

**STRATEGI CUSTOMER RELATIONS PT. TELKOM DALAM  
MENANGANI KELUHAN PELANGGAN SPEEDY DI DIVRE IV  
AREA KOTA YOGYAKARTA**

*Customer Relations Strategy of PT Telkom in Complaint Handling  
Speedy Customers in Divre IV Region Yogyakarta*

**Skripsi**

Disusun untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar sarjana S-1  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Jurusan Ilmu Komunikasi



**Disusun Oleh :**

**Hedmaga Harna Murti  
20040530185**

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

**2010**

**HALAMAN PENGESAHAN**

**Telah dipertahankan dan disahkan di depan Tim Penguji  
Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta**

**Pada:**

**Hari : Senin  
Tanggal : 19 April 2010  
Tempat : Ruang Hibah  
Nilai :**

**SUSUNAN TIM PENGUJI**

**Ketua**



**Suciati, S.Sos., M.Si.**

**Penguji I**



**Aswad Ishak, S.IP.**

**Penguji II**



**Yeni Rosilawati, S.IP, SE, MM**

**Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu  
Persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana (S-1)**



**Suciati, S.Sos., M.Si.**

**Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi**

## KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Segala puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, berkat rahmat dan hidayahNya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul : **"Strategi Customer Relation Telkom Dalam Penanganan Keluhan Pelanggan Speedy di Divre IV Area Yogyakarta"**

Tulisan ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat akademik guna mendapatkan gelar Sarjana (S1) pada Fakultas Ilmu Sosial dan Polotik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta jurusan Ilmu Komunikasi. Penulis tidak lupa mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada yang terhormat :

1. Bapak Ir. H. M. Dasron Hamid., M.Sc. Selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
2. Ayah dan Ibu tercinta yang tak henti-hentinya memberikan do'a serta memberikan dorongan dan bantuan lahir bahin selama kuliah sampai penyusunan skripsi ini, dan tak lupa kakak dan adikku tercinta.
3. Ibu Suciati, S.Sos. M.Si selaku Kepala Jurusan Ilmu Komunikasi dan selaku dosen pembimbing yang telah banyak membantu penulisan skripsi ini.
4. Bapak Aswad Ishak, S.IP selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan masukan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Ibu Yeni Rosilawati, S.IP, M.Si selaku dosen penguji, Semua Dosen, Staf Karyawan Jurusan Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
6. Bapak Haryadi Arif N.R., S.IP selaku dosen pembimbing akademik.
7. Ibu Eny Triastuti, Bpk. Rujito Selaku humas PT Telkom Yogyakarta, Seluruh Staff dan Karyawan PT Telkom Yogyakarta yang telah banyak sekali memberikan info dan masukan untuk mengerjakan skripsi ini.

8. Bapak Agus Mujiono selaku Manager PT Telkom IV distrik Pugeran yang sangat membantu dalam Penelitian ini.
9. Pak Jono dan mbak Siti selaku information center di UMY Komunikasi.
10. Semua teman-teman Ilmu Komunikasi angkatan 2004 yang tak bisa kusebutkan satu-persatu "we live together, we die together, friendship for life".
11. Semua pihak yang telah membantu yang belum sempat penulis sebutkan, saya ucapkan banyak terima kasih.

Penulis tak lupa mohon kritik dan saran untuk kesempurnaan skripsi ini, karena penulis yakin bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Akhir kata semoga atas bantuannya, baik moril maupun materil akan mendapatkan balasan dari Allah SWT. Dan semoga tulisan ini dapat memberikan manfaat bagi kita semua. Amin.

**Wasalamu'alaikum Wr.Wb.**

Yogyakarta, 25 April 2010

Penulis

**Hedmaga Harna Murti**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
JURUSAN ILMU KOMUNIKASI  
KONSENTRASI ADVERTISING**

**Hedmaga Harna Murti**

**20040530185**

**Strategi Customer Relations PT Telkom Dalam menangani keluhan  
Pelanggan Speedy di Drive IV Area Yogyakarta**

Tahun 2010 + 93 halaman + 5 halaman lampiran + 2 halaman tabel + 1 halaman  
bagan+18 buku + 5 sumber online (2009-2010)

**ABSTRAK**

Penelitian ini berusaha menganalisis tentang strategi *customer relations* di PT Telkom Yogyakarta dalam menangani keluhan pelanggan speedy di wilayah kota Yogyakarta. Tujuan dari penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui bagaimana strategi *customer relations* PT Telkom dalam menangani keluhan pelanggan speedy di wilayah kota Yogyakarta, karena pada akhir tahun 2008 terdapat penurunan pengguna speedy yang berhenti berlangganan di wilayah Yogyakarta yang mencapai 8%, dan 5% diantaranya karena mengalami ketidakpuasan dalam penanganan keluhan yang dilakukan oleh pihak perusahaan. Kerangka teori dalam penelitian ini melihat bahwa *customer relations* merupakan salah satu bagian penting dalam menjalankan strategi humas. Fungsi humas dalam *customer relations* yaitu mengatur dan memelihara hubungan dengan para pelanggan. *Customer relations* dibina agar terjalin kerjasama yang baik untuk pencapaian tujuan akhir perusahaan. Metodologi yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis deskriptif kualitatif. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa strategi *customer relations* pada PT Telkom speedy dalam menangani keluhan pelanggan membentuk divisi *customer service* dan *customer care*. Strategi yang digunakan PT Telkom dalam menangani keluhan pelanggan yaitu dengan cara pendekatan individual (*face to face*), memberikan respon positif terhadap keluhan pelanggan, memberikan kemudahan dalam penyampaian keluhan, dan melakukan beberapa sosialisasi produk (speedy) kepada pelanggan. Dalam pelaksanaan strategi *customer relations*, PT Telkom Yogyakarta menggunakan dua media elektronik untuk penyampaian keluhan pelanggan, yaitu media telepon (147) dan internet (Eservice).

**Kata Kunci:** Strategi, customer relations, penanganan keluhan

**MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA UNIVERSITY  
FACULTY OF SOCIAL AND POLITICS SCIENCE  
COMMUNICATION SCIENCE MAJOR  
ADVERTISING CONCENTRATION FIELD**

**Hedmaga Harna Murti  
20040530185**

**Customer Relations Strategy of PT Telkom in Complaints Handling Speedy  
Customer in Divre IV Region Yogyakarta  
Year 2010 + 93 pages + 5 attaches + 2 tables + 1 chart + 18 books + 5 online  
resources (2009-2010)**

**ABSTRACT**

*This study attempted to analyze the strategy of customer relations at PT Telkom Yogyakarta in handling customer speedy complaint in urban areas Yogyakarta. The purpose of this research are to know how the customer relations strategy of PT Telkom in handling customer complainis in the area of Yogyakarta, because at the end of 2008 there was a decline speedy unsubscribe users in the area of Yogyakarta, which reached 8% and 5% of them caused by dissatisfaction in the handling of complaints made by the company. Theoretical framework in this reasearch sees that customer relations is one of the important part in carrying out public relations strategy. The function of public relations in customer relations that regulate and maintain relationships with customers. Customer relations is fostered so that the good cooperation established for achieving the ultimate goal of the company. The methodology used in this research is qualitative description. Results from this study show that the strategy of customer relations at PT Telkom in handling speedy customer complaints is form the customer service division and customer care. Strategies used by PT Telkom in handling customer complaints that is by an individual approach (face to face), give positive response to customer complaints, provide facilities in the delivery of complaints, and do some socializing product (speedy) to the customer. In the implementation of customer relations strategy, PT Telkom Yogyakarta using electronic media for delivery of two customer complaints, namely a media phone (147) and Internet (Eservice).*

*Key words: Strategy, customer relations, complaint handling*

## DAFTAR ISI

Halaman Judul .....	i
Halaman Pengesahan .....	ii
Halaman Persembahan .....	iii
Motto .....	iv
Ucapan Terima Kasih .....	v
Kata Pengantar .....	vii
Abstrak .....	ix
Daftar Isi .....	xi

### **BAB I. PENDAHULUAN**

A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	6
C. Tujuan Penelitian .....	7
D. Manfaat Penelitian .....	7
E. Kerangka Teori .....	8
1. Strategi .....	8
2. Public Relations.....	10
3. Customer Relations .....	12
1). Consumer Informations.....	18
2). Complaint Handling.....	20
4. Consumer Satisfactions.....	23
F. Metode Penelitian .....	28
1. Jenis Penelitian .....	28
2. Lokasi dan Waktu Penelitian .....	29
3. Teknik Pengumpulan Data .....	29
a. Interview .....	29
b. Studi Pustaka .....	29
4. Teknik Pengambilan Informan .....	30
5. Teknik Analisis Data .....	30
6. Uji Validitas Data.....	31

**BAB II. GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN**

1. Gambaran Umum PT Telkom Indonesia ..... 33

2. Visi dan Misi PT Telkom..... 36

3. Logo PT Telkom..... 37

4. Kredo PT Telkom..... 38

5. Produk-Produk PT Telkom..... 39

6. Penghargaan yang Diterima PT Telkom..... 41

7. Sasaran Perusahaan..... 42

8. Struktur Organisasi Kandatel Yogyakarta..... 43

**BAB III. SAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN**

A. Sajian Data..... 49

1. Strategi Customer Relations PT Telkom Penanganan Keluhan Pelanggan Speedy..... 50

a. Perencanaan ..... 50

1). Analisis Situasi ..... 51

a) *Strenght* ..... 51

b) *Weakness* ..... 52

c) *Opportunity* ..... 52

d) *Treats* ..... 53

2). Identifikasi Keluhan Pelanggan..... 57

a) Jenis Keluhan ..... 57

b) Tingkat Keluhan ..... 59

b. Pelaksanaan Program ..... 61

c. Evaluasi ..... 75

B. Pembahasan ..... 78

**BAB IV. PENUTUP**

A. Kesimpulan ..... 91

B. Saran ..... 92

**DAFTAR PUSTAKA** ..... 94

**LAMPIRAN**



## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Penghargaan PT Telkom .....	41
Tabel 2. Matrik Analisis Faktor Internal dan Eksternal .....	54

## DAFTAR BAGAN

Bagan 1. Struktur Organisasi Kandatel Yogyakarta .....	48
--	----