

STRATEGI KOMUNIKASI PT. TELKOM DALAM MENANGANI GANGGUAN SPEEDY SEBAGAI WUJUD PENINGKATAN KUALITAS PELAYANAN PUBLIK

Hilman Setiawan¹

Abstrak

Tujuan dari penulisan skripsi ini adalah untuk mengetahui dan menganalisa strategi komunikasi PT. Telkom dalam menangani gangguan speedy sebagai wujud peningkatan kualitas pelayanan publik. Teori yang digunakan oleh penulis yaitu menggunakan teori S-M-C-R. Sumber data yang penulis gunakan adalah Teknik Purposive Sampling. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan Library Research, observasi, wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan yaitu deskriptif kualitatif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam strategi komunikasi PT. Telkom dalam menangani gangguan speedy tim yang menangani terdiri dari pimpinan pelayanan, customer service, dan supervisi atau bisa disebut sebagai teknisi lapangan yang bertugas menangani langsung permasalahan yang dialami oleh pelanggan speedy yang mengalami kerusakan-kerusakan dan gangguan. Kegiatan yang dilakukan mulai dari pimpinan pelayanan yang mengarahkan dan mengkoordinir bawahannya untuk mengerjakan pekerjaan sesuai dengan job description nya. Customer service yang bertugas untuk melayani langsung pelanggan yang mengalami keluhan atau gangguan speedy untuk dicarikan pemecahan masalah dan solusi yang tepat. Supervisi sebagai orang yang bertugas memantau situasi keadaan penggunaan speedy dan menangani langsung masalah dilapangan apabila terjadi masalah disuatu lokasi.

Kata Kunci : *Strategi Komunikasi PT. Telkom, Gangguan speedy.*

PENDAHULUAN

PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk. atau biasa disebut dengan PT. Telkom, Tbk sebagai Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang merupakan salah satu perusahaan yang bergerak khusus di bidang jasa telekomunikasi. Dalam Undang – undang Nomor 36 Tahun 1999 tentang telekomunikasi dijelaskan bahwa jasa telekomunikasi adalah layanan telekomunikasi untuk memenuhi kebutuhan berkomunikasi dengan menggunakan jaringan telekomunikasi untuk memenuhi kebutuhan berkomunikasi dengan menggunakan jaringan telekomunikasi. Dalam usahanya PT. Telkom memegang monopoli sebagai perusahaan satu-satunya yang menyelenggarakan usaha jasa Telekomunikasi dalam negeri, berusaha menciptakan suatu sarana telekomunikasi dalam rangka mempertahankan pangsa pasar, selalu berusaha menjadi yang terdepan dalam telekomunikasi dan menjadi pelopor teknologi mutakhir dan inovasi untuk mencapai tingkat pertumbuhan

¹ Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman. Email: setiawan763@gmail.com

yang mampu menempatkan PT. Telkom sebagai pemimpin dalam industry telekomunikasi.

Speedy merupakan layanan internet *Access End to End* dari PT. Telkom, Tbk dengan basis teknologi *Asymmetric Digital Subscriber Line (ADSL)*, yang dapat menyalurkan data dan suara secara stimulant melalui serta saluran telepon biasa dengan kecepatan yang dijamin sesuai dengan paket layanan yang diluncurkan dari modem sampai BRAS (*Broadband Remote Access Server*). Sebagai perusahaan Negara yang besar dan mendominasi perdagangan produk jasa internet di Indonesia, PT. Telkom dengan produk andalannya Speedy siap menjadi pemegang kendali atas layanan produk jasa internet kabel di Indonesia. Layanan ini memberikan jaminan kecepatan sesuai dengan paket layanan yang digunakan dari modem pelanggan sampai ke BRAS (*Broadband Remote Access Server*) dengan pilihan kecepatan akses 1 Mbps per line. Untuk perbandingan, kecepatan akses teknologi *dial-up* yang digunakan oleh layanan Telkomnet Instan adalah 56 kbps per line.

Pelayanan terhadap pelanggan mempunyai pengaruh yang besar dalam kegiatan usaha suatu perusahaan. Apabila pelayanan terhadap pelanggan tidak dilaksanakan dengan baik, maka akan mengakibatkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan dapat berkurang dan pelanggan dapat berusaha mencari perusahaan yang dapat memberikan pelayanan yang lebih memuaskan. Seiring dengan meningkatnya kesadaran akan pentingnya pelayanan kepada pelanggan maka hampir disetiap perusahaan dipekerjakan petugas pelayanan pelanggan atau yang lebih dikenal dengan *Customer service* atau *Customer service Representative*. Melalui *customer service*, PT. Telkom Samarinda memberikan mutu dan pelayanan kepada para pelanggannya agar dapat mencapai kepuasan pelanggan dari pelayanan yang diberikan

Perumusan Masalah

Masalah merupakan unsur pokok dalam penelitian ilmiah, menentukan masalah merupakan langkah awal dalam setiap penelitian ilmiah. Masalah merupakan objek penelitian ilmiah.

Adapun rumusan masalah dari penelitian ini adalah strategi komunikasi PT. Telkom dalam menangani gangguan speedy sebagai wujud peningkatan kualitas pelayanan publik di kota Samarinda dan faktor pendukung dan penghambat komunikasi dalam menangani gangguan speedy sebagai wujud peningkatan kualitas pelayanan publik di kota Samarinda

Tujuan Penelitian

Setiap penelitian tentu mempunyai tujuan yang sesuai dengan pokok masalah yang dihadapi dalam penelitian tersebut. Tujuan penelitian merupakan pedoman untuk mencapai sasaran penelitian yang diinginkan. Tujuan penelitian berkaitan erat dengan rumusan masalah yang dituliskan.

Adapun yang menjadi tujuan dari penelitian ini yaitu strategi komunikasi PT. Telkom dalam menangani gangguan speedy sebagai wujud peningkatan kualitas pelayanan publik di kota Samarinda dan faktor pendukung dan penghambat komunikasi dalam menangani gangguan speedy sebagai wujud peningkatan kualitas pelayanan publik di kota Samarinda

Manfaat Penelitian

Setiap penelitian diharapkan akan mendapat suatu hal yang berguna bagi semua pihak dan sesuai dengan tujuan penelitian yang ingin dicapai, maka penelitian ini diharapkan berguna dan bermanfaat antara lain:

1. Segi Teoritis

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan sumbang pemikiran dan memperkaya perbendaharaan keustakaan bagi pengembangan ilmu pengetahuan pada umumnya dan bagi program studi ilmu komunikasi pada khususnya yang berkaitan dengan upaya meningkatkan kualitas media internal serta sebagai masukan pada penelitian-penelitian mendatang.

2. Segi Praktis

Diharapkan penelitian ini juga berguna bagi kedua belah pihak baik tim redaksi media internal dan staf humas Universitas Mulawarman Samarinda. Dimana hasil penelitian ini dapat berguna sebagai bahan informasi dan evaluasi serta dapat menambah wawasan dan pengetahuan yang berkaitan dengan manajemen penerbitan humas yang berbentuk media internal.

KERANGKA DASAR TEORI

Teori dan Konsep

1. Teori S-M-C-R

Dalam rangka untuk memperjelas makna dan tujuan dari penelitian ini perlu dijelaskan pengertian dari teori itu sendiri sekaligus beberapa teori komunikasi yang berhubungan langsung dengan penelitian ini. Wilbur Schramm dalam buku "*introduction to Maas Communication Research*" (Nafziger & White, 1972 : 10) Mendefinisikan teori sebagai : *A set of related statements, at a high level of abstraction, from wich proposition can be generated that are testable by scientific measurements and on the basis of wich predictios can be made about behavior.* "Suatu perangkat pernyataan yang saling berkaitan, pada abstraksi yang dapat diuji secara ilmiah, dan pada landasannya dapat dilakukan prediksi mengenai perilaku. Dari definisi tersebut menjelaskan bahwa teori adalah hasil telaah dengan metode yang ilmiah.

Dalam dunia komunikasi, kita mengenal banyak sekali teori – teori yang menggambarkan tentang proses komunikasi yang terjadi antar individu, kelompok bahkan massa sekalipun. Dalam penelitian ini untuk mendukung berjalannya kegiatan penelitian menjadi lebih terarah dan fokus dalam mencapai target yang diinginkan, penulis dalam hal ini menggunakan teori S-M-C-R yang merupakan singkatan dari *Source – Message – Channel – Receiver*. *Source* adalah yang menjadi sumber pesan atau lebih sering disebut komunikator,

Message adalah pesan, *Channel* yang berarti saluran atau media yang digunakan untuk menyampaikan pesan, *Receiver* yang berarti penerima pesan atau yang biasa disebut komunikan.

Definisi Komunikasi

Menurut Carl I Hovland (dalam Effendi, 1991:63) komunikasi adalah “*The process by which an individual (the communicator) transmits stimuli (usually verbal symbols) to modify the behavior of other individuals (communicates)*”. Dengan kata lain komunikasi merupakan proses dimana seseorang (komunikator) menyampaikan pesan (biasanya lambang bahasa) untuk mengubah perilaku orang lain (komuniknan)

Definisi Pelayanan

Secara umum pelayanan dapat diartikan dengan melakukan perbuatan yang hasilnya ditujukan untuk kepentingan orang lain, baik perorangan, maupun kelompok atau masyarakat. Menurut Keputusan Menteri Negara Aparatur Negara No. 63 Tahun 2003 disebutkan bahwa: "Pelayanan adalah Segala bentuk kegiatan pelayanan yang dilaksanakan oleh instansi pemerintah di pusat, di daerah, dan di lingkungan badan usaha milik negara/daerah dalam bentuk barang atau jasa dalam rangka pemenuhan kebutuhan masyarakat maupun dalam rangka pelaksanaan ketentuan peraturan perundang-undangan". Menurut Gronroos (dalam Ratminto, 2005:2): "Pelayanan adalah suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata (tidak dapat diraba) yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antar konsumen dengan karyawan atau hal-hal lain yang disediakan oleh organisasi pemberi pelayanan yang dimaksudnya untuk memecahkan untuk memecahkan permasalahan konsumen atau pelanggan".

Moenir (2001:27), “Pelayanan hakikatnya adalah serangkaian kegiatan, karena itu ia merupakan proses, sebagai proses pelayanan berlangsung secara rutin dan berkesinambungan meliputi seluruh kehidupan orang dalam masyarakat”.

Menurut Sinambela (2006:5), “Pelayanan adalah setiap kegiatan yang menguntungkan dalam suatu kumpulan atau kesatuan ,dan menawarkan kepuasan meskipun hasilnya tidak terkait pada suatu produk secara fisik”. Menurut Napitupulu (2007:164): "Pelayanan adalah serangkaian kegiatan suatu proses pemenuhan kebutuhan orang lain secara lebih memuaskan berupa produk jasa dengan sejumlah ciri seperti tidak terwujud ,cepat hilang, lebih dapat dirasakan daripada memiliki, dan pelanggan lebih dapat berpartisipasi aktif dalam proses mengkonsumsi jasa tersebut".

Tujuan Pelayanan Prima

Ruslan (2006:279) mengatakan bahwa pengertian *service of excellence* adalah berkaitan dengan jasa pelayanan yang dilaksanakan oleh perusahaan dalam upaya untuk memberikan rasa kepuasan, dan menumbuhkan kepercayaan

terhadap pihak pelanggannya (konsumen), sedangkan konsumen tersebut merasa dipentingkan atau diperhatikan dengan baik dan wajar.

Ruslan (2006:288) mengatakan bahwa tujuan dari pelayanan prima yang telah diberikan oleh perusahaan bersangkutan, yaitu :

1. Dapat memberikan rasa puas dan kepercayaan pada konsumennya
2. Tetap menjaga agar konsumen merasa diperhatikan dan dipertimbangkan segala kebutuhan atau keinginannya.
3. Upaya mempertahankan konsumen agar tetap loyal untuk menggunakan produk barang atau jasa yang ditawarkan tersebut.

Prinsip – prinsip Pelayanan Prima

Menurut Ruslan (2006:310) pelayanan prima dikembangkan berdasarkan prinsip-prinsip, yaitu sebagai berikut :

1. Attitude (Sikap)
Pelayanan prima berdasarkan konsep *attitude* (sikap) meliputi tiga prinsip berikut :
 - a) Melayani pelanggan berdasarkan penampilan yang sopan dan serasi
 - b) Melayani pelanggan dengan berpikiran positif, sehat dan logis
 - c) Melayani pelanggan dengan sikap menghargai
2. Attention (Perhatian)
Pelayanan prima berdasarkan *attention* (perhatian) meliputi tiga prinsip :
 - a) Mendengarkan dan memahami secara sungguh – sungguh kebutuhan para pelanggan
 - b) Mengamati dan menghargai perilaku para pelanggan
 - c) Mencerahkan perhatian penuh kepada para pelanggan
3. Action (Tindakan)
Pelayanan prima berdasarkan *action* (tindakan) meliputi lima prinsip :
 - a) Mencatat setiap pesanan para pelanggan
 - b) Mencatat kebutuhan para pelanggan
 - c) Menegaskan kembali kebutuhan para pelanggan
 - d) Mewujudkan kebutuhan para pelanggan
 - e) Menyatakan terima kasih dengan harapan pelanggan mau kembali .

Bentuk – bentuk Pelayanan

Menurut Moenir (2001:50) ada tiga macam bentuk pelayanan yang tidak selamanya berdiri sendiri secara murni melainkan sering berkoordinasi antara satu dengan yang lainnya, diantaranya :

1. Layanan Lisan
Layanan yang diadakan oleh petugas – petugas dibidang hubungan masyarakat, bidang layanan informasi dan bidang – bidang lain yang tugasnya memberikan penjelasan atau keterangan kepada siapapun yang memerlukan.
2. Layanan Melalui Tulisan
Layanan ini merupakan bentuk layanan yang paling menonjol dalam pelaksanaan, tidak hanya dari segi jumlah tapi juga dari segi perannya, pada

dasarnya layanan melalui tulisan cukup efisien terutama bagi layanan jarak jauh karena faktor biaya agar layanan ini dapat memuaskan, hal yang harus diperhatikan ialah faktor ketetapan baik dalam pengelolaan masalah maupun dalam proses penyelesaian (penegertian, penandatanganan dan pengiriman kepada yang bersangkutan).

3. Layanan Melalui Perbuatan

Pada umumnya layanan dalam bentuk perbuatan 70% - 80% dilakukan oleh petugas – petugas tingkat menengah dan bawah karena itu faktor keahlian dan keterampilan petugas tersebut sangat menentukan terhadap hasil – hasil perbuatan atau pekerjaan. Adapun faktor yang mendukung dari layanan perbuatan ada 3 hal, yaitu :

- a) Adanya kesungguhan dalam melakukan pekerjaan dengan motif media
- b) Adanya keterampilan khusus untuk menangani pekerjaan tersebut
- c) Disiplin dalam hal waktu, prosedur, metode yang telah ditentukan

Menurut Moenir (2001:186), manajemen pelayanan adalah manajemen proses, yaitu sisi manajemen yang mengatur dan mengendalikan proses pelayanan agar mekanisme kegiatan pelayanan dapat berjalan dengan lancar, tertib dapat mengenai sasaran dan memuaskan bagi pihak yang harus dilayani.

Kualitas Pelayanan

Menurut Sumardji (1998:35) bahwa dalam upaya pencapaian layanan yang berkualitas, selain proses pentingnya petugas layanan juga adanya dukungan yang baik dari seluruh dari unit kerja yang ada dengan pengelolaan tata kerja yang baik pada setiap pekerjaan dimasing – masing bidang, sejak awal sampai penyelesaiannya.

Sedangkan menurut Simbela (2006:7) tujuan pelayanan publik pada dasarnya adanya memuaskan masyarakat, untuk menentukan kepuasan itu ditentukan kualitas pelayanan prima yang tercermin atau tampak dari beberapa hal, antara lain :

1. Transparasi, yakni pelayanan yang bersifat terbuka, mudah dan dapat diakses oleh semua pihak yang membutuhkan dan disediakan secara memadai serta mudah dimengerti.
2. Akuntabilitas, yakni pelayanan yang dapat dipertanggung jawabkan sesuai dengan ketentuan peraturan perundangan – undangan.
3. Kondisional, yakni pelayanan yang sesuai dengan kondisi dan kemampuan pemberi dan penerima pelayanan dengan tetap berpegang pada prinsip efisiensi dan efektifitas.
4. Partisipasif, yaitu pelayanan yang dapat mendorong peran serta masyarakat dalam menyelenggarakan pelayanan publik dengan memperhatikan aspirasi, kebutuhan dan harapan masyarakat.
5. Kesamaan hak, yaitu pelayanan yang tidak melakukan diskriminasi dilihat dari aspek – aspek apapun khususnya suku, ras, agama, golongan, status social dan lain – lain.

6. Keseimbangan hak dan kewajiban, yaitu pelayanan yang mempertimbangkan aspek keadilan antara pemberi dan penerima pelayanan publik

Definisi Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi adalah metode atau langkah-langkah yang diambil untuk keberhasilan proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberitahu atau mengubah sikap, pendapat atau perilaku, baik secara langsung, secara lisan maupun tidak langsung melalui media tertentu Effendy (2008:5).

Definisi Speedy

Speedy adalah salah satu produk PT. Telkom yang merupakan layanan internet berkecepatan tinggi berbasis teknologi ADSL yang memungkinkan terjadinya komunikasi data, *voice*, dan video bersamaan pada media jaringan akses kabel tembaga. Kecepatan *downstream* yang ditawarkan oleh Speedy saat digunakan untuk akses internet lebih besar daripada *upstream*, hal ini dikarenakan Speedy merupakan paket internet ADSL sehingga sangat sesuai untuk keperluan browsing yang cenderung lebih banyak melakukan aktivitas *downstream*. Selain dapat menggunakan akses internet dengan kecepatan tinggi, dengan layanan Speedy kita masih tetap bisa menggunakan saluran telepon rumah tanpaterganggu. Hal ini dikarenakan adanya perangkat splitter yang bisa memisahkan antara data dan gelombang suara selama 24 jam.

Jenis – jenis paket Speedy

1. Paket Socialia (384 kbps)
2. Paket Load (512 kbps)
3. Paket Familia (*Unlimited* 1 Mbps)
4. Paket Executive (*Unlimited* 2 Mbps)
5. Paket Biz (*Unlimited* 2 Mbps)

Definisi Konsepsional

Dari konsep yang dipaparkan diatas maka Strategi Komunikasi PT. Telkom dalam menangani gangguan Speedy sebagai wujud peningkatan kualitas pelayanan publik di kota Samarinda adalah langkah-langkah yang dilakukan pihak PT. Telkom dalam rangka mencapai tujuan dengan menggunakan berbagai macam aspek-aspek pendekatan atau strategi atau metode yang dilakukan oleh perusahaan dengan tujuan utamanya untuk memperbaiki kualitas pelayanan pelanggan.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif. Istilah penelitian kualitatif menurut Williams dalam Moleong (2009:5) menulis bahwa penelitian kualitatif adalah pengumpulan data pada suatu

latar alamiah dengan menggunakan metode alamiah, dan dilakukan oleh orang atau peneliti yang tertarik secara alamiah.

Fokus Penelitian

Fokus penelitian dalam sebuah penelitian dimaksudkan untuk membatasi studi. Sesuai dengan permasalahan yang dirumuskan, maka yang menjadi fokus penelitian adalah sebagai berikut:

Philip Kotler (2006:284) mengemukakan lima dimensi utama sebagai penentu kualitas pelayanan jasa, yaitu :

1. Kualitas Pelayanan

a) *Reliability*

Kemampuan untuk memberikan secara tepat dan benar, jenis pelayanan yang telah dijanjikan kepada konsumen atau pelanggan.

b) *Responsiveness*

Kesadaran atau keinginan untuk membantu konsumen dan memberikan pelayanan yang cepat.

c) *Assurance*

Pengetahuan atau wawasan, kesopanan santunan, kepercayaan diri dari pemberi layanan, serta respek terhadap konsumen.

d) *Empaty*

Kemauan pemberian layanan untuk melakukan pendekatan, member perlindungan, serta berusaha untuk mengetahui keinginan dan kebutuhan konsumen.

e) *Tangibles*

Penampilan dari pegawai dan fasilitas fisik lainnya, seperti peralatan atau perlengkapan yang menunjang pelayanan.

Sumber dan Jenis Data

1. Data primer

Data primer adalah data yang dikumpulkan peneliti langsung dari sumber utamanya, yaitu data yang diperoleh dari informan yang di pandu melalui pertanyaan-pertanyaan sesuai fokus penelitian.

Adapun yang menjadi narasumber dalam penelitian ini yaitu:

a. *Key informan* adalah orang yang paling banyak menguasai informasi (paling banyak tahu) mengenai objek yang sedang diteliti tersebut. Dalam penelitian ini yang menjadi *key informan* adalah pimpinan divisi Pelayanan dan *Customer Service* PT. Telkom Samarinda.

b. Informan adalah orang yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar penelitian. Dalam penelitian ini yang menjadi informan adalah pengguna layanan internet Speedy.

Dalam penelitian ini peneliti memperoleh data menggunakan melalui metode *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu yang dapat dijadikan sumber bagi peneliti. *Purposive*

sampling dilakukan untuk mencari narasumber sebagai *key informan* dan informan.

2. Data sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung, baik berupa keterangan atau literatur yang ada hubungannya dengan penelitian. Data sekunder dapat diperoleh melalui dokumen-dokumen, arsip atau karya ilmiah yang berkaitan dengan masalah yang diteliti.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dipergunakan dalam penelitian ini untuk mendapatkan data yaitu:

1. Observasi
2. Wawancara
3. Penelitian kepustakaan

Teknik Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan melakukan pendekatan dengan metode analisis data kualitatif model interaktif dari miles dan huberman dalam bukunya Analisis Data Kualitatif, (2005:20) yang mencakup pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

HASIL PENELITIAN

Pembahasan

Realibility/Kehandalan

Dari penelitian yang berlangsung, maka kehandalan dari suatu individu organisasi dalam memberikan pelayanan sangat diperlukan untuk menghadapi gerak dinamika kerja yang terus bergulir menuntut kualitas layanan yang tinggi sesuai kehandalan individu pegawai. Kehandalan dari seorang pegawai yang berprestasi, dapat dilihat dari:

- a. Kehandalan dalam memberikan pelayanan yang sesuai dengan tingkat pengetahuan terhadap uraian kerjanya.
- b. Kehandalan dalam memberikan pelayanan yang terampil sesuai dengan tingkat keterampilan kerja yang dimilikinya dalam menjalankan aktivitas pelayanan yang efisien dan efektif.
- c. Kehandalan dalam memberikan pelayanan yang sesuai dengan pengalaman kerja yang dimilikinya, sehingga penguasaan tentang uraian kerja dapat dilakukan secara cepat, tepat, mudah dan berkualitas sesuai pengalamannya.
- d. Kehandalan dalam mengaplikasikan penguasaan teknologi untuk memperoleh pelayanan yang akurat dan memuaskan sesuai hasil output penggunaan teknologi yang ditunjukkan.

Berdasarkan wawancara dengan *key informan* dalam penelitian, maka penulis dapat memahami bahwa kualitas layanan dari kehandalan dalam suatu organisasi dapat ditunjukkan kehandalan pemberi pelayanan sesuai dengan

bentuk-bentuk karakteristik yang dimiliki oleh pegawai tersebut, sesuai dengan keberadaan organisasi tersebut. Seorang pegawai dapat handal apabila tingkat pengetahuannya digunakan dengan baik dalam memberikan pelayanan yang handal, kemampuan keterampilan yang dimilikinya diterapkan sesuai dengan penguasaan bakat yang terampil, pengalaman kerja mendukung setiap pegawai untuk melaksanakan aktivitas kerjanya secara handal dan penggunaan teknologi menjadi syarat dari setiap pegawai yang handal untuk melakukan berbagai bentuk kreasi kerja untuk memecahkan berbagai permasalahan kerja yang dihadapinya secara handal.

Responsiveness/Daya Tanggap

Dari hasil penelitian, seperti yang diketahui bahwa kualitas layanan/ daya tanggap adalah suatu bentuk pelayanan dalam memberikan penjelasan, agar orang yang diberi pelayanan tanggap dan menanggapi pelayanan yang diterima, sehingga diperlukan adanya unsur kualitas layanan daya tanggap sebagai berikut:

- a. Memberikan penjelasan secara bijaksana sesuai dengan bentuk-bentuk pelayanan yang dihadapinya. Penjelasan bijaksana tersebut mengantar individu yang mendapat pelayanan mampu mengerti dan menyetujui segala bentuk pelayanan yang diterima.
- b. Memberikan penjelasan yang mendetail yaitu bentuk penjelasan yang substantif dengan persoalan pelayanan yang dihadapi, yang bersifat jelas, transparan, singkat dan dapat dipertanggungjawabkan.
- c. Memberikan pembinaan atas bentuk-bentuk pelayanan yang dianggap masih kurang atau belum sesuai dengan syarat-syarat atau prosedur pelayanan yang ditunjukkan.
- d. Mengarahkan setiap bentuk pelayanan dari individu yang dilayani untuk menyiapkan, melaksanakan dan mengikuti berbagai ketentuan pelayanan yang harus dipenuhi.
- e. Membujuk orang yang dilayani apabila menghadapi suatu permasalahan yang dianggap bertentangan, berlawanan atau tidak sesuai dengan prosedur dan ketentuan yang berlaku.

Selanjutnya dari hasil wawancara-wawancara, maka uraian-uraian tersebut menjadi suatu interpretasi yang banyak dikembangkan dalam suatu organisasi kerja yang memberikan kualitas layanan yang sesuai dengan daya tanggap atas berbagai pelayanan yang ditunjukkan. Inti dari pelayanan daya tanggap dalam suatu organisasi berupa pemberian berbagai penjelasan dengan bijaksana, mendetail, membina, mengarahkan dan membujuk. Apabila hal ini dapat diimplementasikan dengan baik, dengan sendirinya kualitas layanan daya tanggap akan menjadi cermin prestasi kerja pegawai yang ditunjukkan dalam pelayanannya.

Assurance/Jaminan

Dari hasil pengamatan dan wawancara dengan narasumber, maka peneliti dapat memahami bahwa suatu organisasi kerja sangat memerlukan adanya kepercayaan yang diyakini sesuai dengan kenyataan bahwa organisasi tersebut mampu memberikan kualitas layanan yang dapat dijamin sesuai dengan:

- a. PT.Telkom mampu memberikan kepuasan dalam pelayanan yaitu setiap pegawai akan memberikan pelayanan yang cepat, tepat, mudah, lancar dan berkualitas, dan hal tersebut menjadi bentuk konkrit yang memuaskan orang yang mendapat pelayanan.
- b. PT.Telkom mampu menunjukkan komitmen kerja yang tinggi sesuai dengan bentuk-bentuk integritas kerja, etos kerja dan budaya kerja yang sesuai dengan aplikasi dari visi, misi suatu organisasi dalam memberikan pelayanan.
- c. PT.Telkom mampu memberikan kepastian atas pelayanan sesuai dengan perilaku yang ditunjukkan, agar orang yang mendapat pelayanan yakin sesuai dengan perilaku yang dilihatnya.

Uraian ini menjadi suatu penilaian bagi PT.Telkom Samarinda dalam menunjukkan kualitas layanan asuransi (meyakinkan) kepada setiap orang yang diberi pelayanan sesuai dengan bentuk-bentuk kepuasan pelayanan yang dapat diberikan, memberikan pelayanan yang sesuai dengan komitmen kerja yang ditunjukkan dengan perilaku yang menarik, meyakinkan dan dapat dipercaya, sehingga segala bentuk kualitas layanan yang ditunjukkan dapat dipercaya dan menjadi aktualisasi pencerminan prestasi kerja yang dapat dicapai atas pelayanan kerja.

Empaty/Empati

Dari wawancara yang dilakukan peneliti dengan narasumber, dapat diartikan empati dalam suatu kerja di PT.Telkom Samarinda menjadi sangat penting dalam memberikan suatu kualitas layanan sesuai prestasi kerja yang ditunjukkan oleh seorang pegawai. Empati tersebut mempunyai inti yaitu mampu memahami orang yang dilayani dengan penuh perhatian, keseriusan, simpatik, pengertian dan adanya keterlibatan dalam berbagai permasalahan yang dihadapi orang yang dilayani, suatu bentuk kualitas layanan dari empati orang-orang pemberi pelayanan terhadap yang mendapatkan pelayanan harus diwujudkan dalam lima hal yaitu:

- a. PT.Telkom mampu memberikan perhatian terhadap berbagai bentuk pelayanan yang diberikan, sehingga yang dilayani merasa menjadi orang yang penting.
- b. PT.Telkom mampu memberikan keseriusan atas aktivitas kerja pelayanan yang diberikan, sehingga yang dilayani mempunyai kesan bahwa pemberi pelayanan menyikapi pelayanan yang diinginkan.
- c. PT.Telkom mampu menunjukkan rasa simpatik atas pelayanan yang diberikan, sehingga yang dilayani merasa memiliki wibawa atas pelayanan yang dilakukan.

- d. PT.Telkom mampu menunjukkan pengertian yang mendalam atas berbagai hal yang diungkapkan, sehingga yang dilayani menjadi lega dalam menghadapi bentuk-bentuk pelayanan yang dirasakan.
- e. PT.Telkom mampu menunjukkan keterlibatannya dalam memberikan pelayanan atas berbagai hal yang dilakukan, sehingga yang dilayani menjadi tertolong menghadapi berbagai bentuk kesulitan pelayanan.

Bentuk-bentuk pelayanan ini menjadi suatu yang banyak dikembangkan oleh banyak perusahaan, khususnya bagi perusahaan dengan pelayanan modern, yang bertujuan memberikan kualitas layanan yang sesuai dengan dimensi empati atas berbagai bentuk-bentuk permasalahan pelayanan yang dihadapi oleh yang membutuhkan pelayanan, sehingga dengan dimensi empati ini, seorang pegawai menunjukkan kualitas layanan sesuai dengan prestasi kerja yang ditunjukkan.

Tangibles/Bukti Fisik

Dari penelitian yang berlangsung, peneliti dapat memahami bahwa tanggapan dari pelanggan Telkom untuk pengguna speedy dapat dinilai dari sisi fasilitas fisik, peralatan, dan berbagai materi komunikasi yang baik, menarik, dan terawat.

Tanggapan-tanggapan tersebut meliputi :

- a) Pernyataan tentang penilaian yang modern dan memadai
- b) Pernyataan mengenai fasilitas fisik yang bagus, bersih, dan memadai
- c) Pernyataan tentang fasilitas fisik yang menunjang kegiatan bisnis
- d) Pernyataan tentang karyawan yang rapi dan sopan

Dari yang ada dalam dinamika dunia kerja pada PT.Telkom saat ini yang mengedepankan pemenuhan kebutuhan pelayanan masyarakat maka, identifikasi kualitas layanan fisik mempunyai peranan penting dalam memperlihatkan kondisi-kondisi fisik pelayanan tersebut.

Uraian diatas secara umum memberikan suatu indikator yang jelas bahwa kualitas layanan sangat ditentukan menurut kondisi fisik pelayanan, yang inti pelayanannya yaitu kemampuan dalam menggunakan alat dan perlengkapan kerja yang dapat dilihat secara fisik, mampu menunjukkan kemampuan secara fisik dalam berbagai penguasaan teknologi kerja dan menunjukkan penampilan yang sesuai dengan kecakapan, kewibawaan dan dedikasi kerja.

Kesimpulan

Adapun kesimpulan yang dilakukan oleh peneliti mengenai Strategi Komunikasi PT.Telkom dalam menangani gangguan speedy sebagai wujud peningkatan kualitas pelayanan publik di Kota Samarinda adalah sebagai berikut :

- a. Kualitas pelayanan berdasarkan daya tanggap berpengaruh terhadap kepuasan konsumen sesuai dengan pelayanan yang menyenangkan, kecakapan dalam pelayanan, menciptakan respon yang positif.
- b. Kualitas pelayanan berdasarkan jaminan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen sesuai dengan sikap ramah/sopan, menjamin keamanan dan

- keselamatan konsumen serta pelayanan jasa lalu lintas penerbangan yang memuaskan.
- c. Kualitas pelayanan berdasarkan bukti fisik berpengaruh terhadap kepuasan konsumen sesuai dengan ketersediaan peralatan yang modern, perlengkapan yang tersedia lengkap dan tenaga staf yang menguasai bidang tugasnya.
 - d. Kualitas pelayanan berdasarkan empati berpengaruh terhadap kepuasan konsumen sesuai dengan keseriusan memberikan pelayanan, perhatian dan peduli kepada konsumen yang membutuhkan layanan jasa lalu lintas penerbangan.
 - e. Kualitas pelayanan berdasarkan kehandalan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen sesuai dengan proses pelayanan yang cepat, tidak pilih kasih dan memberikan kepercayaan kepada konsumen.

Saran

1. Diharapkan agar PT.Telkom Samarinda dapat meningkatkan kualitas pelayanan publik dalam menangani gangguan speedy bagi para pelanggannya.
2. Diharapkan agar PT.Telkom Samarinda dapat mempertahankan kualitas pelayanan publik dalam menangani gangguan speedy bagi para pelanggannya yang saat ini sudah tergolong sangat baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Lijan, Sigit 2006. *Reformasi Pelayanan Publik, Teori, Kebijakan dan Implementasi*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Effendy, Onong Uchjana. 2005. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Miles, Mattew B, dan Huberman A, Michael. 2007. *Analisa Data Kualitatif, buku sumber tentang metode-metode baru*, UI, Jakarta
- Moleong, J. Lexy. 2009. *Metode Penelitian Kualitatif (edisi revisi)*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Moenir, H.A.S 2001. *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Syafiie, Inu Kencana. 2006. *Ilmu Administrasi Publik*. Jakarta: PT. Asdi Mahasatya.
- Ratminto, Atik Septi Winarsih. 2007 *Manajemen Pelayanan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Hessel Nogi S. Tangkilisan. 2005 *Manajemen Publik*. Jakarta: PT Grasindo.
- George R. Terry dan Leslie W. Rue. 2005 *Dasar – dasar Manajemen*. Jakarta: Bumi Aksara
- Drs. ec. Alex S. Nitisemito. 1989 *Manajemen Suatu Dasar dan Pengantar*. Jakarta: Ghalia Indonesia
- Partanto, Pius A. dan Dahlan M. 2001 *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*. Surabaya: Arkola
- Sri Dewi, 2002, *Manajemen Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertasi*, PT Rajagrafindo Persada : Pascasarjana FEUI

- Usman, Husein dan Akbar Setiadi Purnomo, 2002, *Metode Penelitian Sosial*, Jakarta: PT. Bumi Aksara
- Kriyantono, Rachmat. 2007. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Suprpto, Tommy. 2009. *Pengantar Teori & Manajemen Komunikasi*. Yogyakarta: Media Pressindo.
- Widjaja, H.A.W. 2008. *Komunikasi: Komunikasi dan Hubungan Masyarakat*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.

Sumber Lain :

Situs Web Google, pengertian speedy

<http://www.scribd.com> diakses pada tanggal 5 Juni 2012

[Situs Wikipedia, definisi pelayanan](#)

<http://www.wikipedia.com> pada tanggal 5 Juni 20