

**KOMUNIKASI PELAYANAN *CUSTOMER SERVICE* PADA PELANGGAN
DI KANTOR JNE PUSAT DKI JAKARTA**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Persyaratan Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata
Satu Departemen Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik

Universitas Andalas



Disusun Oleh:

Muhammad Luthfi Aziz

1910861008

Pembimbing:

Dr. Ernita Arif, M.Si

Novi Elian, S.P., M.Si

**DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ANDALAS**

PADANG

2024

ABSTRAK

KOMUNIKASI PELAYANAN *CUSTOMER SERVICE* PADA PELANGGAN DI KANTOR JNE PUSAT DKI JAKARTA

Oleh:

Muhammad Luthfi Aziz

1910861008

Pembimbing:

Dr. Ernita Arif, M.Si

Novi Elian, S.P., M.Si

JNE Pusat DKI Jakarta sebagai salah satu perusahaan yang menawarkan jasa pengantaran barang dalam memberikan pelayanan, JNE Pusat DKI Jakarta mengalami berbagai permasalahan yang dikeluhkan oleh *customer*, mulai dari *complain* hingga permasalahan berat. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana pelayanan dan kompetensi *customer service* yang ada di JNE Pusat DKI Jakarta. Penelitian ini menggunakan model Rater dalam komunikasi pelayanan yang dijelaskan oleh Valarie Zeitham yang menjelaskan bahwa ada 5 dimensi yang mempengaruhi kualitas pelayanan yaitu *reliability*, *assurance*, *tangibles*, *emphaty* dan *responsibeness*. Penelitian deskriptif ini mendapatkan hasil yang menunjukkan JNE Pusat DKI Jakarta menerapkan 5 dimensi dalam proses pelayanannya, komunikasi pelayanan yang mengutamakan komunikasi interpersonal menghasilkan berbagai respon dari pelanggan. Dari 5 kasus yang terjadi di JNE DKI Jakarta Pusat sebagian besar mendapatkan respon positif yang dikarenakan kepuasan pelanggan akan pelayanan yang diberikan seperti cepat tanggap, mampu melakukan negosiasi dalam kasus-kasus yang berat, hal ini menunjukkan adanya keterkaitan antara implementasian komponen model rater dengan kepuasan pelanggan yang berujung pada loyalitas pelanggan. Namun ada juga pelanggan yang menyampaikan kritikan negatif terhadap pelayanan dari *customer service* JNE Pusat DKI Jakarta karena tidak memberikan pelayanan dan bentuk apapun sehingga hal ini juga berpotensi mengurangi loyalitas pelanggan.

Kata kunci: Model Rater, JNE Pusat DKI Jakarta, *customer service* dan pelayanan

ABSTRACT

CUSTOMER SERVICE COMMUNICATION TO CUSTOMERS AT JNE PUSAT DKI JAKARTA OFFICE

By:

**Muhammad Luthfi Aziz
1910861008**

Supervisor:

**Dr. Ernita Arif, M.Si
Novi Elian, S.P., M.Si**

JNE Central DKI Jakarta as one of the companies that offers goods delivery services, in providing services, JNE Central DKI Jakarta experiences various problems complained by customers, ranging from complaints to serious problems. This research aims to analyze the service and competency of customer service at JNE Central DKI Jakarta. This research uses the Rater model in service communication explained by Valarie Zeitham who explains that there are 5 dimensions that influence service quality, namely reliability, guarantee, concrete evidence, empathy and responsibility. This descriptive research obtained results that show that JNE Central DKI Jakarta applies these 5 dimensions in its service processes, service communication that prioritizes interpersonal communication produces various responses from customers. Of the 5 cases that occurred at JNE Central DKI Jakarta, the majority received positive responses due to customer satisfaction with the services provided, such as being quick to respond, being able to negotiate in difficult cases, this shows that there is a link between the implementation of the assessment model components and customer satisfaction. which ends in customer loyalty. However, there are also customers who convey negative criticism of the service from JNE Central DKI Jakarta customer service because it does not provide any form of service, so this also has the potential to reduce customer loyalty.

Keywords: Model Rater , JNE Central DKI Jakarta, customer service and services