Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Public Relations

Nama : Hadira Haifa Putri
NIM :44217120115
Judul : Penerapan Komunikasi Interpersonal *Customer Service* BCA KCP Menara Palma dalam Menumbuhkan Kepuasan Komunikasi Nasabah
Jumlah Halaman : XII + 167 halaman + 4 lampiran
Bibliografi : 22 buku, 10 jurnal, 2 websites

ABSTRAK

Feedback yang diberikan oleh pelanggan merupakan hal yang harus diperhatikan untuk menjadi input bagi perusahaan agar menjadi lebih baik. Verbatim merupakan istilah yang digunakan untuk menyebut kritik, saran, maupun tanggapan yang diberikan oleh nasabah PT Bank Central Asia Tbk. Dari data verbatim tersebut, menunjukan bahwa adanya masalah komunikasi interpersonal antara *customer service* dengan nasabah.

Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan bagaimana penerapan komunikasi interpersonal *customer service* BCA KCP Menara Palma dalam menumbuhkan kepuasan komunikasi nasabah. Fokus penelitian ini adalah tahap-tahap hubungan dalam komunikasi interpersonal yakni tahap orientasi, tahap afektif, dan tahap pertukaran stabil.

Paradigma Penelitian ini post-positivisme, metode penelitian ini adalah kualitatif deskriptif karena penelitian ini menggambarkan mengenai penerapan komunikasi interpersonal *customer service* BCA KCP Menara Palma dalam menumbuhkan kepuasan komunikasi nasabah. Teknik pengumpulan data penelitian ini adalah *in-depth interview*.

Hasil penelitian ini berisi pembahasan mengenai tahapan komunikasi interpersonal yang diterapkan oleh *customer service* BCA KCP Menara Palma dengan cara menerapkan budaya Bank BCA, keterbukaan, dan menggunakan media komunikasi *Whatsapp* dan SMS namun penggunaan media komunikasi tersebut masih belum maksimal dan tidak konsisten sehingga menimbulkan komplain. *Customer Service* BCA KCP Menara Palma menerapkan aktivitas *public relations* sebagai komunikator dan *customer relations officer* serta menerapkan peran dan fungsi *public relations* sebagai *expert prescriber, problem solving process facilitator* dan *communication facilitator*.

Kesimpulan penelitian ini adalah komunikasi interpersonal memberikan kontribusi terhadap kepuasan komunikasi dan penemuan ini dapat memecahkan stigma komunikasi interpersonal tidak dapat diterapkan di bank.
Kata Kunci : Komunikasi Interpersonal, Customer Service, Nasabah

https://digilib.mercubuana.ac.id/