



**PERAN *CUSTOMER SERVICE* DALAM MEMBANGUN KEPERCAYAAN  
PELANGGAN DI TENGAH ERA TRANSAKSI DIGITAL**

(Studi Penelitian Di GraPARI Telkomsel 24 Jam Jakarta Pusat)

**TUGAS AKHIR**

**SKRIPSI**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S-1)

Komunikasi Bidang Studi Public Relations

**Disusun oleh:**

**Iwan**

**44217120024**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA**



Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Mercu Buana

### LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Iwan  
NIM : 44217120024  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi : Public Relations

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir dengan judul : **Peran Customer Service Dalam Membangun Kepercayaan Pelanggan Di Tengah Era Transaksi Digital** 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.

UNIVERSITAS  
Jakarta, 25 September 2021  
MERCU BUANA  
Yang membuat pernyataan,



( Iwan )

Mengetahui,

Pembimbing

Ketua Bidang Studi

( Dra. Diah Wardhani, M.Si )

( Suryaning Hayati, SE, MM, M.Ikom )



Fakultas Ilmu Komunikasi  
Universitas Mercu Buana

## LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR

Nama : Iwan  
NIM : 44217120024  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi : Public Relations  
Judul : **Peran *Customer Service* Dalam Membangun Kepercayaan Pelanggan Di Tengah Era Transaksi Digital**



Jakarta, 25 September 2021  
Mengetahui,

Pembimbing

( Dra. Diah Wardhani, M.Si )



Fakultas Ilmu Komunikasi  
Universitas Mercu Buana

## LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TUGAS AKHIR

Nama : Iwan  
NIM : 44217120024  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi : Public Relations  
Judul : **Peran *Customer Service* Dalam Membangun Kepercayaan Pelanggan Di Tengah Era Transaksi Digital**

Jakarta, 25 September 2021



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Ketua Sidang : Dr. Irmulan Sati T, SH, M.Si (.....)

Penguji Ahli : Siti Muslichatul M, M.Ikom (.....)

Pembimbing : Dra. Diah Wardhani, M.Si (.....)



Fakultas Ilmu Komunikasi  
Universitas Mercu Buana

### LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul : **Peran Customer Service Dalam Membangun Kepercayaan Pelanggan Di Tengah Era Transaksi Digital**

Nama : Iwan

NIM : 44217120024

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Public Relations

Jakarta, 25 September 2021

Disetujui dan diterima oleh,

Ketua Bidang Studi Public Relations

Pembimbing

( Suryaning Hayati, SE, MM, M.Ikom )

( Dra. Diah Wardhani, M.Si )

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

( Dr. Elly Yuliawati, M.Si )

( Dr. Farid Hamid, M.Si )



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Universitas Mercu Buana  
Fakultas Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi Public Relations

Iwan

44217120024

Peran *Customer Service* Dalam Membangun Kepercayaan Pelanggan Di Tengah Era Transaksi Digital

**Bibliografi : 5 Bab 193 Hal + Lampiran + 26 Buku + 10 Internet**

#### ABSTRAK

PT. Telkomsel sebagai salah satu operator seluler terbesar di Indonesia berusaha membangun kepercayaan pelanggan sehingga dapat mempertahankan bahkan terus meningkatkan jumlah pelanggan. *Customer Relations* merupakan salah satu kegiatan yang penting dilakukan oleh perusahaan jasa telekomunikasi karena menyangkut masa depan jalannya perusahaan. Aktivitas *Customer Relation* yang dijalankan oleh *Customer Service* menghadapi tantangan di Tengah Era Transaksi Digital, yang dijalankan tidak secara tatap muka dengan pelanggan. Sehingga keberadaan *Customer Service* ini penting untuk memberikan pelayanan informasi dan edukasi yang terbaik bagi pelanggan untuk membangun kepercayaan di Era Digital. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran *Customer Service* dalam membangun kepercayaan serta mengetahui faktor pendukung dan penghambat kinerja *Customer Service* di tengah era transaksi digital.

Penelitian ini menggunakan paradigma post positivis dengan metode penelitian deskriptif kualitatif. Subjek penelitian yaitu *Supervisor GraPARI* Telkomsel 24 Jam Jakarta Pusat yang sebelumnya pernah menjabat sebagai *Service Quality* Telkomsel, selain itu *Corporate Communication* dan pelanggan Telkomsel. Metode pengumpulan data yang digunakan berupa data primer dengan wawancara serta data sekunder dengan dokumentasi dan studi pustaka. Teknik analisis data terdiri dari pengumpulan data, reduksi data, *display* data serta verifikasi dan penegasan kesimpulan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa peran *Customer Service* Telkomsel dalam membangun kepercayaan melalui *loyalty program* yang ditujukan khusus untuk pelanggan. Faktor pendukung kinerja *Customer Service* adalah kemampuan dalam memberikan informasi dan melakukan sosialisasi kepada pelanggan maupun calon pelanggan dan adanya aplikasi sistem digital yang mendukung kemudahan kinerja. Sedangkan, faktor penghambatnya adalah masih banyak pelanggan atau calon pelanggan yang tidak memahami transaksi *e-commerce*.

**Kata Kunci: *Customer Service*, Kepercayaan Pelanggan, Transaksi Digital**

## KATA PENGANTAR

*Bismillahirrohmannirrahim..*

Puji syukur ke hadirat Allah SWT atas nikmat dan karunia-Nya yang tak terhingga, serta ridho dan doa dari orang-orang tercinta akhirnya penulis berhasil menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan judul ***“Peran Customer Service Dalam Membangun Kepercayaan Pelanggan Di Tengah Era Transaksi Digital”*** adalah salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi di Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa keberhasilan dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini bukan semata-mata kemampuan penulis sendiri. Namun tidak lepas dari bantuan dan peran, bimbingan, dukungan serta doa dari berbagai pihak. Dengan ketulusan dan kerendahan hati, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Dra. Diah Wardhani, M.Si, selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir yang selalu sabar dan banyak memberikan masukan selama proses bimbingan Tugas Akhir ini.
2. Ibu Dr. Elly Yuliaty, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Dr. Farid Hamid, M.Si, Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
4. Ibu Suryaning Hayati, SE, MM, M.IKom, selaku Ketua Bidang Studi Public Relations Universitas Mercu Buana.

5. Ibu Yuliawati, S.Sos, M.Ikom, selaku Dosen Pembimbing Akademik yang selama ini sudah mengarahkan dengan baik terkait Akademik.
6. Seluruh Dosen yang telah memberikan ilmu mereka kepada peneliti sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.
7. Seluruh pihak dan karyawan kampus Universitas Mercu Buana yang telah membantu peneliti selama masa kuliah di Universitas Mercu Buana.
8. Kedua orang tua, Mama Irah & Bapak Toidi yang selalu mendoakan dan memberikan dukungannya.
9. Bapak Hendri Butar Butar, selaku Manager Service Management Telkomsel Area Jabotabek yang telah memberikan ijin untuk melakukan penelitian di lingkungan PT. Telkomsel.
10. Human Capital Management Jabotabek Telkomsel yang telah memberikan ijin untuk melakukan penelitian di lingkungan PT Telkomsel.
11. Kang Derrie Imani selaku perwakilan dari Corporate Communication Telkomsel yang telah bersedia menjadi Key Informan dalam penelitian ini.
12. Ibu Armelita selaku Supervisor Shop Metro GraPARI Telkomsel 24 Jam Jakarta Pusat yang telah membantu dan memberikan ijin untuk melakukan penelitian Tugas Akhir di GraPARI Telkomsel 24 Jam Jakarta pusat.



13. Mas Alfian Yudhatama, selaku Manager Digital Telkomsel yang selalu mensupport untuk menyelesaikan Tugas Akhir Skripsi ini.
14. Sahabatku, Luthfi Rahman Hedi, Desi, Putri Trisna Yudanti, Angga Artha Saputra, Sandra Andhini, Sonya Alfinatasya, Hany Rimawati, Meliana Cyntia K.P, Desta Arya Puspita, Wawan Septian dan teman-teman lainnya beserta keluarga tercinta yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang selalu memberikan semangat untuk terus menyelesaikan Tugas Akhir Skripsi ini.
15. Driver Ojek Online (Gojek & Grab) yang selalu mengantarkan peneliti pulang - pergi dari kosan daerah Tebet Jakarta Selatan ke Kampus UMB daerah Meruya Jakarta Barat untuk menimba ilmu.

Penulis menyadari sepenuhnya akan keterbatasan kemampuan dan pengetahuan dalam penyusunan Tugas Akhir ini, sehingga masih banyak kekurangan dan kesalahan. Oleh sebab itu kritik dan saran sangat penulis harapkan demi kesempurnaan Tugas Akhir ini. Semoga bermanfaat bagi kita semua, Aamiin.

Jakarta, 18 September 2021



Iwan

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b>	
<b>LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA</b> .....	i
<b>LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR</b> .....	ii
<b>LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TUGAS AKHIR</b> .....	iii
<b>LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR</b> .....	iv
<b>ABSTRAK</b> .....	v
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vi
<b>DAFTAR ISI</b> .....	ix
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xiii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xiv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
<b>1.1 Latar Belakang Penelitian</b> .....	1
<b>1.2 Fokus Penelitian</b> .....	13
<b>1.3 Tujuan Penelitian</b> .....	14
<b>1.4 Manfaat Penelitian</b> .....	14
<b>1.4.1 Manfaat Akademis</b> .....	14
<b>1.4.2 Manfaat Praktis</b> .....	15
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	16
<b>2.1 Penelitian Terdahulu</b> .....	16
<b>2.2 Kajian Teoritis</b> .....	26
<b>2.2.1 Komunikasi</b> .....	27
<b>2.2.2 Komunikasi Organisasi</b> .....	30
<b>2.2.3 <i>Public Relations</i></b> .....	34
<b>2.2.3.1 Peran &amp; Fungsi <i>Public Relations</i></b> .....	36
<b>2.2.3.2 Kegiatan <i>Public Relations</i></b> .....	40
<b>2.2.4 <i>Stakeholder</i></b> .....	44
<b>2.2.5 Konsep <i>Customer Relations</i></b> .....	47
<b>2.2.6 Kegiatan <i>Customer Relations</i></b> .....	50
<b>2.2.7 Konsep <i>Trust</i> (Kepercayaan) dalam <i>Public Relations</i></b> .....	52

2.2.8	Konsep Reputasi bagi Kepercayaan Pelanggan .....	54
2.2.9	Proses Membangun Reputasi .....	57
2.2.10	Pemanfaatan Teknologi di dalam Kegiatan <i>E-Commerce</i> .....	62
BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....		65
3.1	Paradigma Penelitian.....	65
3.2	Metode Penelitian .....	66
3.3	Subjek Penelitian .....	67
3.4	Teknik Pengumpulan Data .....	69
3.4.1	Data Primer .....	69
3.4.2	Data Sekunder .....	71
3.5	Teknik Analisis Data.....	73
3.6	Teknik Keabsahan Data .....	75
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....		81
4.1	Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	81
4.1.1	Sejarah PT. Telkomsel .....	81
4.1.2	Logo Telkomsel.....	87
4.1.3	Visi dan Misi PT. Telkomsel.....	93
4.1.4	Budaya Perusahaan PT. Telkomsel.....	93
4.1.5	Pelayanan Digital.....	99
4.1.6	Wilayah Jaringan PT. Telkomsel di Indonesia .....	101
4.1.7	Struktur Organisasi Perusahaan .....	103
4.1.8	Channel Pelayanan Pelanggan Telkomsel.....	106
4.2	Hasil Penelitian .....	107
4.3	Pembahasan .....	178
4.3.1	Peran <i>Customer Service</i> dalam membangun kepercayaan pelanggan di tengah era transaksi digital .....	178
4.3.2	Faktor Pendukung dan Penghambat Kinerja <i>Customer Service</i> di Tengah Era Transaksi Digital.....	186
BAB V PENUTUP .....		190
5.1	Kesimpulan .....	190
5.2	Saran .....	192
5.2.1	Saran Praktis .....	192
5.2.2	Saran Akademis .....	193

DAFTAR PUSTAKA .....	194
LAMPIRAN .....	197



## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 1. Penelitian Terdahulu.....</b>	<b>23</b>
<b>Tabel 2. Key Informan dan Informan pada penelitian ini.....</b>	<b>68</b>
<b>Tabel 3. Sejarah Perkembangan PT. Telkomsel.....</b>	<b>83</b>
<b>Tabel 4. Cakupan Wilayah Telkomsel .....</b>	<b>103</b>



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Logo Telkomsel.....	87
Gambar 2. The Telkomsel Way.....	94
Gambar 3. Jajaran Direktur PT. Telkomsel.....	103
Gambar 4. Jajaran Komisaris PT. Telkomsel .....	104
Gambar 5. Struktur Organisaasi Corporate Communication PT. Telkomsel.....	104
Gambar 6. Strukrtur Organisasi Customer Care & Consumer Postpaid Management Area Jabotabek Jabar Division .....	105
Gambar 7. GraPARI Telkomsel 24 Jam Jakarta Pusat .....	107



## DAFTAR LAMPIRAN

<b>Lampiran 1. Pedoman Wawancara.....</b>	<b>197</b>
<b>Lampiran 2. Transkrip Wawancara .....</b>	<b>204</b>
<b>Lampiran 3. Surat Permohonan Penelitian dari Kampus.....</b>	<b>259</b>
<b>Lampiran 4. Surat Permohonan Wawancara dari Kampus .....</b>	<b>260</b>
<b>Lampiran 5. Curriculum Vitae.....</b>	<b>261</b>

