



UNIVERSITAS  
**MERCU BUANA**

AKTIVITAS KOMUNIKASI DENGAN PELANGGAN  
PADA LENOVO SERVICE CENTER JAKARTA

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar  
Sarjana Strata 1 (S-1) Komunikasi Bidang Studi *Public  
Relations*

Disusun Oleh :

**RAHMA HILFA**

44214120116

**FAKULTAS ILMU  
KOMUNIKASI UNIVERSITAS  
MERCU BUANA JAKARTA  
2020**



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MERCU BUANA

**LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR**

Judul : **AKTIVITAS KOMUNIKASI DENGAN PELANGGAN PADA  
LENOVO SERVICE CENTER JAKARTA**

Nama : Rahma Hilfa

NIM : 44214120116

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Public Relations

Jakarta, 12 Maret 2020

Mengetahui,

Pembimbing

(Dr. Suraya, M.Si)



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MERCU BUANA

### LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Rahma Hilfa  
NIM : 44214120116  
Konsentrasi : Public Relations

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir dengan judul : **Aktivitas Komunikasi Dengan Pelanggan Pada Lenovo Service Center Jakarta** Adalah murni hasil karya yang telah saya buat untuk melengkapi salah satu persyaratan menjadi Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana. Skripsi tersebut bukan merupakan tiruan atau duplikasi dari skripsi atau penelitian yang sudah ada, baik yang dipublikasikan maupun tidak, kecuali ada beberapa bagian kutipan yang sumber informasinya telah saya cantumkan sebagaimana mestinya.

Bila terbukti saya melakukan tindakan plagiarism, maka saya bersedia menerima sanksi yaitu pembatalan kelulusan saya sebagai sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana dan melakukan kembali semua proses penyusunan skripsi dari awal.

Jakarta, 12 Maret 2020  
Yang membuat pernyataan,



Mengetahui

Pembimbing

(Dr. Suraya, M.Si)

Ketua Bidang Studi

(Dr. Elly Yuliawati, M.Si)



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MERCU BUANA

**LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TUGAS AKHIR**

Judul : **AKTIVITAS KOMUNIKASI DENGAN PELANGGAN PADA  
LENOVO SERVICE CENTER JAKARTA**

Nama : Rahma Hilfa

NIM : 44214120116

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Public Relations

Jakarta, 12 Maret 2020

Mengetahui,

Ketua Sidang,  
Dra. Diah Wardhani, M.Si



(.....)

Penguji Ahli,  
Suryaning Hayati, M.Ikom



(.....)

Pembimbing,  
Dr. Suraya, M.Si



(.....)



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MERCU BUANA

**LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TUGAS AKHIR**

Judul : **AKTIVITAS KOMUNIKASI DENGAN PELANGGAN PADA  
LENOVO SERVICE CENTER JAKARTA**

Nama : Rahma Hilfa

NIM : 44214120116

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Public Relations

Jakarta, 12 Maret 2020

Disetujui dan diterima oleh,

**Pembimbing**

(Dr. Suraya, M.Si)

**Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi**

(Ponco Budi Sulistyono, M.Comn, Ph.D)

**Ketua Bidang Studi Public Relations**

(Dr. Elly Yulianawati, M.Si)

**Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi**

(Dr. Farid Hamid, M.Si)



BIDANG STUDI PUBLIC RELATIONS  
 FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
 UNIVERSITAS MERCU BUANA

Nama : Rahma Hilfa  
 NIM : 44214120116  
 Judul : **Aktivitas Komunikasi Dengan Pelanggan Pada Lenovo Service Center Jakarta**  
 Bibliografi : 5 Bab 81 hal + Lampiran + 29 Buku + 5 Jurnal

### ABSTRAK

Dalam aktivitas komunikasi pasti memiliki tahapan-tahapan, dimana pada saat komunikasi berlangsung terdapat hambatan komunikasi yang terjadi, salah satunya sebagai *customer service* tentu harus berbahasa yang baku terkadang hal membuat hambatan dalam melakukan komunikasi secara langsung dengan pelanggan. Pada penelitian *ini customer service* sendiri adalah orang yang rutin melakukan aktivitas komunikasi dengan pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana tahap-tahap komunikasi secara interpersonal yang dilakukan pelanggan dengan *customer service*, serta hambatan dan upaya dalam aktivitas komunikasi yang terjadi.

Penelitian ini mengacu pada tiga komponen yang terjadi dalam aktivitas komunikasi yaitu, Pertama tahap-tahap komunikasi interpersonal merupakan tahapan yang dilakukan oleh *customer service* dan pelanggan. tahap *Coming Together*= tahapan awal yang disambut bersama dan berjalan singkat, tahap *Relational Maintenance* = tahapan selanjutnya yang membahas tujuan, solusi, dan dibatasi dengan kesadaran untuk pengakhiran, tahap *Coming Apart* = tahap dimana akan mengetahui hasil akhir dari komunikasi yang sudah dibangun dari. Kedua hambatan dalam komunikasi interpersonal yang terdiri dari mendengar, menilai, persepsi yang berbeda, kata atau makna yang berarti lain dari orang lain, sinyal non-verbal yang tidak konsisten, dan pengaruh emosi. Ketiga upaya menangani hambatan komunikasi interpersonal yaitu meningkatkan umpan balik, empati, pengulangan, menggunakan bahasa yang sederhana, penentuan waktu yang efektif, mendengarkan secara efektif, dan mengatur arus informasi.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif untuk mendapatkan jawaban yang jelas atas Pertanyaan bagaimana tersebut, maka peneliti memilih 3 narasumber untuk di wawancarai.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa aktivitas komunikasi interpersonal yang dilakukan setiap harinya tidak terlepas dari tahapan komunikasi interpersonal. Adapun hambatan komunikasi interpersonal juga tidak lepas dari Aktivitas Komunikasi antara *customer service* dan pelanggan. Adapun upaya yang dilakukan *customer service* untuk menangani hambatan komunikasi seperti menggunakan bahasa dan kalimat penyampaian yang jelas dan sederhana akan memberikan kemudahan kepada pelanggan untuk mengerti maksud informasi yang disampaikan oleh *customer service*.

Kata kunci: *Tahap Komunikasi Interpersonal, Hambatan Komunikasi, aktivitas komunikasi*



*FIELD OF PUBLIC RELATIONS STUDY*  
*FACULTY OF COMMUNICATION SCIENCES*  
*THE UNIVERSITY OF MERCU BUANA*

*Name : Rahma Hilfa*

*NIM : 44214120116*

*Title : Customer communication activities on Lenovo Service Center Jakarta*

*Bibliography : 5 Chapters 81 things + Appendix + 29 Books + 5 journals*

### **ABSTRACT**

*In the communication activities must have stages, where when the communication occurs there are barriers of communication that occur, one of which as customer service must necessarily speak the raw, sometimes it makes a barrier in Conducting communication directly with the customer, in this research customer service itself is a person who routinely conduct communication activities with customers. This research aims to know how the stages of interpersonal communication that customers do with customer service, as well as barriers and efforts in the communication activities that occur.*

*This research refers to the three components that occur in communication activity, namely, the first stages of interpersonal communication is a step done by customer service and customer. Stage Coming Together = Initial stages are welcomed together and running short, stage Retional Maintence = next stage discussing objectives, solutions, and constrained with awareness for termination, stage Coming Apart = The stage where will know The end result of the communication already built from. Both barriers in interpersonal communication consist of hearing, judging, different perceptions, words or meanings that mean other people, inconsistent non-verbal signals, and emotional influences. The three efforts to deal with interpersonal communication barriers include improving feedback, empathy, repetition, using simple language, effective timing, effective listening, and organizing the flow of information.*

*This research uses qualitative methods to get a clear answer to the question of how it is, then the researcher chose 3 speakers to be interviewed.*

*Based on the results of the study showed that interpersonal communication activities conducted daily are not separated from the stages of interpersonal communication. Interpersonal communication barriers are also not separated from communication activities between customer service and customer. As for the efforts made by customer service to handle communication barriers such as using a clear and simple submission language and sentence will provide convenience to the customer to understand the purpose of the information conveyed by Customer service.*

*Keywords: stage of Interpersonal communication, communication barriers, communication activities*

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji dan syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan penelitian Laporan Tugas Akhir Skripsi dengan judul "Aktivitas Komunikasi Dengan Pelanggan Pada Lenovo Service Center Jakarta" ini. Laporan Tugas Akhir Skripsi ini ditulis untuk melengkapi salah satu syarat dalam menyelesaikan studi dan memperoleh gelar sarjana di Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana. Peneliti juga mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu demi terselesainya penelitian ini.

Peneliti menyadari sepenuhnya akan keterbatasan dan kemampuan yang ada, selain berkat izin dan kekuasaan Allah SWT, proses penulisan laporan tugas akhir skripsi ini juga tidak terlepas dari segala bentuk bantuan, bimbingan, dan pengarahan dari berbagai pihak. Dengan terselesainya penulisan laporan ini peneliti mengucapkan terimakasih kepada:

1. Dr. Suraya, M.Si, selaku dosen pembimbing tugas akhir skripsi yang penuh kesabaran dalam membimbing, mengarahkan, memberikan banyak masukan, saran dan dukungan dalam penyusunan laporan ini.
2. Ketua Bidang *Public Relations*, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana, Dr. Elly Yuliawati, M.Si yang telah memberikan izin dan arahan dalam penyusunan Tugas Akhir Skripsi ini.
3. Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana, Dr. Farid Hamid, M.Si yang telah memberikan izin dan arahan dalam penyusunan Tugas Akhir Skripsi ini.
4. Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana, Ponco Budi S.M,Comm.,Ph.D, yang telah memberikan izin untuk dilakukannya penelitian.
5. Seluruh dosen Jurusan *Public Relations* yang telah memberikan ilmu dan bimbingan selama peneliti menjalankan studi.



6. Kepada Bapak Joe Fadhillah Ahmad, Mbak Lina Kurniawati, dan Bapak Riza, selaku subjek yang telah membantu memberikan data yang diperlukan untuk penulisan laporan ini.
7. Kepada suamiku tercinta Dimas Rizky Fauza dan keluargaku tercinta Bapak Romamu, Ibu Djaleha, Irmayanti, Firmansyah, Firdaus, Irfan Fadilah, Nita Gustiani, Maulana Mahfuz, Aldiansyah, yang tak henti memberikan doa, semangat, dukungan dan kasih sayang selama ini.
8. Kepada sahabat-sahabatku tercinta, atas segala pengertian, dukungan, dan bantuan selama ini.

Semoga Allah SWT memberikan balasan yang setimpal atas segala bantuan dan kebaikan yang diberikan kepada peneliti. Peneliti berharap semoga Tugas Akhir Skripsi ini dapat bermanfaat bagi peneliti serta bagi para pembacanya.



Jakarta, 10 Maret 2020

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Rahma Hilfa

## Daftar Isi

Lembar Persetujuan Tugas Akhir .....	i
Lembar Pernyataan .....	ii
Lembar Tanda Lulus Sidang.....	iii
Lembar Pengesahan Perbaikan Tugas Akhir.....	iv
Abstrak.....	v
Kata Pengantar.....	vii
Daftar Isi.....	ix
<b>BAB I Pendahuluan.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Fokus Penelitian.....	3
1.3 Identifikasi Masalah .....	4
1.4 Tujuan Penelitian.....	4
<b>BAB II Tinjauan Pustaka .....</b>	<b>5</b>
2.1 Penelitian Terdahulu.....	5
2.2 Kajian Teoritis .....	13
2.2.1 Definisi Komunikasi.....	13
2.2.1.1 Pengertian komunikasi secara umum .....	13
2.2.1.2 Pengertian komunikasi secara paradigmatis.....	14
2.2.1.3 Tujuan Komunikasi.....	15
2.2.1.4 Tahap Komunikasi.....	15
2.2.2 Komunikasi Interpersonal.....	17
2.2.2.1 Fungsi Komunikasi Interpersonal.....	19
2.2.2.2 Tahap-tahap Komunikasi Interpersonal.....	20
2.2.2.3 Hambatan Dalam Komunikasi Interpersonal.....	22
2.2.2.4 Upaya Menangani hambatan komunikasi Interpersonal.....	24
2.2.3 Public Relations.....	25
2.2.4 Customer Relations.....	26
2.2.4.1 Aktivitas Customer Relations .....	27
2.2.5 Customer service .....	29
2.2.6 Pelayanan Prima ( <i>Excellent Service</i> ).....	30
2.2.7 Jasa.....	31
2.2.8 Pelanggan.....	32

<b>BAB III Metodologi Penelitian</b> .....	33
3.1 Paradigma Penelitian.....	33
3.2 Metode Penelitian.....	35
3.3 Subjek Penelitian.....	36
3.3.1 Informan Dan <i>Key Informan</i> .....	36
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	37
3.4.1 Data Primer.....	37
3.4.2 Data Sekunder.....	38
3.5 Teknik Analisis Data.....	38
3.6 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data.....	39
<b>BAB IV Hasil Penelitian dan Pembahasan</b> .....	41
4.1 Profil Perusahaan.....	41
4.1.1 Standard Operasional Sistem Pelayanan Perusahaan.....	42
4.2 Hasil Penelitian.....	43
4.2.1 Deskripsi Penemuan.....	43
4.3 Pembahasan.....	62
<b>BAB V Kesimpulan dan Saran</b> .....	69
5.1 Kesimpulan.....	69
5.2 Saran.....	70
5.2.1 Saran Akademis.....	70
5.2.2 Saran Praktis.....	71
Daftar Pustaka.....	72
Lampiran.....	74