ANALISIS MODEL KOMUNIKASI CUSTOMER SERVICE DALAM MENINGKATKAN LOYALITAS PELANGGAN KARTU HALO DI GRAPARI TELKOMSEL RADEN INTAN

RURI ISTIALITA SUTONO/1116031101
JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
ruriistialitas@gmail.com

ABSTRAK

Salah satu faktor kunci keberhasilan penyelenggaran jasa seluler dalam era persaingan ini adalah kemampuan suatu jaringan operasi menghadirkan *customer service* kepada masyarakat, suatu filosofi baru dunia untuk merajakan kepentingan para pelanggannya. *Customer service* membutuhkan konsep dalam menyampaikan pesan terhadap pelanggannya caranya dengan menerapkan model komunikasi yang sesuai dan tepat. Model komunikasi merupakan deskripsi ideal mengenai apa yang dibutuhkan untuk terjadinya komunikasi. Selain dapat berkomunikasi dengan baik *customer service* juga harus mampu memberikan pelayanan yang berkualitas Tujuan dari pelayanan yang baik adalah mencegah pembelotan dan membangun kesetiaan pelanggan atau *customer loyality.* Loyalitas pelanggan adalah pondasi bagi perusahaan agar selalu kokoh dan selalu mendapat kepercayaan bagi para pelanggannya. Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah penelitian ini yaitu, bagaimana model komunikasi yang dilakukan *customer service* dalam meningkatkan loyalitas pelanggan kartu Halo. Dan mempunyai tujuan penelitian untuk mendeskripsikan model komunikasi *customer service* dalam meningkatkan loyalitas pelanggan kartu Halo di GraPARI Telkomsel Raden Intan, serta menganalisis model komunikasi *customer service* dalam meningkatkan loyalitas pelanggan kartu Halo di GraPARI Telkomsel Raden Intan. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Penelitian ini berlokasi di GraPARI Telkomsel Raden Intan. Hasil Penelitian yaitu model komunikasi yang digunakan oleh *customer service* ditemukan model komunikasi Laswell dan model komunikasi S-R. Model komunikasi Laswell dilihat dari unsur-unsur daripada pertanyaan-pertanyaan *who*, *says what*, *in which channel*, *to whom* dan *with what effect* yang sesuai dengan pertanyaan yang didapat dari para informan. Model komunikasi S-R dilihat dari dimana model komunikasi ini menggunakan alur proses aksi reaksi. Hasil penelitian juga sesuai dengan teori yang digunakan yaitu teori komunikasi interpersonal yang disesuaikan dengan komponen-komponen dari teori komunikasi interpersonal yaitu sumber, *encoding*, pesan, saluran, penerima, *decoding*, respon, gangguan dan konteks komunikasi. Diharapkan kepada *customer service* di seluruh Gerai Telkomsel khususnya GraPARI Telkomsel Raden Intan untuk menciptakan inovasi-inovasi baru demi meningkatkan daya tarik bagi pelanggan dan dapat tercipta hubungan baik antara pelanggan dengan *customer service* dan GraPARI Telkomsel Raden Intan.

Kata kunci : Model Komunikasi, *Customer Service*, GraPARI Telkomsel Raden Intan