



**STRATEGI KOMUNIKASI INTERPERSONAL *CUSTOMER SERVICE* BANK MAYAPADA CABANG PEMBANTU CITRA GARDEN DALAM MENANGANI KELUHAN NASABAH**

**SKRIPSI**

**Oleh :**

**Liviani Theresia Suryanto**

**20180400054**

**FAKULTAS SOSIAL DAN HUMANIORA  
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA  
TANGERANG**

**2024**



**STRATEGI KOMUNIKASI INTERPERSONAL *CUSTOMER SERVICE* BANK MAYAPADA CABANG PEMBANTU CITRA GARDEN DALAM MENANGANI KELUHAN NASABAH**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh  
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

**Oleh :**

**Liviani Theresia Suryanto**

**20180400054**

**FAKULTAS SOSIAL DAN HUMANIORA  
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA  
TANGERANG  
2024**



## LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul Tugas Akhir : Strategi Komunikasi Interpersonal Customer Service  
Bank Mayapada Citra Garden Dalam Menangani  
Keluhan Nasabah

Nama : Liviani Theresia Suryanto

NIM : 20180400054

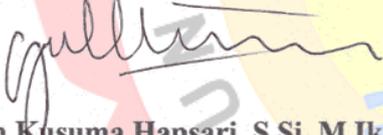
Fakultas : Fakultas Sosial dan Humaniora

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Tugas akhir ini telah disetujui pada tanggal 17 Februari 2024

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Dosen Pembimbing

  
Galuh Kusuma Hapsari, S.Si, M.Ikom  
NIDN: 0401018307

  
Suryadi Wardiana, M.I.Kom  
NIDN: 0411118205



## SURAT REKOMENDASI KELAYAKAN TUGAS AKHIR

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Galuh Kusuma Hapsari, S.Si, M.Ikom

Jabatan : Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Menerangkan bahwa :

Nama : Liviani Theresia Suryanto

NIM : 20180400054

Fakultas : Sosial Humaniora

Program Studi : Ilmu Komunikasi

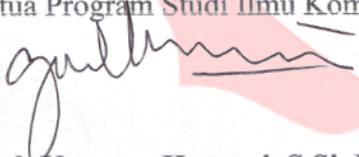
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Interpersonal Customer Service Bank  
Mayapada Cabang Pembantu Citra Garden Dalam  
Mengatasi Keluhan Nasabah

Dinyatakan layak untuk mengikuti Sidang Skripsi.

Tangerang, 22 Februari 2024

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi,

Dosen Pembimbing,

  
**Galuh Kusuma Hapsari, S.Si, M.Ikom**  
NIDN: 0401018307

  
**Suryadi Wardana, M.I.Kom**  
NIDN: 0411118205



## LEMBAR PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Liviani Theresia Suryanto  
NIM : 20180400054  
Fakultas : Sosial dan Humaniora  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Interpersonal Customer Service Bank  
Mayapada Cabang Pembantu Citra Garden Dalam  
Menangani Keluhan Nasabah

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Strata Satu (S-1) pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Sosial dan Humaniora, Universitas Buddhi Dharma.

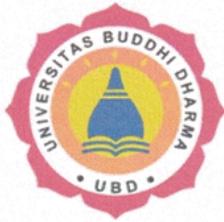
### Tim Penguji

### Tanda Tangan

1. Ketua Penguji : Adrallisman S.S., M.Hum  
NIDN : 0427117501
2. Penguji 1 : Tia Nurapriyanti S.Sos.I.M.IKom  
NIDN : 0310048205
3. Penguji 2 : Riris Mutiara Paulina  
Simamora S.Pd, M.Hum  
NIDN : 0427068703

Dekan Fakultas Sosial dan Humaniora  
Universitas Buddhi Dharma

Sonya Ayu Kumala, S Hum, M.Hum  
NIDN : 0418128601



## PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas Akhir ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Liviani Theresia Suryanto

NIM : 20180400054

Tanda Tangan



Tangerang, 22 Febuari 2024

## KATA PENGANTAR

Penulis mengucapkan puji dan syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa. Penulis berhasil menyelesaikan penelitian berjudul “Strategi Komunikasi Interpersonal Customer Service Bank Mayapada Cabang Pembantu Citra Garden Dalam Menangani Keluhan Nasabah” ini dengan tepat waktu sesuai dengan prosedur yang telah ditentukan. Penelitian ini dilakukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi, Fakultas Sosial dan Humaniora. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa tugas akhir ini tidak dapat diselesaikan dengan baik tanpa adanya bantuan dari semua pihak yang terlibat. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah mendukung penulis.

Penulis mengucapkan Terima Kasih Kepada :

1. Dr. Limajatini, S.E., M.M, selaku Rektor Universitas Buddhi Dharma.
2. Sonya Ayu Kumala, S.Hum, M.Hum selaku Dekan Fakultas Sosial dan Humaniora Universitas Buddhi Dharma.
3. Galuh Kusuma Hapsari, S.Si,M.Ikom, selaku kepala Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Buddhi Dharma.
4. Suryadi Wardiana, M.I.Kom selaku Dosen Pembimbing. Terima kasih untuk setiap arahan dan bimbingan selama penulis menempuh pendidikan di Universitas Buddhi Dharma.
5. Kedua Orang Tua dan Keluarga, yang selalu memberikan dukungan dan doa kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.

6. Lianny Widjaya, selaku pimpinan Bank Mayapada Cabang Pembantu Citra Garden yang sudah memberikan saya kesempatan serta dukungan untuk penulis menyelesaikan penelitian ini.
7. Jessica Suwito, selaku pembimbing rohani yang selalu memberikan dukungan serta kalimat yang membangun kepada penulis.
8. Merry Selvianty, Sisi Cladia, Willy Chandra, Radiant dan teman-teman lain yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu.

Akhir kata, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang terlibat yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu. Penulis berharap kepada Tuhan Yang Maha Esa untuk membalas segala bentuk kebaikan dari semua pihak tersebut. Besar harapan penulis agar skripsi ini dapat memberikan manfaat besar untuk setiap orang yang membacanya, khususnya untuk mahasiswa yang sedang menempuh Studi Ilmu Komunikasi.

Tangerang, 22 Februari 2024

**Liviani Theresia Suryanto**

## ABSTRAK

### **STRATEGI KOMUNIKASI INTERPERSONAL *CUSTOMER SERVICE* BANK MAYAPADA CABANG PEMBANTU CITRA GARDEN DALAM MENANGANI KELUHAN NASABAH**

Strategi komunikasi sangat dibutuhkan untuk kita dapat saling bertukar pikiran, ide maupun informasi. Terutama dalam dunia perbankan, strategi komunikasi interpersonal dapat berguna untuk membangun hubungan dengan nasabah dan mempertahankan nasabah. Dalam hal ini dibutuhkan customer service yang dapat menjadi jembatan penghubung untuk memperkuat hubungan nasabah dengan perbankan. Pada penelitian ini membahas tentang Strategi Komunikasi Interpersonal Customer Service Bank Mayapada Cabang Pembantu Citra Garden Dalam Menangani Keluhan Nasabah. Bagaimana cara customer service menangani nasabah saat muncul keluhan, dengan tujuan mengetahui strategi komunikasi interpersonal seperti apa yang dipakai oleh customer service Bank Mayapada Cabang Citra Garden melalui lima efektivitas komunikasi interpersonal (keterbukaan, kesetaraan, sikap mendukung, empati dan sikap positif). Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif, dengan menggunakan proses pengumpulan data berupa wawancara, observasi dan dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa customer service Bank Mayapada Cabang Citra Garden menggunakan strategi komunikasi interpersonal yang sesuai untuk menangani keluhan nasabah. Customer service berhasil memberikan pelayanan yang baik dan membuat nasabah menjadi nasabah yang setia. Namun perlu adanya peningkatan fasilitas online yang ditujukan kepada nasabah guna untuk meningkatkan kualitas layanan yang akan semakin lebih baik lagi.

Kata Kunci : *Customer Service*, Keluhan, Komunikasi Interpersonal, *Self Disclosure*, Strategi Komunikasi

## **ABSTRACT**

### ***INTERPERSONAL CUSTOMER SERVICE COMMUNICATION STRATEGY MAYAPADA BANK CITRA GARDEN SUPPORTING BRANCH IN HANDLING CUSTOMER COMPLAINTS***

*Communication strategies are needed so that we can exchange thoughts, ideas and information with each other. Especially in the banking world, interpersonal communication strategies can be useful for building relationships with customers and retaining customers. In this case, customer service is needed which can be a connecting bridge to strengthen customer relationships with banks. This research discusses the Interpersonal Communication Strategy of Bank Mayapada Customer Service Citra Garden Sub-Branch in Handling Customer Complaints. How does customer service handle customers when complaints arise, with the aim of finding out what kind of interpersonal communication strategies are used by Bank Mayapada Citra Garden Branch customer service through the five effectiveness of interpersonal communication (openness, equality, supportive attitude, empathy and positive attitude). The research method used is descriptive qualitative, using a data collection process in the form of interviews, observation and documentation. The results of this research indicate that Bank Mayapada Citra Garden Branch customer service uses appropriate interpersonal communication strategies to handle customer complaints. Customer service has succeeded in providing good service and making customers become loyal customers. However, there is a need to improve online facilities aimed at customers in order to improve the quality of service to make it even better.*

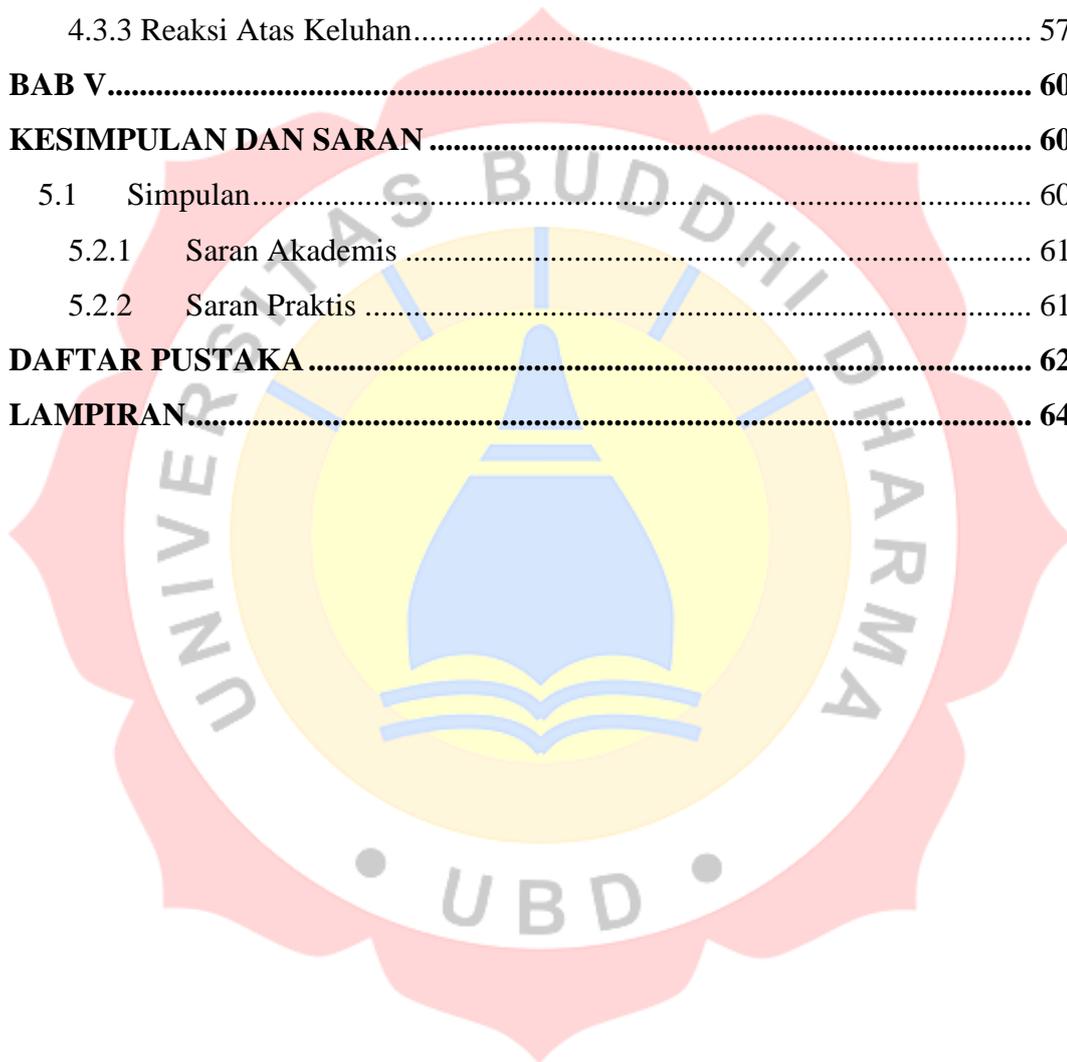
***Keywords: Communication Strategy, Complaints, Customer Service, Interpersonal Communication, Self Disclosure.***

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI</b> .....	Error! Bookmark not defined.
<b>SURAT REKOMENDASI KELAYAKAN TUGAS AKHIR</b> .....	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	Error! Bookmark not defined.
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....	Error! Bookmark not defined.
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vii</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>ix</b>
<b>BAB I</b> .....	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	4
1.4.1 Manfaat Teoretis .....	4
1.4.2 Manfaat Praktis .....	4
<b>BAB II</b> .....	<b>5</b>
<b>TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>5</b>
2.1 Kajian Penelitian Terdahulu .....	5
2.2 Kerangka Teoritis .....	6
2.2.1. Komunikasi.....	6
2.2.1.1 Fungsi Komunikasi .....	7
2.2.1.2. Tujuan Komunikasi.....	8
2.2.2 Komunikasi Interpersonal.....	9
2.2.2.1 Faktor-Faktor Komunikasi Interpersonal.....	10
2.2.2.2 Tujuan Komunikasi Interpersonal.....	11
2.2.2.3 Unsur-Unsur Komunikasi Interpersonal .....	13
2.2.2.4 Strategi Komunikasi Interpersonal.....	14

2.3 Customer Service.....	16
2.3.1 Tugas Customer Service .....	17
2.3.2 Fungsi Customer Service .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.4 Nasabah .....	18
2.4.1 Pengertian Nasabah .....	18
2.4.2 Keluhan Nasabah .....	19
2.5 Proses Manajemen Keluhan Secara Langsung.....	20
2.6 Teori yang Dipakai .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.6.1 Teori pengungkapan diri ( <i>self disclosure</i> ) .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.7 Kerangka Pemikiran .....	22
<b>BAB III.....</b>	<b>23</b>
<b>METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>23</b>
3.1 Paradigma Penelitian .....	23
3.1.1 Pendekatan Penelitian .....	23
3.2 Metode Penelitian .....	24
3.3 Subjek/ Objek Penelitian .....	24
3.3.1 Subjek Penelitian.....	24
3.3.2 Objek Penelitian.....	26
3.4 Teknik Pengumpulan Data .....	26
3.4.1 Data Primer .....	26
3.4.2 Data Sekunder.....	29
3.5 Teknik Analisis Data .....	29
3.6 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	31
3.6.1 Lokasi Penelitian .....	31
3.6.2 Waktu Penelitian.....	31
<b>BAB IV .....</b>	<b>32</b>
<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>32</b>
4.1 Gambaran Umum Subjek Penelitian .....	32
4.1.1 Profil Penelitian.....	32
4.1.2 Profil Informan .....	33

4.2 Hasil Penelitian.....	35
4.2.1 Strategi Komunikasi Interpersonal <i>Customer Service</i> .....	35
4.2.2 Keluhan Pelanggan .....	43
4.3 Pembahasan .....	47
4.3.1 Komunikasi Interpersonal.....	48
4.3.2 Strategi Komunikasi Interpersonal .....	50
4.3.3 Reaksi Atas Keluhan.....	57
<b>BAB V.....</b>	<b>60</b>
<b>KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>60</b>
5.1 Simpulan.....	60
5.2.1 Saran Akademis .....	61
5.2.2 Saran Praktis .....	61
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>62</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>64</b>



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Kehidupan manusia tidak terlepas dari komunikasi yang bertujuan untuk menyampaikan pesan maupun menerima pesan. Tanpa adanya komunikasi kita tidak dapat berinteraksi dengan orang lain. Komunikasi dapat dilakukan secara verbal maupun non verbal, komunikasi inilah yang dapat memudahkan kita untuk menerima semua informasi serta pendapat. Menurut Djamarah (2014:13) komunikasi merupakan proses untuk menyampaikan suatu gagasan dari seseorang kepada orang lain.

Salah satu bentuk dari komunikasi ialah komunikasi antarpribadi atau biasa disebut sebagai komunikasi interpersonal yang merupakan bentuk dari pertukaran informasi, pendapat, ide serta perasaan yang melibatkan dua orang atau lebih. Menurut Deddy Mulyana (2010:62) komunikasi interpersonal merupakan komunikasi antarmanusia secara langsung atau tatap muka yang memungkinkan peserta menangkap reaksi dari orang lain secara langsung, baik secara verbal maupun non verbal.

Konteks interpersonal membahas tentang suatu hubungan dimulai, mempertahankan suatu hubungan dan keretakan suatu hubungan (West 2008:35). Tentunya komunikasi juga memiliki strategi yang dinyatakan oleh pakar perencanaan komunikasi Middleton (2013:61) yang berarti strategi komunikasi

merupakan perpaduan terbaik dari semua bentuk elemen-elemen komunikasi (komunikator, pesan, saluran, penerima, efek) yang sudah dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi optimal.

Strategi komunikasi interpersonal merupakan rencana yang dipilih untuk berinteraksi terhadap seseorang dengan tindakan yang akan dilakukan untuk mencapai suatu tujuan bersama. Strategi komunikasi interpersonal sangat penting dalam perusahaan, salah satunya dalam dunia perbankan. Strategi komunikasi interpersonal sangat diperlukan untuk membangun hubungan dengan nasabah serta mempertahankan nasabah lama agar tetap menjadi nasabah bank.

Menurut Kasmir (2016 :3) Bank merupakan lembaga keuangan yang mempunyai kegiatan utama, yaitu menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkannya kembali dana tersebut ke masyarakat serta memberikan jasa Bank lainnya. Dalam menjalani proses tersebut bank memiliki staff yang biasa disebut dengan *frontliner* yang bertugas untuk melakukan pelayanan kepada nasabah, salah satunya ialah *Customer Service*. Peran dari *Customer service* itu sendiri sebagai jabatan yang menjadi jembatan penghubung untuk memperkuat hubungan nasabah dengan dunia perbankan.

*Customer service* sebagai gerbang utama yang tentunya akan berhadapan langsung dengan nasabah untuk melakukan komunikasi serta membantu memberikan pelayanan kepada nasabah dengan sepenuh hati. *Customer service* diwajibkan untuk memahami semua produk bank, hal tersebut dilakukan agar *customer service* dapat memberikan informasi dan melakukan penjualan produk kepada nasabah.

Untuk menjalankan tugas dengan baik *customer service* harus berpegang penuh pada Standar Operasional Prosedur (SOP) yang sudah ditetapkan pada setiap bank. *Customer service* memiliki tugas dan kewajiban penuh untuk memberikan pelayanan terbaik kepada nasabah untuk melakukan pembukaan dan penutupan rekening tabungan maupun deposito, serta menjual dan menjelaskan tentang segala produk bank maupun menerima dan memberikan solusi kepada nasabah yang mengalami kendala dalam melakukan transaksi. Nasabah adalah pengguna layanan perbankan, menurut OJK (Otoritas Jasa Keuangan) nasabah ialah individu maupun kelompok yang memanfaatkan dan menggunakan fasilitas perbankan baik dalam bentuk jasa maupun produk. (<https://www.ocbc.id/id/article/2022/09/27/>)

Nasabah juga merupakan orang yang mempercayakan bank untuk mengelola hingga menyimpan keuangannya maka dari itu kepuasan nasabah sangat penting dalam dunia perbankan karena pihak bank akan berhubungan langsung dengan kepercayaan nasabah untuk membantu menyelesaikan masalah serta mengatasi berbagai keluhan yang dihadapi oleh setiap nasabah yang datang ke bank.

Kendala dalam bertransaksi yang biasa dialami oleh nasabah ialah kartu ATM yang terblokir karena lupa pin/kartu ATM yang hilang, serta kehilangan bilyet deposito. Permasalahan tersebut harus cepat diselesaikan oleh *customer service* karena hal ini sangat berpengaruh dengan kepercayaan nasabah kepada pihak bank.

Salah satu bank yang ada di Indonesia adalah Bank Mayapada yang didirikan pada tahun 1989. Maka dari itu penulis melakukan penelitian tentang Strategi Komunikasi Interpersonal *Customer Service* Bank Mayapada Cabang Pembantu Citra Garden dalam menangani keluhan nasabah.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Dari pemaparan penulis diatas, maka penulis tertarik untuk meneliti tentang bagaimana strategi *Customer Service* Bank Mayapada Cabang Pembantu Citra Garden dalam menangani keluhan nasabah?.

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui strategi *Customer Service* dalam menangani keluhan nasabah dengan menggunakan strategi Komunikasi Interpersonal di Bank Mayapada Cabang Pembantu Citra Garden.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

### **1.4.1 Manfaat Akademis**

Penelitian ini bermanfaat secara akademis sebagai referensi untuk mengetahui tentang pentingnya strategi komunikasi interpersonal dalam menangani keluhan nasabah. Dan diharapkan peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini melalui sisi lain komunikasi.

### **1.4.2 Manfaat Praktis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai sumber referensi untuk yang ingin melakukan penelitian serupa. Penelitian ini juga bermanfaat bagi masyarakat luas untuk mengetahui lebih dalam tentang pelayanan perbankan dengan komunikasi interpersonal.

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 Kajian Penelitian Terdahulu

Dalam melakukan penulisan skripsi ini penulis menggunakan sumber informasi dari penelitian terdahulu yang lebih awal melakukan penelitian terkait sebagai bentuk perbandingan. Hal ini bertujuan untuk dapat mengetahui kekurangan serta kelebihan yang sudah ada sebelumnya dan menjadi sumber referensi tambahan serta dukungan untuk melengkapi penyusunan skripsi ini. Selain itu penulis juga melakukan pencarian informasi yang penulis dapatkan dari Skripsi, Jurnal dan Jurnal Internasional. Berikut ini adalah daftar penelitian terdahulu yang penulis dapatkan berupa **Skripsi**, yaitu :

**Pertama**, Skripsi dari Mulfadillah Fiergiyani, mahasiswi Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar tahun 2019 dengan judul “Strategi Komunikasi Frontliner Dalam Menangani Komplain Nasabah Di BNI Cabang Bulukumba”. **Hasil Penelitian** ini strategi komunikasi frontliner dalam menangani komplain nasabah di BNI Cabang Bulukumba tergolong pada strategi Image Restoration yang dimana strategi ini tergantung pada misi dan SOP yang berlaku. Metode penelitian menggunakan kualitatif deskriptif dengan tehnik wawancara dan dokumentasi.

**Kedua**, Skripsi dari Ririn Ariska, mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh tahun 2022 dengan judul “Analisis Strategi BSI Dalam Mengatasi Keluhan Nasabah Terhadap Pelayanan (Studi Pada BSI KCP Simpang Surabaya).

**Hasil Penelitian** Customer Service Bank Syariah meningkatkan kualitas pelayanan dengan menerapkan *complaint handling manajement system* (Sistem manajemen penanganan keluhan) yang dilakukan dengan mengumpulkan keluhan nasabah. Metode penelitian menggunakan kualitatif bersifat deskriptif dengan pengumpulan data secara wawancara.

**Ketiga**, Skripsi dari Fiola Nona Arisanti, mahasiswi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau Pekanbaru tahun 2020 dengan judul “Komunikasi Interpersonal *Customer Service* PT Telkom Indonesia Cabang Pekanbaru Dalam Menghadapi Keluhan Pelanggan (Studi : PT Telkom Indonesia Cabang Pekanbaru) tahun 2020. **Hasil Penelitian** *customer service* PT Telkom Indonesia menggunakan komunikasi interpersonal untuk menangani keluhan nasabah. Metode penelitian menggunakan kualitatif dengan menganalisis melalui hasil wawancara, observasi dan memperoleh data komunikasi interpersonal antara *customer service* dan konsumen yang memiliki keluhan transaksi

## 2.2 Kerangka Teoritis

### 2.2.1 Komunikasi

Komunikasi ialah sebuah bentuk percakapan atau pertukaran informasi yang melibatkan dua orang atau lebih. Istilah komunikasi berasal dari bahasa latin yaitu *communication*, yaitu bersumber pada kata *communis* yang memiliki arti sama. Komunikasi dapat berlangsung jika terdapat adanya persamaan makna, dengan kata lain persamaan makna yang dimaksudkan ialah antara si penyampai pesan (komunikator) dengan si penerima pesan (komunikan) harus memiliki kesamaan makna dan pemikiran yang sama. Hal tersebut dilakukan agar tidak

terjadi hambatan dalam komunikasi, sehingga komunikasi berjalan dengan baik dan efektif. Proses pertukaran informasi disebut “transfer informasi” dari komunikator dengan komunikan. Selain hal itu, ada hal lain yang perlu diperhatikan saat kita melakukan komunikasi, saat hendak berkomunikasi hendaknya kita mendengarkan dan memperhatikan lawan bicara kita dan melakukan *eye contact*.

### **2.2.1.1 Fungsi Komunikasi**

Komunikasi sangat berfungsi sebagai salah satu bentuk kelangsungan hidup, selain itu komunikasi merupakan bentuk dari pertukaran informasi, komunikasi juga dapat merubah pendapat, pikiran serta perilaku seseorang. (Effendy, 2006:8) menjelaskan terdapat empat fungsi dari komunikasi, yaitu :

#### **1. Penyampaian Informasi**

Komunikasi merupakan tempat manusia menyalurkan informasi, misal ilmu pengetahuan yang disampaikan lewat buku atau berita yang ada di televisi maupun informasi pribadi yang akan tersampaikan melalui media sosial.

#### **2. Mendidik**

Manusia sudah sedari kecil diajarkan untuk berkomunikasi, manusia dapat bertumbuh dengan baik karena didikan yang disampaikan melalui komunikasi. Saat balita, seorang Ibu akan melakukan interaksi dengan anaknya dengan berkomunikasi sehingga saat semakin bertumbuh anak tersebut akan memahami bahasa.

### **3. Mempengaruhi**

Komunikasi juga dapat mempengaruhi tindakan serta pemikiran seseorang, saat berkomunikasi tentunya kita akan sangat terpengaruh dengan pembahasan yang ada, karena komunikasi dapat mengendalikan pikiran manusia.

### **4. Menghibur**

Komunikasi sebagai media hiburan untuk seseorang. Misalnya untuk menyampaikan rasa simpati ketika seseorang sedang merasakan kesedihan, maka yang menghibur mereka saat kondisi itulah dunia hiburan (Televisi, buku, lagu) semua itu merupakan bentuk dari komunikasi.

#### **2.2.1.2. Tujuan Komunikasi**

Komunikasi memiliki tujuan untuk mengubah pendapat, sikap, perilaku seseorang hingga rasa sosial masyarakat sesuai dengan pesan yang sudah disampaikan oleh pemberi pesan. Sehingga sesuai dengan tujuannya komunikasi bertujuan untuk menyampaikan informasi yang dapat dimengerti oleh penerima pesan. Dan informasi tersebut diharapkan menghasilkan feedback atau umpan balik dari penerima pesan

Menurut Joseph A. Devito (2011:31-33) tujuan dari komunikasi yaitu:

1. Untuk Berhubungan, bahwa setiap manusia memiliki keinginan untuk merasa dicintai dan disukai, untuk menyukai dan memiliki keinginan untuk mencintai.
2. Untuk Meyakinkan, bahwa di era komunikasi modern ini, setiap individu seringkali bertindak sebagai salah satu konsumen dari bentuk pesan yang disampaikan oleh media. Media massa seringkali membujuk setiap orang mengubah sikap dan perilakunya.

### 2.2.2 Komunikasi Interpersonal

Komunikasi Interpersonal merupakan proses pertukaran informasi, pendapat dan perasaan yang terjadi antar dua orang maupun lebih. Dalam terjadinya komunikasi interpersonal adanya *feedback* atau umpan balik sangat mungkin terjadi. Hal ini dikarenakan komunikator dan komunikan akan saling mengirimkan pesan serta menerima pesan secara bergantian.

Menurut r.Wyne Pace (1979) dalam Cangara, 2007:32) Komunikasi dapat dilakukan dengan tiga bentuk percakapan (dialog, wawancara, dan percakapan) sifat dari komunikasi tersebut ialah menerima feedback satu sama lain, spontan dan informasi, partisipan berperan dengan fleksibel.

Komunikasi interpersonal yang terjadi antar dua orang atau lebih terjadi dengan adanya tujuan untuk saling mempengaruhi dan memberikan pendapat satu sama lain. Hal tersebut berarti setiap individu yang terlibat didalam komunikasi membutuhkan komunikasi interpersonal yang baik agar setiap tujuan yang ada dapat menciptakan hubungan yang lebih baik.

Menurut Devito (1997:231) komunikasi interpersonal dapat diamati dengan komponen utama yakni penyampaian pesan kepada penerima pesan oleh satu orang ataupun lebih dengan berbagai dampak yang kemudian menimbulkan adanya umpan balik (*feedback*). Komunikasi interpersonal juga mempunyai hubungan yang jelas dan dapat dilihat sebagai akhir dari proses perkembangan komunikasi yang tidak bersifat pribadi (interpersonal) menjadi komunikasi yang intim.

### 2.2.2.1 Faktor-Faktor Komunikasi Interpersonal

Komunikasi interpersonal dilakukan dua orang atau lebih yaitu salah satu sebagai komunikator yang mempunyai peran untuk menyampaikan pesan sedangkan individu lain sebagai komunikan yang mempunyai peran untuk menerima pesan. Komunikasi interpersonal dapat berlangsung dengan lancar atau tidak dipengaruhi oleh beberapa faktor menurut Devito (2010:259-264), yaitu :

#### 1. Keterbukaan (*openness*)

Kualitas keterbukaan mengacuh tiga aspek komunikasi interpersonal. Pertama, komunikator interpersonal yang efektif harus terbuka kepada orang yang diajaknya berinteraksi dan sebaliknya.

Kedua, mengacuh pada kesediaan komunikator untuk berinteraksi secara jujur terhadap stimulus yang datang. Ketiga, mengacuh pada “kepemilikan” perasaan dan pikiran.

#### 2. Kesetaraan (*equality*)

Kedua pihak yang berkomunikasi harus mengakui bahwa dirinya sama-sama bernilai dan berharga.

Kesetaraan meminta kita untuk memberikan penghargaan positif yang tak bersyarat kepada orang lain.

#### 3. Sikap Mendukung (*Supportivness*)

Sikap mendukung adalah sebuah pandangan yang mendukung membantu bersama-sama. Sebuah bentuk hubungan interpersonal yang efektif adalah sebuah hubungan yang dimana terdapat sikap mendukung suatu konsep yang perumusannya dilakukan berdasarkan karya Jack Gibb. Komunikasi yang

terbuka dan empati tidak dapat berlangsung dalam suasana yang tidak mendukung.

#### **4. Empati**

Dapat didefinisikan empati sebagai kemampuan seseorang untuk mengetahui apa yang sedang dialami orang lain pada suatu saat tertentu dari sudut pandang orang lain melalui kaca mata orang itu. Pengertian empati ini akan membuat seseorang lebih mampu menyesuaikan komunikasinya.

#### **5. Sikap Positif**

Sikap positif dalam komunikasi interpersonal dinyatakan dalam dua cara, yaitu:

- Menyatakan sikap positif, dengan menunjukkan ketertarikan terhadap percakapan yang sedang berlangsung.
- Mendorong orang yang menjadi teman kita berinteraksi secara positif, dorongan ini adalah sebuah istilah yang berasal dari kosa kata umum yang dipandang sangat penting baik dalam analisis interaksional maupun dalam interaksi antar manusia secara umum.

#### **2.2.2.2 Tujuan Komunikasi Interpersonal**

Tujuan komunikasi interpersonal menurut De Vito adalah :

1. **Untuk Belajar (*to learn*)**, Komunikasi interpersonal memungkinkan orang untuk belajar tentang diri sendiri dan orang lain. Bentuk dari komunikasi ini juga termasuk dalam proses perbandingan sosial yang membentuk individu memiliki kemampuan untuk mengevaluasi diri sendiri dan membandingkan dengan orang lain.

2. **Untuk Berhubungan (*to relate*)**, Komunikasi interpersonal bertujuan untuk menjaga hubungan serta relasi dengan orang lain.
3. **Untuk Meyakinkan (*to influence*)**, Komunikasi interpersonal bertujuan untuk meyakinkan diri kita sendiri maupun terhadap orang lain.
4. **Untuk Bermain (*to play*)**, Komunikasi interpersonal bertujuan untuk menghibur diri sendiri dan juga orang lain. Tujuan utama ialah menarik perhatian orang agar apa yang diinginkan dapat terwujud.
5. **Untuk Menolong (*to help*)**, Komunikasi interpersonal dapat menjadi penolong untuk memberikan saran dan kritik, serta untuk mengungkapkan rasa empati dan memberikan dukungan satu sama lain.

Adapun tujuan komunikasi interpersonal menurut Widjaja (2000:122) adalah :

1. **Untuk mengenal diri sendiri dan orang lain**, komunikasi interpersonal tentunya memberikan kita kesempatan untuk lebih mengenal diri sendiri. Dengan kita mengenal diri kita sendiri tentunya kita akan lebih memahami tentang sikap dan perilaku kita. Komunikasi interpersonal juga mengajarkan kita untuk membatasi pengetahuan orang lain terhadap diri kita. Dan juga mengetahui sikap serta perilaku orang lain.
2. **Untuk memahami dunia luar**, komunikasi interpersonal memungkinkan kita untuk memahami dan mengetahui segala bentuk objek serta keadaan di lingkungan sekitar.
3. **Untuk memelihara hubungan**, manusia merupakan makhluk sosial yang tidak akan terlepas dari bantuan orang lain. Dalam kehidupan keseharian kita sangat

diperlukan adanya komunikasi interpersonal untuk tetap menjaga dan memelihara hubungan dengan sosial dengan orang lain.

4. **Untuk mengubah sikap dan perilaku**, komunikasi interpersonal membuat kita berupaya untuk menggunakan sikap perilaku orang lain.
5. **Untuk mendapatkan hiburan**, sebagai manusia kita memiliki kegiatan yang dapat memperoleh kesenangan. Misalnya, dengan membahas liburan bersama keluarga atau bermain. Tanpa kita sadari semua bentuk kegiatan tersebut membutuhkan komunikasi interpersonal.
6. **Untuk membantu orang lain**, tugas yang besar juga membutuhkan komunikasi interpersonal (Psikolog, psikiater dll). Hal tersebut menandakan bahwa tujuan dari adanya komunikasi interpersonal untuk membantu satu sama lain.

### 2.2.2.3 Unsur-Unsur Komunikasi Interpersonal

Komunikasi interpersonal menurut Hafied Cangara (2005:21) dapat terjadi jika mendapat dukungan dari unsur-unsur komunikasi, yaitu :

1. **Sumber**, merupakan pengirim informasi yang terjadi dalam kelompok maupun individu. Menurut Riyono Pratiko (1987:22) sumber merupakan asal atau gagasan yang dijadikan sebagai pesan.
2. **Pesan**, merupakan isi dalam informasi yang disampaikan komunikator kepada komunikan. Pesan tersebut dapat berupa verbal maupun non verbal. Pesan verbal berarti semua jenis komunikasi dilakukan secara lisan, sedangkan non verbal merupakan bentuk pesan yang disampaikan dengan bentuk perilaku, ekspresi, maupun gerakan tangan.

3. **Media**, merupakan sarana untuk menyampaikan dan menerima pesan atau informasi. Media dapat berupa televisi, radio, maupun indra manusia.
4. **Penerima**, merupakan sasaran yang dituju oleh komunikator . penerima akan menerima pesan dari sumber yang ada.
5. **Efek**, merupakan bentuk perbedaan dan perubahan perilaku penerima sebelum maupun sesudah menerima pesan.
6. **Umpan balik**, merupakan tanggapan yang akan diterima komunikator ketika pesan sudah tersampaikan. Adanya *feedback* atau umpan balik menandakan bahwa komunikan sudah menerima pesan yang disampaikan oleh komunikator.
7. **Lingkungan**, merupakan kondisi atau keadaan tempat terjadinya komunikasi interpersonal yang terdiri dari lingkungan fisik, lingkungan psikologis, maupun lingkungan sosial budaya.

#### **2.2.2.4 Strategi Komunikasi Interpersonal**

Menurut Anwar Arifin dalam buku Strategi Komunikasi (2010:10) menyatakan bahwa strategi merupakan bagian dalam keputusan kondisional tentang aktivitas yang dilakukan untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Menurut Effendy (2013:35) terdapat empat faktor penting yang harus diperhatikan untuk menyusun strategi komunikasi interpersonal:

1. Mengenal khalayak, komunikator dan komunikan tidak hanya harus berhubungan melainkan saling mempengaruhi.
2. Menyusun pesan, menentukan topik pembicaraan serta membangkitkan perhatian khalayak merupakan bagian penting untuk mempengaruhi khalayak.

3. Menentukan metode, dilihat dari dua aspek: menurut cara pelaksanaannya dan menurut bentuk isinya. menurut cara pelaksanaannya, dapat diwujudkan dalam dua bentuk, yaitu: metode *redundancy* dan *canalizing*.

Sedangkan yang kedua menurut bentuk isinya dikenal dengan metode : Informatif, persuasif, edukatif, kursif. Metode *redundancy* adalah mengulang-ulang pesan pada khalayak agar dapat terpengaruh. Metode *canalizing* yaitu perlahan-lahan mengubah sikap dan pola pemikirannya ke arah yang dikehendaki, agar pesan yang disampaikan dapat mempengaruhi cara pandangnya. Metode informatif, lebih ditujukan pada penggunaan logika bagi khalayak, dan dilaksanakan dengan memberikan pernyataan berupa: keterangan, penerangan, berita, dan lain - lain. Metode persuasif yaitu mempengaruhi dengan cara membujuk. Metode edukatif, memberikan sesuatu gagasan pemikiran kepada khalayak berdasarkan fakta, dengan tujuan mengubah tingkah laku manusia ke arah yang di inginkan. Metode kursif, mempengaruhi khalayak dengan paksaan dan tidak memberi kesempatan berpikir untuk menerima pemikiran yang dilontarkan, pada umumnya berbentuk peraturan atau intimidasi.

4. Memilih media komunikasi, memilih salah satu media untuk melakukan penyampaian pesan atau informasi. Pemilihan media juga tergantung kepada tujuan yang ingin dicapai.

### 2.3 Customer Service

*Customer Service* merupakan peran yang penting dalam proses pertahanan perusahaan yang berhubungan secara langsung dengan customer. *Customer Service* adalah petugas bank yang berinteraksi dengan customer. *Customer service* memiliki kewajiban untuk membantu nasabah dan memberikan kepuasan kepada nasabah.

Dalam dunia perbankan *customer service* berperan penting untuk memberikan penawaran kepada nasabah terhadap produk bank, serta mempertahankan nasabah lama agar tetap menjadi nasabah bank. *Customer service* bank harus memberikan pelayanan sebaik mungkin karena hal tersebut sangat mempengaruhi loyalitas pelanggan terhadap bank. *Customer service* berperan sebagai media untuk membangun dan memperkuat hubungan perusahaan dengan pihak nasabah.

Menurut Kasmir (2014:249) secara umum pengertian *customer service* adalah setiap kegiatan yang diperuntukkan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan kepada nasabah, melalui layanan yang diberikan sehingga dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan nasabah. *Customer service* secara umum adalah setiap kegiatan yang diperuntukkan atau ditujukann untuk memberikan kepuasan kepada nasabah melalui pelayanan yang akan memenuhi keinginan dan kebutuhan nasabah. *Customer service* bank dalam melayani para nasabah selalu berusaha menarik dengan cara merayu para calon nasabah agar menjadi nasabah bank yang bersangkutan dengan berbagai cara.

### 2.3.1 Tugas Customer Service

Banyak nasabah yang masih beranggapan bahwa *customer service* sebagai pusat informasi saja, padahal kenyataannya *customer service* juga memberikan pelayanan jasa-jasa dan produk dari perusahaan. Setiap *customer service* tentunya mempunyai fungsi dan tugas yang harus dilakukannya. Fungsi dan tugas yang harus benar-benar dipahami dan dilaksanakan dengan sebaik-baiknya sehingga dapat menjalankan tugasnya secara optimal.

Tugas customer service sebagai berikut :

#### 1. Sebagai Receptionist

Artinya *customer service* sebagai penerima tamu atau nasabah yang datang ke bank. Dalam menerima tamu *customer service* harus bersikap ramah, sopan, menyenangkan. Dalam hal ini *customer service* harus bersikap memberikan perhatian, berbicara dengan suara yang lembut dan jelas dengan bahasa yang mudah dimengerti.

#### 2. Sebagai Sales

Artinya *customer service* sebagai orang yang menjual produk perbankan sekaligus mencari nasabah baru, mengatasi dan menjawab segala permasalahan nasabah.

#### 3. Sebagai CRO (Customer Relation Officer)

CRO sebagai orang yang membina hubungan baik kepada seluruh nasabah. Dalam menjaga hubungan baik kepada nasabah dengan cara menjaga image bank sehingga nasabah merasa senang, puas, dan semakin percaya kepada bank.

#### **4. Sebagai Komunikator**

*Customer service* sebagai orang yang menghubungi nasabah dan memberikan informasi tentang segala sesuatu yang ada hubungannya antara bank dengan nasabah.

#### **2.4 Nasabah**

##### **2.4.1 Pengertian Nasabah**

Nasabah merupakan istilah yang ada dalam dunia perbankan, akan tetapi nasabah tidak hanya merujuk kepada pelanggan bank saja. Menurut OJK nasabah merupakan perseorangan yang menggunakan fasilitas bank, baik dalam bentuk produk maupun dalam bentuk jasa. Menurut Boediono (2003:35) nasabah merupakan orang yang harus mendapatkan perhatian serta kepedulian dalam hal organisasi berorientasi kepadanya hingga kemudian dapat mampu bertahan pada era persaingan yang semakin lama semakin tinggi. Nasabah terbagi dalam dua jenis kategori, yaitu:

##### **1. Nasabah Penyimpanan**

Nasabah penyimpanan merupakan nasabah bank yang menempatkan keuangannya di bank untuk disimpan untuk menabung saja atau menjadikan sebagai simpanan berjangka (deposito).

##### **2. Nasabah Debitur**

Nasabah debitur merupakan jenis nasabah bank yang mendapatkan fasilitas kredit maupun fasilitas pembiayaan dari pihak bank setelah melewati proses pengajuan, persetujuan dan perjanjian dengan pihak bank.

Adapun keuntungan menjadi nasabah bank, yaitu:

1. Keamanan dalam menyimpan dana terjamin, karena bank diawasi oleh berbagai lembaga pemerintah, seperti OJK (Otoritas Jasa Keuangan dan LPS (Lembaga Penjamin Simpanan).
2. Mendapatkan keuntungan dalam berinvestasi maupun simpanan berupa bunga.
3. Kemudahan dalam melakukan transaksi, seperti tarik tunai, transfer dana dan berinvestasi.
4. Ikut serta membantu pemerintah dalam upaya meningkatkan inklusi keuangan.

#### **2.4.2 Keluhan Nasabah**

Keluhan nasabah (customer complaints) merupakan umpan balik (feedback) dari nasabah yang ditujukan kepada pihak bank yang biasanya cenderung negative. Umpan balik dapat dilakukan oleh nasabah secara bentuk lisan atau tertulis.

Keluhan nasabah merupakan kesempatan untuk mempererat hubungan serta kepercayaan nasabah. Strategi komunikasi dalam menangani keluhan yang dilakukan dengan baik akan memberikan peluang untuk mengubah sikap nasabah yang tadinya tidak puas menjadi sangat puas. Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa keluhan merupakan strategi untuk mempererat hubungan antara bank dengan nasabah.

Penanganan keluhan sangat penting untuk diperhatikan salah satunya adalah sikap empati. Empati yang dimaksudkan ialah saat nasabah sedang mengalami kendala maupun disaat nasabah sedang marah. Kecepatan dalam menangani

keluhan juga harus diperhatikan oleh *customer service* agar nasabah dapat segera menemukan solusi yang sedang dialami. Keluhan nasabah dalam dunia perbankan dapat dijadikan sebagai bentuk dari evaluasi masukan dari kinerja yang sudah dilakukan oleh bank. Dengan adanya keluhan nasabah, pihak bank akan mengetahui apa saja kekurangan yang harus segera diperbaiki. Keluhan nasabah juga merupakan bentuk aspirasi nasabah yang terjadi karena adanya ketidakpuasan terhadap produk maupun jasa yang digunakan.

## **2.5 Proses Manajemen Keluhan Secara Langsung**

Menurut Stauss dan Seidel (2010), manajemen keluhan secara langsung merupakan proses yang dapat terjadi pada saat adanya kontak antara pelanggan/nasabah dan petugas layanan suatu lembaga. Manajemen keluhan secara langsung terdiri dari beberapa tahap, yaitu sebagai berikut :

### **1. Stimulasi Keluhan (*Complaint Stimulation*)**

Pelanggan yang merasa tidak puas akan menyampaikan keluhan secara langsung melalui media sosial maupun review secara online. Oleh karena itu perlu stimulasi dari penyedia layanan agar para pelanggan dapat menyuarakan ketidakpuasannya secara langsung. Stauss dan Seidel (2010) menyatakan bahwa stimulasi keluhan dapat dilakukan dengan memberikan layanan untuk menyampaikan keluhan secara tertulis, dan menyediakan kontak telepon. Bank Mayapada sendiri telah menyediakan layanan untuk menyampaikan keluhan maupun mendapatkan informasi yang dapat diakses dalam situs <https://www.bankmayapada.com/id> yang dapat diakses 24 jam, dan beserta layanan My Call di (150-0029).

## 2. Penerimaan Keluhan (*Complaint Acceptance*)

Tahap penerimaan keluhan berkaitan dengan mengorganisasikan input berupa keluhan pelanggan yang baru saja diterima dan proses pendokumentasiannya informasi dari keluhan (Stauss dan Seidel, 2010). Tahap penerimaan keluhan di Bank Mayapada Cabang Citra Garden diawali dengan menerima keluhan pelanggan melalui layanan telepon, maupun melalui pesan whatsapp customer service maupun pelanggan yang langsung datang ke Bank Mayapada guna menyampaikan keluhan transaksi.

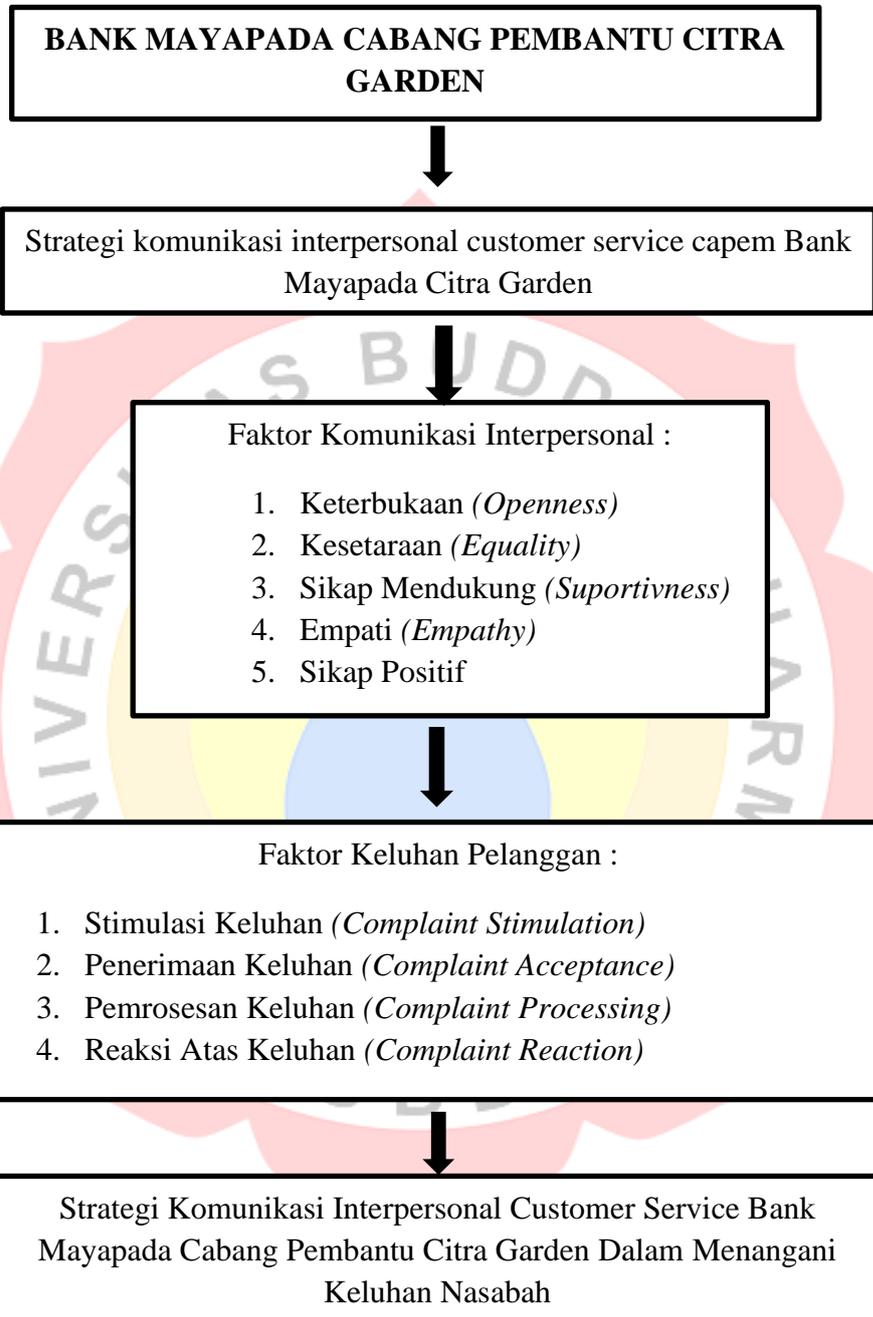
## 3. Pemrosesan Keluhan (*Complaint Processing*)

Pemrosesan keluhan berkaitan dengan pengorganisasian prosedur pengolahan keluhan secara internal, penentuan tanggung jawab dan batas waktu yang jelas, serta adanya mekanisme pengawasan (Stauss dan Seidel, 2010). Tentunya *customer service* maupun pihak Bank akan segera melakukan tindakan setelah menerima keluhan pelanggan, untuk menangani hal tersebut dibutuhkan waktu yang tepat agar pelanggan tidak merasa kecewa dan merasa tidak ditanggapi.

## 4. Reaksi Atas Keluhan (*Complaint Reaction*)

Reaksi atas keluhan terjadi disaat pelanggan menyampaikan keluhan dan mengalami kerugian, dalam reaksi atas keluhan terdapat adanya kompensasi yang diberikan oleh pihak Bank. Bank Mayapada sendiri memiliki berbagai kompensasi finansial maupun non finansial. Salah satu contoh kompensasi finansial yaitu diberikan kenaikan bunga deposito ataupun voucher belanja untuk nasabah, maupun kompensasi non finansial berupa permintaan maaf maupun penjelasan terhadap keluhan yang dialami oleh nasabah.

## 2.7 Kerangka Pemikiran



## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **3.1 Paradigma Penelitian**

Paradigma merupakan landasan dasar yang digunakan oleh peneliti yang bertujuan agar penelitian yang sedang dijalankan mampu berjalan dengan baik (Creswell, 2018:46). Paradigma adalah sebuah gambaran dalam cara pandang untuk dapat mengetahui dan memahami kepelikan didalam dunia nyata. Menurut Khun paradigma adalah suatu cara dalam sudut pandang, nilai, metode dan prinsip dasar dalam memecahkan masalah yang dipercayai oleh masyarakat ilmiah pada suatu masa tertentu. Jenis penelitian ini menggunakan kualitatif deskriptif yang melibatkan wawancara, observasi dan dokumentasi.

##### **3.1.1 Pendekatan Penelitian**

Dalam metode penelitian pada hakikatnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu (Sugiyono, 2012:1). Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode kualitatif secara deskriptif yang disajikan dengan bentuk deskripsi menurut bahasa, cara pandang dan subjek penelitian yang berkaitan dengan masalah yang akan diteliti.

Menurut (Rakhmat, 2014:25) penelitian deskriptif bertujuan untuk mengumpulkan informasi aktual secara rinci dengan melukiskan gejala yang ada serta mengidentifikasi gejala yang berlaku. Menurut (Martono, 2015: 212) penelitian kualitatif merupakan penelitian yang berupaya menganalisis kehidupan sosial dengan cara menggambarkan dunia sosial dari sudut pandang atau interpretasi individu (informan) dalam latar alamiah

Tujuan digunakannya pendekatan kualitatif adalah untuk dapat menggambarkan serta memberikan ringkasan berbagai situasi, kondisi serta berbagai fenomena realitas sosial yang terjadi di masyarakat yang telah menjadi objek penelitian sekaligus berusaha untuk dapat menyimpulkan sebuah realitas itu sebagai suatu ciri, karakter, sifat, tanda, atau gambaran tentang keberadaan sebuah kondisi, situasi, serta fenomena tertentu (Bungin, 2011:68).

### **3.2 Metode Penelitian**

Metode penelitian dalam penelitian ini adalah studi kasus. Menurut Yin (2013, p. 18) Studi kasus adalah inkuiri empiris yang menyelidiki fenomena di dalam konteks kehidupan nyata, bilamana batas-batas antara konteks dan fenomena tak tampak tegas dan dimana multisumber bukti dimanfaatkan.

Dalam metode penelitian ini, studi kasus berguna untuk memahami serta menganalisis suatu peristiwa yang sedang atau bahkan telah terjadi dengan mengambil seluruh informasi yang ada yang nantinya akan diolah agar mendapatkan hasil berupa solusi untuk masalah yang ada dapat diselesaikan dengan baik dan tepat.

### **3.3 Subjek/ Objek Penelitian**

Dalam sebuah penelitian diperlukan adanya subjek dan objek penelitian, subjek dan objek penelitian dapat didefinisikan sebagai berikut :

#### **3.3.1 Subjek Penelitian**

Pada penelitian kualitatif, diperlukan subjek penelitian sebagai sumber untuk mendapatkan data yang diperlukan pada penelitian. Subjek penelitian disebut

sebagai informan yang nantinya akan diwawancara untuk memperoleh data yang diperlukan. Informan dipilih berdasarkan dengan hubungan pada objek penelitian atau memiliki keterkaitan pada objek penelitian, agar data yang didapatkan dapat akurat.

Pada penelitian ini, yang menjadi subjek penelitiannya adalah strategi komunikasi interpersonal dan juga data yang diperoleh dari hasil wawancara yang telah dilakukan kepada beberapa informan.

Key informan ditentukan dengan berdasarkan pada seberapa penting peran yang dilakukan pada Bank Mayapada Capem Citra Garden. Key informan yang dipilih adalah Luki Aprian selaku kepala bagian operasional dan juga Sisi Cladia selaku customer service. Mereka dipilih oleh peneliti karena mereka terjun langsung untuk menangani berbagai keluhan nasabah. Informan seperti Merry Selvianty, Tandriyan, Riyanto Agus mereka dipilih karena merupakan nasabah yang rutin melakukan transaksi di Bank Mayapada cabang citra garden.

Dalam penelitian ini, terdapat dua jenis informan yang digunakan yaitu key informan dan informan.

*Key Informan:*

- a. Kepala Bagian Operasional Bank Mayapada Capem Citra Garden, Luki Aprian
- b. Customer Service Bank Mayapada Capem Citra Garden, Sisi Cladia

*Informan:*

- a. Merry Selvianty sebagai nasabah 1
- b. Tandriyan sebagai nasabah 2
- c. Riyanto Agus nasabah 3

### **3.3.2 Objek Penelitian**

Objek mempunyai pengertian sebagai segala hal yang ada dalam sekitar lingkungan kehidupan. Menurut Sugiyono (2010:49) menyatakan bahwa penelitian kualitatif disebut social situation atau situasi sosial yang berlandaskan pada tiga elemen, yaitu tempat, pelaku dan aktivitas yang interaksinya berlangsung secara sinergis. Pada sebuah penelitian, terutama kualitatif, orang yang ada dalam wawancara atau objek penelitian dikatakan sebagai pemberi informasi yang artinya orang tersebut mampu menghasilkan informasi berupa data yang peneliti ingin dapatkan dalam penelitian tersebut.

Objek dalam penelitian ini adalah nasabah Bank Mayapada Citra Garden yang nantinya akan diteliti mengenai strategi komunikasi interpersonal yang dilakukan *customer service* dalam menangani keluhan nasabah.

### **3.4 Teknik Pengumpulan Data**

Teknik Pengumpulan data adalah sebuah cara yang digunakan oleh seorang peneliti untuk mengumpulkan data yang diperlukan. Adapun Teknik dalam sebuah pengumpulan data dibagi menjadi 2 (dua) bagian, diantaranya: Data Primer dan Data Sekunder.

#### **3.4.1 Data Primer**

Menurut Esternburg (Sugiyono, 2018) memberikan pengertian dari wawancara sebagai berikut:

*“a meeting of two persons to exchange information and idea trough question and respons, resulting in communication and joint construction of meaning about a particular topic”*. Dari definisi tersebut dapat dikatakan bahwa kegiatan wawancara

dilakukan terhadap dua orang yang saling memberikan informasi yang dapat berupa ide yang dilakukan dengan sebuah kegiatan tanya jawab, sehingga dapat menemukan sebuah makna dari suatu pembicaraan tertentu terkait topik yang sedang dibicarakan atau diteliti. (Esternburg, 2002). Adapun terdapat metode yang digunakan dalam mendapatkan data primer adalah dengan menggunakan observasi, wawancara mendalam dengan Customer Service dan nasabah Bank Mayapada Cabang Citra Garden.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan data primer untuk mengumpulkan data atau untuk mendapatkan data yang akurat dalam penelitian ini, yaitu:

### **1. Observasi**

Melalui sebuah observasi, peneliti belajar tentang sebuah perilaku serta sebuah makna dari perilaku tersebut (Marshall, 1995). Observasi merupakan sebuah kegiatan yang kita lakukan sebagai bentuk sebuah deskripsi terhadap penelitian yang akan dikembangkan. Observasi merupakan sebuah metode pengumpulan data yang sering kali peneliti gunakan dalam proses penelitian dengan menggunakan metode kualitatif yang akan berfokus pada suatu fenomena untuk di deskripsikan.

(Kriyantono, 2020) Dalam sebuah observasi ini peneliti turut datang langsung ke Bank Mayapada cabang pembantu Citra garden untuk melihat langsung bagaimana strategi komunikasi interpersonal yang dilakukan *Customer service* bank tersebut dalam menangani keluhan nasabah. Adapun observasi yang dilakukan meliputi rekaman suara serta berupa catatan. Observasi berlangsung

selama tiga (3) bulan terhitung dari November 2023 sampai dengan Januari 2024 dengan penelitian yang mengamati nasabah yang datang ke Bank Mayapada Cabang Citra Garden untuk memberikan keluhan.

## 2. Wawancara

Teknik wawancara merupakan suatu kegiatan dalam bentuk percakapan antara peneliti dengan harapan mendapatkan informasi dari sebuah penelitian dari seorang informan, informan sendiri dapat dikatakan adalah seseorang yang memiliki sebuah informasi atau pesan terhadap suatu objek pada sebuah penelitian (Berger, 2000 H.111) dalam buku (Kriyantono, 2020).

Wawancara merupakan sebuah pertemuan yang dilakukan dengan secara sengaja antara dua orang yang saling memberikan pesan atau informasi yang dilakukan dengan sebuah pertanyaan yang dilontarkan, sehingga dapat memberikan makna dari topik tertentu. Jadi maksud dari adanya sebuah wawancara dapat disimpulkan peneliti yang sedang dalam melakukan penelitian akan mengetahui hal-hal yang lebih banyak terkait apa yang sedang diteliti sehingga dapat memberikan gambaran situasi dan fenomena yang sedang terjadi.

Wawancara yang dilakukan peneliti dalam penelitian ini melalui wawancara secara langsung kepada 3 (tiga) nasabah, 1 (satu) *customer service* dan 1 (satu) Kepala Bagian Operasional Bank Mayapada khususnya Bank Mayapada cabang citra garden, mengenai strategi komunikasi interpersonal yang dilakukan *customer service* dalam menangani keluhan nasabah Bank Mayapada cabang citra garden.

Jika suatu hubungan baik telah dilakukan dan kepercayaan sudah didapatkan maka informan akan memberikan informasi yang dibutuhkan oleh peneliti untuk melakukan penelitian tanpa ada rasa curiga, Khawatir atau timbul rasa malu. Dengan wawancara ini data yang diperlukan oleh peneliti dapat tercapai sesuai dengan yang telah direncanakan. (Kriyantono, 2020).

### **3. Dokumentasi**

Dokumentasi digunakan dalam sebuah penelitian sebagai pengumpulan data hasil wawancara dan observasi yang dilakukan oleh peneliti yang akan dipelajari setelah dilakukannya wawancara dengan narasumber. Dokumentasi yang dilakukan dalam penelitian ini dengan mengambil gambar/foto dengan narasumber. Sumber utama berada di dalam kantor cabang pembantu Bank Mayapada cabang citra garden yang didukung oleh sumber-sumber yang memiliki kredibilitas dalam hal terkait.

#### **3.4.2 Data Sekunder**

Data Sekunder adalah jenis data yang tidak dapat langsung memberikan data kepada pengumpul data dalam melakukan penelitian. misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen (Sugiyono, 2015:121). Pengumpulan data sekunder dilakukan dengan cara menggunakan studi kepustakaan seperti buku, jurnal maupun literature.

### **3.5 Teknik Analisis Data**

Dalam penelitian ini menggunakan teknik analisi yang dikemukakan oleh Miles dan Huberman (1984) dalam (Sugiyono, 2018) mengatakan sebuah aktifitas dalam kegiatan analisis dari suatu data kualitatif dilakukan dengan interaktif serta

dilakukan sampai dengan selesai. Analisa data dilakukan dari mulai tahapan pengumpulan data yang akan dilakukan dengan reduksi data, display data dan tahapan akhir dengan penarikan kesimpulan.

a. Tahap Pengumpulan Data

Dalam tahap ini peneliti yang sudah mewawancarai akan mendapatkan hasil dari wawancara tersebut dan mulai melakukan pengumpulan data yang diberikan oleh narasumber terkait data yang diperlukan sehingga dapat dijadikan landasan untuk melakukan penelitian terkait judul yang peneliti buat.

b. Reduksi Data

Dalam proses ini peneliti memilih, menggolongkan serta mengarahkan data. Proses ini dikenal dengan reduksi data, yaitu merupakan kegiatan yang merangkum dan memilah pokok-pokok dari hal yang telah dilakukan selama penelitian berlangsung, sehingga dapat ditemukan pokok pentingnya saja dan dengan demikian hal tersebut juga dapat membantu peneliti untuk lanjut ke tahap berikutnya.

c. *Display Data*

*“Miles dan Huberman (1984), The most frequent form of the display data for qualitative research data in the past has been narrative text”* Untuk melakukan sebuah penyajian dalam metode kualitatif adalah dengan menggunakan teks yang berupa naratif. (Sugiyono, 2018).

Dengan penyajian data ini seluruh data hasil dari observasi, wawancara hingga dokumentasi akan dilakukan analisa terkait teori yang telah disampaikan

sebelumnya sehingga dapat memberikan sebuah penjelasan terkait Strategi Komunikasi interpersonal customer service bank mayapada cabang pembantu citra garden dalam menangani keluhan nasabah.

### **3.6 Lokasi dan Waktu Penelitian**

#### **3.6.1 Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian ini bertempat di Bank Mayapada Cabang pembantu Citra Garden, Kalideres Jakarta.

#### **3.6.2 Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilakukan mulai September 2023 sampai dengan Januari 2024 dengan dilakukan secara bertahap mulai dari pengajuan judul, observasi serta wawancara lapangan sampai penyajian hasil akhir laporan.

