

**STRATEGI KOMUNIKASI PUBLIC RELATIONS DALAM
MENANGANI KELUHAN PELANGGAN KANTOR POS
INDONESIA SURABAYA SELATAN**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik
Dan Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana Strata-1
Program Studi Ilmu Komunikasi**



Oleh:

MOHAMMAD KHOIRULAZMAN

NPM: 1151501315

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2020**

**STRATEGI KOMUNIKASI PUBLIC RELATIONS DALAM
MENANGANI KELUHAN PELANGGAN KANTOR POS
INDONESIA SURABAYA SELATAN**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik
Dan Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana Strata-1
Program Studi Ilmu Komunikasi**



OLEH :

MOHAMMAD KHOIRUL AZMAN

NPM : 1151501315

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

2020

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Mohammad Khoirul Azman
N B I : 1151501315
Program Studi : ILMU KOMUNIKASI
Judul : Strategi Komunikasi *Public Relations* Kantor Pos Indonesia
Surabaya Selatan

Menyatakan :

1. Bahwa Skripsi yang saya kerjakan adalah benar karya ilmiah saya sendiri dan atas bimbingan dari dosen pembimbing, bukan hasil plagiat dari karya ilmiah orang lain yang telah dipublikasikan atau karya ilmiah orang lain yang digunakan untuk memperoleh gelar akademik.
2. Bahwa jika saya mengutip atau menulis sebagian dari karya ilmiah orang lain tersebut akan mencantumkan sumber dalam daftar pustaka.
3. Apabila ternyata Skripsi saya terbukti sebagian atau seluruhnya sebagai plagiat karya ilmiah orang lain tanpa menyebutkan sumbernya dan tidak mencantumkan dalam Daftar Pustaka, maka saya bersedia menerima sanksi terberat pencabutan gelar akademik yang telah saya peroleh.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh dan atas dasar kesadaran yang sesadar-sadarnya.

Surabaya,

Yang membuat Pernyataan



(Mohammad Khoirul Azman)

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Mohammad KhoirulAzman
N B I : 1151501315
Judul : Strategi Komunikasi *Public Relations* Kantor Pos
Indonesia Surabaya Selatan

Surabaya, Juli 2020

Mengetahui
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Disetujui oleh
Dosen Pembimbing



Dr Endro Tjahjono, MM



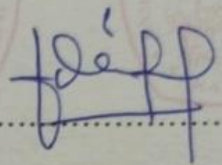
Dra. Ni Made Ida Pratiwi, MM

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

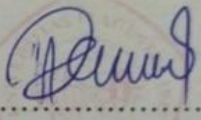
Dipertahankan di depan Sidang Dewan Penguji Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya dan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh Gelar Sarjana pada tanggal: 2 Juli 2020

Dewan Penguji

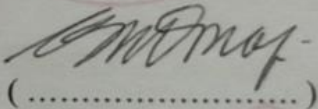
1) Dra. Ni Made Ida Pratiwi, MM
Ketua

(.....)


2) Dewi Sri Andika Rusmana, S.I.Kom
Anggota

(.....)


3) Dr. Teguh Priyo Sadono, MSi
Anggota

(.....)


Mengesahkan

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Mohammad Khoirul Azman


Dr. Endro Tjahjono, MM.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur yang tak terhingga penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat hidayahnya kepada kita, sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi yang berjudul “Strategi Komunikasi *Public Relations* Dalam Menangani Keluhan Pelanggan Kantor Pos Indonesia Surabaya Selatan” dengan baik dan tepat waktu, sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Sarjana Strata 1 (S1) Program Studi Ilmu Komunikasi di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

Penulis juga menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, namun berkat pertolongan Allah SWT, serta tidak lepas dari bantuan bimbingan dari berbagai banyak pihak, sehingga pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa hormat penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya dengan sepuh hati kepada pihak yang telah membantu penulis dalam penyelesaian skripsi ini. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Allah SWT.
2. Kedua orang tua saya serta seluruh saudara-saudari saya yang selalu mendoakan, mendukung, dan memberikan nasihat.
3. Bapak Dr. Mulyanto Nugroho, MM, CMA., CPAI selaku rektor Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
4. Bapak Dr. Endro Tjahjono, MM selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
5. Ibu A.A.I Prihandari Satvikadewi, S.sos.M.Med.Kom selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
6. Ibu Dra. Ni Made Ida Pratiwi, MM selaku dosen pembimbing 1 saya

yang telah memberikan bimbingan, arahan, motivasi, serta kesabaran yang luar biasa sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

7. Pak Bagus Cahyo Shah Adhi Pradana, S.Sos.,M.Kom selaku dosen pembimbing 2 saya yang telah memberikan bimbingan serta arahan, motivasi dan semangat sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
8. Ibu Dra. Indah Murti, M.Si selaku dosen wali saya.
9. Seluruh dosen dan karyawan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, atas ilmu dan bimbingannya selama ini.
10. Para Staf Pos Indonesia Surabaya Selatan
11. Ibuk yang selalu ada dan membantu disaat kesusahan
12. Azmir selaku adik saya yang membantu semangat dan pengingat saya ketika malas
13. Firman sebagai adik saya yang ikut memberikan semangat
14. Ochy yang selalu bertanya akan progres skripsi saya dan memberi semangat
15. Maulina, Yuni dan Kartika teman seperjuangan yang juga selalu memberi semangat
16. Brabas Crew yang selalu menghibur dikala sedang kesusahan dalam keseharian.
17. Kawan-kawan saya C.U Squad yang dari awal semester bersama saya, terimakasih atas dukungan serta waktunya untuk menemani saya belajar di kampus.
18. Para teman seangkatan Maulina, Yuni Dan Kartika yang selalu membantu dan memberikan semangat untuk menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata, penulis mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dan penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua dan menjadi bahan masukan dalam dunia komunikasi

Surabaya, Juli 2020

Mohammad Khoirul Azman

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN DEPAN	i
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK	xiv
ABSTRACT	xv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
1.5 Sistematika Penelitian	11
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1 Hasil Penelitian Terdahulu.....	13
2.2 Landasan Teori	15
2.2.1 Komunikasi.....	15
2.2.2 <i>Public Relations</i>	18
2.2.3 Tujuan <i>Public Relations</i>	20
2.2.4 Peran <i>Public Relations</i>	22
2.2.5 Fungsi <i>Public Relations</i>	24

2.2.6 Strategi Komunikasi	25
2.2.7 Tujuan Strategi Komunikasi	28
2.2.8 Ruang Lingkup Strategi Komunikasi	29
2.2.9 Teknik Strategi Komunikasi	30
2.2.10 Langkah-Langkah Strategi Komunikasi.....	33
2.2.11 Hambatan Strategi Komunikasi	36
2.3 Keluhan Pelanggan.....	38
2.3.1 Pengertian Keluhan Pelanggan	38
2.3.2 Bentuk Penyampaian Keluhan Pelanggan.....	39
2.3.3 Proses Penanganan Keluhan Pelanggan	41
2.3.4 Pencegahan Terjadinya Keluhan Pelanggan di Masa Depan .	49
2.4 Kantor Pos Indonesia Surabaya Selatan	54
2.5 Kerangka Pemikiran	56

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian	60
3.2 Fokus Penelitian	61
3.3 Peran Peneliti.....	61
3.4 Lokasi Penelitian	62
3.5 Jenis dan Sumber Data	63
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	64
3.6.1 Metode Wawancara	64
3.6.2 Metode Dokumentasi	65
3.6.3 Observasi	66
3.7 Teknik Analisis Data	67
3.7.1 Reduksi Data.....	67
3.7.2 Penyajian Data.....	68
3.7.3 Kesimpulan dan Verifikasi	68
3.8 Keabsahan Data	69

BAB IV DESKRIPSI OBJEK, PENYAJIAN DATA DAN

PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Obyek Penelitian.....	70
4.1.1 Profil Kantor Pos Indonesia Surabaya Selatan	70
4.1.2 Sejarah Berdirinya Pos Indonesia	71
4.1.3 Logo atau Lambang Kantor Pos Indonesia	73
4.1.4 Lokasi Kantor Pos Indonesia Surabaya Selatan.....	74
4.1.5 Visi dan Misi Pos Indonesia	75
4.1.6 Penyajian Data	76
4.1.7 Hasil Wawancara.....	76
4.2 Pembahasan	82
4.2.1 <i>Public Relations</i> (Hubungan Masyarakat)	82
4.2.1.1 Humas Pos Indonesia Surabaya Selatan.....	83
4.2.1.2 Tujuan dan Fungsi Humas	85
4.2.2 Strategi Komunikasi	86
4.2.3 Penanganan Keluhan Pelanggan.....	89
4.2.3.1 Menerima Keluhan dengan Baik	90
4.2.3.2 Menunjukkan Empati dan Komunikasi yang Baik	90
4.2.3.3 Memetakan Masalah Keluhan Pelanggan	91
4.2.3.4 Memberikan Solusi Terbaik	91
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan	93
5.2 Saran	94
DAFTAR PUSTAKA	96

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	13
Tabel 2.2 Kerangka Pemikiran	56
Tabel 3.1 Tabel Informan	64
Tabel 4.1 Daftar Nama-Nama Narasumber	76

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Proses Penanganan Keluhan Secara Efektif	41
Gambar 4.1 Kantor Pos Indonesia Surabaya Selatan	70
Gambar 4.2 Logo Kantor Pos Indonesia.....	73
Gambar 4.3 Lokasi Kantor Pos Indonesia Surabaya Selatan.....	75
Gambar 4.4 loket pelayanan kantor pos indonesia surabaya selatan	84
Gambar 4.5 Akun Media Sosial Instagram dan Facebook Kantor Pos Indonesia Surabaya Selatan	88

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Daftar Wawancara.....	99
Lampiran 2 Dokumentasi	101

ABSTRAK

Pos Indonesia adalah sebuah Badan Usaha Milik Negara yang bergerak dalam bidang jasa kurir, logistic dan transaksi keuangan. Sehingga suatu BUMN selayaknya memiliki Public Relations yang bagus dalam menangani keluhan pelanggan supaya eksistensi dan nama baik perusahaan tetap terjaga. Adapun Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana penerapan strategi komunikasi public relations dalam menangani keluhan pelanggan agar pelanggan merasa puas setelah melakukan berbagai keluhan. Lokasi penelitian yaitu kantor Pos Indonesia Surabaya Selatan yang beralamat di jalan Jemur Andayani No.75. Metode penelitian yang digunakan yaitu dengan pendekatan Deskriptif Kualitatif yang bertujuan supaya penelitian yang dilakukan bisa lebih mendalam serta bisa memahami permasalahan yang sebenarnya terjadi di lapangan. Dengan teknik pengumpulan data observasi, wawancara dan dokumentasi. Serta teknik analisa data reduksi data, penyajian data dan verifikasi data dengan menggunakan Versi Miles dan Huberman. Karena setiap permasalahan dan keluhan yang masuk kantor Pos Indonesia Surabaya Selatan dapat terselesaikan dengan baik sehingga pelanggan yang mengadakan keluhan kepada kantor Pos Indonesia Surabaya Selatan merasa puas atas pelayanan yang telah diberikan. Berdasarkan hasil penelitian ini peneliti merekomendasikan terhadap *public relations* kantor Pos Indonesia Surabaya Selatan hendaknya Pos Indonesia Surabaya Selatan melakukan sosialisasi terhadap penggunaan produk jasa layanan agar pelanggan mengerti dan tidak gampang menyampaikan keluhan apabila masalah yang dialami sepele.

Kata kunci : Strategi Komunikasi, *Public Relations*, Kantor Pos Indonesia.

ABSTRACT

Pos Indonesia is a State-Owned Enterprise that is engaged in courier services, logistics and financial transactions. So that an SOE should have a good Public Relations in handling customer complaints so that the existence and good name of the company is maintained. The formulation of the problem in this research is how the application of public relations communication strategies in handling customer complaints so that customers feel satisfied after making various complaints. The research location is the South Surabaya Post Indonesia office located at Jemur Andayani Street No.75. The research method used is a Qualitative Descriptive approach that aims to make the research carried out more in depth and be able to understand the real problems that occur in the field. With data collection techniques of observation, interviews and documentation. As well as data reduction data analysis techniques, data presentation and data verification using Miles and Huberman versions. Because every problem and complaint that enters the South Surabaya Pos Indonesia office can be resolved properly so that the customer who complains to the Pos Indonesia South Surabaya office is satisfied with the service that has been provided. Based on the results of this study, the researcher recommends that the public relations of the South Indonesia Pos Indonesia Surabaya office should Pos Indonesia South Surabaya conduct a socialization of the use of service products so that customers understand and are not easy to submit complaints if the problem is trivial.

Keywords : Communication Strategy, Public Relations, Indonesian Post Office.