

KOMUNIKASI INTERPERSONAL CUSTOMER SERVICE DI MPP KOTA BOGOR

Nadia Puspitasari

Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Persada Indonesia Y.A.I, Jakarta

E-mail : Nadia.2364290010@upi-yai.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana komunikasi interpersonal customer service di MPP Kota Bogor terhadap pemenuhan kebutuhan informasi masyarakat Kota Bogor. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif. Teknik pengumpulan data meliputi wawancara, observasi dan dokumentasi. Teknik keabsahan data menggunakan teknik triangulasi waktu. Informan dalam penelitian ini berjumlah 3 orang customer service dan 4 orang pelanggan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Keterbukaan terlihat dari *customer service* di MPP Kota Bogor selalu memberikan informasi terkait update penanganan keluhan kepada pemohon, tidak ada informasi yang ditutupi-tutupi. Empati terlihat dari menyampaikan keluhannya, *customer service* akan mendengarkan dengan teliti, kemudian mencatat keluhan tersebut. Sikap positif ditunjukkan dengan perilaku ramah saat menyambut pemohon, Sikap saling mendukung dilaksanakan ketika pemohon datang untuk menyampaikan keluhannya. Bentuk kesetaraan yang diterapkan oleh customer service MPP Kota Bogor adalah ketika melayani pemohon customer service menempati posisi setara dengan pemohon.

Kata Kunci : Komunikasi Interpersonal, Customer Service, MPP Bogor

ABSTRACT

This research aims to find out how interpersonal customer service communication at MPP Bogor City fulfills the information needs of the people of Bogor City. The research method used is a qualitative method. Data collection techniques include interviews, observation and documentation. The data validity technique uses time triangulation techniques. The informants in this research were 3 customer service people and 4 customers. The results of this research show that openness can be seen from customer service at MPP Bogor City, which always provides information regarding updates on complaint handling to applicants, no information is hidden. Empathy can be seen from conveying complaints, customer service will listen carefully, then record the complaint. A positive attitude is shown by friendly behavior when welcoming the applicant. A mutually supportive attitude is implemented when the applicant comes to convey his complaint. The form of equality applied by MPP Bogor City customer service is that when serving applicants, customer service occupies an equal position with the applicant.

Keywords: Interpersonal Communication, Customer Service, MPP Bogor

1. PENDAHULUAN

Kegiatan komunikasi merupakan kegiatan sehari-hari yang paling banyak dilakukan oleh manusia sebagai makhluk sosial. Sebagian besar dari waktu kita digunakan untuk berkomunikasi dengan manusia yang lain. Dengan demikian kemampuan berkomunikasi merupakan suatu kemampuan yang paling dasar. Akan tetapi dalam kehidupan sehari-hari kita sering mengalami perbedaan pendapat, ketidaknyamanan situasi atau bahkan terjadi konflik yang terbuka yang disebabkan adanya kesalahpahaman dalam berkomunikasi. Menghadapi situasi seperti ini, manusia baru akan menyadari bahwa diperlukan pengetahuan mengenai bagaimana cara berkomunikasi yang baik dan efektif yang harus dimiliki seorang manusia (Fitriani, 2015).

Keterampilan untuk dapat berkomunikasi dengan baik sangat diperlukan agar aktivitas dalam kehidupan sehari-hari dapat berjalan dengan sebagaimana mestinya, terlebih khusus untuk seorang individu yang berada dalam situasi formal. Apalagi seseorang yang berada dalam suatu lingkup kerja yang tentunya lebih banyak melakukan komunikasi antarpersonal (Bisri & Asmoro, 2019). Oleh karena itu komunikasi merupakan suatu hal yang penting dan tidak bisa terlepas dari kehidupan manusia. Aktivitas tidak dapat berjalan dengan harmonis apabila tidak terangkai suatu komunikasi yang efektif. Komunikasi yang biasa dilakukan sehari-hari mungkin dianggap menjadi suatu hal yang mudah dan tidak sukar untuk dilakukan (Diana et al., 2020).

Di dunia pekerjaan, khususnya pemerintahan yang berkecimpung di sektor layanan jasa. Unit pelayanan jasa pun dapat diklasifikasikan sebagai berikut, yakni jasa komunikasi, jasa perbankan, jasa kesehatan, jasa transportasi serta banyak pula

macamnya. Dimana setiap perusahaan penyedia jasa saat ini giat berlomba untuk dapat mempersembahkan pelayanan yang unggul pada pelanggannya (Hasanah, 2019). Pemerintahan lembaga atau institusi sangat di perlukan sebuah jasa pelayanan terhadap pelanggan, oleh karena itu maka dibutuhkan customer service sebagai pemegang peranan dalam pelayanan tersebut, customer service adalah bagian atau media komunikasi yang memegang peran penting dalam mengatasi semua masalah dan keluhan-keluhan pelanggan (Hardianti, 2016).

Dengan adanya pelayanan yang baik dari Customer service di MPP Kota Bogor, akan menciptakan kepuasan bagi para pelanggannya. Setelah pelanggan merasa puas dengan produk atau jasa yang diterimanya, pelanggan akan membandingkan pelayanan yang diberikan. Apabila pelanggan merasa benar-benar puas, mereka akan membeli ulang serta memberi rekomendasi kepada orang lain untuk membeli di tempat yang sama. Oleh karena itu MPP Kota Bogor harus mulai memikirkan pentingnya pelayanan secara lebih matang melalui kualitas pelayanan, karena ini semakin disadari bahwa pelayanan (kepuasan pelanggan) merupakan aspek vital dalam rangka memberikan pelayanan yang terbaik bagi masyarakat.

2. LANDASAN TEORI

Komunikasi Interpersonal

Komunikasi antarpersonal ialah alur perpindahan informasi antar satu individu dengan individu lainnya yang bisa langsung diketahui *feedback-nya* (Massyat et al., 2023) Pendapat senada dikemukakan oleh (Mulyana, 2017) bahwa komunikasi antarpersonal merupakan komunikasi antar sekelompok orang yang dilakukan secara tatap wajah, dan memungkinkan setiap pihak bisa menangkap pandangan orang lain, baik secara verbal ataupun non verbal. Menuurt Devito (2016)

menyatakan komunikasi antarpersonal merupakan penyampaian informasi dari satu individu dan penerima pesan dari individu lain atau sekelompok kecil individu dengan segala macam konsekuensinya dan dengan keleluasaan untuk memberikan umpan balik secara cepat (Effendy, 2017).

Efektivitas Komunikasi Interpersonal

Menurut (Devito, 2016) untuk mendukung komunikasi antarpersonal yang efektif terdapat lima aspek penting yang harus dipertimbangkan, yaitu sebagai berikut :

1. Keterbukaan
Keterbukaan adalah sikap bisa menerima saran dari individu lain dan bersedia memberikan informasi krusial pada individu lain.
2. Empati
Empati merupakan keahlian individu untuk merasakan menjadi individu lain, bisa mengerti sesuatu yang sedang dihadapi orang lain, bisa merasakan perasaan orang lain serta bisa menelaah suatu permasalahan dari sudut pandang individu lain.
3. Sikap Mendukung
Hubungan antarpersonal yang baik adalah ketika didalam hubungan tersebut terdapat sikap saling mendukung (*supportiveness*).
4. Sikap Positif
Sikap positif (*positiveness*) diperlihatkan dalam bentuk perilaku dan sikap. Dalam bentuk sikap maksudnya adalah individu-individu yang ada ketika komunikasi berlangsung harus memiliki perasaan dan pikiran positif.
5. Kesetaraan
Kesetaraan (*equality*) adalah pernyataan dari kedua pihak

yang sama-sama memiliki keperluan, kedua pihak saling bermanfaat dan bermaslahat, serta saling memerlukan dengan partner komunikasi.

Customer Relationship Management (CRM)

Menurut (Hollensen, 2016) customer relationship management memperlihatkan proses menjalin interaksi pada pelanggan dimana interaksi itu bisa membuka pintu peluang dalam meningkatkan loyalitas pelanggan. secara khusus memiliki tugas untuk membina relasi diantara perusahaan kepada customer agar tetap loyal (Imelda, 2017).

Tujuan dari *Customer Relationship Management (CRM)* ialah hubungan dengan para pelanggan agar dapat tercipta hubungan yang menguntungkan bagi kedua belah pihak, dalam hal ini ialah perusahaan dengan pelanggan (Nugraha, 2017). Menurut Smith dalam (Prayoga, 2015) hal tersebut dapat diperbaiki dengan adanya *customer relations* . Terdapat 2 kegiatan yang terdapat dalam *customer relations*, yaitu :

1. Consumer Informations
Sebuah informasi berperan penting dalam membantu pelanggan untuk menjatuhkan pilihannya kepada produk dan jasa yang hendak digunakan. Pelanggan menerima informasi sesuai dengan produk yang ditawarkan, yaitu harus benar, jelas, jujur, dalam hal penyampaiannya karena sebuah informasi adalah kebutuhan pokok yang dimana kebutuhan tersebut dibutuhkan pelanggan sebelum pelanggan menentukan produk apa yang akan digunakan.
2. Complain Handling
Suatu bentuk dari ketidakpuasan yang dialami oleh pelanggan

disebut dengan *complaint*. *Complaint* sendiri memiliki pengaruh yang besar bagi pelayanan jasa. Dari *complaint* tersebut dapat menimbulkan suatu efek bagi penyedia jasa. *Complaint* yang mendapatkan penanganan dengan baik serta profesional akan berdampak baik untuk penyedia jasa, dan menimbulkan kepercayaan dari pelanggan kepada penyedia jasa.

3. METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif agar dapat menuliskan dan menginterpretasikan penerapan lima aspek efektif komunikasi antarpersonal yang dilakukan *customer service* di MPP Kota Bogor dalam melakukan pelayanan terhadap masyarakat. Sedangkan pendapat serupa mengenai penelitian kualitatif merupakan kaidah penelitian yang didasarkan pemikiran konstruktif, untuk mengkaji objek penelitian dimana peneliti berperan menjadi instrumen utama penelitian (Sugiyono, 2021).

Dalam penelitian ini informasi berhasil dikumpulkan dan terbagi menjadi 2 macam, yaitu data primer dan juga data sekunder: 1. Data primer Peneliti memakai informasi guna mendapatkan penjelasan langsung mengenai penerapan lima aspek efektif komunikasi antarpersonal yang dilakukan *customer service* di MPP Kota Bogor. Adapun sumber data langsung peneliti dapatkan dari *Manager* MPP Kota Bogor *Customer Service*, dan beberapa pemohon. 2. Data sekunder. Dokumen yang digunakan meliputi sejarah perusahaan, visi misi perusahaan, struktur organisasi, rekapitulasi volume pemohon, dan daftar keluhan yang sering disampaikan untuk memperkuat data yang berhasil didapat melalui *interview* langsung dengan para informan yang telah disebutkan diatas.

Dalam penelitian ini, triangulasi digunakan untuk memastikan validitas data. Adapun beberapa langkah yang dilakukan untuk meningkatkan kredibilitas data adalah (Susanto et al., 2023) : Memperpanjang Waktu Penelitian: melakukan tiga kali pertemuan dengan tiap partisipan untuk memahami mereka, lingkungan dan aktivitas sehari-hari. Wawancara dan Observasi Berkelanjutan: melakukan wawancara dan observasi hingga informasi yang diperoleh mencapai redundancy untuk memastikan data bermakna. Triangulasi Konsistensi Jawaban: Menanyakan ulang pertanyaan sebelumnya kepada partisipan dan orang terdekat mereka di waktu berbeda untuk menguji konsistensi jawaban (West & Turner, 2021).

Penelitian ini dilaksanakan di MPP Kota Bogor Jl. Raya Pajajaran No.27, RT.03/RW.08, Babakan, Kecamatan Bogor Tengah, Kota Bogor. Hal yang mendasari peneliti melakukan penelitian di lokasi terkait karena merupakan Mall Pelayanan Publik yang pertama berdiri di Kota Bogor.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

1. Jenis Pelayanan MPP Kota Bogor

Tabel 1. Jenis-Jenis Pelayanan MPP Kota Bogor

No	Instansi	Jenis Pelayanan	Keterangan
1	Taspen Kota Bogor	Layanan pensiun, klaim asuransi, dan tunjangan lainnya	Mengurus hak-hak pensiun ASN dan ahli waris
2	Taspen Asabri	Layanan klaim asuransi untuk TNI dan Polri	Mengelola dana pensiun serta asuransi untuk TNI dan Polri

No	Instansi	Jenis Pelayanan	Keterangan
3	DPMPT SP Kota Bogor	Perizinan dan non-perizinan usaha	Pembuatan izin usaha, NIB, dan pelayanan OSS
4	DPMPT SP Provinsi Jabar	Perizinan tingkat provinsi	Mengurus izin usaha skala provinsi dan layanan terkait
5	Polresta Bogor Kota	Pembuatan SKCK	Surat Keterangan Catatan Kepolisian untuk berbagai keperluan
6	Kejaksaan Negeri Kota Bogor	Konsultasi hukum dan pengurusan tilang	Layanan pengaduan, hukum, dan pembayaran denda tilang
7	Kementerian Agama Kota Bogor	Layanan keagamaan	Pendaftaran haji, konsultasi nikah, dan layanan sertifikasi halal
8	Bea Cukai	Pengurusan dokumen ekspor dan impor	Layanan konsultasi dan pengurusan cukai dan bea masuk
9	BPJS Ketenagakerjaan	Pendaftaran dan klaim jaminan sosial tenaga kerja	Layanan JHT, JKK, dan JKM untuk pekerja
10	BPJS Kesehatan	Pendaftaran dan layanan peserta JKN	Pendaftaran baru, perubahan data, dan pembayaran tagihan
11	Bank BJB	Layanan perbankan	Pembukaan rekening, pembayaran pajak, dan

No	Instansi	Jenis Pelayanan	Keterangan
			layanan kredit
12	PDAM	Layanan pelanggan air minum	Pembayaran tagihan, pemasangan baru, dan pengaduan
13	Disdukcapil	Pembuatan dokumen kependudukan	Pembuatan KTP, KK, Akta Kelahiran, dan dokumen lainnya
14	Bapenda Kota Bogor	Pelayanan pajak daerah	Pembayaran pajak kendaraan bermotor dan pajak lainnya
15	Disnakertrans	Layanan ketenagakerjaan	Konsultasi kerja, pengaduan ketenagakerjaan, dan pendaftaran pelatihan kerja
16	LPSE	Layanan pengadaan barang dan jasa secara elektronik	Pendaftaran dan konsultasi pengadaan untuk penyedia barang dan jasa

Sumber: mpp.kotabogor.go.id, 2025

2. Daftar Informan Penelitian MPP Kota Bogor

Tabel 2. Daftar Informan Penelitian MPP Kota Bogor Beserta Alasan Pemilihannya

No.	Nama	Jabatan	Alasan Pemilihan
1.	Sugeng Ruyadi	Manager MPP Kota Bogor	Pihak dari DPMPTSP Kota Bogor yang ditempatkan di unit pelayanan

No.	Nama	Jabatan	Alasan Pemilihan
			MPP Kota Bogor; memahami informasi terkait pelayanan.
2.	Siti Maesaroh	Manager MPP Kota Bogor	Pihak dari DPMPSTP Kota Bogor yang ditempatkan di unit pelayanan MPP Kota Bogor; memahami informasi terkait pelayanan.
3.	Ibu Aminah	Pemohon MPP Kota Bogor	Pengguna layanan OSS untuk pembuatan NIB; memberikan informasi terkait pengalaman layanan yang diterima.
4.	Bapak Mukhlis	Pemohon MPP Kota Bogor	Pengguna layanan Disdukcapil untuk pembuatan KIA anaknya; memberikan informasi terkait pengalaman layanan yang diterima.

Sumber: Olahan Peneliti (2025)

Temuan Penelitian

1. Sumber Informasi Keluhan Pemohon

Pemohon dapat menyampaikan keluhannya kepada *customer service* secara langsung ataupun tidak langsung. Dikatakan langsung jika pemohon datang

ke MPP Kota Bogor untuk menyampaikan keluhannya kepada *customer service*. Tidak jarang juga pemohon menyampaikan keluhannya melalui fitur Chat Whatsapp, *call center*, DM Instagram dan email. Hal ini diperkuat dengan hasil wawancara yang dilakukan oleh pemohon Ibu Khoirunnisa sebagai berikut:

“Pelayanan MPP Kota Bogor dapat dirasakan memudahkan mengakases semua instansi dalam 1 pintu” (Wawancara Ibu Khoirunnisa, Jumat 21 Juni 2024, pukul 10.45 WIB).

Informasi serupa didukung dengan pernyataan dari pemohon lain Bapak Muhammad Gilang dengan detail sebagai berikut :

“Pelayanan MPP Kota Bogor sangat membantu kami dalam mendapatkan pelayanan, sangat cepat dan nyaman” (Wawancara Bapak Muhammad Gilang, Rabu 10 Juli 2024, pukul 17.05 WIB).

2. Alur Penanganan Keluhan

Alur penanganan keluhan pemohon yang dilakukan *customer service* di MPP Kota Bogor bisa dilaksanakan secara langsung ataupun tidak langsung. Apabila keluhan yang disampaikan secara langsung maka *customer service* akan mendengarkan, mencatat keluhan yang disampaikan yang selanjutnya akan dilakukan penyelesaian masalah. Namun apabila dilakukan secara tidak langsung yakni melalui telepon, email maupun media lainnya maka keluhan yang masuk akan langsung dijawab di media yang sama. Untuk setiap keluhan yang masuk akan langsung ditindaklanjuti kemudian di evaluasi MPP Kota Bogor supaya bisa memperbaiki dan meningkatkan mutu pelayanan yang sinkron dengan keinginan pemohon.

3. Komunikasi Interpersonal Dalam Handling Complent

Keterampilan komunikasi interpersonal yang baik sangat diperlukan oleh seorang customer service on station ketika memberikan pelayanan pada pemohon. Hal ini diperkuat dengan hasil wawancara dengan Hanefi dengan detail sebagai berikut :

“Penting, agar bisa tau apa cara yang tepat untuk mengkomunikasikan kepada pemohon, karena handling complaint itu kan butuh pendekatan dan informasi yang akurat mbak. Pasti kan pemohon yang datang ke customer service itu berbeda beda nah fungsinya komunikasi interpersonal itu adalah untuk membantu customer service sendiri dalam menggali informasi dari pemohon yang bersangkutan, biar pemohon yang tadinya datang dengan rasa penuh emosional akan reda dan itu akan memudahkan untuk proses penanganan keluhan” (Wawancara Wawan, Kamis 11 Juli 2024, pukul 10.00 WIB).

4. Lima Aspek Efektif Komunikasi Interpersonal di MPP Kota Bogor

Jadi pada temuan penelitian, peneliti mendapatkan bukti bukti yang mengarahkan pada penerapan kelima aspek efektif komunikasi interpersonal yang dilakukan oleh customer service di MPP Kota Bogor dalam pelayanan kepada pemohon. Dalam pelaksanaannya, peneliti menemukan bahwa komunikasi interpersonal sangat efektif dalam pelayanan dikarenakan dapat membantu customer service untuk mengetahui karakter dari masing- masing pemohon.

Selain itu peneliti menemukan adanya perbedaan pendapat antara pemohon dengan pihak MPP Kota Bogor. Terdapat pemohon yang masih merasa kesulitan untuk mengakses informasi terkait layanan MPP Kota Bogor namun pihak MPP Kota Bogor

menjabarkan bahwa sudah memberikan banyak keluasaan akses informasi bagi seluruh calon pemohon. Kelima aspek efektif komunikasi interpersonal yang telah diterapkan oleh customer service di MPP Kota Bogor adalah keterbukaan, empati, sikap positif, sikap saling mendukung, dan kesetaraan.

Pembahasan

1. Kemudahan Akses Dan Responsivitas Dalam Penyampaian Keluhan Di MPP Kota Bogor

Pemohon di MPP Kota Bogor memiliki akses untuk menyampaikan keluhan baik secara langsung maupun tidak langsung. Keluhan langsung dapat disampaikan kepada customer service ketika pemohon mendatangi MPP Kota Bogor. Keluhan tidak langsung difasilitasi melalui berbagai saluran seperti WhatsApp Chat, call center, DM Instagram, dan email. Hal ini menunjukkan bahwa MPP Kota Bogor menyediakan berbagai alternatif untuk memudahkan komunikasi pemohon, sebagaimana ditekankan oleh (Prayoga, 2015) bahwa komunikasi interpersonal melibatkan alur perpindahan informasi antar individu, yang memungkinkan umpan balik segera.

Pernyataan dari Ibu Khoirunnisa dan Bapak Muhammad Gilang juga mendukung temuan ini:

Ibu Khoirunnisa: “Pelayanan MPP Kota Bogor dapat dirasakan memudahkan mengakses semua instansi dalam satu pintu” (Wawancara, 21 Juni 2024).

Bapak Muhammad Gilang: “Pelayanan MPP Kota Bogor sangat membantu kami dalam mendapatkan pelayanan, sangat cepat dan nyaman” (Wawancara, 10 Juli 2024).

2. Proses dan Mekanisme Penanganan Keluhan di MPP Kota Bogor

Keluhan pemohon yang diterima oleh customer service ditangani melalui dua cara: langsung dan tidak langsung. Keluhan langsung dicatat dan ditindaklanjuti sesuai prosedur. Keluhan tidak langsung melalui media seperti telepon atau email ditangani dengan respon pada media yang sama. Setiap keluhan dievaluasi untuk meningkatkan kualitas pelayanan, sebagaimana dijelaskan oleh (Effendy, 2017) bahwa penyampaian informasi dan umpan balik yang cepat menjadi elemen penting dalam komunikasi.

3. Peran Komunikasi Interpersonal Dalam Handling Complaint di MPP Kota Bogor

Komunikasi antarpersonal adalah elemen penting dalam penanganan keluhan. Hanefi, seorang informan, menjelaskan pentingnya keterampilan komunikasi antarpersonal untuk memahami karakteristik pemohon dan meredakan emosi pemohon yang mungkin sedang frustrasi. Pernyataan Hanefi:

“Penting, agar bisa tahu apa cara yang tepat untuk mengkomunikasikan kepada pemohon... fungsi komunikasi antarpersonal itu adalah untuk membantu customer service sendiri dalam menggali informasi dari pemohon” (Wawancara, 11 Juli 2024).

(Devito, 2016) menjelaskan bahwa komunikasi antarpersonal melibatkan penyampaian informasi dengan fleksibilitas memberikan umpan balik yang cepat. Pendapat ini relevan dengan situasi di MPP Kota Bogor yang membutuhkan pendekatan personal dalam menghadapi beragam karakter pemohon.

4. Penerapan Lima Aspek Efektif Komunikasi Interpersonal di MPP Kota Bogor

Hasil penelitian menunjukkan bahwa customer service di MPP Kota Bogor menerapkan lima aspek efektif komunikasi antarpersonal (Devito, 2016):

1. Keterbukaan: Customer service terbuka menerima saran dan memberikan informasi yang relevan kepada pemohon.
2. Empati: Customer service berusaha memahami perasaan dan sudut pandang pemohon.
3. Sikap Mendukung: Hubungan yang terjalin didasari pada saling mendukung antara customer service dan pemohon.
4. Sikap Positif: Pelayanan dilakukan dengan perilaku dan sikap yang positif untuk menciptakan kenyamanan.
5. Kesetaraan: Hubungan antara customer service dan pemohon didasarkan pada saling menghormati dan kebutuhan yang setara.

5. Implementasi Customer Relationship Management Dalam Handling Complaint di MPP Kota Bogor

CRM di MPP Kota Bogor memainkan peran penting dalam membangun hubungan yang menguntungkan antara pihak layanan dan pemohon. Menurut Ruslan (2017) CRM bertujuan menjaga loyalitas pelanggan melalui hubungan yang baik. Dalam konteks handling complaints, CRM membantu mengatasi keluhan secara profesional dan memberikan kepercayaan kepada pemohon, sebagaimana dijelaskan oleh Smith dalam (Naini et al., 2022) Dari temuan ini, terlihat bahwa MPP Kota Bogor berhasil mengintegrasikan komunikasi antarpersonal dan CRM untuk

meningkatkan mutu pelayanan dan kepuasan pemohon.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil temuan dan analisa yang telah dijelaskan, maka peneliti simpulkan sebagai berikut: 5 aspek komunikasi interpersonal tersebut adalah keterbukaan, empati, sikap positif, sikap mendukung, dan kesetaraan.

1. Keterbukaan ditunjukkan dengan adanya *website* yang berisi informasi seputar profil perusahaan, visi dan misi, serta syarat dan ketentuan reservasi tiket perjalanan kereta api. Lalu, *customer service* di MPP Kota Bogor selalu memberikan informasi terkait update penanganan keluhan kepada pemohon, tidak ada informasi yang ditutupi-tutupi.
2. Empati ditunjukkan ketika pemohon menyampaikan keluhannya, *customer service* akan mendengarkan dengan teliti, kemudian mencatat keluhan tersebut, mengutarakan permohonan maaf perihal keluhan yang telah disampaikan dan melakukan penyelesaian keluhan.
3. Sikap positif ditunjukkan dengan perilaku ramah saat menyambut pemohon, penampilan rapi, dan cara berbicara yang santun.
4. Sikap saling mendukung dilaksanakan ketika pemohon datang untuk menyampaikan keluhannya dan *customer service* akan membantu pemohon dalam menyelesaikan keluhannya tersebut.
5. Bentuk kesetaraan yang diterapkan oleh *customer service* MPP Kota Bogor adalah ketika melayani pemohon *customer service* menempati posisi setara dengan pemohon. Tidak adanya

perbedaan, karena baik pemohon maupun *customer service* saling membutuhkan satu sama lain. Hal ini diwujudkan dengan adanya kartu testimonial yang diberikan kepada pemohon.

6. DAFTAR PUSTAKA

- Bisri, M. H., & Asmoro, B. T. (2019). Etika Pelayanan Publik di Indonesia. *Journal of Governance Innovation*, 1(1). <https://doi.org/10.36636/jogiv.v1i1.298>
- Devito, J. A. (2011). Komunikasi Antarmanusia Edisi Kelima. In *Komunikasi Antarmanusia. Kuliah Dasar*.
- Diana, R., Ahmad, S., & Wahidy, A. (2020). Pengaruh Motivasi Kerja dan Komunikasi Interpersonal Terhadap Kinerja Guru. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 4(3).
- Effendy, O. U. (2017). Ilmu Komunikasi, Teori dan Praktek Komunikasi dalam sebuah organisasi. *Bandung : PT. Remaja Rosdakarya*.
- Fitriani, A. Y. U. S. (2015). *STRATEGI KOMUNIKASI ANTAR PRIBADI SALES MARKETING DALAM MELAYANI PELANGGAN (Studi Kasus Pada Cash Counter PT. JNE Bekasi)*.
- Hardianti, O. (2016). Pengaruh Komunikasi Interpersonal Customer Service Terhadap Kepuasan Nasabah Bankaltim Syariah Cabang Pembantu Juanda Samarinda. *Journal Ilmu Komunikasi*, 4(3).
- Hasanah, H. (2019). Komunikasi Interpersonal antara Customer Service dengan Jama'ah Haji dan Umroh di PT. Ebad Wisata

- Surabaya. *Ilmu Komunikasi UIN Sunan Ampel*.
<http://digilib.uinsby.ac.id/id/eprint/29301>
- Herdyansah, H. (2019). Metode Penelitian Kualitatif untuk Ilmu-Ilmu Sosial: Perspektif Konvensional dan Kontemporer. In *Jakarta: Salemba Humanika*.
- Hollensen, S. (2016). Global Marketing 7th Edition PDF Ebook. In *Global Marketing 7th Edition PDF Ebook*.
- Imelda, S. (2017). Kualitas Pelayanan Customer Service Dan Loyalitas Nasabah Pada Bank Bri Unit Veteran Banjarmasin. *Jurnal INTEKNA : Informasi Teknik Dan Niaga*, 17(2).
<https://doi.org/10.31961/intekna.v17i2.469>
- Massyat, M., Masyhadiah, M., & Reskiawan, R. (2023). Komunikasi Interpersonal Antara Perawat Dan Pasien Rawat Inap Dalam Pemberian Pelayanan Kesehatan Di Rumah Sakit Umum Daerah Hajja Andi Depu Kabupaten Polewali Mandar. *Journal Pegguruang: Conference Series*, 5(2), 434. <https://doi.org/10.35329/jp.v5i2.4107>
- Mulyana, D. (2017). Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar. Cetakan ke 21. In *Bandung: PT Remaja Rosdakarya*.
- Naini, N. F., Sugeng Santoso, Andriani, T. S., Claudia, U. G., & Nurfadillah. (2022). The Effect of Product Quality, Service Quality, Customer Satisfaction on Customer Loyalty. *Journal of Consumer Sciences*, 7(1). <https://doi.org/10.29244/jcs.7.1.34-50>
- Nugraha, A. S. (2017). Kualitas Komunikasi Interpersonal Customer Service Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Bank Mega Cabang Pembantu S.Parman Samarinda. *E Journal Ilmu Komunikasi*, 5(3).
- Prayoga, D. (2015). Fungsi Komunikasi Antarpribadi Customer Service Dalam Meningkatkan Kepuasan. *EJournal Ilmu Komunikasi*, 3(3), 1–13. [http://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2015/06/JURNAL_FIX_DIO_\(06-29-15-05-10-33\).pdf](http://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2015/06/JURNAL_FIX_DIO_(06-29-15-05-10-33).pdf)
- Ruslan, R. (2017). Manajemen Public Relations & Media Komunikasi. In *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi*.
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Sutopo (ed.); cetakan ke). Alfabeta Bandung.
- Susanto, D., Risnita, & Jailani, M. S. (2023). Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data Dalam Penelitian Ilmiah. *Jurnal QOSIM Jurnal Pendidikan Sosial & Humaniora*, 1(1), 53–61. <https://doi.org/10.61104/jq.v1i1.60>
- West, R., & Turner, L. (2021). *Introducing Communication Theory Analysis Application*. In *McGraw-Hill Education*.