

**ANALISIS ISI LAYANAN JASA TOKOPEDIA MELALUI MEDIA  
SOSIAL *TWITTER***

**SKRIPSI**



Disusun Oleh:  
Tabita Magdalena  
NIM. 142306104

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA  
SURABAYA  
2019**

# **SKRIPSI**

## **ANALISIS ISI LAYANAN JASA TOKOPEDIA MELALUI MEDIA SOSIAL *TWITTER***

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Dalam memperoleh  
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala  
Surabaya**



Disusun Oleh:

Tabita Magdalena

NIM. 142306104

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA  
SURABAYA  
2019**

## SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS

Dengan ini, Saya

Nama : Tabita Magdalena

NIM 1423016104

Menyatakan bahwa apa yang saya tulis dalam skripsi berjudul “Analisis Isi Layanan Jasa Tokopedia melalui Media Sosio *Twitter*” adalah benar adanya dan merupakan hasil karya Saya sendiri. Segala kutipan karya pihak lain telah saya tulis dengan menyebutkan sumbernya. Apabila dikemudian hari ditemukan adanya plagiarisme maka Saya rela gelar keserjanaan Saya dicabut.

Surabaya, 17 Mei 2019

Penulis



Tabita k4gdalena

NIM. 1423016104

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

ANALISIS ISI LAYANAN JASA TOKOPEDIA MELALUI MEDIA  
SOSIAL TWITTER

Oleh:

Tabita Magdalena

NIM. 1423016104

<Skripsi ini telah disetujui oleh dosen pembimbing penulisan skripsi untuk diajukan ke tim pengujian skripsi

Pembimbing 1 : Thercsin I. P. H., S.Sos., M.I.Kom. )  
NIDN. 0725058704

Pembimbing 2 : Brigitta R. S. F., S.I.Kom., M.Med.Kom  
NIDN. 0715108903

Surabaya, 17 Mei 2019




## BALAMAN PENGESABAN

Skripsi ini telah diptfahankan dihadapan Dewan Penguji Seminar Fakultas Ilmu Komunikasi Univeisitas Katolik Widya Mandala Surabaya dan diterima untuk memenuhi sebagian dari persyaratan memperoleh gehr Sarjana Ilmu Komunikasi

Pada : Selasa, 17 December 20t9

Mengesahkan,  
Fakultas Ilmu Komunikasi,  
Dekan.  
  
Yuli Nugraheni, S.Sos. MSi  
NIDN. 06. 077303

DeuaoP :

1. Ketua : Dr. Drs. Nanang Krisdinanto, ( )  
NIDN. 0726126602
2. Sekretaris : Theresia I.P. H, S.Sos., MI.Kom (  )  
NIDN. 0725058704
3. Anggota : Yuli Nugraheni, S.Sos. JvL Si. (  )  
NIDN. 0630077303
4. Aoggola : Brigitta R S. F, S.I.Kom., MMed.Kom (  )  
NIDN. 0715108903

**LEMBAR PERSETUJUAN  
PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, Saya sebagai mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya (JKWMS)

Nama : Tabita Magdalena

NIM . 1423016104

Menyetujui skripsi karya ilmiah Saya

Judul : **ANALYSIS ISI LAYANAN JASA TOKOPEDIA MELALUI MEDIA SOSIAL TWITTER**

Untuk dipublikasikan atau ditampilkan di internet atau media lain (Digital Library Perpustakaan UKWMS) untuk kepentingan akademik sesuai dengan Undang-Undang Hak Cipta

Demikian pernyataan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 24 November 2019

Yang menyatakan,



EA2AHF199464447

Tabita Magdatena

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Penulis ingin mempersembahkan Skripsi ini kepada Tuhan Yesus Kristus, kedua orang tua dan saudara kandung yang telah memberikan dukungan penuh kepada penulis selama menjalani proses pengerjaan Skripsi. 3,5 tahun menjadi waktu yang mustahil bagi Penulis untuk menyelesaikan tugas akhir ini, namun dukungan dari dosen dan *staff* Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala membuat Penulis semakin giat dalam menyelesaikan tugas akhir ini.

*“Sebab Aku ini, Tuhan, Allahmu, memegang tangan kananmu dan berkata kepadamu: “Janganlah takut, Akulah yang menolong engkau”.*

*- Yesaya 41:13 -*

Surabaya, 17 Mei 2019

Tabita Magdalena

## **KATA PENGANTAR**

Puji Syukur Penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat dan karuniaNya yang tak henti-henti kepada penulis, sehingga proposal skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik seperti yang telah direncanakan.

Dengan berakhirnya skripsi ini tidak lepas dari dukungan, doa dari orang terdekat penulis. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan banyak terimakasih kepada pihak-pihak yang telah berperan besar dalam kehidupan penulis selama proses pengerjaan skripsi ini.

1. Tuhan Yesus yang selalu menyertai, memberikan semangat baru kepada penulis setiap harinya sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi ini dalam kurun waktu 3.5 tahun.
2. Orang tua tercinta, terkhususnya kepada papa yang selalu memberikan semangat setiap harinya dan mama yang selalu mendukung dalam doa.
3. Saudara kembar tersayang, Theo Moses yang selalu memberikan semangat kepada penulis dalam bentuk sarkasme, dan selalu mendengarkan keluh kesah penulis.
4. Penulis ingin berterimakasih secara khusus kepada Antonius William yang selalu memberikan semangat dan setia menemani penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Orang yang selalu membantu mencetak skripsi ini tanpa mengeluh.
5. Dosen Pembimbing I penulis, kepada ibu Theresia Intan Putri Hartiana, S.Sos., M.I.Kom yang telah membimbing penulis dan mengarahkan penulis dengan sangat sabar.



6. Dosen Pembimbing II penulis, kepada ibu Brigitta Revia Sandy Fista, S.I.Kom., M.Med.Kom yang telah membimbing dan mengarahkan penulis dengan sangat sabar.
7. Seluruh dosen dan *staff* Fakultas Ilmu Komunikasi yang telah bersedia membantu penulis dalam hal administrasi dan terkait segala kebutuhan penulisan proposal skripsi.
8. Kepada teman kebobolan : Shinta Theresiaf, Yolita Anggreani, Theodorus, Kenny, Divino Pistin yang telah menyemangati penulis secara sarkasme untuk menyelesaikan proposal skripsi ini.
9. Kepada teman *dumb&dumber* : Nirmala Niora, dan Silvia Hermanto yang selalu menemani penulis dalam mengerjakan proposal skripsi hingga larut malam.
10. Kepada teman seperjuangan dari semester pertama : Riril Belicya, Kezia Anabel, Eric, Yohana, Yolita Anggreani.
11. Kepada teman kampus Elizabeth Eka Meyvella, VerenSia, Veren Kurniawan, Monica Mindy, Femmy Parinussa, Nita Rosita Sari
12. Kepada kakak alumni Fakultas Ilmu Komunikasi Phelia Nayumi, Betsy yang telah membantu penulis dalam memahami.
13. Kepada teman sekolah Chikita Felia, Filly Mustika, Ellen yang selalu memberikan semangat.

Akhir kata penulis menyadari adanya kemungkinan kekurangan dalam penulisan penelitian ini. Oleh karena itu, peneliti berharap mendapatkan kritik dan saran demi kesempurnaan skripsi ini sehingga dapat berguna bagi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya

Mandala Surabaya dan sekaligus sebagai referensi bagi teman-teman yang membutuhkan.

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS .....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING .....	iii
HALAMAN PENGESAHAN DOSEN PENGUJI .....	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH .....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR .....	ix
DAFTAR TABEL .....	x
DAFTAR BAGAN.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN .....	xii
ABSTRAK.....	xiii
ABSTRACT.....	xiv
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
I.1. Latar Belakang Masalah .....	1
I.2. Rumusan Masalah .....	13
I.3. Tujuan Penelitian.....	13
I.4. Batasan Masalah.....	13
I.5. Manfaat Penelitian.....	14
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA.....	14
II.1. Kerangka Teori .....	15
II.1.1. Kualitas Layanan Perusahaan Jasa.....	15
II.1.2. Pelanggan.....	17
II.1.3. Pengelolaan Komplain.....	19
II.1.4. Penggunaan Media Sosial dalam Menyampaikan Komplain ...	21
II.1.5. Analisis Isi .....	21
II.1.6. <i>Twitter</i> .....	21
II.2. Nisbah antar Konsep .....	26
II.3. Bagan Kerangka Konseptual .....	27
BAB III. METODE PENELITIAN.....	28
III.1. Pendekatan dan Jenis Penelitian .....	28
III.2. Metode .....	28
III.3. Identifikasi Variabel Penelitian .....	28
III.4. Definisi Konseptual .....	29
III.5. Definisi Operasional .....	30
III.6. Populasi dan Sampel .....	32
III.7. Teknik Penarikan Sampel.....	32
III.8. Teknik Pengumpulan Data .....	33

III.9. Teknik Validitas dan Reliabilitas.....	34
III.9.1. Validitas.....	34
III.9.2. Reliabilitas .....	34
III.10. Unit Analisis Data.....	35
III. 11. Teknik Analisis Data.....	35
<b>BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>37</b>
IV.1. Gambaran Subjek Penelitian.....	37
IV.1.1 <i>Twitter</i> @TokopediaCare .....	37
IV.1.2 Profil Tokopedia .....	40
IV.2. Uji Relabilitas.....	41
IV.3. Hasil Penelitian dan Pembahasan.....	44
IV.3.1. Kemampuan komplain dengan tanggapan / <i>reliability</i> .....	45
IV.3.2. Kesiagapan dalam merespon komplain / <i>responsiveness</i> .....	51
IV.3.3. Penggunaan kosakata / <i>assurance</i> .....	54
IV.3.4. Kesesuaian isi pesan / <i>empathy</i> .....	60
<b>BAB V. PENUTUP .....</b>	<b>64</b>
V.1. Kesimpulan.....	64
V.2. Saran .....	65
V.2.1. Saran Akademis .....	65
V.2.2. Saran Praktis .....	65
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>66</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>69</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1.1 <i>E-Commerce</i> .....	4
Gambar I.1.2 <i>E-Commerce</i> dengan pengunjung terbanyak 2018 .....	4
Gambar I.1.3 <i>E-Commerce</i> paling banyak dikunjungi tahun 2017-2018...	5
Gambar I.1.4 Respon Tokopedia di <i>Facebook</i> .....	6
Gambar I.1.5 Komplain pelanggan Tokopedia yang diabaikan .....	6
Gambar I.1.6 Komplain pelanggan mengenai pembayaran yang di tolak .	7
Gambar I.1.7 Komplain pelanggan mengenai nomor <i>invoice</i> .....	7
Gambar I.1.8 <i>Twitter</i> sebagai media komplain .....	8
Gambar I.1.9 saran dari pelanggan untuk melakukan komplain.....	8
Gambar IV.1 Laman akun <i>Twitter</i> @Tokopediare .....	37
Gambar IV.2 Informasi Perusahaan pada <i>Twitter</i> .....	38
Gambar IV.3 Komplain pelanggan di <i>Twitter</i> .....	39
Gambar IV.4 Logo Tokopedia .....	41
Gambar IV.5 Permasalahan dalam komplain pelanggan.....	46
Gambar IV.6 Permasalahan dalam komplain yang tidak terjawab .....	47
Gambar IV.7 Komplain pelanggan dengan tema tagihan listrik.....	49
Gambar IV.8 Komplain dengan tema Reksadana .....	50
Gambar IV.9 Komplain yang direspon dalam waktu sehari.....	52
Gambar IV.10 Komplain yang direspon dalam kurun satu hingga dua ...	53
Gambar IV. 11 Penggunaan kosakata permintaan maaf.....	56
Gambar IV.12 Penggunaan kosakata pemberian alasan.....	57

Gambar IV.13 Komplain dengan unsur penindaklanjutan .....	59
Gambar IV.14 Contoh komplain dari pelanggan .....	61
Gambar IV.15 Contoh komplain dari pelanggan yang ditangani .....	62

## DAFTAR TABEL

Tabel II.2.1 Jenis Unit Analisis .....	23
Tabel IV.1 Hasil Reliabilitas antara <i>intercoder</i> A dan B, A dan C .....	43
Tabel IV.2 Kesesuaian Komplain dengan Tanggapan .....	45
Tabel IV.3 Kesiagapan dalam merespon komplain.....	51
Tabel IV.4 Penggunaan kosakata / <i>assurance</i> .....	55
Tabel IV.5 Kesesuaian isi pesan / <i>empathy</i> .....	60

## DAFTAR BAGAN

Bagan II.3 Kerangka Konseptual .....	27
--------------------------------------	----



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Lembaran Coding .....	42
------------------------------------	----

## ABSTRAK

Tabita Magdalena, NRP. 1423016104 ANALISIS ISI LAYANAN JASA TOKOPEDIA MELALUI MEDIA SOSIAL TWITTER

Penelitian ini membahas mengenai salah satu e-commerce terbesar di Indonesia yakni Tokopedia. Dalam penelitian ini menggunakan beberapa teori antara lain adalah: teori Kualitas Layanan Perusahaan Jasa, Pengelolaan Komplain, Pelanggan, Penggunaan Media Sosial dalam menyampaikan komplain, dan analisis isi, Twitter. Teori utama yang digunakan pada penelitian ini adalah Kualitas *Layanan Perusahaan Jasa* sehingga indikator yang digunakan antara lain adalah: *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*. Subjek penelitian yang diambil adalah *twitter* Tokopedia, sedangkan untuk objek penelitian ini yakni Layanan Jasa. Selain itu metode yang digunakan adalah analisis isi, sehingga hasil akhir yang didapatkan sebagai berikut: indikator *reliability* tergolong sudah mampu dalam merespon komplain, indikator *responsiveness* tergolong mampu dan cepat tanggap dalam menangani komplain, indikator *assurance* tergolong masih kurang mampu dalam memberikan informasi produk layanan kepada pelanggan, dan untuk indikator *empathy* tergolong tidak mampu dalam menangani kesesuaian isi pesan.

Kata kunci: Layanan Jasa, Tokopedia, , *Twitter*, Analisis Isi, Kuantitatif.

## **ABSTRACT**

**Tabita Magdalena, NRP. 1423016104 ANALYSIS OF TOCOPEDIA SERVICES CONTENT VIA TWITTER SOCIAL MEDIA**

This study discusses one of the largest e-commerce in Indonesia, Tokopedia. In this research, several theories are used, among others: theory of Service Company Service Quality, Complaint Management, Customers, Use of Social Media in submitting complaints, and content analysis, Twitter. The main theory used in this research is Service Quality of Service Companies so that the indicators used include: reliability, responsiveness, assurance, empathy. The subject of the research taken was Tokopedia Twitter, while for the object of this study, namely Services. In addition, the method used is content analysis, so the final results obtained are as follows: indicators of reliability are classified as being able to respond to complaints, responsiveness indicators are classified as capable and responsive in handling complaints, assurance indicators are still less able to provide information on service products to customers , and for empathy indicators are not compatible in handling the suitability of the message content.

Keywords: Services, Tokopedia, Twitter, Content Analysis, Quantitative.