



PENDAHULUAN

Latar Belakang

Komunikasi merupakan hal yang dibutuhkan manusia sebagai makhluk sosial, menurut Mukarom (2020:19) Komunikasi merupakan salah satu kebutuhan dasar manusia. Sebab, tanpa komunikasi manusia tidak akan berkembang dan mengenal satu sama lain. Manusia memerlukan manusia yang lainnya untuk sekedar berbicara, berbagi pengalaman, ataupun bertukar ide dan informasi. Komunikasi sangat penting untuk setiap manusia agar pesan yang ingin disampaikan dapat diterima dengan efektif. Komunikasi terdiri beberapa bentuk dan salah satu dari bentuk komunikasi yaitu komunikasi interpersonal. Menurut Mukarom (2020:70) komunikasi interpersonal adalah proses interaksi pertukaran makna yang dilakukan oleh dua orang dengan memiliki tujuan yang sama.

Customer Care merupakan layanan yang dimiliki oleh perusahaan yang bertugas untuk melayani pelanggan dengan sepenuh hati sampai kepuasan pelanggan terpenuhi, Menurut Rangkuti (2017: 12) *Customer Care* adalah proses memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan yang menghasilkan kepuasan pelanggan yang cukup tinggi sehingga dapat meningkatkan citra perusahaan dan hubungan jangka panjang antara pelanggan dan perusahaan.

Komunikasi interpersonal antara pelanggan dengan *Customer Care* dilakukan tidak bertemu pelanggan secara langsung, yaitu melalui telepon dan *email*. Menurut Mc Quail, media komunikasi interpersonal yang terdiri dari telepon dan surat elektronik, Secara umum, bersifat pribadi dan mudah membangun hubungan yang tercipta dan dikuatkan lebih penting daripada informasi yang disampaikan (Iwan 2021). *Customer Care* menangani pelanggan melalui telepon dan *email* agar pesan yang ingin disampaikan dapat ditanggapi dengan cepat dan efektif secara waktu.

Customer Care memiliki tugas dan peran yang hampir sama seperti *Customer Service* hanya saja *Customer Care* memiliki kata *care* yang berarti peduli, memberikan pelayanan kepada pelanggan dengan lebih baik, penuh perhatian, dan dengan sepenuh hati sehingga dapat menjaga kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan, Menurut Rangkuti (2017: 04) Pelanggan ingin dimengerti, dibantu dan dipahami dan diberi solusi oleh pihak perusahaan, *Customer Care* harus memperlakukan pelanggan seperti memperlakukan dirinya sendiri, memandang sebelah mata keluhan pelanggan akan membuat citra perusahaan jatuh akibat pelanggan tidak puas, seorang pelanggan yang puas terhadap layanan yang diberikan oleh perusahaan biasanya akan dibagikan kepada orang terdekat mereka dan mereka akan loyal terhadap perusahaan.

Customer Care berperan menjadi garis terdepan dari perusahaan untuk melayani pelanggan serta membantu pelanggan menyelesaikan keluhannya, *Customer Care* berperan dalam menyampaikan informasi secara rinci apa yang pelanggan keluhkan kepada perusahaan, selain membantu pelanggan dalam menyelesaikan masalahnya terhadap layanan, *Customer Care* juga turut berperan membantu pelanggan dalam aktivasi layanan, mengisolir layanan sampai pemutusan layanan terhadap pelanggan, oleh karena itu, peran dari *Customer Care* sangat penting dalam menentukan kepuasan pelanggan.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

PT. Artha Telekomindo atau yang biasa disingkat Arthatel adalah perusahaan telekomunikasi yang menyediakan jasa IT Solution. Perusahaan yang berdiri di Jakarta ini merupakan salah satu perusahaan telekomunikasi dengan menyediakan jasa networking dan internet. Artha Telekomindo menyediakan jasa internet retail, SOHO, dan corporate. Internet retail diperuntukan untuk penggunaan pribadi contohnya seperti apartemen maupun rumah hunian, sedangkan untuk *Small Office Home Office* (SOHO) diperuntukan untuk kantor kecil ataupun kantor rumahan, dan untuk Corporate ialah diperuntukan untuk kantor-kantor besar yang mencakup jaringan yang luas.

Semakin majunya teknologi dan telekomunikasi di Arthatel, bukan berarti tidak pernah mendapatkan komplain dari pelanggannya, terutama terkait jaringan internet yang lambat maupun tiba-tiba mati. Terkait hal tersebut, Arthatel selalu menyelesaikan masalah tersebut dengan baik, melalui layanan *Customer Care* dengan tahapan penanganan yaitu; 1) menampung keluhan pelanggan; 2) menginformasikan keluhan kepada bagian teknisi untuk di selesaikan; 3) menyampaikan hasil penanganan dan memberi penjelasan kepada pelanggan.

Customer Care di PT. Artha Telekomindo dalam berkomunikasi interpersonal memiliki peran dan tugas penting dalam menangani keluhan pelanggan dan diharapkan selalu baik, ramah dan sopan terhadap pelanggan, pada perusahaan seorang *Customer Care* melakukan komunikasi interpersonal menggunakan media, komunikasi yang efektif sangat dibutuhkan dalam menangani keluhan pelanggan serta mampu memberikan pelayanan terbaiknya agar pelanggan selalu percaya dan tidak merasa kecewa terhadap perusahaan. Oleh karena itu, penulis tertarik membahasnya sehingga laporan akhir ini berjudul “Komunikasi Interpersonal *Customer Care* dalam Menangani Keluhan Pelanggan di PT. Artha Telekomindo.”

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijabarkan diatas, Maka rumusan masalah yang akan dibahas dalam laporan akhir ini sebagai berikut:

- 1) Apa tugas dan peran *Customer Care* di PT. Artha Telekomindo?
- 2) Bagaimana Komunikasi Interpersonal *Customer Care* dalam menangani keluhan di PT. Artha Telekomindo?
- 3) Apa hambatan dari Komunikasi interpersonal *Customer Care* dalam menangani keluhan di PT. Artha Telekomindo dan solusi mengatasinya?

Tujuan

Berdasarkan permasalahan yang telah dikemukakan, maka tujuan yang akan dibahas pada laporan akhir ini meliputi:

- 1) Menguraikan tugas dan peran *Customer Care* di PT. Artha Telekomindo.
- 2) Menjelaskan Komunikasi interpersonal *Customer Care* dalam menangani keluhan di PT. Artha Telekomindo.
- 3) Menguraikan hambatan yang dihadapi dari komunikasi interpersonal oleh *Customer Care* dalam menangani keluhan pelanggan di PT. Artha Telekomindo serta solusi mengatasinya.