



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Public Relation
Dearní Grasia Gulo
44217110197

Strategi Komunikasi *Customer Service* Dalam Meningkatkan Pelayanan Nasabah Khusus Kartu Jakarta Pintar (KJP) Di Bank DKI Cabang Otista Jakarta Timur
Bibliografi : 5 Bab 126 hal+ Lampiran + 21 Buku + 3 Jurnal + 3 Internet

ABSTRAK

PT Bank DKI merupakan bank pembangunan daerah dari Provinsi DKI Jakarta. Kartu Jakarta Pintar (KJP) merupakan sebuah program bantuan dana pendidikan kepada warga yang tidak mampu dari pemerintah daerah DKI Jakarta. *Customer service* merupakan jembatan utama yang menghubungkan antara bank dengan nasabah. Perbedaan karakter nasabah seperti nasabah yang detail, kasar dan pemarah membuat *customer service* harus memiliki strategi pada saat berkomunikasi dengan nasabah KJP. Strategi komunikasi yang digunakan agar mampu memperbaiki penilaian pelayanan yang diberikan oleh *Marketing Research Indonesia* (MRI) dan juga mengurangi keluhan nasabah melalui layanan *call centre*.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi *customer service* dalam meningkatkan pelayanan pada nasabah khusus kartu jakarta pintar (KJP). Pada penelitian ini penulis menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus yang bersifat deskriptif. Data diperoleh dengan menggunakan teknik wawancara yang mendalam terhadap beberapa narasumber yang ada di Bank DKI Cabang Otista. Dalam penelitian ini membahas konsep-konsep yang akan dibahas di tinjauan pustaka yaitu, komunikasi, strategi komunikasi, public relation, dan *customer service*.

Kesimpulan yang diambil adalah: Sebagian petugas *customer service* Bank DKI Cabang Otista memiliki komunikasi yang baik dan profesional saat melayani nasabah. Pembukaan *counter* dan antrian khusus untuk nasabah KJP, mampu menjaga suasana kantor tetap kondusif. Menggunakan bahasa sehari – hari, melakukan pengulangan informasi, menggunakan *magic word*, membuka *counter* dan antrian khusus, merupakan strategi komunikasi yang dilakukan oleh petugas *customer service* dan latar belakang pendidikan dan keterbatasan berfikir pada nasabah khusus KJP merupakan hambatan utama.

Kata kunci : *kartu jakarta pintar, strategi komunikasi, customer service*



Mercu Buana University
Faculty of Communication
Public Relations Study Program
Dearní Grasia Gulo
44217110197

Customer Service Communication Strategies in Improving Service for Kartu Jakarta Pintar (KJP) Customers at Bank DKI Otista Branch East Jakarta
Bibliografi : 5 Chapter 123 Pages+ Attachment + 21 Books + 3 Journals + 3 Internet

ABSTRACT

PT Bank DKI is a regional development bank of the DKI Jakarta Province. Kartu Jakarta Pintar (KJP) is an education funding assistance program for underprivileged residents of the DKI Jakarta regional government. Customer service is one of the main bridges that connects banks with credit. Differences in customer character such as detailed, rude and angry customers make customer service must have a strategy when communicating with KJP customers. The communication strategy have to improve the assessment of services provided by Marketing Research Indonesia (MRI) and also reduce customer complaints through call center services.

In this study the authors used a qualitative approach with a descriptive case study method. Data was obtained by using in-depth interview techniques with several informants at the Bank DKI Otista Branch. In this study discusses the concepts that will be discussed in the literature review namely, communication, communication strategies, public relations, interpersonal communication, and customer service.

The conclusion are: Some of the Bank DKI Otista branch customer service officers have good and professional communication when serving customers. Opening special counters and queues for KJP customers, is able to maintain a conducive office situation. Using informal language, repeating information, using magic words, is a communication strategy. Educational background and limitation of KJP customer thinking is a major obstacle.

Keywords: kartu jakarta pintar, communication strategy, customer service