

**ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI BISNIS ARTIFICIAL
INTELLIGENCE (AI) VERONIKA SEBAGAI
CUSTOMERSERVICE MY TELKOMSEL
(STUDI KASUS PELANGGAN TELKOMSEL DI BENGKULU)**



TESIS

**FARHAN FAJRI
ILMU KOMUNIKASI
222910016**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI – S2
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS BINA DARMA
PALEMBANG
2025**

**ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI BISNIS ARTIFICIAL
INTELLIGENCE (AI) VERONIKA SEBAGAI
CUSTOMERSERVICE MY TELKOMSEL
(STUDI KASUS PELANGGAN TELKOMSEL DI BENGKULU)**



**Tesis ini diajukan sebagai salah satu syarat
untuk memperoleh gelar**

MAGISTER ILMU KOMUNIKASI

**FARHAN FAJRI
ILMU KOMUNIKASI
222910016**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI – S2
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS BINA DARMA
PALEMBANG
2025**

Halaman Pengesahan Pembimbing Tesis

Judul Tesis : ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI BISNIS ARTIFICIAL INTELLIGENCE (AI) VERONIKA SEBAGAI CUSTOMER SERVICE MY TELKOMSEL (STUDI KASUS PELANGGAN TELKOMSEL DI BENGKULU)

Oleh FARHAN FAJRI, NIM 222910016, Tesis ini telah disetujui dan disahkan oleh Tim Penguji Program Studi Ilmu Komunikasi – S2 konsentrasi ILMU KOMUNIKASI, Program Pascasarjana Universitas Bina Darma pada 01 Februari 2025 dan telah dinyatakan LULUS.

Palembang, 01 Februari 2025
Mengetahui,
Program Studi Ilmu Komunikasi – S2
Universitas Bina Darma
Ketua,



Logo of Universitas Bina Darma, featuring the university name in blue and yellow, with a graduation cap icon.

.....
Dr. Rahma Santhi Zinaida, M.I.Kom.

Pembimbing,



Handwritten signature of Dr. Desy Misnawati in blue ink.

.....
Dr. Desy Misnawati, M.Ikom.

Halaman Pengesahan Penguji Tesis

Judul Tesis : ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI BISNIS ARTIFICIAL INTELLIGENCE (AI) VERONIKA SEBAGAI CUSTOMER SERVICE MY TELKOMSEL (STUDI KASUS PELANGGAN TELKOMSEL DI BENGKULU)

Oleh FARHAN FAJRI, NIM 222910016 Tesis ini telah disetujui dan disahkan oleh Tim Penguji Program Studi Ilmu Komunikasi – S2 konsentrasi ILMU KOMUNIKASI, Program Pascasarjana Universitas Bina Darma pada 01 Februari 2025 dan telah dinyatakan LULUS.

Palembang, 01 Februari 2025
Mengetahui,
Program Pascasarjana
Universitas Bina Darma
Direktur,



Prof. Dr. Ir. Achmad Syarifudin, M.Sc.

Penguji I,

Dr. Desy Misnawati, M.Ikom.

Penguji II,

Dr. Ir. Hj. Ratu Mutialela Caropeboka, MS.

Penguji III,

Zaid Amin, M.Kom., Ph.D.

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Farhan Fajri

NIM : 222910016

Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi Universitas Bina Darma Palembang

Dengan ini menyatakan bahwa :

1. Karya tulis saya (Tesis, Tugas akhir) ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik di Universitas Bina Darma Palembang
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri dengan arahan tim pembimbing
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dikutip dengan mencantumkan nama pengarang dan memasukkan ke dalam daftar pustaka.
4. Karena yakin dengan keaslian karya tulis ini saya menyatakan bersedia tesis/ tugas akhir yang saya hasilkan di unggah ke internet.
5. Surat Pernyataan ini saya tulis dengan sungguh-sungguh dan apabila terdapat pengimpangan atau ketidakbenaran dalam pernyataan ini maka saya bersedia menerima sanksi dengan aturan yang berlaku di perguruan tinggi ini

Demikian Surat Pernyataan ini saya buat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Palembang, 09 Januari 2025

Yang membuat pernyataan



Farhan Fajri

NIM : 222910016

ABSTRAK

Komunikasi berkembang mengikuti era dari zaman ke zaman. Teknologi berubah-ubah setiap periode nya dengan apa yang terjadi atau apa yang berkembang pada zaman itu. Inovasi demi inovasi yang terjadi pada zaman tersebut sangat mempengaruhi teknologi. Seiring dengan perkembangan teknologi komunikasi, salah satu teknologi yang saat ini banyak digunakan adalah *Artificial Intelligence* (AI). Dengan penelitian mengenai *Artificial Intelligence* (AI) Veronika sebagai customer service My Telkomsel dengan hasil menunjukkan bahwa implementasi *Artificial Intelligence* (AI) Veronika oleh Telkomsel telah memberikan dampak positif yang signifikan terhadap strategi komunikasi bisnis perusahaan. Veronika berhasil meningkatkan efisiensi layanan pelanggan hingga 40%, mempercepat respons terhadap kebutuhan pelanggan, dan mengurangi beban operasional call center. Pelanggan dapat mengakses layanan ini dengan mudah melalui berbagai *platform digital* seperti aplikasi My Telkomsel dan WhatsApp, yang memberikan kenyamanan dan fleksibilitas. Selain itu, adaptasi teknologi global ke dalam konteks lokal melalui Veronika berhasil menciptakan layanan yang relevan bagi pelanggan Indonesia. Transformasi ini mendukung perubahan sosial dan perilaku pelanggan, sebagaimana dijelaskan dalam teori *Technological Determinism*. Meskipun demikian, tantangan masih ada dalam hal personalisasi layanan dan pemahaman konteks percakapan yang kompleks, yang memerlukan pengembangan lebih lanjut.

Kata Kunci: *komunikasi, Artificial Intelligence (AI), Teknologi*

ABSTRACT

Communication develops following the era from time to time. Technology changes every period with what happens or what develops in that era. Innovation after innovation that occurs in that era greatly influences technology. Along with the development of communication technology, one of the technologies that is currently widely used is Artificial Intelligence (AI). With research on Artificial Intelligence (AI) Veronika as My Telkomsel customer service, the results show that the implementation of Artificial Intelligence (AI) Veronika by Telkomsel has had a significant positive impact on the company's business communication strategy. Veronika has succeeded in increasing customer service efficiency by up to 40%, accelerating response to customer needs, and reducing the operational burden of the call center. Customers can easily access this service through various digital platforms such as the My Telkomsel application and WhatsApp, which provide convenience and flexibility. In addition, the adaptation of global technology into the local context through Veronika has succeeded in creating services that are relevant to Indonesian customers. This transformation supports social change and customer behavior, as explained in the theory of Technological Determinism. However, challenges still exist in terms of personalizing services and understanding complex conversational contexts, which require further development.

Keywords: communication, Artificial Intelligence (AI), Technology

MOTTO

1. "Masa depan adalah milik mereka yang menyiapkan hari ini."
2. "Miliki impian yang tinggi, sebab impian akan membangkitkan motivasi kamu untuk bertindak."
3. "Mahasiswa adalah pelindung masyarakat yang turun ke jalan memperjuangkan aspirasi bersama."
4. "Mahasiswa adalah garda yang kuat dalam menyampaikan pikiran rakyat."
5. "Jangan ragukan mahasiswa. Apalagi semangatnya."
6. "Kau tidak boleh melanggar hukum. Kau adalah seorang mahasiswa, bukan mafia." - Pia Devina
7. "Ingatlah kehidupan kampus dengan terus mengasah. Jangan habiskan waktumu untuk berkeluh kesah." - Najwa Shihab
8. "Kendalikan nasibmu, atau orang lain yang akan melakukannya." - Jack Welch
9. "Mahasiswa terbaik adalah mereka yang membawa perubahan positif bagi sekitarnya."
10. "Hanya pendidikan yang bisa menyelamatkan masa depan. Tanpa pendidikan, Indonesia tidak akan mungkin bisa bertahan."- Najwa Shihab

HALAMAN PERSEMBAHAN

Terima Kasih kepada:

1. Allah SWT yang selalu mengiringi langkah peneliti untuk tetap fokus dan semangat menjalani tesis ini.
2. Dr. Desy Misnawati, M.Ikom. yang telah membimbing peneliti dan sabar memberi arahan dan petunjuk agar tesis ini cepat selesai.
3. Seluruh anggota keluarga yang telah memberikan waktu tenaga dan pikirannya untuk sabar menunggu Tesis ini selesai dan memberikan support setiap harinya, terutama Ayah Samsurizal dan mendiang Ibunda saya Maria Yunita Sari, Salam hormat dari peneliti.
4. Bapak Zaid Amin, M.Kom. Ph.D. & Ibu Dr. Ir. Hj. Ratu Mutialela Caropeboka, M.S. yang telah memberikan arahan yang jelas untuk Judul dan alur Tesis ini.
5. Ibu Dr. Rahma Santi Zinaida, S.Si., M.Ikom. sebagai Kaprodi yang telah membimbing peneliti dengan sabar dan tulus serta ikhlas meluangkan waktunya kurang lebih hampir 2 tahun.
6. Bella Rivoni Yendra Putri yang telah sabar meluangkan waktunya untuk menunggu Tesis ini selesai dan insyaallah setelah ini kami akan melakukan pernikahan pada Tanggal 28 Juni 2025.

KATA PENGANTAR

Puji Syukur Kehadirat ALLAH SWT atas kasih dan sayang serta rahmatnya yang diberikan sehingga memudahkan dan melancarkan peneliti dalam menyelesaikan tesis ini dengan judul Analisis Strategi Komunikasi Bisnis *Artificial Intelligence* (AI) Veronika sebagai Customer Service My Telkomsel (studi kasus pelanggan Telkomsel di Bengkulu).

Demi tercapainya salah satu syarat kelulusan sebagai mahasiswa program Studi Ilmu Komunikasi – S2 Universitas Bina Darma. Adapun rintangan dan proses yang harus dilalui pada saat penyusunan tesis penelitian ini, Peneliti banyak mendapatkan dukungan serta bimbingan dan doa yang selalu mengiringi perjalanan proses mengerjakan tesis ini terlampir pada halaman persembahan.

Palembang, Januari 2025

Penulis

DAFTAR ISI

	HALAMAN
COVER DEPAN.....	
COVER DALAM.....	
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING	
HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI.....	
SURAT PERNYATAAN.....	
ABSTRAK.....	i
<i>ABSTRACT</i>	ii
MOTTO DAN HALAMAN PERSEMBAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
 BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Ruang Lingkup dan Batasan Masalah	6
1.5 Manfaat Penelitian.....	6
1.6 Metodologi Penelitian.....	7
1.7 Sistematika Penelitian.....	7
 BAB II KAJIAN PUSTAKA	
2.1 Landasan Teori	9
2.1.1 Teori Customer Service	9
2.1.2 Teori Kehadiran Sosial	10
2.1.3 Teori Interaksi Pelayanan	10
2.1.4 Pengertian Komunikasi.....	11
2.1.5 Artificial Intelligence (AI).....	12
2.1.6 Strategi Komunikasi Bisnis.....	14

2.2 Penelitian Terdahulu	17
2.3 Kerangka Pemikiran	19

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Paradigma Penelitian	21
3.2 Metode Penelitian	22
3.3 Objek/subjek Penelitian	23
3.4 Populasi dan Pengumpulan Data	24
3.4.1 Populasi	24
3.5 Informan Penelitian	24
3.6 Teknik Pengumpulan Data	24
3.6.1 Data Primer	26
3.6.1.1 Wawancara	26
3.6.1.2 Observasi	28
3.6.2 Pengumpulan Data Sekunder	29
3.6.2.1 Dokumentasi	29
3.7 Teknik Keabsahan Data	30
3.8 Teknik Analisis Data	31

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil Penelitian	33
4.1.1. Deskripsi Veronika Telkomsel	33
4.1.2. Deskripsi Informan Penelitian	38
4.1.2.1 Informan 1	38
4.1.2.2 Informan 2	39
4.1.2.3 Informan 3	39
4.1.2.4 Informan 4	40
4.1.2.5 Informan 5	41
4.1.2.6 Informan 5	41
4.1.3 Deskripsi Hasil Wawancara	42
4.1.3.1 Pemahaman tentang Artificial Intelligence (AI) Veronika	42
4.1.3.2 Aksesibilitas Veronika bagi Pelanggan Telkomsel	47
4.1.3.3 Latar belakang dan waktu Penciptaan Veronika	53
4.1.3.4 Pengaruh Strategi Komunikasi Bisnis	56
4.1.3.5 Tantangan dan ruang untuk Perbaikan	59
4.2. Analisis Wawancara	63
4.2.1. Analisis teori Customer Service	63
4.2.2. Analisis teori kehadiran Sosial	65
4.2.3. Analisis teori Interkasi Pelayanan	67

4.3. Pembahasan.....	69
4.3.1. Bagaimana Strategi Komunikasi Bisnis Artificial Intelligence (AI) Veronika sebagai Customer Service My Telkomsel	69
4.3.1.1 Pengaruh Strategi Komunikasi Bisnis Artificial Intelligence (AI) Veronika sebagai Customer Service My Telkomsel	74
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan	80
5.2 Saran	81

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

LAMPIRAN

LEMBAR PERBAIKAN TESIS

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Penelitian Terdahulu	15
-------------------------------------	----



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Raiting My Telkomsel di Playstore	4
Gambar 2. Raiting My Telkomsel di App store	5
Gambar 3. Kerangka Pemikiran	19
Gambar 4. Aplikasi My Tlekomsel	33
Gambar 5. Objek Penelitian	34
Gambar 6. Informan 1	38
Gambar 7. Informan 2	39
Gambar 8. Informan 3	40
Gambar 9. Informan 4	40
Gambar 10. Informan 5	41
Gambar 11. Informan 6	41
Gambar 12. Raiting My Telkomsel di Playstore	46
Gambar 13. Raiting My Telkomsel di App store	46
Gambar 14. Aksesibilitas Veronika	48
Gambar 15. Tampilan My Telkomsel	49
Gambar 16. Comment Raiting My Telkomsel	51
Gambar 17. Tampilan Veronika dengan fitur voice	52
Gambar 18. Ulasan Pelanggan	61
Gambar 19. Aksesibilitas Veronika	64