

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
KONSENTRASI ADVERTISING**

Hedmaga Harna Murti

20040530185

**Strategi Customer Relations PT Telkom Dalam menangani keluhan
Pelanggan Speedy di Drive IV Area Yogyakarta**

Tahun 2010 + 93 halaman + 5 halaman lampiran + 2 halaman tabel + 1 halaman
bagan+18 buku + 5 sumber online (2009-2010)

ABSTRAK

Penelitian ini berusaha menganalisis tentang strategi *customer relations* di PT Telkom Yogyakarta dalam menangani keluhan pelanggan speedy di wilayah kota Yogyakarta. Tujuan dari penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui bagaimana strategi *customer relations* PT Telkom dalam menangani keluhan pelanggan speedy di wilayah kota Yogyakarta, karena pada akhir tahun 2008 terdapat penurunan pengguna speedy yang berhenti berlangganan di wilayah Yogyakarta yang mencapai 8%, dan 5% diantaranya karena mengalami ketidakpuasan dalam penanganan keluhan yang dilakukan oleh pihak perusahaan. Kerangka teori dalam penelitian ini melihat bahwa *customer relations* merupakan salah satu bagian penting dalam menjalankan strategi humas. Fungsi humas dalam *customer relations* yaitu mengatur dan memelihara hubungan dengan para pelanggan. *Customer relations* dibina agar terjalin kerjasama yang baik untuk pencapaian tujuan akhir perusahaan. Metodologi yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis deskriptif kualitatif. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa strategi *customer relations* pada PT Telkom speedy dalam menangani keluhan pelanggan membentuk divisi *customer service* dan *customer care*. Strategi yang digunakan PT Telkom dalam menangani keluhan pelanggan yaitu dengan cara pendekatan individual (*face to face*), memberikan respon positif terhadap keluhan pelanggan, memberikan kemudahan dalam penyampaian keluhan, dan melakukan beberapa sosialisasi produk (speedy) kepada pelanggan. Dalam pelaksanaan strategi *customer relations*, PT Telkom Yogyakarta menggunakan dua media elektronik untuk penyampaian keluhan pelanggan, yaitu media telepon (147) dan internet (Eservice).

Kata Kunci: Strategi, customer relations, penanganan keluhan

**MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA UNIVERSITY
FACULTY OF SOCIAL AND POLITICS SCIENCE
COMMUNICATION SCIENCE MAJOR
ADVERTISING CONCENTRATION FIELD**

**Hedmaga Harna Murti
20040530185**

**Customer Relations Strategy of PT Telkom in Complaints Handling Speedy
Customer in Divre IV Region Yogyakarta
Year 2010 + 93 pages + 5 attaches + 2 tables + 1 chart + 18 books + 5 online
resources (2009-2010)**

ABSTRACT

This study attempted to analyze the strategy of customer relations at PT Telkom Yogyakarta in handling customer speedy complaint in urban areas Yogyakarta. The purpose of this research are to know how the customer relations strategy of PT Telkom in handling customer complainis in the area of Yogyakarta, because at the end of 2008 there was a decline speedy unsubscribe users in the area of Yogyakarta, which reached 8% and 5% of them caused by dissatisfaction in the handling of complaints made by the company. Theoretical framework in this reasearch sees that customer relations is one of the important part in carrying out public relations strategy. The function of public relations in customer relations that regulate and maintain relationships with customers. Customer relations is fostered so that the good cooperation established for achieving the ultimate goal of the company. The methodology used in this research is qualitative description. Results from this study show that the strategy of customer relations at PT Telkom in handling speedy customer complaints is form the customer service division and customer care. Strategies used by PT Telkom in handling customer complaints that is by an individual approach (face to face), give positive response to customer complaints, provide facilities in the delivery of complaints, and do some socializing product (speedy) to the customer. In the implementation of customer relations strategy, PT Telkom Yogyakarta using electronic media for delivery of two customer complaints, namely a media phone (147) and Internet (Eservice).

Key words: Strategy, customer relations, complaint handling