



**HUBUNGAN ISI PESAN DALAM AKUN *TWITTER*
CUSTOMER SERVICE PT TELKOM INDONESIA TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN
(Survei pada *Followers Twitter @TelkomCare*)**

SKRIPSI

ENDAH YULIANTI

1210411009

**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
2016**



**HUBUNGAN ISI PESAN DALAM AKUN *TWITTER*
CUSTOMER SERVICE PT TELKOM INDONESIA TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN
(Survei pada *Followers Twitter @TelkomCare*)**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi**

ENDAH YULIANTI

1210411009

**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
2016**

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Endah Yulianti
NRP : 1210411009
Tanggal : 09 Agustus 2016

Bilamana di kemudian hari, ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 09 Agustus 2016

Yang Menyatakan,



(Endah Yulianti)

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademika Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Endah Yulianti
NRP : 1210411009
Fakultas : Ilmu Sosial Ilmu Politik
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta Hak Bebas Royalti Non eksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul :

Hubungan Isi Pesan dalam Akun *Twitter Customer Service* PT Telkom Indonesia terhadap Kepuasan Pelanggan (Survei pada *Followers Twitter @TelkomCare*)

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada Tanggal : 09 Agustus 2016

Yang Menyatakan,



(Endah Yulianti)

PENGESAHAN

Skripsi diajukan oleh :

Nama : Endah Yulianti
NRP : 1210411009
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Hubungan Isi Pesan dalam Akun *Twitter Customer Service* PT Telkom Indonesia terhadap Kepuasan Pelanggan (Survei pada *followers Twitter @TelkomCare*)

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta.



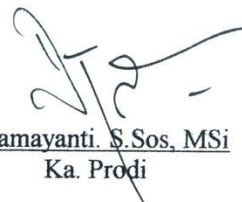
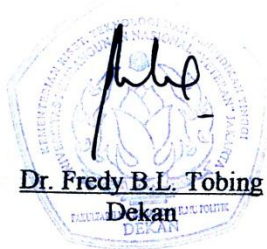
Dr. Fredy B.L. Tobing
Ketua Penguji



Drs. Supratman, MSi
Penguji I



Dra. Masayu S. Hanim, MSi
Penguji II (Pembimbing)



Damayanti, S.Sos, MSi
Ka. Prodi

Ditetapkan di : Jakarta
Tanggal Ujian : 26 Juli 2016

HUBUNGAN ISI PESAN DALAM AKUN *TWITTER CUSTOMER SERVICE* PT. TELKOM INDONESIA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN

(*Survei pada Followers Akun Twitter @TelkomCare*)

Endah Yulianti

Abstrak

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui hubungan isi pesan yang terdapat dalam akun *Twitter @TelkomCare* terhadap kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan Telkom. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengukur seberapa besar kepuasan yang dirasakan pelanggan Telkom terhadap isi pesan yang ada dalam akun *Twitter customer service @TelkomCare*. Media internet mulai dilihat oleh pemasar maupun praktisi *public relations* sebagai salah satu *tools* yang dapat digunakan untuk mendukung kegiatan pemasaran. Teori yang digunakan pada penelitian ini adalah teori komunikasi massa dan Public Relations. Penelitian ini menggunakan isi pesan, kepuasan pelanggan, media social, dan *Twitter* sebagai definisi konsep. Populasi penelitian ini adalah *followers* akun *Twitter @TelkomCare* dengan jumlah sample sebanyak 100 responden. Penelitian ini menggunakan kuisisioner sebagai instrument pengumpulan data dan menggunakan kepustakaan dan internet sebagai data tambahan. Hasil uji korelasi didapatkan adanya pengaruh yang cukup atau sedang antara variable X dan Y. Maka dapat dikatakan terdapat hubungan atau korelasi Isi Pesan dalam Akun *Twitter @TelkomCare* terhadap kepuasan pelanggan.

Kata Kunci : Isi Pesan, *Customer Service* dan Kepuasan Pelanggan.

**CORRELATION BETWEEN CONTENTS OF MESSAGE IN PT
TELKOM INDONESIA's CUSTOMER SERVICE TWITTER
ACCOUNT WITH CUSTOMER SATISFACTION**

(Survey to The Followers of @TelkomCare Twitter Account)

Endah Yulianti

Abstract

This study is done to find out the correlation between contents of message shared by @TelkomCare twitter account towards Telkom's customer satisfaction. The purpose of this study is to measure how much satisfaction is felt by Telkom's customer towards the contents of messages shared by @TelkomCare customer service official account. Internet has been viewed by marketer and public relation practitioner as one of the tools that can be uses to support marketing activity. Mass Communication and Public Relations are used as the main theory for this study. Researcher used message context, customer satisfaction, social media, and Twitter as concept's definition. The populations of this study are @TelkomCare twitter account followers with 100 samples. Questionnaire is used by the researcher as an instrument to gather data with books and also internet as additional sources. Through this study, we have obtained the result that there is a adequate correlation between variable X and Y. The conclusion is, there's a correlation between contents of message shared by @TelkomCare twitter account towards Telkom's customer satisfaction.

Keywords : Content of Message, Customer Service and Customer Satisfaction.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala karunia-Nya sehingga skripsi ini bisa terselesaikan. Judul yang telah diangkat dalam penelitian adalah “**Hubungan Isi Pesan dalam Akun *TwitterCustomer Service PT. Telkom Indonesia* terhadap Kepuasan Pelanggan (Survei pada *Followers Twitter @TelkomCare*)**”. Skripsi ini dibuat sebagai syarat dalam menyelesaikan studi program S1 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik dari Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.

Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih sebanyak-banyaknya kepada semua pihak yang telah membantu dan memberikan dukungan doa terutama terima kasih kepada Dr. Fredy B.L. Tobing, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta, Damayanti, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta, Dra. Masayu S. Hanim, M.Si selaku Dosen Pembimbing Skripsi, kepada kedua orang tua dan seluruh keluarga penulis yang telah memberikan dukungan moril dan materil serta doa yang tiada hentinya untuk penulis, kepada teman-teman Aji, Maria, Debie, Myla, Lintang, Asyl, Dija yang membantu dan memberi semangat dari awal sampai selesainya skripsi ini, serta semua teman-teman jurusan komunikasi angkatan 2012.

Semoga segala kebaikan dan perhatian semua pihak dapat mendapat balasan yang indah dari Tuhan Yang Maha Esa.

Jakarta, 26 Juli 2016

Penulis

Endah Yulianti

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iii
PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
I.1 Latar Belakang	1
I.2 Rumusan Masalah	6
I.3 Tujuan Penelitian	6
I.4 Manfaat Penelitian	6
I.5 Sistematika Penulisan	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
II.1 Teori Komunikasi Massa	11
II.2 Definisi Konseptual	13
II.3 Kerangka Pemikiran	27
II.4 Operasionalisasi Konsep	28
II.5 Hipotesis Penelitian	29
BAB III METODE PENELITIAN	30
III.1 Metode Penelitian	30
III.2 Jenis Penelitian	31
III.3 Populasi Dan Sampel	31
III.4 Metode Pengumpulan Data	32
III.5 Teknik Analisis	33
III.6 Tempat dan Waktu Penelitian	39
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	39
IV.1 Deskripsi Objek Penelitian	39
IV.2 Deskripsi Hasil Penelitian	44
IV.3 Diskusi dan Pembahasan	64
IV.4 Uji Hipotesis	79
IV.5 Pembahasan Hasil Penelitian	80
BAB V Kesimpulan Dan Saran	82

V.1 Kesimpulan	82
V.2 Saran.....	83
DAFTAR PUSTAKA	84
RIWAYAT HIDUP	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1	Operasionalisasi Konsep	28
Tabel 2	Skala Likert	33
Tabel 3	Uji Validitas Variabel X	35
Tabel 4	Uji Validitas Variabel Y	36
Tabel 5	Nilai Alpha Crobach	37
Tabel 6	Uji Reliabilitas Variabel X	38
Tabel 7	Uji Reliabilitas Variabel Y	38
Tabel 8	Agenda Penelitian	39
Tabel 9	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	45
Tabel 10	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	46
Tabel 11	Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	47
Tabel 12	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	47
Tabel 13	Alasan Menfollow Twitter @TelkomCare	48
Tabel 14	Pernyataan 1	49
Tabel 15	Pernyataan 2	49
Tabel 16	Pernyataan 3	50
Tabel 17	Pernyataan 4	51
Tabel 18	Pernyataan 5	53
Tabel 19	Pernyataan 6	53
Tabel 20	Pernyataan 7	54
Tabel 21	Pernyataan 8	55
Tabel 22	Pernyataan 9	56
Tabel 23	Pernyataan 10	56
Tabel 24	Pernyataan 11	57
Tabel 25	Pernyataan 12	58
Tabel 26	Pernyataan 13	59
Tabel 27	Pernyataan 14	60
Tabel 28	Pernyataan 15	61
Tabel 29	Pernyataan 16	62
Tabel 30	Pernyataan 17	63
Tabel 31	Penilaian Isi Pesan dalam Akun Twitter @TelkomCare	65
Tabel 32	Penilaian Kepuasan Pelanggan	67
Tabel 33	Nilai Koefisien Korelasi	68
Tabel 34	Uji Korelasi	68
Tabel 35	Pernyataan 1 (X)	69
Tabel 36	Pernyataan 1 (Y)	70
Tabel 37	Pernyataan 2 (X)	70
Tabel 38	Pernyataan 3 (X)	71
Tabel 39	Pernyataan 2 (Y)	71
Tabel 40	Pernyataan 4 (X)	72
Tabel 41	Pernyataan 3 (Y)	72

Tabel 42	Pernyataan 5 (X)	73
Tabel 43	Pernyataan 6 (X)	73
Tabel 44	Pernyataan 7 (X)	74
Tabel 45	Pernyataan 4 (Y)	74
Tabel 46	Pernyataan 8 (X)	75
Tabel 47	Pernyataan 5 (Y)	75
Tabel 48	Pernyataan 9 (X)	76
Tabel 49	Pernyataan 6 (Y)	76
Tabel 50	Pernyataan 10 (X)	77
Tabel 51	Pernyataan 7 (Y)	77

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1	Pengguna Internet di Indonesia	3
Gambar 2	Akun Twitter @TelkomCare	5
Gambar 3	Kerangka Pemikiran.....	27
Gambar 4	Logo Telkom Indonesia	41
Gambar 5	Struktur Organisasi	43
Gambar 6	Capture Status <i>Twitter</i>	50
Gambar 7	Capture Status <i>Twitter</i>	51
Gambar 8	Capture Status <i>Twitter</i>	52
Gambar 9	Capture Status <i>Twitter</i>	53
Gambar 10	Capture Status <i>Twitter</i>	54
Gambar 11	Capture Status <i>Twitter</i>	55
Gambar 12	Capture Status <i>Twitter</i>	58
Gambar 13	Capture Status <i>Twitter</i>	59
Gambar 14	Capture Status <i>Twitter</i>	60
Gambar 15	Capture Status <i>Twitter</i>	61
Gambar 16	Capture Status <i>Twitter</i>	62
Gambar 17	Capture Status <i>Twitter</i>	63
Gambar 18	Capture Status <i>Twitter</i>	64

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner
Lampiran 2	Form Tanda Persetujuan Skripsi (A 2.2)
Lampiran 3	Form Kegiatan Konsultasi (A.5)
Lampiran 4	Surat Riset
Lampiran 5	Surat Keterangan Selesai Riset
Lampiran 6	Ijazah SMA
Lampiran 7	Tabel Olah Data
Lampiran 8	Dokumentasi