

Pemanfaatan Media Sosial Twitter @KAI121 Sebagai Media Komunikasi Dalam Menangani Keluhan Pelanggan (Studi Kasus di Unit Customer Relations and Digital Community Contact Center 121 PT Kereta Api Indonesia, Persero)

Bibliografi : 5 Bab 113 hal + 21 Lampiran + 18 Buku + Internet

### ABSTRAK

Media sosial twitter dapat dimanfaatkan sebagai media komunikasi melalui internet yang sifatnya *real time* dan mengingat mobilitas followers @KAI121 yang selalu aktif di media sosial twitter. Dengan *mentions* @KAI121 pelanggan bisa segera terhubung dan ingin mendapatkan tindak lanjut segera. Laporan yang diajukan oleh pelanggan kemudian ditindaklanjuti dengan perbaikan atau klarifikasi dari pihak perusahaan dengan sasarannya adalah mengurangi kekecewaan pelanggan dan meningkatkan kepuasan dari sisi pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pemanfaatan media sosial twitter @KAI121 sebagai media komunikasi dalam menangani keluhan pelanggan. Dimensi utama sebagai penentu suatu kualitas pelayanan jasa, seperti yang dikutip Philip Kotler (2000:400) yaitu: *Tangible, Empathy, Reliability, Responsiveness, Assurance*. Peneliti menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan paradigma konstruktivis, dengan riset studi kasus (*case study*) dengan tipe penelitian deskriptif (menggambarkan).

Hasil dari penelitian ini bahwa dalam penanganan pada media sosial memiliki *Service Level Agreement (SLA)* 90%, dalam 30 menit harus terespon agar kasus tersebut jelas dalam penanganannya dan sebagian mana akan dieskalasikan. Komunikasi dalam media sosial berdasarkan karakteristik adanya partisipasi, keterbukaan, perbincangan, komunitas, keterhubungan. Sehingga, dapat memenuhi kepuasan pelanggan dan menjaga citra positif kereta api. Hal ini terlihat dari tingginya interaksi yang ada di media sosial twitter @KAI121 yang bisa mencapai 3.000 *mentions* setiap harinya.

**Kata Kunci : Media Sosial, Pemanfaatan Media Sosial Twitter @KAI121, Keluhan Pelanggan, dan Kepuasan Pelanggan.**