

STRATEGI KOMUNIKASI PELAYANAN FREELANCE CUSTOMER SERVICE DALAM MENYAMPAIKAN SOP KEPADA MUSTAHIK

(Studi Kasus di Layanan Dasar Rumah Amal Salman)

Sabila Saskia Putri¹, Aulia Asmarani²

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial Dan Bisnis, International Women University

ARTICLE INFO

Article history:

Received September 2026

Revised September 2026

Accepted September 2026

Available September 2026

abilputri.pey@gmail.com¹

aulia@iwu.ac.id²

*This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.
Copyright © 2023 by Author. Published by Cahaya Ilmu Bangsa Institute*

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “Strategi Komunikasi Pelayanan Freelance Customer Service dalam Menyampaikan SOP kepada Mustahik (Studi Kasus di Layanan Dasar Rumah Amal Salman)”. Penelitian ini bertujuan untuk memahami strategi komunikasi freelance customer service dalam menyampaikan Standar Operasional Prosedur (SOP) kepada mustahik, khususnya dalam pemaknaan komunikasi, pengalaman menghadapi mustahik, dan proses membangun hubungan selama pelayanan. Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme, pendekatan kualitatif, dan metode studi kasus. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Informan terdiri dari tujuh orang, yaitu empat freelance customer service sebagai informan kunci, dua mustahik, dan satu pengelola Layanan Dasar sebagai informan pendukung. Analisis data menggunakan model Miles, Huberman, dan Saldaña melalui reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan dan verifikasi. Keabsahan data diuji melalui triangulasi sumber dan member check. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi

dipahami tidak hanya sebagai penyampaian informasi prosedural, tetapi juga sebagai tanggung jawab representasi lembaga. Strategi yang digunakan meliputi hospitality, penyederhanaan bahasa, kesiapan mental, dan pembelajaran pengalaman. Tantangan meliputi respons emosional, disabilitas, perbedaan bahasa, dan kepadatan layanan. Hubungan dibangun melalui profesionalisme dan koordinasi tim. Terdapat kesenjangan persepsi terkait SOP tertulis serta minimnya evaluasi kinerja komunikasi. Keberhasilan dipengaruhi oleh individu dan sistem organisasi yang mendukung secara berkelanjutan untuk peningkatan layanan yang lebih efektif ke depan.

Kata Kunci: strategi komunikasi, freelance customer service, standar operasional prosedur (SOP), mustahik, studi kasus

ABSTRACT

This study is titled “Communication Strategies of Freelance Customer Service Staff in Conveying SOPs to Mustahik (A Case Study of the Basic Services Unit at Rumah Amal Salman).” It aims to understand the communication strategies employed by freelance customer service staff when conveying Standard Operating Procedures (SOPs) to mustahik (aid recipients), focusing specifically on the interpretation of communication, experiences in interacting with mustahik, and the process of relationship-building during service delivery. The study employs a constructivist paradigm, a qualitative approach, and a case study method. Data were collected through in-depth interviews, observation, and documentation. The informants consisted of seven individuals: four freelance customer service staff (key informants), two mustahik, and one Basic Services manager (supporting informant). Data analysis followed the Miles, Huberman, and Saldaña model, involving data reduction, data display, and conclusion drawing/verification. Data

validity was tested through source triangulation and member checking. The results indicate that communication is understood not merely as the transmission of procedural information but also as a responsibility to represent the institution. Strategies employed include hospitality, language simplification, mental preparedness, and experiential learning. Challenges include emotional responses, disabilities, language barriers, and high service volume. Relationships are built through professionalism and team coordination. Discrepancies in perception regarding written SOP were identified, alongside a lack of evaluation regarding communication performance. Success is influenced by both individual factors and organizational systems that provide sustained support for more effective future service improvements.

Keywords: *communication strategy, freelance customer service, standard operating procedure (SOP), mustahik, case study*

1. PENDAHULUAN

Strategi komunikasi merupakan elemen penting dalam pelayanan sosial karena berperan sebagai penghubung antara lembaga dan penerima manfaat. Rumah Amal Salman melalui Layanan Dasar memiliki berbagai program bantuan yang memerlukan Standar Operasional Prosedur (SOP) agar proses pelayanan dan penyaluran bantuan berjalan tertib, transparan, dan tepat sasaran. Dalam pelaksanaannya, freelance customer service (CS) menjadi pihak yang berinteraksi langsung dengan mustahik untuk menjelaskan prosedur pengajuan dan pencairan bantuan, memeriksa kelengkapan dokumen, serta merespons pertanyaan maupun keberatan dari penerima manfaat.

Penyampaian SOP kepada mustahik menghadapi berbagai tantangan karena adanya perbedaan tingkat pendidikan, pemahaman, kondisi emosional, serta situasi pelayanan. Mustahik dapat mengalami kebingungan, ketidakpercayaan, ketidaksabaran, bahkan memberikan respons emosional ketika prosedur dianggap rumit atau membatasi. Di sisi lain, status freelance CS juga menghadirkan tantangan berupa keterbatasan waktu kerja, minimnya pelatihan komunikasi berkelanjutan, dan belum adanya panduan komunikasi tertulis yang baku. Kondisi tersebut dapat menyebabkan strategi komunikasi lebih banyak bergantung pada pengalaman dan penilaian personal masing-masing petugas sehingga berpotensi menimbulkan perbedaan kualitas pelayanan.

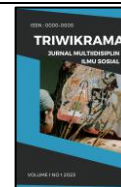
Fenomena tersebut menunjukkan pentingnya strategi komunikasi yang tidak hanya berfokus pada penyampaian informasi, tetapi juga mempertimbangkan karakteristik dan kondisi mustahik. Penelitian terdahulu mengenai komunikasi customer service umumnya berfokus pada komunikasi interpersonal, efektivitas komunikasi, penanganan keluhan, atau kepuasan pelayanan. Kajian yang secara khusus membahas strategi komunikasi freelance customer service dalam menyampaikan SOP kepada mustahik pada lembaga sosial berbasis filantropi, terutama melalui tahapan perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi, masih terbatas.

Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini memfokuskan kajian pada strategi komunikasi freelance customer service dalam menyampaikan SOP kepada mustahik di Layanan Dasar Rumah Amal Salman. Penelitian mencakup bagaimana strategi komunikasi direncanakan, diterapkan, dan dievaluasi, dengan mempertimbangkan peran komunikator, karakteristik sasaran komunikasi, penyusunan pesan, pemilihan metode atau media, serta respons yang muncul selama proses pelayanan.

TINJAUAN PUSTAKA

Landasan Teoritis

Penelitian ini menggunakan Teori Perencanaan dan Strategi Komunikasi Hafied Cangara (2016) sebagai landasan teoritis. Teori ini memandang strategi komunikasi sebagai perpaduan antara perencanaan dan manajemen komunikasi untuk mencapai tujuan secara efektif dan efisien. Unsur utama strategi komunikasi meliputi peranan komunikator, pengenalan sasaran



komunikasi, penyusunan pesan, serta pemilihan media komunikasi. Selain itu, perencanaan komunikasi mencakup tahapan analisis dan riset, perumusan strategi, penyusunan program, pelaksanaan, evaluasi, dan pelaporan. Teori Cangara digunakan untuk menganalisis bagaimana freelance customer service berperan sebagai komunikator dalam menyampaikan SOP kepada mustahik, dengan menyesuaikan pesan, metode, dan media komunikasi berdasarkan karakteristik serta kondisi mustahik.

Landasan Konseptual

Landasan konseptual penelitian ini mengacu pada unsur-unsur Teori Perencanaan dan Strategi Komunikasi Hafied Cangara (2016), yaitu komunikator, sasaran komunikasi, pesan, metode dan media komunikasi, serta hubungan komunikasi sebagai hasil proses pelayanan. Dalam penelitian ini, freelance customer service berperan sebagai komunikator, mustahik sebagai sasaran, SOP sebagai pesan, sedangkan metode dan media menjadi sarana penyampaian SOP.

Freelance Customer Service sebagai Komunikator

Freelance customer service merupakan tenaga pelayanan yang bekerja berdasarkan kontrak atau waktu tertentu. Di Rumah Amal Salman, freelance customer service berperan sebagai penghubung antara kebijakan lembaga dan mustahik dalam menjelaskan SOP, menjawab pertanyaan, serta menangani respons penerima layanan. Sebagai komunikator, efektivitasnya ditentukan oleh kredibilitas, daya tarik, dan kekuatan, serta kemampuan menyesuaikan komunikasi dengan kondisi mustahik.

Mustahik sebagai Sasaran Komunikasi

Mustahik merupakan penerima manfaat program layanan dasar Rumah Amal Salman dengan karakteristik yang beragam, baik dari sisi pendidikan, kondisi ekonomi, pemahaman, maupun emosional. Karena itu, freelance customer service perlu memahami kondisi dan karakteristik mustahik agar dapat menyesuaikan pendekatan komunikasi serta meminimalkan kesalahpahaman.

SOP sebagai Pesan dalam Strategi Komunikasi Pelayanan

SOP menjadi pesan utama yang mengatur prosedur pelayanan dan penyaluran bantuan agar berjalan tertib, transparan, dan tepat sasaran. Penyampaianannya perlu menggunakan bahasa yang jelas, sederhana, dan mudah dipahami, terutama karena SOP dapat memuat istilah administratif yang kurang familiar bagi mustahik.

Metode dan Media Komunikasi dalam Penyampaian SOP

Metode komunikasi yang dominan digunakan adalah komunikasi tatap muka, sehingga freelance customer service dapat memberikan penjelasan, menjawab pertanyaan, dan menyesuaikan cara penyampaian dengan kondisi mustahik. Media pendukung dapat berupa dokumen tertulis, papan informasi, dan penjelasan lisan yang disederhanakan sesuai karakteristik penerima layanan.



Hubungan Komunikasi sebagai Hasil Strategi Pelayanan

Hubungan komunikasi merupakan hasil dari penerapan strategi komunikasi yang tepat, ditandai dengan kepercayaan, kedekatan, pemahaman bersama, dan kerja sama antara freelance customer service dan mustahik. Dalam pelayanan sosial, hubungan tersebut berlandaskan nilai kemanusiaan dan kepercayaan sehingga mendukung terciptanya interaksi pelayanan yang efektif.

2. METODE

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme dengan pendekatan kualitatif deskriptif dan metode studi kasus untuk memahami secara mendalam pengalaman serta makna yang dibangun dalam komunikasi interpersonal antara freelance customer service dan mustahik dalam penyampaian SOP di Rumah Amal Salman. Subjek penelitian dipilih secara purposive sampling dan terdiri atas tujuh informan, yaitu empat freelance customer service, dua mustahik, dan satu pengelola Layanan Dasar, sedangkan objek penelitian berfokus pada hambatan komunikasi interpersonal dalam penyampaian SOP, termasuk perbedaan latar belakang, tingkat pemahaman, penggunaan bahasa, kondisi emosional, serta proses penyampaian dan pemaknaan pesan.

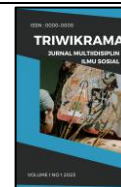
Data penelitian dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi partisipan, dan dokumentasi. Wawancara dilakukan menggunakan pertanyaan terbuka untuk menggali pengalaman dan pandangan informan, observasi digunakan untuk mengamati interaksi komunikasi secara langsung, sedangkan dokumentasi meliputi SOP, data administrasi, laporan pelayanan, dan foto kegiatan. Data dianalisis menggunakan model interaktif Miles, Huberman, dan Saldaña yang meliputi reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan dan verifikasi. Keabsahan data diperoleh melalui triangulasi sumber dengan membandingkan informasi dari customer service, mustahik, observasi, dan dokumentasi, serta melalui member check untuk memastikan kesesuaian hasil interpretasi dengan informasi yang diberikan informan. Penelitian dilaksanakan di Layanan Dasar Rumah Amal Salman, Kompleks Masjid Salman ITB, Kota Bandung, selama kurang lebih tiga bulan yang mencakup tahap persiapan, pengumpulan data, analisis, hingga penyusunan laporan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Layanan Dasar Rumah Amal Salman

Layanan Dasar Rumah Amal Salman merupakan salah satu program yang berfokus pada penyaluran bantuan kepada mustahik. Penelitian diawali dengan observasi pendahuluan, komunikasi dengan pihak lembaga, serta pengurusan izin penelitian. Selanjutnya, data dikumpulkan melalui observasi, wawancara mendalam dengan *Freelance Customer Service* dan mustahik, serta dokumentasi. Hubungan dengan informan dibangun secara bertahap melalui tahap kontak, pengembangan interaksi, kontak interaksional, penilaian awal, hingga keterlibatan dan *buildup*, sehingga proses pengumpulan data dapat berlangsung secara terbuka dan efektif.

Rumah Amal Salman merupakan Lembaga Amil Zakat Nasional yang berdiri sejak 2007 dan bergerak dalam penghimpunan, pengelolaan, serta penyaluran dana zakat, infak, dan sedekah. Program Layanan Dasar menyalurkan bantuan di bidang ekonomi, pendidikan, kesehatan, serta dakwah bagi kelompok mustahik yang membutuhkan. Visi lembaga adalah menjadi lembaga amil zakat yang profesional dan sesuai syariah, sedangkan misinya meliputi optimalisasi pengelolaan dana zakat, pengembangan amil, serta kontribusi dalam pemikiran dan riset untuk kemajuan gerakan zakat dan infak di Indonesia.



Profil Informan Penelitian

Penelitian ini melibatkan tujuh informan yang terdiri atas empat informan kunci dan tiga informan pendukung. Informan kunci merupakan *freelance customer service* Layanan Dasar Rumah Amal Salman, yaitu DF yang telah bertugas sejak 2023 dan memiliki latar belakang hospitality, WD yang berpengalaman dalam proses verifikasi dan asesmen, WF yang menyesuaikan kesiapan mental dan gaya komunikasi dalam melayani mustahik, serta AF yang merupakan petugas baru dan masih dalam tahap mempelajari SOP.

Informan pendukung terdiri atas LK dan AD sebagai mustahik penerima manfaat program bantuan, serta DR selaku Kepala Divisi Distribusi yang telah bekerja selama tujuh tahun dan bertanggung jawab dalam perencanaan, penyusunan SOP, pengelolaan tim, serta monitoring dan evaluasi Layanan Dasar. Keberagaman informan memberikan perspektif dari sisi pelaksana layanan, penerima manfaat, dan pengelola.

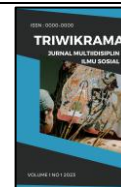
Perencanaan Strategi Komunikasi Freelance Customer Service dalam Menyampaikan SOP kepada Mustahik

Perencanaan strategi komunikasi freelance customer service dalam menyampaikan SOP kepada mustahik dilakukan melalui pembekalan dan pelatihan, pemahaman terhadap SOP, serta pengenalan karakteristik dan kondisi mustahik. Sebelum bertugas, freelance customer service memperoleh briefing, panduan tertulis, praktik pelayanan, dan pembelajaran administrasi sebagai bentuk persiapan komunikator. Kesiapan petugas juga dipengaruhi oleh pengalaman kerja, di mana petugas yang lebih berpengalaman mengandalkan kesiapan mental dan pemahaman terhadap poin-poin pelayanan, sedangkan petugas baru lebih banyak menerapkan *learning by doing*.

Dalam memahami SOP, ditemukan adanya perbedaan antara panduan formal yang disediakan manajemen dengan pemahaman petugas di lapangan. Sebagian petugas memperoleh pemahaman SOP melalui pelatihan dan praktik langsung, terutama dalam menghadapi proses verifikasi yang membutuhkan waktu dan sering kali tidak sesuai dengan harapan mustahik untuk memperoleh bantuan secara segera. Selanjutnya, sebelum menyampaikan SOP secara lebih rinci, petugas melakukan pengenalan terhadap karakteristik dan kondisi mustahik melalui pengamatan, pertanyaan mengenai kebutuhan, serta percakapan awal mengenai kondisi kehidupan mustahik. Pengenalan tersebut digunakan untuk menentukan pendekatan komunikasi yang tepat, baik formal maupun santai, sehingga pesan SOP dapat disesuaikan dengan kondisi dan kemampuan pemahaman mustahik. Dengan demikian, tahap perencanaan menjadi dasar bagi freelance customer service dalam membangun komunikasi yang efektif dan sesuai dengan karakteristik sasaran.

Pelaksanaan Strategi Komunikasi Freelance Customer Service dalam Menyampaikan SOP kepada Mustahik

Pelaksanaan strategi komunikasi freelance customer service dalam menyampaikan SOP kepada mustahik dilakukan melalui penyederhanaan bahasa, penggunaan komunikasi nonverbal, penanganan respons emosional mustahik, serta penyesuaian terhadap berbagai hambatan



komunikasi. Penyederhanaan bahasa menjadi strategi utama karena mustahik memiliki latar belakang pendidikan dan tingkat pemahaman yang beragam. Istilah teknis dalam SOP, seperti verifikasi, SKTM, dan DTKS, disampaikan kembali menggunakan bahasa sehari-hari agar lebih mudah dipahami. Efektivitas strategi ini juga terlihat dari penilaian mustahik yang menganggap penjelasan customer service cukup sederhana dan mudah dipahami.

Selain komunikasi verbal, customer service menerapkan komunikasi nonverbal melalui intonasi yang tenang, ekspresi wajah, kontak mata, sikap ramah, serta perlakuan yang setara kepada mustahik. Ketika menghadapi mustahik yang emosional, tidak sabar, atau kurang percaya terhadap prosedur, petugas berupaya tetap profesional, tenang, dan rendah hati dengan memberikan penjelasan ulang, meminta maaf apabila diperlukan, serta tetap berpegang pada prosedur yang berlaku. Kondisi tersebut menjadi tantangan yang cukup sering terjadi dalam pelayanan sehingga kemampuan mengelola emosi menjadi bagian penting dari strategi komunikasi.

Dalam pelaksanaannya, strategi komunikasi juga menghadapi hambatan berupa kepadatan ruang pelayanan, keterbatasan jumlah customer service, antrean, serta perbedaan bahasa dan kemampuan komunikasi mustahik. Hambatan tersebut diatasi dengan menyesuaikan posisi dan cara berkomunikasi, menggunakan bahasa Indonesia yang lebih umum, atau menyampaikan informasi melalui tulisan. Keterbatasan jumlah petugas juga menyebabkan antrean pada waktu tertentu dan berpotensi memperlambat pelayanan. Dengan demikian, pelaksanaan strategi komunikasi menekankan kemampuan customer service dalam menyesuaikan pesan, sikap, dan cara penyampaian dengan kondisi mustahik agar SOP dapat dipahami secara efektif.

Evaluasi strategi komunikasi freelance customer service dalam menyampaikan SOP kepada mustahik

Dilakukan melalui konfirmasi pemahaman, koordinasi antartim, pencatatan layanan, serta penerimaan masukan sebagai bahan perbaikan. Pada akhir pelayanan, customer service memastikan pemahaman mustahik dengan menanyakan kembali kejelasan informasi, memberikan kesempatan bertanya, dan mengulang penjelasan apabila diperlukan. Secara umum, SOP dapat dipahami oleh mustahik, namun masih terdapat celah informasi terkait mekanisme penetapan nominal bantuan. Informasi mengenai perhitungan dan pembagian nominal bantuan dinilai perlu disampaikan sejak awal agar tidak menimbulkan kesalahpahaman atau perbedaan harapan.

Koordinasi antartim dilakukan melalui grup percakapan untuk mengonfirmasi riwayat mustahik serta melalui database harian sebagai dokumentasi layanan. Namun, belum terdapat evaluasi personal secara rutin terhadap kinerja komunikasi masing-masing freelance customer service. Evaluasi lebih diarahkan pada perbaikan SOP dan proses pelayanan ketika ditemukan kekurangan. Salah satu perbaikan yang dilakukan adalah menyampaikan sejak awal bahwa pengajuan bantuan belum tentu disetujui. Manajemen juga mengharapkan pelatihan dan briefing yang lebih lengkap agar kesiapan petugas dalam memberikan pelayanan semakin baik.

Masukan mustahik menunjukkan bahwa peningkatan layanan terutama berkaitan dengan aspek sistem. Mustahik mengusulkan penambahan jumlah customer service dan penerapan nomor antrean untuk mengurangi antrean serta meningkatkan ketertiban pelayanan. Selain itu, informasi mengenai skema perhitungan nominal bantuan diharapkan disampaikan sejak awal secara transparan. Dengan demikian, evaluasi menunjukkan bahwa komunikasi customer service secara

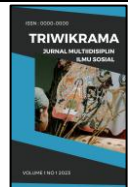
umum telah berjalan baik, sedangkan perbaikan masih diperlukan pada transparansi informasi, sistem pelayanan, serta penguatan pelatihan dan evaluasi petugas.

Rekapitulasi Temuan Berdasarkan Tahapan Strategi Komunikasi

Untuk memperjelas benang merah antartemuan yang telah dipaparkan, berikut disajikan rekapitulasi temuan penelitian yang disusun berdasarkan tiga tahapan strategi komunikasi, yaitu perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi, sebagaimana kerangka yang digunakan dalam Teori Perencanaan dan Strategi Komunikasi Hafied Cangara (2016).

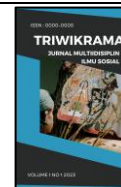
Tabel 1. Rekapitulasi Temuan Strategi Komunikasi Freelance Customer Service

Tahapan	Unsur Teori Cangara	Temuan Utama	Sumber Informan
Perencanaan	Peranan komunikator	Kesiapan dibentuk melalui briefing awal dan akumulasi jam terbang; petugas baru masih bertumpu pada learning by doing	DF, WD, WF, AF, DR
Perencanaan	Penyusunan pesan (tahap awal)	Terdapat kesenjangan persepsi mengenai ketersediaan SOP tertulis baku antara pengelola dan pelaksana lapangan	DF, DR
Perencanaan	Mengenali sasaran komunikasi	Seluruh informan melakukan pemetaan awal kondisi mustahik melalui pengamatan penampilan, sikap, dan pertanyaan pembuka	DF, WD, WF, AF
Pelaksanaan	Penyusunan pesan	Penyederhanaan bahasa dan istilah teknis (verifikasi, SKTM, DTKS) menjadi strategi utama yang konsisten diterapkan	DF, WD, WF, AF, LK, AD



Pelaksanaan	Pemilihan metode	Komunikasi tatap muka dengan penerapan intonasi, ekspresi, dan kontak mata yang disesuaikan kondisi mustahik	DF, WD, WF, AF, LK
Pelaksanaan	Pelaksanaan komunikasi persuasif	Pola penanganan mustahik emosional relatif beragam: tetap tenang, meminta maaf, mengulang penjelasan prosedur	DF, WD, WF, AF, DR
Pelaksanaan	Pemilihan media/saluran	Kepadatan ruang layanan dan ketiadaan ruang wawancara terpisah menjadi hambatan yang berulang	WD, WF, LK
Evaluasi	Evaluasi pemahaman sasaran	Konfirmasi pemahaman dilakukan di akhir sesi, namun sebagian detail kecil (skema nominal bantuan) kadang terlewat	DF, WD, WF, AD
Evaluasi	Pelaporan/pertanggungjawaban	Evaluasi personal terhadap freelance CS belum berjalan rutin; perbaikan lebih berorientasi pada SOP dan proses	DR
Evaluasi	Umpan balik penerima layanan	Mustahik mengusulkan penambahan petugas, sistem antrean, dan transparansi skema nominal bantuan sejak awal	LK, AD

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2026



menegaskan bahwa kekuatan strategi komunikasi freelance customer service di Layanan Dasar Rumah Amal Salman terletak pada tahap pelaksanaan, khususnya pada konsistensi penyederhanaan bahasa dan sikap hospitality, sementara titik lemah paling menonjol berada pada 66 tahap perencanaan formal (ketersediaan SOP tertulis yang dipahami merata) dan tahap evaluasi personal yang belum terlembagakan.

Pembahasan

Berdasarkan Teori Perencanaan dan Strategi Komunikasi Hafied Cangara (2016), strategi komunikasi mencakup perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi freelance customer service di Layanan Dasar Rumah Amal Salman telah berjalan cukup efektif, terutama pada tahap pelaksanaan. Efektivitas tersebut terlihat dari kemampuan petugas menyederhanakan pesan, menyesuaikan komunikasi dengan karakteristik mustahik, serta menerapkan komunikasi persuasif ketika menghadapi mustahik yang emosional.

Pada tahap perencanaan, pembekalan dan pelatihan telah diberikan, tetapi efektivitasnya masih dipengaruhi oleh pengalaman individual petugas. Adanya perbedaan persepsi mengenai ketersediaan SOP tertulis menunjukkan bahwa perencanaan komunikasi belum sepenuhnya terstruktur dan merata. Sementara itu, pada tahap pelaksanaan, strategi penyederhanaan bahasa dan penggunaan komunikasi nonverbal menjadi unsur penting dalam memastikan SOP dapat dipahami oleh mustahik dengan latar belakang yang beragam. Strategi menghadapi mustahik yang emosional juga menunjukkan penerapan komunikasi persuasif. Sikap tenang, permintaan maaf, dan pengulangan penjelasan membantu petugas menyampaikan pesan yang bersifat prosedural tanpa memperburuk kondisi emosional penerima layanan. Namun, hambatan berupa kepadatan ruang, keterbatasan petugas, dan perbedaan bahasa menunjukkan bahwa pemilihan media dan saluran komunikasi masih perlu dioptimalkan.

Pada tahap evaluasi, kegiatan masih lebih banyak dilakukan secara informal melalui konfirmasi pemahaman, koordinasi antartim, dan pencatatan. Evaluasi personal yang terstruktur terhadap kinerja komunikasi freelance customer service belum berjalan secara rutin. Dengan demikian, strategi komunikasi yang diterapkan telah efektif pada tingkat praktik, tetapi masih memerlukan penguatan dalam aspek perencanaan tertulis dan sistem evaluasi formal. Temuan penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi pelayanan tidak hanya ditentukan oleh keberadaan SOP, tetapi juga oleh kemampuan komunikator dalam menerjemahkan prosedur ke dalam bahasa yang mudah dipahami, menyesuaikan pendekatan dengan kondisi mustahik, serta membangun hubungan yang humanis. Oleh karena itu, penguatan pelatihan, pemerataan akses SOP tertulis, perbaikan fasilitas pelayanan, dan evaluasi komunikasi secara berkala diperlukan untuk meningkatkan kualitas pelayanan di Layanan Dasar Rumah Amal Salman.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi freelance customer service dalam menyampaikan SOP kepada mustahik di Layanan Dasar Rumah Amal Salman meliputi tahap perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi berdasarkan Teori Perencanaan dan Strategi Komunikasi Hafied Cangara (2016). Pada tahap perencanaan, strategi dibentuk melalui briefing, pelatihan,



panduan SOP, praktik pelayanan, serta pengalaman kerja. Namun, terdapat perbedaan kesiapan antara petugas baru dan berpengalaman serta kesenjangan persepsi mengenai ketersediaan SOP tertulis. Pengenalan karakteristik mustahik dilakukan melalui pengamatan dan pertanyaan awal sebagai dasar penyesuaian pendekatan komunikasi.

Pada tahap pelaksanaan, strategi utama dilakukan melalui penyederhanaan bahasa dan istilah teknis agar mudah dipahami oleh mustahik dengan latar belakang yang beragam. Komunikasi tatap muka didukung oleh penggunaan intonasi, ekspresi wajah, kontak mata, dan sikap hospitality. Dalam menghadapi mustahik yang emosional, customer service berupaya tetap tenang, meminta maaf, serta memberikan penjelasan ulang. Hambatan yang ditemukan meliputi kepadatan ruang layanan, keterbatasan ruang wawancara, dan perbedaan bahasa daerah. Sementara itu, status freelance tidak menjadi hambatan berarti karena petugas mampu menginternalisasi identitas kelembagaan dan tetap memberikan pelayanan secara profesional.

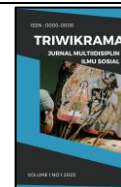
Pada tahap evaluasi, pemahaman mustahik dikonfirmasi melalui tanya jawab, sedangkan koordinasi dilakukan melalui grup komunikasi dan pencatatan database harian. Namun, evaluasi personal terhadap kinerja komunikasi freelance customer service belum dilakukan secara terstruktur dan rutin. Masukan mustahik mencakup penambahan petugas, penerapan sistem antrian, serta transparansi mengenai skema penetapan nominal bantuan. Secara keseluruhan, strategi komunikasi telah berjalan cukup efektif, terutama pada tahap pelaksanaan melalui penyederhanaan bahasa, hospitality, dan pengelolaan emosi mustahik. Namun, perencanaan tertulis dan evaluasi personal masih perlu diperkuat agar strategi komunikasi dapat berjalan lebih konsisten dan terlembaga.

Saran

Layanan Dasar Rumah Amal Salman disarankan untuk memastikan distribusi SOP tertulis secara merata, memperpanjang pelatihan dan simulasi bagi petugas baru, serta menerapkan evaluasi personal secara berkala. Perbaikan fasilitas, khususnya pemisahan ruang wawancara dari area antrian, juga diperlukan untuk mendukung efektivitas komunikasi. Selain itu, informasi mengenai skema penetapan nominal bantuan perlu disampaikan secara transparan sejak awal proses. Freelance customer service disarankan meningkatkan pemahaman SOP secara mandiri serta mempertahankan strategi penyederhanaan bahasa, hospitality, dan pengelolaan emosi mustahik. Program Studi Ilmu Komunikasi dapat mengembangkan materi mengenai strategi komunikasi pelayanan pada lembaga sosial dan filantropi serta komunikasi organisasi berbasis tenaga kerja tidak tetap. Bagi peneliti selanjutnya, penelitian dapat memperluas jumlah informan dan durasi pengamatan, serta menggunakan pendekatan kuantitatif atau membandingkan strategi komunikasi pada lembaga filantropi lainnya.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Aldawiyah, R. (2025). Analysis of Internal Communication Strategy in Improving Customer Service Effectiveness at PT Media Mover. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 12(1), 28-45.
- Alhidayatullah Ak. (2022). Metode Komunikasi Interpersonal pada Pelayanan Pelanggan terhadap Citra Perusahaan Listrik Negara (Persero) Rayon Takengon. *Jurnal Komunikasi dan Ilmu Sosial*, 9(1), 45-62.
- Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS). (2022). Laporan Tahunan Pengelolaan Zakat Nasional 2022. Jakarta: BAZNAS. Diakses dari <https://baznas.go.id/laporan>



- Barley, S. R., & Kunda, G. (2004). *Gurus, Hired Guns, and Warm Bodies: Itinerant Experts in a Knowledge Economy*. Princeton: Princeton University Press.
- Cangara, H. (2016). *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Creswell, J. W. (2016). *Research Design: Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif, dan Campuran (Edisi Keempat)*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2018). *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Approaches (4th ed.)*. Thousand Oaks: SAGE Publications.
- Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (2018). *The SAGE Handbook of Qualitative Research (5th ed.)*. Thousand Oaks: SAGE Publications.
- DeVito, J. A. (2016). *The Interpersonal Communication Book (14th ed.)*. New York: Pearson.
- Effendy, O. U. (2022). *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek (Edisi Revisi)*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Fahlevi, F. A., dkk. (2022). Peran Komunikasi Interpersonal Customer Service PT. Telekomunikasi Indonesia Datel Tenggara dalam Menangani Keluhan Pelanggan pada Jaringan Internet. *Jurnal Ilmu Komunikasi Terapan*, 7(2), 88-104.
- Ginusti, G. N., & Lestari, M. A. (2025). Analyzing Communication Effectiveness and Barriers of Airport Customer Service Officers at Halim Perdanakusuma International Airport. *Journal of Communication Studies*, 8(2), 70-89.
- Gronroos, C. (2021). *Service Management and Marketing: Managing the Service Profit Logic (5th ed.)*. Hoboken: Wiley.
- Guba, E. G., & Lincoln, Y. S. (2011). Paradigmatic Controversies, Contradictions, and Emerging Confluences Revisited. In N. K. Denzin & Y. S. Lincoln (Eds.), *The SAGE Handbook of Qualitative Research (4th ed., pp. 97-128)*. Thousand Oaks: SAGE Publications.
- Hallahan, K., Holtzhausen, D., van Ruler, B., Verčič, D., & Sriramesh, K. (2007). Defining Strategic Communication. *International Journal of Strategic Communication*, 1(1), 3-35.
- Hartatik, I. P. (2014). *Buku Praktis Mengembangkan SDM*. Yogyakarta: Laksana.
- Hasmawati, F. (2020). Komunikasi Interpersonal dalam Pelayanan Publik. *Jurnal Komunikasi dan Kemasyarakatan*, 5(2), 105-120.
- Husserl, E. (1970). *The Crisis of European Sciences and Transcendental Phenomenology (D. Carr, Trans.)*. Evanston: Northwestern University Press.
- <https://kemensos.go.id> Kementerian Sosial Republik Indonesia. (2022). *Laporan Implementasi Program Bantuan Sosial 2022*. Jakarta: Kemensos RI. Diakses dari <https://kemensos.go.id>
- Liliweri, A. (2017). *Komunikasi Antarpersonal*. Jakarta: Kencana.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldana, J. (2014). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook (3rd ed.)*. Thousand Oaks: SAGE Publications.



- Moleong, L. J. (2021). *Metodologi Penelitian Kualitatif (Edisi Revisi)*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Moustakas, C. (1994). *Phenomenological Research Methods*. Thousand Oaks: SAGE Publications.
- Mulyana, D. (2022). *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar (Edisi Revisi)*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40.
- Patton, M. Q. (2015). *Qualitative Research and Evaluation Methods (4th ed.)*. Thousand Oaks: SAGE Publications.
- Putriana, A., & Mendrofa, A. M. P. (2023). Gambaran Komunikasi Interpersonal Petugas Pendaftaran Pasien Terhadap Kepuasan Pelayanan di Puskesmas Kota Matsum. *Jurnal Kesehatan Masyarakat*, 10(3), 210-225.
- Subrata, R. A. (2023). Komunikasi Interpersonal Pekerja Sosial dalam Mengembangkan Potensi Penyandang Disabilitas Fisik di Panti Sosial Bina Daksa Bahagia Sumatera Utara. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 11(2), 134-150.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kualitatif (Edisi Ketiga)*. Bandung: Alfabeta.
- Wahyudin, U. (2021). *Komunikasi Pelayanan Sosial*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- West, R., & Turner, L. H. (2018). *Introducing Communication Theory: Analysis and Application (6th ed.)*. New York: McGraw-Hill.
- Yin, R. K. (2018). *Case Study Research and Applications: Design and Methods (6th ed.)*. Thousand Oaks: SAGE Publications.
- Zainudin, Abd. R. A. (2025). Hambatan Komunikasi pada Pelayanan Publik di Kecamatan Telaga Biru Kabupaten Gorontalo. *Jurnal Ilmu Administrasi Publik*, 7(1), 38-52.