

## ABSTRAK

### STRATEGI KOMUNIKASI *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* DALAM MENGHADAPI KELUHAN PELANGGAN PRODUK INDIHOME DI PT TELEKOMUNIKASI INDONESIA, TBK BANDAR LAMPUNG

Oleh

Berta Sandra

Layanan IndiHome telah menjadi produk yang dibutuhkan oleh masyarakat Bandar Lampung seiring dengan kemajuan teknologi. Meskipun IndiHome telah sukses meraih banyak pelanggan di Bandar Lampung, namun tidak menutup kemungkinan pelanggan IndiHome masih memiliki banyak masalah mengenai layanan maupun masalah teknis yang mengecewakan pelanggan sehingga menimbulkan keluhan pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mendeskripsikan bagaimana strategi komunikasi pada *customer relationship management* dalam menghadapi keluhan pelanggan produk IndiHome di PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk Bandar Lampung. Penulis menggunakan pendekatan penelitian kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, studi dokumentasi dan studi pustaka. Informan pada penelitian ini berjumlah delapan orang. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penyampaian keluhan pelanggan IndiHome di PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk Bandar Lampung dapat dilakukan dengan enam cara yaitu melalui kolom surat kabar, media sosial, *customer service* 147, plasa Telkom, aplikasi MyIndihome, dan melalui *call center* area Lampung di 0721. Untuk melihat status pelanggan aktif atau pasif dapat diakses melalui aplikasi isiska, IndiHome di PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk Bandar Lampung bekerja sama dengan *region operation* (ROC), *witel operation* (WOC) dan PT. TA sebagai mitra teknis lapangan. Selain itu, IndiHome di PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk Bandar Lampung memberikan jaminan, diskon atau pelayanan terbaik apabila terdapat pelanggan yang tidak puas atas pelayanan yang diberikan atau karena terjadi keterlambatan dalam penyelesaian komplain. Kemudian pihak IndiHome melakukan evaluasi dengan mengecek kembali apakah keluhan sudah dilaksanakan dengan tuntas dengan cara *caring* simpatik yang dilakukan oleh pihak *customer care*.

**Kata kunci :** Keluhan, Pelanggan, Strategi dan Komunikasi

## **ABSTRACT**

### **CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT COMMUNICATION STRATEGY IN DEALING WITH CUSTOMER COMPLAINTS ON INDIHOME PRODUCTS AT PT TELEKOMUNIKASI INDONESIA, TBK BANDAR LAMPUNG**

**By**

**Berta Sandra**

*IndiHome services have become a product needed by the people of Bandar Lampung along with technological advances. Even though IndiHome has succeeded in reaching many customers in Bandar Lampung, it is possible that IndiHome customers will still experience many problems related to service and technical problems that disappoint customers, causing customer complaints. This study aims to analyze and describe how the communication strategy in customer relationship management is in handling customer complaints of IndiHome products at PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk Bandar Lampung. The author uses a descriptive qualitative research approach with data collection techniques through interviews, documentation studies and literature studies. Informants in this study amounted to eight people. The results of this study indicate that the submission of IndiHome customer complaints at PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk Bandar Lampung can be done in six ways, namely through newspaper columns, social media, customer service 147, Telkom plaza, the MyIndihome application, and through the Lampung area call center at 0721. To view active or passive customer status, it can be accessed through the application. isiska, IndiHome at PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk Bandar Lampung in cooperation with region operation (ROC), witel operation (WOC) and PT. TA as a field technician partner. In addition, IndiHome at PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk Bandar Lampung provides guarantees, price discounts or the best service if there are customers who are dissatisfied with the services provided or because there is a delay in resolving complaints. Then IndiHome conducts an evaluation by checking again whether the complaint has been carried out thoroughly by way of sympathetic concern carried out by the customer care party.*

**Keywords:** *Complaints, Customers, Strategy and Communication.*