

**PERANAN KOMUNIKASI DALAM MENUNJANG AKTIVITAS  
PELAYANAN PADA PT. TELKOM (PLASA SAMRAT) MANADO**

**TUGAS AKHIR**

*Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat  
Guna memperoleh Gelar Ahli Madya Administrasi Bisnis  
Pada Program Studi Administrasi Bisnis*

**OLEH  
ANDIKA DAMAYANI  
NIM 15 051 037**



**POLITEKNIK NEGERI MANADO  
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS  
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS  
2018**

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
ABSTRAK .....	ii
MOTTO .....	iv
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING .....	v
LEMBAR PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN .....	vi
LEMBAR KEASLIAN TUGAS AKHIR .....	vii
BIOGRAFI.....	viii
KATA PENGANTAR .....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	4
1.3 Perumusan Masalah.....	4
1.4 Pembatasan Masalah.....	4
1.5 Tujuan Dan Manfaat.....	4
1.5.1 Tujuan Penelitian .....	4
1.5.2 Manfaat Penelitian.....	5
1.6 Teknik Penulisan .....	5
1.6.1 Metode Penelitian .....	5
1.6.2 Metode dan Jenis Penelitian .....	6
1.6.3 Jenis Data dan Metode Pengumpulan Data .....	6
1.6.4 Metode Analisi .....	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA .....	7
2.1 Landasan Teori .....	7
2.1.1 Pengertian Peranan .....	7
2.1.2 Pengertian Komunikasi.....	7
2.1.3 Fungsi Komunikasi.....	9
2.1.4 Proses Komunikasi .....	11

2.1.5	Hambatan Dalam Komunikasi.....	12
2.1.6	Prinsip Komunikasi .....	17
2.1.7	Pengertian Pelayanan.....	17
2.1.8	Customer & Customer Service .....	18
2.1.9	Manajemen Komplain .....	20
2.1.10	Pengertian Aktivitas Kerja.....	22
2.2	Tinjauan Pustaka .....	22
<b>BAB III</b>	<b>HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>25</b>
3.1	Gambaran Umum Prusahaan .....	25
3.1.1	Sejarah PT. Telkom Plasa Samrat Manado .....	25
3.1.2	Visi Dan Misi Perusahaan .....	32
3.1.3	Bidang Usaha Perusahaan .....	32
3.1.4	Sumber Daya Manusia Perusahaan .....	34
3.1.5	Organisasi Perusahaan .....	36
3.2	Pembahasan .....	37
3.2.1	Gambaran Komunikasi Dalam Pelayanan Pada Bagian Customer Service PT. Telkom (Plasa Samrat) Manado.....	37
3.2.2	Pentingnya Peranan Komunikasi Yang Baik Akan Menunjang Aktivitas Pelayanan Pada PT. Telkom (Plasa Samrat) Manado.....	38
<b>BAB IV</b>	<b>KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>45</b>
4.1	Kesimpulan.....	45
4.2	Saran .....	45

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Manusia sebagai makhluk sosial membutuhkan komunikasi sebagai metode/sarana untuk menyampaikan informasi. Informasi adalah aspek paling penting dalam kehidupan manusia terutama untuk berinteraksi dengan manusia yang lain. Komunikasi dapat diartikan sebagai hubungan kontak antar dan antara manusia baik individu maupun kelompok dalam bersosialisasi. Setiap saat ketika manusia berpikir, bertindak dan belajar menggunakan komunikasi sebagai media untuk menyampaikan informasi baik secara verbal maupun non verbal. Kegiatan komunikasi dilakukan dalam berbagai macam situasi, yaitu intra pribadi, antarpribadi, kelompok dan massa. Hal ini dapat diartikan bahwa komunikasi dalam kehidupan sehari-hari disadari atau tidak disadari adalah bagian dari kehidupan manusia itu sendiri.

Demikian halnya dalam organisasi/perusahaan proses komunikasi yang terjadi dalam berbagai aspek dimana komunikasi antar karyawan merupakan faktor penting dalam menciptakan suatu organisasi berjalan secara efektif untuk mencapai tujuan. Komunikasi efektif tergantung antar karyawan yang memuaskan terbangun berdasarkan iklim dan kepercayaan serta suasana organisasi yang positif dan terstruktur secara baik.

Menurut Wiryanto (2005) Komunikasi organisasi adalah pengiriman dan penerimaan berbagai pesan organisasi di dalam kelompok formal maupun informal dari suatu organisasi. Komunikasi formal adalah komunikasi yang

disetujui oleh organisasi itu sendiri dan sifatnya berorientasi kepentingan organisasi. Isinya berupa cara kerja di dalam organisasi, produktivitas, dan berbagai pekerjaan yang harus dilakukan dalam organisasi, misalnya: memo, kebijakan, pernyataan, jumpa pers, dan surat-surat resmi. Rasa percaya, keyakinan, keterbukaan, kejujuran, dukungan keamanan, kepuasan, keterlibatan, tingginya harapan merupakan gambaran iklim perusahaan yang ideal. Tujuan utama dari komunikasi antara atasan dengan bawahan adalah mengidentifikasi, menciptakan dan menjalin hubungan timbal balik yang menguntungkan antara pimpinan dengan bawahan. Pimpinan harus dapat memfasilitasi kondisi komunikasi antar pribadi yang efektif . Komunikasi antar pribadi yang efektif meliputi keterbukaan (openness), empati (empathy), kepositifan (positiveness), dukungan (supportiveness) dan kesetaraan (equality).

PT. Telkom (Plasa Samrat) Manado merupakan sebuah perusahaan penyedia layanan konstruksi dan pengelolaan infrastruktur jaringan telekomunikasi,dalam pelayanan terhadap pelanggan pengguna produk Telkom memerlukan komunikasi sebagai sarana utama baik itu antar karyawan maupun dengan pelanggan. Perusahaan ini merupakan sebuah organisasi yang sangat tergantung pada proses komunikasi yang akurat untuk menunjang kinerja pelayanan telekomunikasi di Propinsi Sulawesi Utara.

Sesuai dengan pengamatan yang penulis lakukan selama program praktek kerja lapangan (PKL) mengenai komunikasi antar karyawan dengan pimpinan, maupun karyawan dengan pelanggan yang seharusnya berjalan dengan lancar, seringkali terhambat. Hal tersebut disebabkan karena komunikasi atau informasi

yang disampaikan kepada pelanggan kurang baik dan efektif, sehingga menyebabkan pelanggan merasa tidak puas dengan informasi yang disampaikan, contohnya karyawan kurang merespon pelanggan yang menanyakan tentang tunggakan tagihan jatuh tempo pembayaran tiap bulan, dan juga karyawan kadang terpancing oleh pelanggan yang berkepribadian buruk pada saat menelfon. Selain komunikasi yang belum berjalan secara efektif pada PT. Telkom (Plasa Samrat) Manado, maka dibutuhkan suatu metode komunikasi yang baik dan terstruktur, baik bersifat internal maupun eksternal perusahaan. Untuk itu penulis tertarik untuk melakukan suatu penelitian menyangkut proses komunikasi yang ada, baik antara karyawan dengan pimpinan maupun antara karyawan dengan karyawan, dan juga antara karyawan dengan pelanggan dalam organisasi PT. Telkom (Plasa Samrat) Manado untuk menunjang tercapainya tujuan organisasi. Selain itu, kurangnya komunikasi yang efektif ini juga terlihat dari seringnya terdapat keluhan dari pelanggan mengenai sulitnya menghubungi customer care PT. Telkom (Plasa Samrat) Manado agar permasalahan atau keluhan yang dialami pelanggan dapat ditangani oleh pihak PT. Telkom (Plasa Samrat) Manado.

Berdasarkan latar belakang diatas peneliti kemudian penulis tertarik mengangkat judul tugas akhir ***“Peranan Komunikasi Dalam Menunjang Aktivitas Pelayanan Pada PT. Telkom (Plasa Samrat) Manado”***.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, dapat diidentifikasi beberapa masalah yang sering terjadi terkait komunikasi di PT. Telkom (Plasa Samrat). Masalah – masalah tersebut adalah:

1. Belum berjalannya komunikasi secara efektif.
2. Kurangnya respon karyawan terhadap keluhan pelanggan.
3. Sarana dan prasarana komunikasi yang kurang mendukung tugas Customer Service.

## **1.3 Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas peneliti kemudian merumuskan beberapa masalah yaitu: “Apakah komunikasi penting dalam menunjang aktivitas pelayanan konsumen dalam PT. Telkom (Plasa Samrat) Manado ?”

## **1.4 Pembatasan Masalah**

Dalam penelitian ini penulis membatasi permasalahan yang di teliti pada hanya bagian Customer Service PT. Telkom (Plasa Samrat) Manado.

## **1.5 Tujuan dan Manfaat**

### **1.5.1 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui bagaimana komunikasi di PT Telkom (Plasa Samrat) Manado.
2. Untuk mengetahui bagaimana pentingnya komunikasi yang baik akan menunjang aktivitas pelayanan pada PT Telkom (Plasa Samrat) Manado.

### **1.5.2 Manfaat Penelitian**

#### 1. Bagi Penulis

Penelitian ini dapat menambah wawasan serta Ilmu pengetahuan khususnya tentang komunikasi.

#### 2. Bagi Instansi Politeknik Negeri Manado

Penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pengembangan ilmu pengetahuan tentang komunikasi dan juga sebagai bahan kepustakaan.

#### 3. Bagi Perusahaan PT. Telkom (Plasa Samrat) Manado

Penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan masukan dan dampak yang positif dalam memperbaiki masalah dalam berkomunikasi.

### **1.6 Teknik Penulisan**

#### **1.6.1 Metodologi Penelitian**

##### a. Tempat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada PT Telkom (Plasa Samrat) Manado yang beralamat di Jln. Sam Ratulangi No. 4 Sulawesi Utara, mulai dari tanggal 5 februari 2018 sampai dengan tanggal 7 Mei 2018.

##### b. Waktu Penelitian

Waktu penelitian ini dilakukan lebih kurang 3 bulan terhitung dari tanggal 5 Februari 2018 –7 Mei 2018 dengan 5 hari kerja Senin sampai Jumat dari jam 08.00 – 17.00 WITA.

#### **1.6.2 Metode dan Jenis Penelitian**

Dalam Penulisan Tugas Akhir ini Penulis menggunakan metode Penelitian Deskriptif dengan Jenis Penelitian Kualitatif yaitu menggambarkan dan



menguraikan masalah yang di hadapi dan terjadi pada suatu oganisasi, serta mencari solusi tentang permasalahan tersebut.

### **1.6.3 Jenis Data dan Metode Pengumpulan Data**

#### **1. Data Primer**

Adalah sumber data yang diperoleh secara langsung dari sumber asli (tidak melalui media perantara) yaitu data yang didapat langusng dari perusahaan berupa sejarah Perusahaan, visi dan misi, struktur organisasi dan sumber daya manusia dari pegawai PT Telkom (Plasa Samrat) Manado.

#### **2. Data Sekunder**

Adalah sumber data yang diperoleh melalui buku referensi dan internet yang berhubungan dengan penelitian, yang dapat menunjang dalam penyusunan Tugas Akhir.

### **1.6.4 Metode Analisis**

Analisis data yang digunakan dalam penulisan Tugas Akhir ini adalah analisis deskriptif dimana metode ini menggambarkan dan menguraikan masalah objek penelitian berdasarkan pengumpulan data pengolahan data secara fakta kemudian disusun secara sistematis dan kemudian ditarik kesimpulan.