

ABSTRAK

PT. Kereta Api Indonesia Daop 2 Bandung merupakan perusahaan yang bekerja dalam bidang jasa transportasi darat yaitu Kereta Api. Melalui *customer service* sebagai garda terdepan perusahaan, memberikan pelayanan harus dilakukan dengan sebaik mungkin karena menyangkut kepada citra perusahaan. *Customer service* di Stasiun Kiaracondong mulai efektif pada tahun 2011.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan penelitian studi deskriptif kualitatif. Objek penelitian adalah petugas *customer service* di Stasiun Kiaracondong, ditentukan secara purposif berdasarkan komunikasi pelayanan. Proses pengumpulan data diperoleh melalui wawancara mendalam, dan pengamatan terhadap informan, sedangkan data untuk penunjang diperoleh melalui studi dokumentasi hasil penelitian sebelumnya, studi literatur lainnya, data profil dari perusahaan, dan wawancara dengan pihak terkait.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa melalui bentuk komunikasi yang dilakukan oleh *customer service* dapat membangun relasi dan keterbukaan kepada pelanggan sehingga dapat memberikan rasa hormat serta kenyamanan dan berdampak positif pada citra perusahaan ditengah persaingan dalam bidang pelayanan jasa yang ketat saat ini. Melalui teknik komunikasi yang dilakukan dapat menangani setiap permasalahan sesuai kebutuhan dan keinginan pelanggan, guna memberikan rasa puas dan kepercayaan menggunakan kembali pelayanan jasa pada perusahaan. Dan melalui proses komunikasi yang dilakukan *customer service* dapat melayani dengan penuh rasa tanggung jawab, sehingga pelanggan merasa dihargai dan dimengerti, hal tersebut dapat menjaga nilai baik perusahaan.

Kata kunci: Komunikasi pelayanan, pelayanan prima, petugas *customer service*

ABSTRAC

This study uses qualitative research methods with a qualitative descriptive study research approach. The research subjects customer service at Kiarcondong Station, determined purposively based on service communication. The data collection process was obtained through in-depth interviews, and observations of informants. Supporting data was obtained through the study of documentation of previous research results, other literature studies, company profile data, and interviews with relevant parties.

The results of this study indicate give respect and comfort to customers so that giving good marks to the company, get trust customers so as to keep customers back using the service of the company, and there is responsibility and care in the eyes of the customers so as to maintain the success and continuity of the company. Service communication in Kiarcondong Station provide service excellent.

Keywords: Service communication, service excellent, customer service