

**PESAN LAYANAN (SERVICE MESSAGE) PADA TWEET
@TELKOMSEL SELAMA PERIODE LIBUR NATAL DAN TAHUN BARU
2024-2025 (ANALISIS ISI PADA AKUN X @TELKOMSEL)**

Adinda Nasywa

Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta

Adindanasywa10@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini menganalisis pesan layanan pada tulisan akun X @Telkomsel selama periode libur Natal dan Tahun Baru 2024-2025 (25 Desember 2024 hingga 10 Januari 2025), berdasarkan indikator Pesan Layanan dari Cutlip, Center, dan Broom. Menggunakan metode kuantitatif deskriptif dengan analisis isi, 338 tulisan relevan (dari total 356 tulisan yang dikodekan) dianalisis oleh 2 *koder*. Data disajikan dalam tabel frekuensi dan persentase. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tulisan akun X @Telkomsel memiliki muatan pesan layanan yang kuat, dominan pada indikator Hubungan Efektif (31%) dan Instruksi (30%). Uji reliabilitas antar-*koder* menunjukkan hasil yang sangat baik (94.67% berdasarkan persentase kesepakatan sederhana dan 0.93 berdasarkan Formula Scott/Pi), dengan 320 tulisan memiliki hasil yang sama antarkoder. Meskipun demikian, indikator Informasi (18%) dan Bantuan (21%) masih memiliki proporsi yang relatif lebih rendah. Dapat disimpulkan bahwa tulisan akun X @Telkomsel mengandung unsur pesan layanan, namun perlu peningkatan pada indikator Informasi dan Bantuan yang lebih eksplisit untuk mengoptimalkan kualitas layanan dan membangun hubungan yang lebih kuat dengan pelanggan.

Kata Kunci: Analisis Isi, Komunikasi Pelayanan Publik, Media Sosial, Pesan Layanan, Telkomsel

SERVICE MESSAGE ON @TELKOMSEL'S TWEETS DURING THE 2024-2025 CHRISTMAS AND NEW YEAR HOLIDAY PERIOD (CONTENT ANALYSIS OF THE @TELKOMSEL X ACCOUNT)

Adinda Nasywa

Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta

Adindanasywa10@gmail.com

ABSTRACT

This research analyzes service messages in writings from the X account @Telkomsel during the Christmas and New Year holiday period 2024-2025 (December 25, 2024, to January 10, 2025), based on Service Message indicators from Cutlip, Center, and Broom. Using a quantitative descriptive method with content analysis, 338 relevant writings (from a total of 356 coded writings) were analyzed by 2 coders. Data are presented in frequency and percentage tables. The results show that @Telkomsel's X account writings have strong service message content, predominantly in the Effective Relationship indicator (31%) and Instruction indicator (30%). Inter-coder reliability testing yielded excellent results (94.67% based on simple percentage agreement and 0.93 based on Scott's Pi Formula), with 320 writings showing consistent results between coders. Nevertheless, the Information indicator (18%) and Assistance indicator (21%) still have relatively lower proportions. It is concluded that @Telkomsel's X account writings contain service message elements, but require improvement in the Information and Assistance indicators to optimize service quality and build stronger customer relationships.

Keywords: *Content Analysis, Public Service Communication, Service Message, Social Media, Telkomsel*