

**PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP CUSTOMER RELATIONS  
PT POS INDONESIA (KANTOR POS BESAR YOGYAKARTA)**

**SKRIPSI .**

**Diajukan guna memenuhi gelar sarjana S-1**



**Disusun Oleh:**

**HANIF BURHANI  
20030530174**

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK**

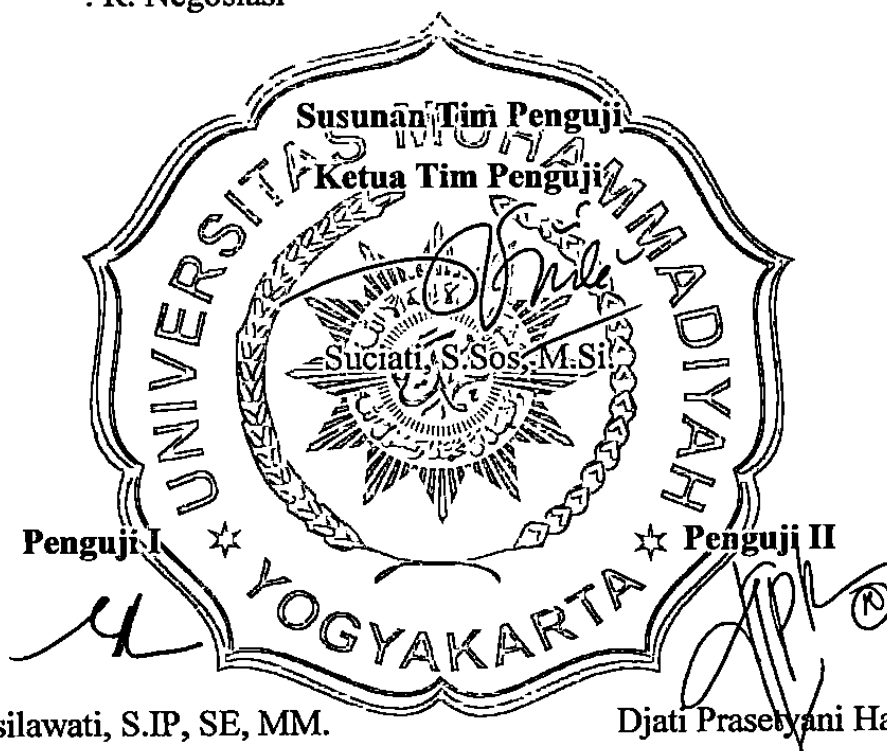
## HALAMAN PENGESAHAN

### SKRIPSI

Telah Dipertahankan dan Disahkan di Depan Tim Penguji Jurusan Ilmu  
Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah

Yogyakarta Pada :

Hari : Rabu  
Tanggal : 7 Januari 2009  
Tempat : R. Negosiasi



Yeni Rosilawati, S.IP, SE, MM.

Djati Prasetyani Hadi, S.IP.

Skripsi Ini Telah Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk  
Memperoleh Gelar Sarjana (S-1) Pada Tanggal : 7 Januari 2009



Fajar Iqbal, S.Sos, M.Si.

## **MOTTO :**

**"Tentu saja terdapat nilai pada pengetahuan. Diberikan hanya kepada mereka yang dapat menjaga dan tidak menghilangkannya." (Book of Knowledge)**

**"Anda harus menyiapkan diri sendiri, untuk transisi dimana di sana tidak ada satu pun yang Anda sendiri telah terbiasa, (Imam al-Ghazali)**

**"Beradalah di jalan yang lurus, maka kau tidak akan pernah tersesat"  
(Sa'di Asy Syirazi)**

**"Jalan sudah ditandai. Jika menyimpang darinya, kau akan binasa.  
Jika mencoba mengganggu tanda-tanda jalan tersebut, kau  
melakukan perbuatan setan" (Ibnu al-Kayyim)**

## HALAMAN PERSEMBAHAN

*Karya ini kupersembahkan bagi :*

- *Bapak, Ibu, Kakak dan Adekku*
- *Semua orang, siapa saja, dimana saja dan kapan saja yang sekiranya*

*dengan ini dapat membawa*

*kebaikan dan manfaat*

## **TERIMA KASIH :**

- **ALLAH SWT Tuhan smesta alam sang Raja Manusia yang telah memberikan segala nikmat dan hidayahNya sehingga sampai detik ini masih diberikan kesempatan untuk bernafas di dunia.**
- **Rosululloh Muhammad SAW beserta keluarga dan sahabat-sahatnya**
- **Ibu dan Bapak memberikan cinta dan kasih sayangnya serta do'a yang tiada hentinya disetiap denyut nadinya.**
- **Mas Hasan dan Adeku Lina yang banyak menginspirasiku melakukan hal yang terbaik**
- **SS Put, terima kasih semuanya (berdo'a saja, semoga Allah memberikan jalan mudah dan lurus)**
- **Kawan berburu di mabes Release Photography Club angkatan 1-8, btw paling apik ki cuma angkatan 5, koyoto Omar (suwun mar translate) wis kui tok.**
- **Teman sependeritaan dan seperjuangan IK '03 : aBah Didi (suwun bah aku dikancani nggarap skripsi nganti rampung), Dedi 182 (maturnuwun ded dukungane akhire rampung bareng, pye printer e), Nono (abdel), Boim, Riski roma, Roni kakek, The Gonjos, Tengu club, Dino,**
- **Lembah tengkorak alliance dan beberapa gelintir orang yang terlibat didalamnya, ada Paijo (syeh puji), Agung gimbul, Depe (sarmili), Breki Kom, Sana, Kriwul, Iqbal, Bembeng, Galih, Gober**
- **WSM mbah Wo**
- **Dan semua yang telah membantu...terimakasih sebanyak**

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kahadirat Allah SWT Tuhan smesta alam yang telah melimpahkan rahmat dan karuniaNya. Shalawat dan salam semoga senantiasa tercurah kepada junjungan dan tauladan kita, Rasulullah Muhammad S.A.W., keluarganya serta para sahabatnya.

Skripsi yang berjudul “PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP CUSTOMER RELATIONS PT POS INDONESIA (KANTOR POS BESAR YOGYAKARTA)” ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Selama dalam penyusunan skripsi ini, penulis mengalami banyak kesulitan dan hambatan, namun berkat bantuan, bimbingan dan dorongan baik moral maupun material dari berbagai pihak, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Untuk itu penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih dan penghargaan kepada :

1. Ibu Suciati, S.Sos. M.Si selaku dosen pembimbing I, terimakasih atas segala arahan dan bimbingan hingga terselesaikanya tugas akhir ini.
2. Ibu Djati Prasetyani Hadi, S.IP selaku dosen pembimbing II
3. Ibu Yeni Rosilawati, S.IP, SE, MM selaku dosen penguji, terimakasih atas saran dan masukan sehingga skripsi ini menjadi lebih baik.
4. Pihak Kantor Pos Besar Yogyakarta dan Kator Pos MPC Plemburan yang

5. Seluruh dosen pengajar Jurusan Ilmu komunikasi Fisipol UMY serta pak Jono juga dan mbak Siti.
6. Semua teman- teman Ilmu Komunikasi kelas C angkatan 2003.
7. Teman-teman RPC
8. Perkumpulan “LEMBAH TENGGORAK” the jam’s club.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna. Untuk itu, saran dan kritik yang konstruktif selalu penulis harapkan untuk perbaikan di masa mendatang.

Harapan penulis, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca sekalian. Amin.

Yogyakarta, Februari 2009

Penulis

## DAFTAR ISI

### Halaman

JUDUL .....	i
HALAMAN PENGESAHAN .....	ii
MOTTO.....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	iv
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI .....	viii
ABSTRAKSI.....	x
<i>ABSTRACT</i> .....	xi
BAB I. PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah .....	11
C. Tujuan Penelitian.....	12
D. Kerangka Teori.....	12
1. Persepsi.....	12
a. Faktor-Faktor yang mempengaruhi persepsi.....	15
b. Objek Persepsi.....	17
c. Persepsi dalam Konteks Komunikasi.....	17
2. Customer relations.....	18
3. Kepuasan konsumen ( <i>Customer satisfaction</i> ).....	26
E. Metode Penelitian.....	31
BAB II. GAMBARAN UMUM PT POS INDONESIA .....	40
A. Sejarah dan Perkembangan PT Pos Indonesia .....	40
B. Sejarah dan Perkembangan PT Pos Indonesia (Kantor Pos Besar Yogyakarta).....	42
1. Visi dan Misi .....	43
2. Maksud dan Tujuan Perusahaan.....	44
3. Nilai-Nilai Budaya Perusahaan .....	45



4. Falsafah Perusahaan.....	45
5. Motto Perusahaan.....	46
6. Konsep Pengembangan Bisnis PT. Pos Indonesia.....	46
7. Logo dan Makna PT Pos Indonesia.....	46
C. Struktur Organisasi Kantor Pos Besar Yogyakarta.....	48
D. Layanan kantor Pos Besar Yogyakarta.....	49
1. Bisnis Komunikasi.....	49
2. Unit Bisnis Filateli.....	55
3. Bisnis Logistik.....	57
4. Bisnis Keuangan dan Keagenan.....	57
E. Demografi Masyarakat Kota Yogyakarta.....	60
F. Profil Informan.....	65
<b>BAB III. PENYAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>67</b>
A. Penyajian Data.....	67
1. Langkah-langkah Customer Relations Kantor Pos Besar Yogyakarta dalam menghadapi ketidakpuasan konsumen.....	67
2. Latar belakang penerapan Customer Relations pada Unit Bisnis di Kantor Pos Besar Yogyakarta dalam upaya mengatasi ketidakpuasan konsumen.....	83
3. Keluhan konsumen pada Customer Relations PT Pos Indonesia di Kantor Pos Yogyakarta.....	86
4. Persepsi konsumen tentang Customer Relations yang diterapkan di Unit Bisnis Pos Kantor Pos Besar Yogyakarta dalam mengatasi ketidakpuasan konsumen.....	92
B. Pembahasan Persepsi Masyarakat Yogyakarta Terhadap Customer Relations PT Pos Indonesia (Kantor Pos Besar Yogyakarta).....	106
<b>BAB IV. PENUTUP.....</b>	<b>118</b>
A. KESIMPULAN.....	118
B. SARAN.....	110