

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah menjadikan internet sebagai kebutuhan yang tidak terpisahkan dari kehidupan masyarakat. Internet tidak lagi hanya dimanfaatkan sebagai media komunikasi, tetapi juga menjadi infrastruktur utama dalam mendukung aktivitas pendidikan, pekerjaan, bisnis, hiburan, hingga layanan publik. Sejak meningkatnya transformasi digital dalam beberapa tahun terakhir, ketergantungan masyarakat terhadap layanan internet terus mengalami peningkatan, sehingga kualitas layanan internet menjadi salah satu faktor penting yang memengaruhi kelancaran aktivitas sehari-hari.

Seiring dengan meningkatnya kebutuhan tersebut, industri *Internet Service Provider* (ISP) di Indonesia juga mengalami perkembangan yang pesat. Berbagai perusahaan penyedia layanan internet berlomba menawarkan layanan dengan kecepatan jaringan, stabilitas koneksi, cakupan wilayah, serta harga yang semakin kompetitif. Kondisi ini menunjukkan bahwa persaingan di industri ISP tidak lagi hanya berfokus pada aspek teknologi, tetapi juga pada kemampuan perusahaan dalam memberikan pengalaman layanan yang baik kepada pelanggan.

Meningkatnya jumlah penyedia layanan internet memberikan lebih banyak alternatif bagi masyarakat dalam memilih layanan yang sesuai dengan kebutuhannya. Di sisi lain, kondisi tersebut juga membuat pelanggan memiliki ekspektasi yang semakin tinggi terhadap kualitas layanan yang diterima. Pelanggan tidak hanya mengharapkan koneksi internet yang stabil, tetapi juga menginginkan respons yang cepat, informasi yang jelas, serta penyelesaian masalah yang efektif ketika terjadi gangguan layanan.

Dalam industri jasa, khususnya layanan internet, gangguan jaringan merupakan kondisi yang sulit dihindari. Namun, yang sering kali menjadi perhatian

pelanggan bukan hanya gangguan teknis itu sendiri, melainkan bagaimana perusahaan merespons dan mengomunikasikan proses penanganan gangguan tersebut. Keterlambatan pemberian informasi, respons yang tidak konsisten, maupun komunikasi yang kurang transparan dapat memunculkan berbagai keluhan pelanggan. Oleh karena itu, fenomena tingginya komplain pelanggan terhadap penyedia layanan internet menjadi isu yang banyak ditemukan pada berbagai perusahaan ISP, bukan hanya pada satu penyedia layanan tertentu.

Fenomena tersebut menunjukkan bahwa permasalahan dalam industri ISP tidak hanya berkaitan dengan kualitas jaringan, tetapi juga berkaitan dengan dinamika komunikasi antara perusahaan dan pelanggan selama proses penanganan gangguan layanan. Cara perusahaan menyampaikan informasi, memberikan kepastian, serta merespons keluhan pelanggan menjadi bagian penting dalam membentuk pengalaman pelanggan terhadap layanan yang diterima.



Gambar 1. 1 Provider Wi-Fi Rumah Yang Paling Banyak Digunakan di Indonesia

Sumber : DataIndonesia.id (2025)

Di tengah pesatnya perkembangan industri penyedia layanan internet di Indonesia, IndiHome menjadi salah satu penyedia layanan internet rumah (*fixed*

broadband) yang memiliki posisi dominan di pasar nasional. Berdasarkan hasil Survei yang dipublikasikan oleh DataIndonesia.id (2025), 56,8% responden menggunakan IndiHome sebagai penyedia layanan WiFi di rumah, menjadikannya sebagai operator WiFi rumah yang paling banyak digunakan masyarakat Indonesia. Persentase tersebut jauh melampaui penyedia layanan lainnya seperti MyRepublic (8,2%), Biznet (8,0%), First Media (5,5%), IconNet (4,4%), dan XL Home (4,2%).

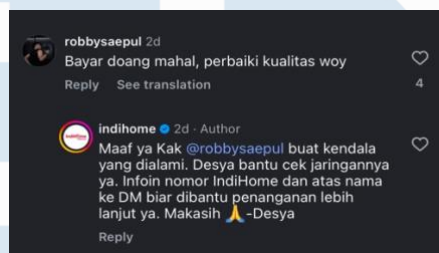
Tingginya jumlah pengguna menunjukkan bahwa IndiHome memiliki jangkauan layanan yang luas dan menjadi salah satu penyedia layanan internet yang paling banyak diandalkan masyarakat Indonesia. Sebagai *market leader*, IndiHome melayani basis pelanggan yang sangat besar sehingga memiliki intensitas interaksi dengan pelanggan yang lebih tinggi dibandingkan penyedia layanan lainnya. Kondisi tersebut menjadikan berbagai pengalaman pelanggan, termasuk keluhan terkait gangguan layanan dan proses penanganannya, sebagai fenomena yang penting untuk dikaji karena mencerminkan beragam dinamika komunikasi yang terjadi antara perusahaan dan pelanggan.

Namun, besarnya jumlah pelanggan tidak secara otomatis menjamin terbentuknya kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan. Dalam industri jasa, khususnya layanan internet, gangguan jaringan merupakan kondisi yang dapat terjadi pada setiap penyedia layanan. Perbedaan pengalaman pelanggan tidak semata-mata ditentukan oleh adanya gangguan layanan, tetapi juga oleh bagaimana perusahaan mengelola komunikasi selama proses penanganannya. Oleh karena itu, penelitian ini tidak berfokus pada kualitas teknis jaringan IndiHome, melainkan pada dinamika komunikasi yang terjadi selama proses penanganan gangguan dan bagaimana pengalaman komunikasi tersebut membentuk konstruksi kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan.



Gambar 1. 2 Keluhan Pelanggan Indihome di Platform X

Sumber : Postingan X Putaunapocoloco (2026)



Gambar 1. 3 Keluhan Pelanggan Indihome di Instagram

Sumber : Postingan Instagram IndiHome (2026)

Beberapa keluhan yang dipublikasikan di platform media sosial menggambarkan ketidakjelasan informasi yang diberikan oleh Indihome terkait gangguan layanan dan kegagalan sistem yang terjadi. Banyak pelanggan mengungkapkan frustrasi mereka karena kurangnya transparansi dalam menyampaikan informasi mengenai status perbaikan atau estimasi waktu penyelesaian masalah. Beberapa pelanggan bahkan melaporkan menerima respons otomatis dari layanan pelanggan yang tidak memberikan solusi konkret, melainkan hanya berisi permintaan maaf tanpa informasi penyelesaian yang spesifik. Hal ini semakin memperburuk persepsi negatif terhadap penyedia layanan, mengingat kegagalan sistem yang terjadi berulang kali tanpa penjelasan yang memadai. Penelitian menunjukkan bahwa kegagalan layanan dalam proses pelayanan dapat menimbulkan evaluasi negatif terhadap perusahaan serta menurunkan keinginan pelanggan untuk menggunakan kembali layanan tersebut (Huang et al., 2024). Keluhan-keluhan tersebut menunjukkan bahwa persoalan yang dihadapi pelanggan tidak semata-mata berkaitan dengan gangguan teknis jaringan, tetapi juga dengan bagaimana perusahaan mengomunikasikan proses penanganan gangguan kepada

pelanggan. Oleh karena itu, penyampaian komunikasi yang jelas, responsif, dan transparan menjadi penting untuk menjaga kepercayaan pelanggan serta menghindari penurunan loyalitas terhadap perusahaan.

Dalam industri jasa, gangguan layanan merupakan kondisi yang dapat dialami oleh setiap penyedia layanan internet. Namun, bagi pelanggan, permasalahan yang dihadapi tidak hanya berkaitan dengan gangguan teknis, melainkan juga dengan bagaimana perusahaan mengelola komunikasi selama proses penanganan gangguan tersebut. Ketika layanan internet mengalami kendala, pelanggan tidak hanya mengharapkan perbaikan jaringan, tetapi juga membutuhkan informasi yang jelas mengenai penyebab gangguan, estimasi waktu penyelesaian, perkembangan proses perbaikan, serta kepastian bahwa keluhan mereka sedang ditangani. Dalam situasi tersebut, kualitas komunikasi yang dibangun perusahaan menjadi faktor penting karena respons yang cepat, informasi yang jelas, dan penanganan yang memadai dapat memengaruhi pengalaman pelanggan serta hubungan mereka dengan perusahaan (Lim et al., 2025).

Pengalaman komunikasi yang diterima pelanggan selama proses penanganan gangguan layanan tidak hanya memengaruhi penilaian terhadap kualitas pelayanan, tetapi juga berperan dalam membentuk kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan. Dalam situasi gangguan layanan, pelanggan berada pada kondisi ketidakpastian karena tidak mengetahui penyebab gangguan, lamanya proses perbaikan, maupun kepastian kapan layanan dapat kembali digunakan. Pada kondisi tersebut, komunikasi yang dilakukan oleh perusahaan menjadi sumber informasi utama yang digunakan pelanggan untuk mengevaluasi kemampuan perusahaan dalam menangani permasalahan yang mereka hadapi.

Komunikasi yang dilakukan secara responsif, transparan, dan konsisten dapat memberikan rasa kepastian kepada pelanggan sehingga mendorong terbentuknya keyakinan bahwa perusahaan memiliki kompetensi dan komitmen dalam menyelesaikan permasalahan yang terjadi. Sebaliknya, komunikasi yang lambat, tidak konsisten, atau tidak memberikan informasi yang jelas dapat menimbulkan keraguan pelanggan terhadap kemampuan maupun kesungguhan

perusahaan dalam memberikan pelayanan. Dalam kondisi tersebut, pelanggan mulai mengevaluasi apakah perusahaan benar-benar mampu memenuhi janjinya, memiliki kepedulian terhadap pelanggan, serta dapat diandalkan ketika terjadi gangguan layanan.

Dengan kata lain, kepercayaan pelanggan tidak terbentuk hanya berdasarkan hasil akhir berupa gangguan yang berhasil diperbaiki, tetapi juga melalui pengalaman komunikasi yang dialami selama proses penanganan gangguan tersebut. Setiap interaksi antara pelanggan dengan *customer service*, teknisi, maupun media komunikasi perusahaan menjadi pengalaman yang diinterpretasikan oleh pelanggan dalam membentuk penilaian terhadap kompetensi, konsistensi, dan komitmen perusahaan. Oleh karena itu, komunikasi menjadi salah satu faktor yang menentukan bagaimana pelanggan memaknai hubungan mereka dengan penyedia layanan internet.

Dengan demikian, dalam penelitian ini dinamika komunikasi diposisikan sebagai proses interaksi yang dialami pelanggan selama penanganan gangguan layanan, sedangkan konstruksi kepercayaan dipahami sebagai hasil pemaknaan pelanggan terhadap pengalaman komunikasi tersebut. Hubungan antara kedua konsep tersebut bersifat saling berkaitan, di mana pengalaman komunikasi menjadi dasar dalam membentuk penilaian mengenai kompetensi, konsistensi, dan komitmen IndiHome. Oleh karena itu, penelitian ini berupaya memahami bagaimana dinamika komunikasi selama penanganan gangguan berkontribusi terhadap proses konstruksi kepercayaan pelanggan yang pada akhirnya memengaruhi keputusan pelanggan untuk tetap menggunakan layanan IndiHome.

Kepercayaan yang terbentuk melalui pengalaman komunikasi tidak hanya memengaruhi cara pelanggan memandang perusahaan, tetapi juga memengaruhi keputusan pelanggan untuk mempertahankan hubungan dengan perusahaan. Dalam konteks layanan internet, keputusan tersebut tercermin melalui loyalitas pelanggan. Loyalitas pelanggan, dalam konteks ini, bukan hanya dilihat sebagai keputusan untuk terus menggunakan layanan meskipun ada gangguan. Dalam perspektif ini, loyalitas tidak hanya dipengaruhi oleh faktor eksternal seperti harga atau kualitas

layanan, tetapi juga oleh cara penyedia layanan berinteraksi dengan pelanggan, serta bagaimana komunikasi ini membentuk persepsi pelanggan terhadap perusahaan (Liu, 2024). Loyalitas pelanggan juga berkaitan dengan tingkat kepuasan, nilai yang dirasakan pelanggan, serta kualitas layanan yang diberikan oleh perusahaan. Ketika pelanggan merasa penyedia layanan internet tetap berkomitmen untuk menyelesaikan masalah meskipun terjadi hambatan komunikasi, persepsi positif terhadap perusahaan dapat tetap dipertahankan.

Berbagai penelitian sebelumnya lebih banyak membahas loyalitas pelanggan dari perspektif kualitas layanan, kepuasan pelanggan, maupun *service recovery*. Namun, penelitian yang secara khusus mengkaji bagaimana dinamika komunikasi selama penanganan gangguan membentuk konstruksi kepercayaan pelanggan dalam konteks layanan *fixed broadband* di Indonesia masih terbatas. Penelitian ini menjadi penting karena komunikasi dalam situasi gangguan layanan tidak hanya berkaitan dengan penyelesaian masalah teknis, tetapi juga menyangkut keberlanjutan hubungan antara pelanggan dan perusahaan. Dalam konteks persaingan industri ISP yang semakin ketat, pemahaman mengenai pengalaman komunikasi pelanggan dapat menjadi dasar dalam merancang strategi layanan yang lebih responsif dan berorientasi pada kebutuhan pelanggan.

Berdasarkan permasalahan tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana dinamika komunikasi yang terjadi antara pelanggan dan IndiHome selama proses penanganan gangguan layanan Wi-Fi yang berulang membentuk konstruksi kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan. Dalam situasi tersebut, pelanggan tidak hanya menghadapi persoalan teknis berupa terganggunya koneksi internet, tetapi juga mengalami berbagai bentuk interaksi komunikasi dengan pihak perusahaan, seperti customer service maupun teknisi, dalam memperoleh informasi, kepastian, dan penyelesaian atas keluhan yang disampaikan.

Dengan memahami pengalaman dan pemaknaan pelanggan tersebut, penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai bagaimana dinamika komunikasi berkontribusi terhadap proses konstruksi kepercayaan

pelanggan, serta bagaimana kepercayaan tersebut memengaruhi keputusan pelanggan untuk tetap mempertahankan penggunaan layanan IndiHome meskipun menghadapi berbagai kendala.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini berangkat dari fenomena gangguan layanan internet yang berulang serta keluhan pelanggan mengenai kurangnya kejelasan informasi dan respons layanan dari penyedia layanan internet. Meskipun IndiHome merupakan salah satu penyedia layanan internet rumah yang paling banyak digunakan di Indonesia, berbagai keluhan pelanggan terkait gangguan jaringan, lambatnya respons layanan, serta ketidakjelasan informasi mengenai proses perbaikan masih sering ditemukan. Kondisi tersebut berpotensi memengaruhi pengalaman pelanggan dalam menggunakan layanan serta membentuk persepsi mereka terhadap perusahaan. Dalam situasi kegagalan layanan (*service failure*), cara perusahaan berkomunikasi dengan pelanggan, khususnya dalam menangani komplain dan memberikan respons terhadap gangguan layanan, menjadi faktor penting yang dapat memengaruhi tingkat kepercayaan pelanggan.

Sejumlah penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa kegagalan layanan serta proses pemulihan layanan (*service recovery*) dapat memengaruhi kepuasan, kepercayaan, dan loyalitas pelanggan terhadap perusahaan. Namun, sebagian besar penelitian tersebut cenderung menekankan pada aspek kualitas layanan, kepuasan pelanggan, atau strategi pemulihan layanan secara umum dalam konteks industri jasa. Kajian yang secara khusus menyoroti bagaimana proses komunikasi antara pelanggan dan penyedia layanan terbentuk dalam situasi gangguan layanan yang berulang, terutama dalam konteks layanan internet rumah di Indonesia, masih relatif terbatas. Selain itu, penelitian sebelumnya lebih banyak menggunakan pendekatan kuantitatif untuk mengukur hubungan antarvariabel, sehingga belum banyak menggali secara mendalam pengalaman komunikasi pelanggan ketika menghadapi gangguan layanan serta bagaimana pengalaman tersebut membentuk pemaknaan pelanggan terhadap perusahaan.

Oleh karena itu, penelitian ini berupaya mengkaji bagaimana proses komunikasi yang terjadi antara pelanggan dan IndiHome dalam menangani keluhan serta gangguan layanan Wi-Fi yang berulang, serta bagaimana komunikasi tersebut memengaruhi kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan. Selain itu, penelitian ini juga berusaha memahami bagaimana kepercayaan yang terbentuk melalui proses komunikasi tersebut berperan dalam memengaruhi keputusan pelanggan untuk tetap menggunakan layanan IndiHome, sehingga dapat diketahui bagaimana hubungan antara komunikasi layanan, kepercayaan pelanggan, dan loyalitas pelanggan dalam konteks layanan internet rumah.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, pertanyaan penelitian dalam studi ini difokuskan untuk mengkaji komunikasi interpersonal antara pelanggan dan pihak IndiHome dalam proses penanganan keluhan gangguan layanan Wi-Fi berulang yang berlangsung dalam konteks komunikasi organisasi melalui berbagai kanal layanan pelanggan, serta kaitannya terhadap loyalitas pelanggan. Pertanyaan penelitian yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pelanggan menilai kualitas komunikasi layanan IndiHome dalam penanganan gangguan, yang mencakup aspek kejelasan, akurasi, dan responsivitas, serta bagaimana penilaian tersebut membentuk kepercayaan pelanggan?
2. Bagaimana proses penanganan komplain melalui komunikasi antara pelanggan dengan customer service dan teknisi IndiHome membentuk keputusan pelanggan dalam konteks loyalitas?
3. Bagaimana bentuk loyalitas pelanggan yang muncul dalam kondisi ketidakpastian layanan IndiHome, seperti loyalitas yang didasarkan pada kepercayaan, keterpaksaan, maupun kebiasaan?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis penilaian pelanggan terhadap kualitas komunikasi layanan IndiHome dalam penanganan gangguan, serta bagaimana penilaian tersebut membentuk kepercayaan pelanggan.
2. Untuk menganalisis bagaimana proses penanganan komplain melalui komunikasi antara pelanggan dengan customer service dan teknisi IndiHome membentuk keputusan pelanggan dalam konteks loyalitas.
3. Untuk mengidentifikasi bentuk loyalitas pelanggan yang muncul dalam kondisi ketidakpastian layanan IndiHome, baik yang didasarkan pada kepercayaan, keterpaksaan, maupun kebiasaan.

1.5 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara akademis, praktis, maupun sosial. Adapun kegunaan penelitian ini dijelaskan sebagai berikut.

1.5.1 Kegunaan Akademis

Penelitian ini memberikan kontribusi terhadap pengembangan literatur di bidang komunikasi layanan, komunikasi organisasi, serta loyalitas pelanggan, khususnya dalam konteks industri telekomunikasi. Dengan fokus pada komunikasi komplain dan pemulihan layanan di perusahaan penyedia layanan internet, penelitian ini memperkaya teori tentang bagaimana komunikasi yang efektif dapat membentuk kepercayaan pelanggan dan mempengaruhi loyalitas mereka. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat memperluas pemahaman mengenai peran komunikasi dalam mengelola hubungan pelanggan dalam situasi ketidakpastian, terutama dalam menghadapi gangguan layanan yang berulang.

1.5.2 Kegunaan Praktis

Hasil penelitian ini memberikan wawasan yang berguna bagi perusahaan penyedia layanan internet, khususnya Indihome, dalam merancang strategi komunikasi yang lebih efektif dalam menangani keluhan pelanggan dan gangguan layanan. Temuan penelitian ini dapat digunakan oleh manajer layanan pelanggan untuk meningkatkan responsivitas, transparansi, dan kualitas komunikasi, yang pada gilirannya dapat memperkuat loyalitas pelanggan. Selain itu, penelitian ini juga

memberikan rekomendasi praktis bagi perusahaan dalam membangun kepercayaan pelanggan melalui interaksi yang lebih baik dan lebih personal.

1.5.3 Kegunaan Sosial

Secara sosial, penelitian ini dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai bagaimana komunikasi yang baik dapat memengaruhi kesejahteraan pelanggan, terutama dalam konteks layanan yang berulang kali terganggu. Dengan meningkatkan pemahaman mengenai pentingnya komunikasi dalam mempertahankan loyalitas pelanggan, penelitian ini diharapkan dapat mendorong perusahaan untuk lebih responsif terhadap kebutuhan pelanggan. Selain itu, penelitian ini dapat berkontribusi pada peningkatan kualitas layanan di sektor telekomunikasi, yang pada akhirnya berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan dan kualitas hidup mereka.

1.6 Batasan Penelitian

Terdapat keterbatasan dalam penelitian yang perlu diperjelas untuk memfokuskan ruang lingkupnya. Penelitian ini memfokuskan pada fenomena komunikasi antara pelanggan dan IndiHome terkait gangguan layanan Wi-Fi yang berulang, dan tidak melibatkan gangguan pada layanan lain seperti telepon rumah atau TV kabel. Penelitian ini juga terbatas pada pengalaman pelanggan yang mengalami gangguan layanan Wi-Fi berulang dalam kurun waktu lebih dari satu tahun, yang berarti tidak mencakup pengalaman pelanggan jangka panjang atau mereka yang baru saja berlangganan layanan. Selain itu, data dikumpulkan melalui *Focus Group Discussion* (FGD), yang bergantung pada kejujuran dan interpretasi subjektif responden, sehingga potensi bias dalam pengumpulan dan analisis data tetap ada.