

KOMUNIKASI INTERPERSONAL CUSTOMER SERVICE PT TELKOMSEL DALAM MENGHADAPI KELUHAN PELANGGAN

INTERPERSONAL COMMUNICATION OF PT TELKOMSEL CUSTOMER SERVICE IN HANDLING CUSTOMER COMPLAINTS

¹⁾Nabila Najwa, ²⁾Harinawati, ³⁾Awaluddin Arifin, ⁴⁾Zahari, ⁵⁾Jafaruddin, ⁶⁾Muhammad Fazil

^{1,2,3,4,5}Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

^{1,2,3,4,5}Universitas Malikussaleh

Jl. Kampus Unimal Bukit Indah, Muara Satu, Blang Pulo, Lhokseumawe

Email: nabila.210240210@mhs.unimal.ac.id¹, harinawati@unimal.ac.id²,

awaluddin.arifin@unimal.ac.id³, zahari@unimal.ac.id⁴, jafaruddin@unimal.ac.id⁵,

muhammad.fazil@unimal.ac.id⁶

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul Komunikasi Interpersonal Customer Service PT. Telkomsel Cabang Medan Dalam Menghadapi Keluhan Pelanggan (Deskriptif Kualitatif Pada GraPari Putri Hijau). Permasalahan dalam penelitian ini adalah bagaimana customer service mengelola komunikasi interpersonal secara efektif dalam menghadapi berbagai keluhan pelanggan yang datang dengan kondisi emosional beragam, mulai dari kecewa, marah, hingga panik. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mendeskripsikan komunikasi interpersonal customer service PT. Telkomsel Cabang Medan dalam menghadapi keluhan pelanggan di GraPARI Putri Hijau. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif yang dilaksanakan di GraPARI Telkomsel Putri Hijau Medan pada Oktober 2025. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi dengan informan yang terdiri dari dua customer service dan lima pelanggan. Teknik analisis data menggunakan model Miles dan Huberman meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi interpersonal di GraPARI Telkomsel Putri Hijau dilakukan melalui tiga fase berdasarkan Uncertainty Reduction Theory: (1) Entry phase, menciptakan kesan pertama positif melalui sikap ramah dan sikap tenang; (2) Personal phase, membangun komunikasi empatik dengan mendengarkan aktif dan memberikan solusi menggunakan bahasa sederhana; (3) Exit phase, memastikan pemahaman pelanggan dan menutup interaksi dengan kesan positif. Kesimpulan penelitian ini adalah customer service GraPARI Putri Hijau Medan berhasil menerapkan komunikasi interpersonal yang efektif dan humanis melalui empati, kesabaran, dan profesionalisme, sehingga mampu mengurangi ketidakpastian pelanggan dan menciptakan kepuasan dalam pelayanan.

Kata Kunci : *Customer Service, Keluhan Pelanggan, Komunikasi Interpersonal, Pelayanan Pelanggan, Uncertainty Reduction Theory.*

PENDAHULUAN

Komunikasi memiliki peranan yang sangat penting dalam kehidupan manusia karena menjadi sarana utama dalam membangun interaksi sosial, menyampaikan ide, serta memperoleh informasi. Menurut Scheidel dalam Mulyana (2017:27), komunikasi bertujuan untuk mengapresiasi dan mendukung identitas diri, membangun hubungan sosial, serta memengaruhi sikap dan perilaku orang lain. Salah satu bentuk komunikasi yang paling sering digunakan dalam kehidupan sehari-hari adalah komunikasi interpersonal. Perkembangan teknologi informasi telah mempermudah proses komunikasi interpersonal, baik secara langsung maupun melalui media seperti telepon dan media sosial. Effendy (2008:61) menyatakan bahwa komunikasi interpersonal merupakan interaksi antara dua individu yang bersifat langsung dan timbal balik. Sifat dua arah ini memungkinkan terjadinya pertukaran pesan secara efektif serta membuka ruang bagi pemahaman yang lebih baik antara pihak-pihak yang berkomunikasi.

Dalam konteks organisasi dan dunia bisnis, komunikasi interpersonal yang efektif berperan penting dalam menjaga hubungan antara perusahaan dan pelanggan. Setiap perusahaan akan selalu berinteraksi dengan konsumennya, sehingga keberadaan customer service menjadi elemen yang sangat vital. Customer service tidak hanya berfungsi sebagai penyampai informasi, tetapi juga sebagai pihak yang menerima, memahami, dan menindaklanjuti keluhan pelanggan. Kualitas komunikasi yang kurang baik dapat berdampak pada menurunnya kepuasan pelanggan dan memengaruhi citra perusahaan di mata publik. Di PT. Telkomsel Cabang Medan, khususnya GraPARI Putri Hijau, pelanggan menyampaikan beragam tanggapan terkait layanan telekomunikasi yang mereka gunakan. Tanggapan tersebut mencakup aspek teknis produk, seperti kualitas jaringan dan paket data, serta pengalaman pelayanan yang diterima secara langsung. Ketika pelanggan mengalami kendala teknis, seperti gangguan sinyal, masalah paket data, atau kendala komunikasi, respons emosional seperti kekecewaan dan frustrasi sering kali muncul dan memengaruhi proses interaksi dengan customer service.

Berdasarkan data keluhan pelanggan di GraPARI Putri Hijau pada 4 November 2024, permasalahan yang sering dikeluhkan meliputi gangguan jaringan, paket data yang tidak dapat digunakan, jaringan yang masih berada pada mode 2G, serta kendala dalam menerima atau melakukan panggilan dan pesan singkat. Keluhan-keluhan ini menuntut kemampuan customer service dalam menerapkan komunikasi interpersonal yang efektif agar permasalahan dapat ditangani dengan baik. Pelayanan customer service tidak hanya berkaitan dengan penyelesaian masalah secara teknis, tetapi juga menciptakan pengalaman pelayanan yang menyeluruh bagi pelanggan. Aspek seperti kecepatan penanganan, ketepatan solusi, sikap ramah, serta kemampuan menunjukkan empati menjadi faktor penting dalam membangun kepuasan pelanggan. Dalam persaingan bisnis yang semakin ketat, kualitas pelayanan menjadi salah satu penentu utama loyalitas pelanggan terhadap perusahaan.

Komunikasi interpersonal customer service melibatkan keterampilan mendengarkan secara aktif, kemampuan menunjukkan empati, kejelasan dalam menyampaikan informasi, serta kemampuan menyesuaikan gaya komunikasi dengan karakteristik pelanggan yang beragam. Tantangan muncul ketika customer service harus menghadapi pelanggan dengan emosi tinggi, sehingga dibutuhkan kemampuan pengelolaan emosi dan sikap profesional dalam setiap interaksi. Apabila keluhan pelanggan tidak ditangani dengan komunikasi yang tepat, hal tersebut dapat menimbulkan citra negatif bagi perusahaan. Sebaliknya, penanganan keluhan melalui komunikasi interpersonal yang efektif dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan memperkuat citra positif perusahaan. Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan untuk mengetahui bagaimana komunikasi interpersonal customer service PT. Telkomsel Cabang Medan dalam menghadapi keluhan pelanggan di GraPARI Putri Hijau, dengan fokus pada tanggapan terhadap produk, kualitas pelayanan, serta cara berkomunikasi yang diterapkan dalam proses interaksi dengan pelanggan.

LANDASAN TEORI

Teori Komunikasi Interpersonal

Komunikasi interpersonal merupakan komunikasi antarindividu yang berlangsung secara tatap muka, sehingga memungkinkan para pelaku komunikasi menangkap reaksi secara langsung, baik verbal maupun nonverbal (Mulyana, 2005 dalam Anggraini et al., 2022). Secara umum, komunikasi interpersonal terjadi antara dua orang yang saling mengenal, bersifat dinamis dan kontekstual, serta bertujuan untuk mencapai pemahaman bersama melalui pertukaran pesan verbal dan nonverbal. Dalam layanan pelanggan, komunikasi interpersonal berperan penting dalam menciptakan suasana nyaman, membangun kepercayaan, serta menyelesaikan permasalahan pelanggan secara efektif.

Menurut Mulyana (2005), komunikasi interpersonal merupakan konteks komunikasi yang paling lengkap karena melibatkan berbagai indera dan emosi, terutama dalam interaksi tatap muka. Proses komunikasi ini bersifat timbal balik, di mana individu dapat bergantian menjadi komunikator dan komunikan. Keberhasilan komunikasi interpersonal ditandai dengan adanya respons yang saling

dipahami. Namun, komunikasi dapat terhambat oleh faktor teknis, psikologis, atau dominasi salah satu pihak. Apabila komunikasi berlangsung satu arah tanpa adanya keterlibatan personal, maka interaksi tersebut tidak dapat dikategorikan sebagai komunikasi interpersonal. Menurut J.A. Devito (2001), komunikasi interpersonal terdiri atas beberapa elemen utama. Pesan (message) merupakan rangsangan yang diterima melalui panca indera dan disampaikan dalam bentuk verbal maupun nonverbal. Sumber–penerima (source–receiver) menunjukkan bahwa dalam komunikasi interpersonal setiap individu dapat berperan sebagai pengirim sekaligus penerima pesan secara bergantian. Proses komunikasi melibatkan encoding, yaitu pembentukan pesan, dan decoding, yaitu proses memahami pesan yang diterima.

Pesan disampaikan melalui saluran (channel), baik secara langsung melalui panca indera maupun melalui media tertentu, dengan komunikasi personal yang bersifat langsung dinilai lebih efektif dan persuasif. Umpan balik (feedback) menjadi respon atas pesan yang diterima, baik secara verbal maupun nonverbal, yang menunjukkan keberhasilan komunikasi. Selain itu, komunikasi interpersonal juga dapat dipengaruhi oleh gangguan (noise), yang meliputi gangguan fisik, psikologis, dan semantik, sehingga berpotensi menghambat penyampaian dan pemaknaan pesan.

Teori Pengurangan Ketidakpastian

Teori ini dikemukakan oleh Charles Berger dan Richard Calabrese pada tahun 1975 (Samsinar & Rusnali, 2017). Teori ini menjelaskan proses komunikasi antarindividu yang awalnya saling tidak mengenal untuk mengurangi ketidakpastian melalui pengumpulan informasi, sehingga individu dapat memprediksi dan memahami perilaku pihak lain serta memutuskan apakah komunikasi akan dilanjutkan atau dihentikan. Berger dan Calabrese (Nurdin, 2020) menyatakan bahwa dalam interaksi awal, individu berusaha meningkatkan kemampuan prediksi dan penjelasan (explanation). Prediksi merujuk pada kemampuan memperkirakan perilaku yang mungkin muncul, sedangkan explanation digunakan untuk menafsirkan makna dari tindakan yang telah terjadi. Kedua konsep ini merupakan subproses utama dalam upaya pengurangan ketidakpastian.

Ketidakpastian akan semakin kuat ketika interaksi dianggap penting, seperti dalam konteks layanan pelanggan. Pelanggan sering kali mengalami ketidakpastian kognitif terkait proses penanganan keluhan dan hasil yang akan diperoleh, serta ketidakpastian perilaku mengenai sikap dan respons customer service. Untuk mengurangi ketidakpastian tersebut, customer service perlu memberikan informasi yang jelas dan akurat, menunjukkan sikap empati, kesabaran, serta respons yang sigap agar pelanggan merasa dipahami dan didukung. Berger dan Calabrese (Nurdin, 2020) juga mengemukakan tiga tahapan interaksi, yaitu *entry phase*, yang ditandai dengan komunikasi umum dan normatif; *personal phase*, ketika komunikasi menjadi lebih akrab dan personal; serta *exit phase*, di mana individu memutuskan untuk melanjutkan atau mengakhiri interaksi. Ketiga tahapan ini menggambarkan proses bertahap dalam pengurangan ketidakpastian selama interaksi berlangsung.

Konsep Customer Service

Customer service merupakan serangkaian aktivitas perusahaan dalam memberikan dukungan, informasi, dan solusi kepada pelanggan guna memenuhi kebutuhan serta meningkatkan kepuasan pelanggan. Menurut Ahmad et al. (2024), customer service mencakup seluruh kegiatan yang dilakukan sebelum, selama, dan setelah pembelian produk atau layanan. Dalam konteks PT. Telkomsel GraPARI Putri Hijau, customer service berperan dalam penyampaian informasi, penanganan keluhan, serta penciptaan pengalaman pelayanan yang positif bagi pelanggan. Customer service di GraPARI Putri Hijau berfungsi sebagai penghubung antara perusahaan dan pelanggan untuk memastikan layanan yang diberikan sesuai dengan harapan. Pelayanan yang diterapkan menekankan komunikasi yang efektif, respons yang cepat, serta penyelesaian masalah secara profesional. Selain memberikan informasi, customer service juga bertanggung jawab dalam menangani berbagai keluhan pelanggan, baik yang bersifat teknis maupun administratif.

Fungsi utama customer service meliputi penyampaian informasi yang jelas dan akurat mengenai produk dan layanan Telkomsel, penanganan keluhan pelanggan secara responsif, serta pengelolaan interaksi dengan sikap empati dan profesional. Customer service juga dituntut untuk memberikan solusi yang cepat dan efektif sebagai indikator keberhasilan pelayanan. Tujuan utama dari

pelaksanaan fungsi tersebut adalah menjaga kepuasan pelanggan, membangun kepercayaan, serta meningkatkan loyalitas pelanggan terhadap perusahaan. Penerapan Konsep Customer Service Dalam praktiknya, customer service di GraPARI Putri Hijau menerapkan komunikasi interpersonal yang efektif untuk mengurangi ketidakpastian pelanggan, sejalan dengan Teori Pengurangan Ketidakpastian. Melalui komunikasi yang jelas, empatik, dan solutif, setiap interaksi diharapkan mampu menciptakan pemahaman yang lebih baik serta memperkuat hubungan antara pelanggan dan perusahaan.

PT Telkomsel

PT. Telekomunikasi Selular (Telkomsel) merupakan salah satu perusahaan telekomunikasi terbesar di Indonesia yang menyediakan layanan berbasis GSM. Didirikan pada 26 Mei 1995, Telkomsel memiliki jangkauan jaringan terluas di Indonesia dengan lebih dari 170 juta pelanggan. Sebagai bagian dari Telkom Group, Telkomsel berkomitmen menghadirkan layanan berkualitas melalui pengembangan teknologi jaringan 4G LTE dan 5G serta inovasi layanan digital yang berorientasi pada kepuasan pelanggan.

Layanan GraPARI

GraPARI (Graha Pariwara) merupakan pusat layanan pelanggan resmi Telkomsel yang menyediakan akses informasi, transaksi, dan penanganan keluhan pelanggan. GraPARI tersebar di berbagai kota besar di Indonesia, termasuk Medan, dengan tujuan memberikan pelayanan yang profesional, cepat, dan efektif. GraPARI Putri Hijau menjadi salah satu pusat layanan utama bagi pelanggan Telkomsel di wilayah Medan. Layanan GraPARI Putri Hijau Medan, melayani berbagai kebutuhan pelanggan, antara lain aktivasi dan registrasi kartu, migrasi layanan, penanganan keluhan jaringan maupun tagihan, penyampaian informasi produk dan layanan Telkomsel, serta layanan pembayaran tagihan dan penggantian kartu SIM.

Komunikasi Interpersonal di GraPARI Putri Hijau, dalam pelaksanaan layanan, GraPARI Putri Hijau mengutamakan komunikasi interpersonal yang efektif antara customer service dan pelanggan. Komunikasi tersebut ditunjukkan melalui sikap empati, responsivitas, serta komunikasi dua arah yang melibatkan umpan balik pelanggan, sehingga setiap permasalahan dapat ditangani secara jelas, profesional, dan memuaskan.

Konsep Keluhan Pelanggan

Keluhan pelanggan merupakan bentuk umpan balik negatif yang disampaikan pelanggan akibat ketidakpuasan terhadap produk, layanan, atau pengalaman yang diterima. Menurut Afrilliana (2020), keluhan muncul karena adanya kesenjangan antara harapan pelanggan dan kenyataan yang dirasakan. Keluhan dapat disampaikan secara verbal maupun nonverbal melalui berbagai saluran komunikasi, baik secara langsung maupun tidak langsung.

Keluhan pelanggan dalam layanan dapat diklasifikasikan menjadi tiga jenis, yaitu keluhan produk yang berkaitan dengan kualitas atau fungsi produk, keluhan layanan yang mencakup proses dan sikap pelayanan, serta keluhan sistem yang disebabkan oleh gangguan teknis seperti masalah jaringan atau kesalahan sistem pembayaran. Keluhan pelanggan umumnya disebabkan oleh ketidaksesuaian antara harapan dan realitas, komunikasi yang tidak efektif, serta gangguan teknis yang memengaruhi kualitas layanan dan pengalaman pelanggan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan model deskriptif, yang bertujuan untuk menggambarkan secara rinci fenomena yang terjadi, mengidentifikasi masalah, serta mengevaluasi praktik yang berlaku sebagai dasar pengambilan keputusan di masa mendatang. Menurut Strauss (1997), pendekatan kualitatif menghasilkan temuan yang tidak dapat diperoleh melalui prosedur statistik atau kuantifikasi, sehingga cocok digunakan untuk meneliti kehidupan sosial, perilaku, fungsi organisasi, peristiwa, dan hubungan sosial dalam masyarakat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Komunikasi Interpersonal Customer Service dalam Menghadapi Keluhan Pelanggan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi interpersonal antara customer service dan pelanggan di GraPARI Telkomsel Putri Hijau Medan berjalan efektif, profesional, dan berorientasi pada empati. Proses komunikasi tidak hanya berfungsi menyampaikan informasi teknis, tetapi juga membangun kepercayaan serta menenangkan pelanggan yang datang dengan keluhan. Customer service menerapkan komunikasi verbal dan nonverbal melalui penggunaan bahasa yang sopan, nada bicara lembut, senyum, dan kontak mata untuk menciptakan suasana pelayanan yang nyaman. Hal ini diungkapkan oleh Ingrid (26) yang menyatakan:

“Kalau pelanggan datang dan mukanya tegang atau kelihatan capek, saya mulai duluan dengan senyum dan nada lembut biar mereka rileks. Intinya, saya nggak langsung bahas masalah teknis, tapi bikin suasana nyaman dulu.”

Pendekatan ini juga ditegaskan oleh Shellasyah (28):

“Senyum itu penting banget buat bikin suasana nggak kaku. Saya sapa pelan dan ramah supaya pelanggan merasa aman buat cerita.”

Kedua kutipan ini memperlihatkan bahwa komunikasi interpersonal customer service menekankan pengendalian emosi dan empati terhadap kondisi pelanggan. Strategi tersebut sejalan dengan Teori Pengurangan Ketidakpastian (*Uncertainty Reduction Theory*) oleh Berger dan Calabrese (1975), yang menyatakan bahwa komunikasi efektif mampu mengurangi ketegangan dan meningkatkan rasa percaya.

Tanggapan Pelanggan terhadap Pelayanan Customer Service

Respon pelanggan terhadap pelayanan di GraPARI Telkomsel terbagi dalam tiga fase utama, yaitu *entry phase*, *personal phase*, dan *exit phase*. *Entry Phase* (Fase Awal Interaksi) adalah fase dimana pelanggan datang dengan emosi negatif akibat masalah teknis. Customer service berperan menurunkan ketegangan dengan menunjukkan sikap ramah dan tenang. Hendrawan (42) menyatakan:

“Awalnya saya kesal karena kartu nggak aktif berhari-hari, tapi begitu disambut senyum dan sapa hangat, saya langsung merasa tenang.”

Pernyataan ini menunjukkan pentingnya kesan pertama dalam menciptakan kenyamanan emosional pelanggan. Selanjutnya ada *Personal Phase* (Fase Inti Interaksi) merupakan fase yang menjadi momen terjadinya komunikasi dua arah. Customer service menyesuaikan bahasa dan gaya bicara dengan karakter pelanggan. Shellasyah (28) menjelaskan:

“Pelanggan itu beda-beda. Ada yang ngerti teknologi, ada juga yang nggak. Jadi saya pakai bahasa sederhana biar mereka mudah paham.”

Selain itu, sikap sabar dan tidak menghakimi juga menjadi kunci utama. Sri Wahyuni (60) mengungkapkan:

“Saya sempat emosi, tapi petugasnya tetap sabar dan bilang ‘nggak apa-apa, Bu, kita bantu dulu ya.’ Itu bikin saya malu sendiri.”

Terakhir ada *Exit Phase* (Fase Penutupan Interaksi) yang merupakan fase dimana customer service memastikan masalah pelanggan benar-benar terselesaikan serta menutup dengan ucapan terima kasih. Ingrid (26) mengatakan:

“Sebelum pelanggan pergi, saya pastikan mereka ngerti semua penjelasan saya, terus saya ucapkan terima kasih dan harapan semoga nggak ada kendala lagi.”

Sementara itu, pelanggan Effendi (53) menambahkan:

“Setelah selesai, CS-nya senyum dan bilang ‘semoga nggak ada kendala lagi, Pak’.

Kesan terakhirnya bagus banget.”

Dari hasil wawancara tersebut, terlihat bahwa setiap fase pelayanan di GraPARI Telkomsel dilakukan dengan konsisten dan humanis, menciptakan kepuasan emosional serta meningkatkan loyalitas pelanggan terhadap produk Telkomsel.

Efektivitas Komunikasi Interpersonal Customer Service

Efektivitas komunikasi interpersonal customer service GraPARI Telkomsel ditentukan oleh kemampuan dalam mengelola emosi pelanggan, memilih bahasa yang mudah dipahami, serta menjaga konsistensi pelayanan dari awal hingga akhir. Pada *entry phase*, petugas menggunakan strategi menenangkan pelanggan melalui empati dan mendengarkan aktif. Selanjutnya pada *personal phase*, customer service menyampaikan informasi dengan jelas dan sederhana sehingga pelanggan memahami langkah-langkah penyelesaian masalah. Sementara pada *exit phase*, komunikasi ditutup dengan konfirmasi dan apresiasi, yang memperkuat hubungan emosional serta meningkatkan loyalitas pelanggan terhadap Telkomsel.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi interpersonal tidak hanya memengaruhi pemahaman pelanggan terhadap informasi, tetapi juga membentuk persepsi positif terhadap layanan. Keberhasilan pelayanan GraPARI Telkomsel Putri Hijau Medan tidak hanya bergantung pada kecepatan menyelesaikan masalah, tetapi juga pada kualitas komunikasi interpersonal yang hangat, empatik, dan berorientasi pada kepuasan pelanggan.

Pembahasan Penelitian

Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi interpersonal memiliki peran penting dalam membangun hubungan positif antara *customer service* dan pelanggan di GraPARI Telkomsel Putri Hijau Medan. Komunikasi yang dilakukan tidak hanya berfokus pada penyampaian informasi teknis, tetapi juga mencakup kemampuan mengelola emosi pelanggan, menciptakan rasa nyaman, serta membangun empati melalui interaksi yang hangat dan profesional. Temuan penelitian ini memperlihatkan adanya penerapan prinsip *Uncertainty Reduction Theory* yang dikemukakan oleh Berger dan Calabrese, di mana komunikasi efektif digunakan untuk mengurangi ketidakpastian dan membangun kepercayaan antara dua pihak. Dalam konteks pelayanan pelanggan, proses komunikasi interpersonal oleh customer service berlangsung dalam tiga fase, yaitu *entry phase*, *personal phase*, dan *exit phase*.

Pada *entry phase*, *customer service* berupaya menciptakan kesan pertama yang positif melalui bahasa tubuh terbuka, senyuman, serta sapaan ramah. Pendekatan ini terbukti efektif dalam menurunkan ketegangan emosional pelanggan yang datang dalam kondisi marah, kecewa, atau panik. Sikap tenang dan tutur kata lembut menjadi strategi utama untuk mencegah terjadinya eskalasi konflik dan menumbuhkan rasa percaya sejak awal interaksi. Selanjutnya pada *personal phase*, komunikasi berlangsung secara dua arah, di mana customer service berperan aktif dalam mendengarkan keluhan pelanggan dengan empati dan memberikan penjelasan yang mudah dipahami. Penggunaan bahasa sederhana menjadi faktor penting dalam fase ini, mengingat tidak semua pelanggan memiliki tingkat literasi teknologi yang sama. Customer service juga memastikan pemahaman pelanggan melalui verifikasi penjelasan dan klarifikasi ulang apabila masih terdapat kebingungan. Hal ini menunjukkan adanya penerapan prinsip komunikasi efektif yang menekankan pemahaman dan keterlibatan emosional kedua belah pihak.

Pada *exit phase*, customer service memastikan pelanggan benar-benar memahami solusi yang diberikan, memberikan informasi tindak lanjut apabila masih terdapat kendala, serta menutup interaksi dengan ucapan terima kasih dan harapan positif. Fase ini berfungsi untuk memperkuat kesan baik terhadap pelayanan dan menciptakan loyalitas pelanggan. Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa keberhasilan *customer service* GraPARI Telkomsel Putri Hijau Medan dalam menangani keluhan pelanggan tidak hanya terletak pada kemampuan teknis dalam menyelesaikan masalah, tetapi juga pada kemampuan komunikasi interpersonal yang humanis, empatik, dan adaptif.

Penerapan ketiga fase komunikasi tersebut terbukti mampu mengubah pengalaman negatif pelanggan menjadi positif, mengurangi ketidakpastian, membangun kepercayaan, serta meningkatkan kepuasan pelanggan secara menyeluruh.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai komunikasi interpersonal customer service PT. Telkomsel Cabang Medan dalam menghadapi keluhan pelanggan di GraPARI Putri Hijau, dapat disimpulkan bahwa proses komunikasi interpersonal berjalan secara efektif melalui tiga fase interaksi berdasarkan *Uncertainty Reduction Theory*. Keberhasilan pelayanan customer service tidak hanya ditentukan oleh kemampuan teknis dalam menyelesaikan masalah pelanggan, tetapi juga oleh kemampuan berkomunikasi secara humanis, empatik, dan profesional. Pada fase awal (*Entry Phase*), customer service mampu menciptakan kesan pertama yang positif melalui sapaan ramah, kontak mata, senyuman, dan bahasa tubuh terbuka yang menumbuhkan rasa nyaman serta menurunkan ketegangan emosional pelanggan.

Pada fase interaksi personal (*Personal Phase*), customer service membangun komunikasi dua arah yang efektif dengan menerapkan keterampilan mendengarkan aktif, menggunakan bahasa sederhana, serta menunjukkan empati terhadap permasalahan pelanggan. Pendekatan ini membuat pelanggan merasa dihargai dan dipahami. Selanjutnya, pada fase penutupan (*Exit Phase*), customer service memastikan pelanggan memahami solusi yang diberikan dengan merangkum hasil pelayanan, menyampaikan tindak lanjut yang perlu dilakukan, serta menutup interaksi dengan ucapan terima kasih dan sikap ramah. Secara keseluruhan, penerapan ketiga fase komunikasi tersebut mampu mengubah pengalaman negatif pelanggan menjadi positif, mengurangi ketidakpastian, membangun kepercayaan, dan meningkatkan kepuasan pelanggan secara menyeluruh.

DAFTAR PUSTAKA

- Afrilliana, N. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Grab di Kota Palembang. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM*, 1(2), 46–55. <https://doi.org/10.47747/jnmpsdm.v1i2.119>
- Ahmad, N., Mirza, M., & Yoman, M. (2024). Peran Customer Service Dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Pada Pelanggan (Studi Kasus PT. Ekspedisi Pada Jaya Kota Tangerang). *Innovative: Journal of Social Science Research*, 4(1), 2999–3007.
- Anggraini, C., Ritonga, D. H., Kristina, L., Syam, M., & Kustiawan, W. (2022). Komunikasi Interpersonal. *Jurnal Multidisiplin Dehasen (MUDE)*, 1(3), 337–342. <https://doi.org/10.37676/mude.v1i3.2611>
- Azzahra, S. N., & Yulianti, A. (2024). Uncertainty Reduction And Passive Strategies Self-Disclosure In Exploring the Beginning of a Relationship on Instagram (Education Cases In Late Teenagers 18-24 Years Old Banjarmasin City on Instagram) Strategi Pasif Pengurangan Ketidakpastian Dan Self-Dis. *Journal of Media and Communication Studies*, 2(2), 69–79.
- Darmarani, W. K., Mawardiningsih, W., & Hardi. (2023). STRATEGI KOMUNIKASI CUSTOMER SERVICE GUNA TINGKATKAN LAYANAN PT. TRI ADI BERSAMA (ANTERAJA) SURAKARTA. *Jurnal Penelitian Dan Kajian Ilmiah*, 21(1), 51–58.
- Nuridin, A. (2020). *Teori Komunika Interpersonal* (1st ed.). Kencana.
- Pandaryasi, Heni-, M. S. (2022). *Komunikasi Antarpribadi Dalam Komunikasi Manusia* (H. Pandaryasi (ed.)).
- Panuju, R. (2018). *Pengantar Studi (Ilmu) Komunikasi*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Purba, B., dkk (2020). *Ilmu Komunikasi: Sebuah Pengantar*. Sumatera Utara: Yayasan Kita Menulis.
- Qoidah, S. E., Manajemen, P. S., Tinggi, S., & Ekonomi, I. (2020). *Customer Service Telkomsel Di Gerai Grapari Mall Pondok Indah 3 Jakarta Selatan*. SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI UNISADHUGUNA.

- Samsinar, & Rusnali, A. N. A. (2017). jakarta: Professional books komunikasi antar manusia (D. Hermansyah (ed.); 1st ed.).
- Susanti, F., & Rahmadhani, S. (2022). Pengaruh Peranan Customer Service Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Customer Satisfaction Di Bpjs Ketenagakerjaan Cabang Solok. *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 2(2), 1126–1154. <https://doi.org/10.46306/vls.v2i2.148>
- Swastuti, E., Widyastomo, R. P., Hidayat, E. T., & Widiarto, T. (2022). Customer Relationship Dan Kepuasan Pelanggan PUDAM Kabupaten Demak. *Serat Acitya Jurnal Ilmiah UNTAG Semarang*, 11(2), 01–14. <https://doi.org/10.56444/sa.v11i2.645>

