komunikator, pesan, media, komunikan, dan efek. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa PT Oke *Network Printing* lebih mengedepankan *The Claps Strategy* dimana strategi ini berorientasi pada tindakan komunikasi dalam penanganan keluhan pelanggan. Tindakan komunikasi dengan pelanggan dan jika didapatkan ada kendala maka diberikan solusi yang terbaik. Selain itu perusahaan ini juga menciptakan program kemitraan untuk menjalin hubungan lanjut dengan pelanggan, lalu membuat media untuk menyampaikan saran dan kritik bagi semua pelanggan di berbagai media seperti whatsapp, telepon, *website* dan *google review*. Melalui layanan komunikasi yang baik kepada pelanggan berdampak positif kepada perusahaan diantaranya akan mendatangkan potensi pelanggan yang berikutnya, potensi pelanggan untuk datang kembali dan melakukan transaksi, tetapi meskipun demikian ada beberapa yang tidak tertangani dengan baik kemudian ini menjadi berdampak kepada keputusan pembelian pelanggan yang akhirnya melakukan *refund* pembayaran atau pembatalan transaksi dikarenakan ketidakpuasan pelanggan terhadap layanan perusahaan.

Kata Kunci: *Customer Relationship Management (CRM)*, Keluhan Pelanggan, Pelayanan

ABSTRACT

Universitas Islam 45 Bekasi
Communication Studies Program Faculty
of Communication, Literature, and
Languages
2024

Rachma Desica Ramadhanti/41182037190021

“The Communications Strategy Service in Handling Customer Complaint at PT Oke Network Printing”

Under the guidance of Saepudin

93 pages of thesis, 14 pages of romans, 5 lists of tables, 26 lists of images, 13 sheets of attachments

PT Oke Network Printing is a digital printing company that serves all printing needs. Companies must provide the best service so that customers feel comfortable and satisfied in using the company's services and products. However, in handling customer complaints, PT Oke Network Printing does not have SOPs and special staff to handle these complaints so that handling customer complaints can vary and can cause new disappointments in handling customer complaints. This research wants to know the service communication strategy in handling customer complaints at PT Oke Network Printing. The method used is descriptive qualitative, using data collection techniques through in-depth interviews, observation and documentation. The theory used in this research refers to the theory of Customer Relationship Management Strategy, namely The Claps Strategy, The Zipper Strategy, The Velcro Strategy (Storbacka and Lehtinen) and the Lasswell communication model to determine the components of communication, namely the communicator, message, media, communicant and effect. The results of this research show that PT Oke Network Printing prioritizes The Claps Strategy, where this strategy is oriented towards communication actions in handling customer complaints. Communication actions with customers and if there are problems, the best solution is provided. Apart from that, this company also created a partnership program to build further relationships with customers, then created media to convey suggestions and criticism to all customers on various media such as WhatsApp, telephone, website and Google reviews. Through good communication services to customers, it has a positive impact on the company, including bringing in potential future customers, potential customers to come back and make transactions, but even so, there are some things that are not handled well and then this has an impact on customers' purchasing decisions who end up making refunds payment or transaction cancellation due to customer dissatisfaction with the company's services.

Keyword: Customer Complaint, Customer Relationship Management (CRM), Service

PRAKATA

Alhamdulillah *rabbi' alamin*, Puji serta syukur ke hadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat-Nya dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Strategi Komunikasi Pelayanan dalam Penanganan Keluhan Pelanggan di PT Oke Network Printing”**.

Dalam pengerjaan serta penulisan laporan ini, banyak pihak yang sangat membantu dan mendukung untuk menyelesaikan laporan ini. Oleh karena itu, penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Amin, S.Pd., M.Si selaku Rektor Universitas Islam 45 Bekasi.
2. Bapak Dr. Nuryadi, S.S., M.Hum selaku Dekan Fakultas Komunikasi, Sastra dan Bahasa, Universitas Islam 45 Bekasi
3. Ibu Winda Primasari, S.Hum, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Islam 45 Bekasi.
4. Ibu Dr. Tatik Yuniarti, M.I.Kom selaku Ketua Sidang.
5. Ibu Siti Khadijah, M.Si selaku Penguji I.
6. Bapak Saepudin, S.S., M.Soc.Sc selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak membantu dari awal proses hingga hasil akhir skripsi ini.
7. Dosen-dosen Program studi Ilmu Komunikasi Universitas Islam 45 Bekasi, yang telah tulus dalam membimbing, serta memberi banyak ilmu selama masa perkuliahan.
8. Mas Ewin dan Mas Farhan selaku *Store Supervisor*, serta Bapak Dedi Setiyadi selaku *Manager* di PT Oke Network Printing yang telah membantu penulis dengan baik dan memberikan kesempatan kepada penulis untuk melaksanakan penelitian.
9. Kedua orang tua atas segala doa dan dukungan moril maupun materil serta motivasi yang tiada henti diberikan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan hasil akhir skripsi ini dengan lancar dan baik.
10. Sanfriska selaku kakak kandung saya yang selalu memberikan masukan dan pendapat selama proses pengerjaan skripsi
11. Fajar Bagus Priambudi yang telah memberikan dukungan moril maupun materil dan selalu menyemangati untuk menyelesaikan skripsi ini.

12. Rekan bimbingan, Luthfiani Ratri Handadari terima kasih selalu sabar dan memotivasi satu sama lain untuk menyelesaikan skripsi.
13. Seluruh teman-teman Program Studi Ilmu Komunikasi Regular C 2018 seperjuangan perjuangan yang sama.

Akhir kata, semoga Allah SWT membalas kebaikan dan ketulusan semua pihak yang telah membantu menyelesaikan skripsi ini dengan melimpahkan rahmat dan karunia-Nya. Penulis menyadari bahwa laporan ini masih jauh dari kata sempurna, oleh karenanya penulis mengharapkan adanya masukan dan kritikan dari berbagai pihak yang bersifat membangun dibutuhkan untuk kesempurnaan laporan ini. Semoga laporan ini dapat bermanfaat bagi pembaca, penulis, dan mampu memberikan inspirasi penulis lainnya untuk menghasilkan karya tulis yang lebih baik.

Bekasi, 4 Januari 2024

Penulis

Rachma Desica Ramadhanti

41182037190021

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN ORISINILITAS.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
PRAKATA	vii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah.....	5
1.3. Tujuan Penelitian.....	5
1.4. Manfaat Penelitian.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1. Rujukan Penelitian Terdahulu	6
2.2.1. Strategi Komunikasi Internal PDAM Tirta Satria Mengatasi Keluhan Pelanggan.....	6
2.2.2. Strategi Komunikasi dalam Penanganan Keluhan Pelanggan di PT Nasmoco Bahtera Motor.....	7
2.2.3. <i>Handling Customer Complaint</i> Di Bidang Perhotelan.....	7
2.2.4. Perbedaan Dan Persamaan Penelitian Terdahulu	8
2.2. Kerangka Teori	10
2.2.1. Model Komunikasi Harold Lasswell.....	10
2.2.2. Strategi Komunikasi	11
2.2.3. <i>Customer Relationship Management (CRM)</i>	13
2.2.4. Pelayanan Prima	15
2.2.5. Keluhan Pelanggan (<i>Customer Complaint</i>).....	17

2.3.	Kerangka Pemikiran	19
BAB III 21METODE PENELITIAN		21
3.1.	Jenis Penelitian	21
3.2.	Unit Analisis	21
3.2.1.	<i>Key Informan</i>	22
3.2.2.	Informan	22
3.3.	Teknik Pengumpulan Data	24
3.3.1.	Data Primer.....	24
3.3.2.	Data Sekunder.....	26
3.4.	Definisi Konseptual	26
3.5.	Teknik Analisis Data	28
3.6.	Keabsahan Data	29
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		31
4.1.	Hasil Penelitian.....	31
4.1.1.	Sejarah Singkat Perusahaan.....	31
4.1.2.	Filosofi Logo	31
4.1.3.	Profil PT Oke <i>Network Printing</i>	31
4.1.4.	Struktur Organisasi PT Oke <i>Network Printing</i>	32
4.1.5.	Pelayanan PT Oke <i>Network Printing</i>	34
4.1.6.	Produk dan Jasa PT Oke <i>Network Printing</i>	35
4.1.7.	Klien PT Oke <i>Network Printing</i>	37
4.1.8.	Profil Informan dan <i>Key Inforamn</i>	43
4.2.	Pembahasan	44
4.2.1.	Strategi <i>Customer Relationship Management (CRM)</i>	44
4.2.2.	Aktivitas <i>Customer Relationship Management</i> di PT Oke <i>Network Printing</i>	61
4.2.3.	Komunikasi Pelayanan dalam Penanganan Keluhan Pelanggan di PT Oke <i>Network Printing</i>	69

BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN.....	87
5.1.	Kesimpulan.....	87
5.2.	Saran.....	89
DAFTAR PUSTAKA	90
LAMPIRAN	93

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perbandingan Rating Perusahaan.....	4
Tabel 2.1 Perbedaan dan Persamaan Penelitian.....	9
Tabel 4.1 Data transaksi perusahaan periode Juni-Agustus 2023.....	37
Tabel 4.2 Kemitraan PT Oke Network Printing.....	48
Table 4.3 Bentuk-bentuk keluhan pelanggan PT Oke Network Printing.....	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Peneliti.....	20
Gambar 3.1 Bagan Triangulasi Sumber	30
Gambar 4.1 Logo Okeprint	31
Gambar 4.2 Struktuk Organiasi PT Oke Network Printing	33
Gambar 4.3 Produk Banner Indoor dan Outdoor PT Oke Network Printing.....	35
Gambar 4.4 Produk Stiker Cutting PT Oke Network Printing	36
Gambar 4.5 Produk Standing Banner PT Oke Network Printing	36
Gambar 4.6 Produk Kartu Nama PT Oke Network Printing	37
Gambar 4.7 Flow Transaksi Offline PT Oke Network Printing	39
Gambar 4.8 Flow Transaksi Online PT Oke Network Printing	40
Gambar 4.9 Proses penanganan keluhan pelanggan PT Oke Network Printing ...	46
Gambar 4.10 Mekanisme Kemitraan Kartu Pelajar PT Oke Network Printing	50
Gambar 4.11 Alur Pendaftaran Member PT Oke Network Printing.....	51
Gambar 4.12 Daftar Member PT Oke Network Printing	52
Gambar 4.13 Pemberitahuan Verifikasi dan Konfirmasi Member PT Oke Network Printing	53
Gambar 4.14 Penamaan Member pada Kontak PT Oke Network Printing.	53
Gambar 4.15 Alur pendaftaran agen PT Oke Network Printing.....	54
Gambar 4.16 Alur kerjasama perusahaan dengan PT Oke Network Printing	55
Gambar 4.17 Pemberitahuan pelanggan PT Oke Network Printing via Email.....	57
Gambar 4.18 Informasi PT Oke Network Printing di Instagram	58
Gambar 4.19 Informasi PT Oke Network Printing di <i>Website</i>	59
Gambar 4.20 Form Pengisian Penjualan PT Oke Network Printing.....	63
Gambar 4.21 Repeat Order Pelanggan.....	65
Gambar 4.22 Pelayanan ONP	71
Gambar 4.23 Pelayanan ONP	71
Gambar 4.24 Keluhan pelanggan Whatsapp.....	76
Gambar 4.25 Keluhan pelanggan Whatsapp.....	78
Gambar 4.26 Keluhan pelanggan Google Review	79
Gambar 4.27 Foto profil Whatsapp.....	80
Gambar 4.28 Hasil Pencarian Google.....	80

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 <i>Curriculum Vitae</i>	93
Lampiran 2 Transkrip Wawancara <i>Key Informan Store Supervisor 1</i>	94
Lampiran 3 Transkrip Wawancara <i>Key Informan Store Supervisor 2</i>	98
Lampiran 4 Transkrip Wawancara Informan Staff Online 1	102
Lampiran 5 Transkrip Wawancara Informan Staff Online 2	106
Lampiran 6 Transkrip Wawancara Informan Customer Service 1	109
Lampiran 7 Transkrip Wawancara Informan Customer Service 2	112
Lampiran 8 Transkrip Wawancara Informan Pelanggan Loyal 1	115
Lampiran 9 Transkrip Wawancara Informan Pelanggan Loyal 2.....	117
Lampiran 10 Transkrip Wawancara Informan Pelanggan Dadakan 1	119
Lampiran 11 Transkrip Wawancara Informan Pelanggan Dadakan 2	120
Lampiran 12 Transkrip Wawancara Informan Pelanggan Potensial 1.....	121
Lampiran 13 Transkrip Wawancara Informan Pelanggan Potensial 2.....	123

Skripsi

ORIGINALITY REPORT

22%
SIMILARITY INDEX

21%
INTERNET SOURCES

6%
PUBLICATIONS

13%
STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1 Submitted to Konsorsium Perguruan Tinggi Swasta Indonesia **3%**
Student Paper

2 repository.ub.ac.id **2%**
Internet Source

3 eprints.umg.ac.id **2%**
Internet Source

4 repository.unismabekasi.ac.id **1%**
Internet Source

5 repository.usm.ac.id **1%**
Internet Source

6 library.binus.ac.id **1%**
Internet Source

7 pdfs.semanticscholar.org **1%**
Internet Source

8 e-journal.uajy.ac.id **<1%**
Internet Source

9 theses.uin-malang.ac.id **<1%**
Internet Source
