

Analisis Pola Komunikasi Customer Service Dalam Memberikan Layanan Informasi Penerbangan Kepada Penumpang Di Bandara Sultan Hasanuddin

Indarwati H

Indarwati419.iw@gmail.com
Universitas Muslim Indonesia

Ahdan

ahdan.s@umi.ac.id
Universitas Muslim Indonesia

Andi Muttaqin Mustari

andi.muttaqin@umi.ac.id
Universitas Muslim Indonesia

Abstrak : Pola komunikasi customer service dalam memberikan layanan informasi penerbangan di Bandara Internasional Sultan Hasanuddin, Makassar, merupakan aspek krusial dalam meningkatkan pengalaman penumpang. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan teknik purposive sampling untuk menggali persepsi dan praktik customer service serta respons penumpang terhadap layanan yang diberikan. Melalui wawancara dengan empat staf customer service dan enam penumpang, penelitian ini menyoroti pentingnya pendekatan yang ramah, kesopanan, dan keterbukaan dalam komunikasi dengan penumpang. Temuan menunjukkan bahwa pendekatan yang ramah dan senyum yang tulus menjadi langkah awal penting dalam membangun hubungan yang baik dengan penumpang. Selain itu, kemampuan mendengarkan dengan penuh perhatian, menjelaskan informasi dengan jelas, dan memberikan jawaban yang akurat terhadap pertanyaan penumpang juga merupakan komponen vital dalam pola komunikasi yang efektif. Prinsip-prinsip kesopanan, keramahan, dan keterbukaan menjadi landasan utama yang digunakan dalam interaksi customer service di bandara tersebut. Hasil penelitian ini memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang pentingnya pola komunikasi yang baik dalam meningkatkan kepuasan dan pengalaman penumpang di Bandara Internasional Sultan Hasanuddin. Implikasi dari penelitian ini dapat membantu pengelola bandara untuk memperbaiki dan meningkatkan layanan informasi penerbangan guna menciptakan lingkungan yang lebih ramah dan nyaman bagi penumpang.

Kata Kunci: Pola Komunikasi, Customer Service, Layanan Informasi Penerbangan, Bandara Internasional Sultan Hasanuddin, Pengalaman Penumpang.

***Abstract :** The communication pattern of customer service in providing flight information services at Sultan Hasanuddin International Airport, Makassar, is a crucial aspect in enhancing passenger experience. This research employs a qualitative approach using purposive sampling technique to explore the perceptions and practices of customer service as well as passengers' responses to the provided services. Through interviews with four customer service staff and six passengers, this study highlights the importance of friendly approach, politeness, and openness in communication with passengers. Findings indicate that a friendly approach and genuine smiles are crucial initial steps in building good rapport with passengers. Additionally, the ability to listen attentively, explain information clearly, and provide accurate answers to*

RESPON JURNAL ILMIAH MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI
Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Sastra UMI
Vol.5 No.2 2024

<https://jurnal.ilkom.fs.umi.ac.id/index.php/respon/index>

passengers' inquiries are also vital components of effective communication patterns. Principles of politeness, friendliness, and openness serve as the primary foundation used in customer service interactions at the airport. The results of this research provide a deeper understanding of the importance of effective communication patterns in enhancing passenger satisfaction and experience at Sultan Hasanuddin International Airport. The implications of this study can assist airport management in improving and enhancing flight information services to create a more friendly and comfortable environment for passengers.

Keywords: *Communication Pattern, Customer Service, Flight Information Services, Sultan Hasanuddin International Airport, Passenger Experience.*

PENDAHULUAN

Bandara merupakan fasilitas terpenting dalam jasa pelayanan transportasi udara yang diperuntukkan sebagai tempat berangkat dan mendaratnya pesawat. Bandara kini telah berkembang menjadi kawasan yang sangat penting dalam mendorong laju pertumbuhan ekonomi dan pembangunan di Indonesia karena dengan adanya keberadaan bandara mempermudah segala aktivitas. Pengelolaan yang baik dan benar bagi jasa pengelola bandara sebagai kunci memperluas tantangan yang sifatnya tidak hanya nasional tetapi juga bersifat global. Dapat dibayangkan jika suatu negara atau wilayah tidak memiliki bandara dibutuhkan waktu yang lama untuk dapat mengakses lokasi baik dalam negeri maupun luar negeri. Hal tersebut tentunya menjadi penghambat bagi kemajuan teknologi transportasi. Demikian pula halnya dengan Bandara Internasional Sultan Hasanuddin sebagai pintu gerbang penerbangan di Indonesia khususnya di wilayah Indonesia bagian timur. Bandara Internasional Sultan Hasanuddin merupakan bandar udara yang melayani penerbangan domestik dan internasional untuk daerah Makassar dan sekitarnya, yang beralamat di Jl. Airport No.1, Kabupaten Maros, Provinsi Sulawesi Selatan.

Dalam memberikan layanan informasi penerbangan *customer service* bandara juga harus dapat memberikan informasi yang jelas dan tepat mengenai fasilitas yang tersedia di bandara, seperti lokasi *check-in*, lokasi pembelian tiket, dan lokasi *baggage claim*. Sehingga penumpang dapat dengan mudah menemukan lokasi yang dibutuhkan dan tidak merasa kebingungan di bandara. Untuk dapat memberikan layanan informasi yang baik, pola komunikasi *customer service* bandara harus efektif. *Customer service* bandara harus dapat menjawab pertanyaan penumpang dengan cepat dan tepat, serta memberikan solusi yang tepat apabila terjadi masalah. Selain itu, sikap yang sopan dan ramah juga harus ditunjukkan oleh *customer service* bandara, agar dapat memberikan layanan informasi penerbangan yang nyaman bagi penumpang di bandara.

Customer service merupakan suatu profesi yang bertugas untuk memberikan informasi dan menyelesaikan keluhan masalah yang dihadapi oleh pelanggan. Tujuan utama dari *customer service* adalah untuk memastikan kepuasan pelanggan dan menyelesaikan masalah yang dihadapi pelanggan. Seorang *customer service* harus dapat memberikan solusi ketika seorang pelanggan memberikan keluhan. Harus bersabar untuk mendengar dan harus mampu dalam mengendalikan emosi ketika menghadapi seorang pelanggan yang mungkin sedang dalam keadaan marah. Seorang *customer service* merupakan cerminan diri dari perusahaan. Jika mereka memberikan pelayanan yang terbaik, maka respon pelanggan terhadap perusahaan juga akan bernilai positif.

RESPON JURNAL ILMIAH MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI
Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Sastra UMI
Vol.5 No.2 2024

<https://jurnal.ilkom.fs.umi.ac.id/index.php/respon/index>

Peran seorang *customer service* dalam dunia penerbangan juga menjadi sangat krusial, karena adanya posisi tersebut bisa menjadi “jembatan komunikasi” antara pihak pengelola penerbangan dengan pengguna jasa transportasi udara. Seorang *customer service* memiliki strategi khusus dalam berkomunikasi. *Customer service* biasanya menggunakan 5S (senyum, salam, sapa, sopan, santun) dalam melayani penumpang. *Customer Service* bandara memiliki peran dan fungsi yang sedikit berbeda dengan *Customer Service* perusahaan yang bergerak di bidang jasa lainnya. *Customer service* bandara akan dihadapkan pada penumpang yang berasal dari suku, bangsa, agama, dan latar belakang ekonomi yang berbeda pula.

Customer Service bandara harus memiliki keterampilan komunikasi yang baik, seperti kemampuan dalam berbahasa asing, kemampuan dalam mendengarkan dan kemampuan dalam menyelesaikan masalah yang dihadapi penumpang. Contoh pelayanan dari *customer service* kepada penumpang salah satunya yaitu ketika ada seorang penumpang yang komplain mengenai *delay*, penumpang biasanya menanyakan mengapa pesawat belum berangkat melebihi waktu estimasi yang tertera di layar informasi. *Customer service* harus dapat memberikan informasi yang jelas dengan menggunakan komunikasi yang baik seperti menjawab pertanyaan penumpang dengan tenang, sopan dan jelas serta tidak memotong pembicaraan penumpang.

Sebagai jembatan komunikasi, *customer service* tentunya memiliki pola tersendiri dalam mengkomunikasikan perihal mengenai layanan informasi penerbangan. Layanan informasi penerbangan merupakan salah satu layanan yang sangat penting bagi para penumpang atau pengguna jasa transportasi udara. Layanan informasi penerbangan dapat disaksikan oleh para penumpang berbentuk layar pengumuman yang berisikan tentang jadwal penerbangan, nama maskapai, hingga rute atau tujuan dari penerbangan tersebut. Selain melalui layar, informasi penerbangan juga bisa didapatkan melalui *counter customer service* yang terkadang untuk beberapa informasi penting dan mendesak akan diumumkan langsung juga oleh *customer service* dari bandara. Namun, terkadang dalam memberikan layanan informasi penerbangan, *customer service* biasanya berhadapan dengan penumpang yang kurang sabar atau tidak puas dengan layanan yang diberikan. Dalam situasi seperti ini, *customer service* bandara harus dapat menjaga profesionalisme dan tetap memberikan layanan yang sopan.

Komunikasi pada dasarnya merupakan bagian kegiatan yang dilakukan manusia dalam sehari-hari. Manusia melakukan komunikasi untuk memberikan dan menerima informasi yang sesuai dengan kebutuhannya. Pada saat melakukan komunikasi, komunikan akan merasakan hasil dari komunikasi tersebut seperti adanya umpan balik dan mendapatkan informasi yang diinginkan, kepuasan menjadi salah satu hasil yang diciptakan dari komunikasi. Salah satu cara untuk meningkatkan kepuasan yang diciptakan dari komunikasi, yaitu dengan cara menerapkan pola komunikasi yang baik. (Agustin & Widayatmoko, 2019)

Pola komunikasi merupakan bentuk atau pola hubungan antara dua orang atau lebih dalam proses pengiriman dan penerimaan pesan. Menurut Djamarah (2004) pola komunikasi dapat diartikan sebagai pola hubungan antara dua orang atau lebih dalam pengiriman dan penerimaan pesan dengan cara yang tepat sehingga pesan yang dimaksud dapat dipahami. Pola komunikasi yang dilakukan berawal dari proses interaksi untuk menciptakan struktur sistem, yaitu seperti cara seseorang ataupun komunikator untuk menyampaikan pesan hingga dimengerti oleh komunikan atau orang yang di tuju. Tantangan dalam menentukan pola komunikasi yaitu bagaimana menyampaikan informasi dan bagaimana menerima informasi tersebut.

Seperti penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Roelyanti di tahun 2016 mengenai

RESPON JURNAL ILMIAH MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI
Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Sastra UMI
Vol.5 No.2 2024

<https://jurnal.ilkom.fs.umi.ac.id/index.php/respon/index>

Strategi Komunikasi Pelayanan *Customer Service* Kepada Penumpang Wisatawan Asing dan Domestik Di Bandar Udara Internasional Adi Soemarmo Solo (Surakarta) menyatakan bahwa “Seorang *Customer Service* di sebuah Bandara harus memiliki strategi komunikasi yang baik dalam melayani penumpangnya, baik penumpang wisatawan asing maupun domestik yaitu dengan strategi 5S (Senyum, Salam, Sapa, Sopan, Santun), kecerdasan atau pengetahuan yang luas, handal dalam berkomunikasi, dan cepat tanggap dalam menyelesaikan permasalahan serta berpenampilan rapi dan menarik” (Roelyanti, Rahayu, dan Romadhani 2016)

Penelitian lainnya yang dilakukan oleh Devi di tahun 2018 mengenai Kualitas Pelayanan Staff *Customer Service Section* di Bandara Internasional I Gusti Ngurah Rai Bali, menyatakan bahwa “Sikap seorang *customer service* di Bandara Internasional I Gusti Ngurah Rai Bali terhadap pelanggan memiliki kualitas yang baik dan telah sesuai dengan *Standart Operating Procedure* (SOP) yang telah ditentukan oleh perusahaan, meskipun terdapat beberapa kendala yang dialami namun kendala tersebut dapat diatasi dan tidak mengganggu tingkat kinerja staff *customer service*. Sehingga mampu menumbuhkan rasa kepercayaan terhadap pelanggan atas informasi yang diberikan oleh *customer service*” (Devi Isika 2018).

Pola komunikasi yang paling efektif adalah pola komunikasi primer atau model klasik yang dikembangkan pertama kali oleh Aristoteles. Pola komunikasi ini mengkolaborasikan dua simbol yaitu verbal dan nonverbal. Verbal yaitu bahasa sebagai lambang verbal yang paling sering digunakan karena bahasa mampu mengungkapkan pikiran komunikator. Sedangkan nonverbal yaitu lambang yang digunakan dalam berkomunikasi selain bahasa, seperti isyarat dengan anggota tubuh antara lain mata, kepala, bibir, dan tangan. Namun, pola komunikasi yang diterapkan di suatu perusahaan berbeda-beda disesuaikan dengan kondisi dan kebutuhan perusahaan tersebut. Salah satu profesi yang menerapkan pola komunikasi di sebuah perusahaan yaitu *customer service*.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka peneliti tertarik mengangkat penelitian mengenai “Pola komunikasi *customer service* dalam memberikan layanan informasi penerbangan di Bandara Internasional Sultan Hasanuddin Makassar” karena peneliti ingin mengetahui lebih dalam tentang bagaimana interaksi antara *customer service* dan penumpang dalam memberikan informasi penerbangan yang dapat mempengaruhi tingkat kepuasan dan loyalitas penumpang.

METODE

Pada penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. metode kualitatif adalah penelitian untuk mendeskripsikan dan menganalisis tentang fenomena, peristiwa, kepercayaan, sikap, dan aktivitas sosial secara individual maupun kelompok. Metode kualitatif merupakan kumpulan metode untuk memahami lebih dalam mengenai suatu peristiwa. Jenis penelitian yang dipakai oleh peneliti adalah pendekatan deskriptif kualitatif yang mempelajari masalah- masalah yang ada serta tata cara kerja yang berlaku.

Jenis Penelitian

Penelitian deskriptif kualitatif bertujuan untuk memperoleh informasi-informasi mengenai keadaan yang ada. Penelitian kualitatif dimaksudkan untuk mengumpulkan informasi mengenai status suatu gejala yang ada, yaitu keadaan gejala menurut apa adanya pada saat penelitian itu dilakukan. Oleh karena itu, penelitian kualitatif mampu mengungkap fenomena-fenomena pada

RESPON JURNAL ILMIAH MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI
Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Sastra UMI
Vol.5 No.2 2024

<https://jurnal.ilkom.fs.umi.ac.id/index.php/respon/index>

suatu objek yang ingin diteliti secara mendalam (Sugiyono:2019).

Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian dilakukan di Bandara Internasional Sultan Hasanuddin Makassar dan waktu penelitian mulai bulan Juni - Juli 2023

Target/Subjek Penelitian

Adapun informan yang dipilih terdiri dari 4 (empat) orang *staff Customer Service* dan 6 (enam) orang penumpang di Bandara Internasional Sultan Hasanuddin.

Data, Intrumen, dan Teknik Pengumpulan Data

Dalam pengambilan data digunakan teknik *purposive sampling*. Purposive sampling adalah teknik pengambilan sampel sumber data yang didasarkan dengan pertimbangan tertentu yang berkaitan dengan studi kasus yang diteliti dan tujuan peneliti. Pertimbangan tertentu ini, misalnya sebagai *stakeholder* di perusahaan tersebut atau orang – orang yang berhubungan dengan apa yang akan diteliti dan mampu memberikan informasi yang dibutuhkan dalam melakukan penelitian.

Teknik Analisis Data

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan analisis deskriptif, dimana tujuan dari analisis ini adalah untuk menggambarkan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta serta hubungan antara fenomena yang diselidiki. Dalam menganalisis data kualitatif, ada beberapa tahap kegiatan, yaitu reduksi data, penyajian data dan menarik kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai bagaimana pola komunikasi Customer service dalam memberikan layanan informasi penerbangan kepada penumpang, menggunakan teori komunikasi interpersonal. Integrasi teori komunikasi interpersonal dalam pola komunikasi customer service di Bandara Sultan Hasanuddin mendorong customer service untuk berinteraksi dengan penumpang secara lebih adaptif, membaca sinyal nonverbal, mengajukan pertanyaan yang relevan, dan merespons secara sensitif. Dengan membangun hubungan interpersonal yang positif, staf customer service dapat memberikan informasi penerbangan sesuai dengan kebutuhan individual, menciptakan pengalaman personal yang memuaskan, dan meningkatkan persepsi penumpang terhadap kepedulian dan efisiensi bandara. Selain itu, penerapan teori komunikasi interpersonal dapat mempromosikan hubungan yang lebih erat antara staf dan penumpang, meningkatkan efektivitas dalam memberikan informasi dan membantu penumpang mengatasi masalah.

Hal ini menciptakan lingkungan di mana penumpang merasa didengar, dihargai, dan didukung selama perjalanan mereka, yang pada gilirannya meningkatkan citra bandara dan kepuasan pelanggan secara keseluruhan. Dengan memanfaatkan komunikasi interpersonal, bandara dapat membangun citra sebagai tempat yang ramah, efisien, dan peduli terhadap penumpang, tidak hanya dalam penyampaian informasi tetapi juga dalam menciptakan ikatan emosional positif yang berdampak pada persepsi dan loyalitas pelanggan terhadap bandara Hal

RESPON JURNAL ILMIAH MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI
Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Sastra UMI
Vol.5 No.2 2024

<https://jurnal.ilkom.fs.umi.ac.id/index.php/respon/index>

yang mencakup hasil observasi peneliti mengenai pola komunikasi Customer service dalam memberikan layanan informasi penerbangan kepada penumpang,

Keterkaitan antara teori komunikasi interpersonal dengan hasil penelitian yang ditemukan pada saat penelitian, teori ini membantu memahami bagaimana pesan disampaikan dan diterima dalam interaksi antara petugas customer service dan penumpang, serta mengidentifikasi aspek-aspek kunci seperti kemampuan komunikasi interpersonal. Dengan pendekatan ini, penelitian dapat memberikan wawasan mendalam tentang dinamika komunikasi di bandara, termasuk faktor-faktor yang memengaruhi keberhasilan dalam memberikan layanan informasi penerbangan kepada penumpang.

Teori komunikasi interpersonal dapat membantu dalam memahami bagaimana pesan disampaikan dan diterima dalam interaksi antara customer service dan penumpang. Model komunikasi yang melibatkan pengirim (customer service) dan penerima (penumpang) pesan, serta faktor-faktor seperti feedback, noise, dan konteks komunikasi, dapat membantu menganalisis dinamika komunikasi yang terjadi di bandara. Kemampuan komunikasi interpersonal dapat memberikan landasan untuk mengevaluasi kemampuan komunikasi interpersonal para petugas customer service.

Aspek-aspek seperti kejelasan, empati, ketulusan, dan adaptasi terhadap kebutuhan penumpang dapat dianalisis dengan menggunakan teori komunikasi interpersonal. Teori ini menekankan pentingnya hubungan antarindividu dalam komunikasi. Dalam konteks pelayanan pelanggan di bandara, hubungan interpersonal antara petugas customer service dan penumpang dapat menjadi faktor penentu keberhasilan dalam memberikan layanan informasi penerbangan. Kualitas hubungan ini dapat memengaruhi persepsi penumpang terhadap bandara dan maskapai penerbangan.

Dengan menggunakan teori komunikasi interpersonal, penelitian tersebut dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam tentang dinamika komunikasi antara customer service dan penumpang di Bandara Internasional Sultan Hasanuddin, termasuk faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan dalam memberikan layanan informasi penerbangan. Dalam memberikan layanan informasi penerbangan kepada penumpang, customer service tidak hanya mengandalkan teori komunikasi interpersonal, tetapi juga mengintegrasikan teori agenda media setting untuk membentuk pola komunikasi yang efektif.

Hal ini dilakukan dengan memprioritaskan informasi yang relevan seperti status penerbangan, perubahan jadwal, dan kebijakan keamanan yang diperlukan penumpang. Dengan memantau liputan media, customer service dapat merespons dengan cepat terhadap isu-isu yang menjadi perhatian publik, serta mengantisipasi dan mengelola isu-isu sensitif yang mungkin muncul. Melalui penggunaan media sosial yang bijaksana dan konsistensi dalam penyampaian informasi, mereka memastikan bahwa pesan-pesan yang disampaikan sejalan dan memperkuat reputasi bandara dalam mata penumpang.

Dengan demikian, penggunaan teori agenda media setting membantu meningkatkan kualitas layanan informasi penerbangan dan memperkuat hubungan dengan penumpang. Keterkaitan antara teori agenda media setting dengan hasil penelitian yang ditemukan pada saat penelitian, teori ini digunakan customer service untuk menyesuaikan pola komunikasi yang mereka gunakan dan untuk memprioritaskan informasi yang paling relevan dan penting bagi penumpang.

Selain itu, customer service dapat memahami persepsi penumpang terhadap layanan informasi penerbangan di Bandara Sultan Hasanuddin sehingga mereka dapat mengelola informasi secara cepat, tepat dan efektif serta membantu menyelesaikan keluhan penumpang. Dengan menerapkan teori komunikasi interpersonal dan teori agenda media setting dalam pola komunikasi customer service di Bandara Sultan Hasanuddin, dampak yang ditimbulkan dapat sangat signifikan. Pertama, dengan fokus pada interaksi personal antara petugas customer service dan penumpang, akan terjadi peningkatan kepuasan pelanggan karena mereka merasa didengar dan dipahami.

Kemudian dengan menggunakan teori agenda media setting, customer service dapat merespons dengan cepat terhadap isu-isu yang menjadi sorotan media atau perhatian publik, membantu dalam pengelolaan reputasi bandara yang efektif. Hal ini juga memungkinkan peningkatan kesadaran dan pemahaman penumpang tentang informasi penerbangan, prosedur keamanan, dan layanan bandara. Lebih lanjut, pendekatan ini memungkinkan penanganan yang lebih efisien terhadap masalah dan keluhan penumpang, dengan memberikan solusi yang tepat waktu dan penjelasan yang jelas, yang pada gilirannya mengurangi potensi ketidakpuasan dan meningkatkan citra positif bandara secara keseluruhan

Bentuk Layanan Informasi Penerbangan Customer service Kepada Penumpang

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai bagaimana bentuk layanan informasi penerbangan customer service kepada penumpang di Bandara Sultan Hasanuddin, menggunakan teori pelayanan. Layanan informasi penerbangan yang diberikan oleh Customer service di bandara Internasional Sultan Hasanuddin Makassar, merupakan aspek penting dalam pengalaman perjalanan penumpang. Keberhasilan sebuah bandara internasional seringkali ditentukan oleh sejauh mana Customer service dapat memberikan bantuan yang efektif dan akurat kepada penumpang. Dalam hal ini, yang paling krusial adalah keakuratan informasi penerbangan. Penumpang perlu tahu tentang jadwal penerbangan mereka, pintu keberangkatan, dan perubahan terkini. Selain itu, keramahan dan profesionalisme Customer service juga sangat berperan. Sikap ramah, senyuman, dan keterampilan komunikasi yang baik adalah kunci dalam menjawab pertanyaan penumpang dengan jelas dan meminimalisir kebingungan. Selain memberikan informasi penerbangan yang akurat, Customer service juga memiliki tanggung jawab dalam membantu penumpang yang memerlukan perhatian ekstra. Ini termasuk penumpang lanjut usia, anak-anak, atau mereka dengan kebutuhan khusus.

Memberikan bantuan seperti penuntun, kursi roda, atau bantuan lainnya adalah bagian dari tugas mereka. Selain itu, Customer service juga harus dapat memberikan informasi tentang fasilitas di bandara, seperti tempat makan, toko-toko, atau area bermain anak-anak. Ini membantu penumpang merasa lebih nyaman selama menunggu penerbangan mereka. Pelayanan Customer service juga harus tersedia sepanjang waktu karena bandara internasional beroperasi 24/7.

Customer service juga harus siap menerima keluhan dan umpan balik dari penumpang, yang membantu untuk terus meningkatkan kualitas layanan dan menjaga reputasi bandara sebagai tempat yang ramah, aman, dan efisien untuk perjalanan udara domestik dan internasional. Selain aspek-aspek tersebut, pelatihan dan kualifikasi Customer service juga memainkan peran yang sangat penting. Mereka harus memiliki pemahaman yang mendalam tentang prosedur penerbangan dan aturan keamanan.

Dengan pengetahuan ini, mereka dapat dengan mudah menjawab pertanyaan dan memandu penumpang dengan benar. Terlebih lagi, karena bandara internasional melayani penumpang dari

RESPON JURNAL ILMIAH MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI
Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Sastra UMI
Vol.5 No.2 2024

<https://jurnal.ilkom.fs.umi.ac.id/index.php/respon/index>

berbagai negara, kemampuan berkomunikasi dalam berbagai bahasa atau memiliki akses ke layanan penerjemah jika diperlukan adalah aset berharga. Keamanan juga adalah prioritas utama di bandara internasional. Selain memberikan informasi, Customer service juga harus melibatkan diri dalam menjaga keselamatan dan keamanan bandara. Mereka harus mematuhi aturan keamanan dan melaporkan setiap aktivitas yang mencurigakan. Pelayanan informasi penerbangan yang baik dari Customer service dapat membuat pengalaman perjalanan penumpang menjadi lebih lancar dan nyaman.

Hal ini juga dapat meningkatkan reputasi bandara dan memberikan kesan positif bagi para penumpang di Bandara Internasional Sultan Hasanuddin. Keterkaitan teori pelayanan dengan hasil penelitian yang ditemukan saat penelitian, yaitu teori pelayanan memberikan pandangan yang berharga terkait bentuk layanan informasi penerbangan yang diberikan oleh customer service di Bandara Sultan Hasanuddin, seiring dengan hasil penelitian. Prinsip-prinsip teori pelayanan, seperti responsifitas, kepuasan pelanggan, dan interaksi interpersonal, menciptakan dasar untuk mengevaluasi dan meningkatkan kualitas layanan.

Responsifitas layanan dapat dilihat melalui kemampuan customer service memberikan tanggapan cepat terhadap kebutuhan penumpang. Contohnya, jika seorang penumpang mengalami ketidakjelasan mengenai pengumuman terkait perubahan gate keberangkatan, seberapa cepat dan efisien customer service merespon pertanyaan tersebut menjadi indikator responsifitas. Kepuasan penumpang tercermin dalam sejauh mana layanan informasi penerbangan memenuhi harapan penumpang. Contohnya, ketika customer service memberikan informasi penerbangan yang lengkap dan akurat, serta memberikan solusi untuk pertanyaan atau masalah penumpang, dapat meningkatkan kepuasan mereka. Interaksi interpersonal, yang merupakan aspek penting dalam teori pelayanan, dapat diamati melalui tingkat keakraban, empati, dan komunikasi yang efektif antara customer service dan penumpang. Sebagai contoh, ketika petugas di loket informasi bersikap ramah, memberikan penjelasan dengan bahasa yang mudah dipahami, dan menanggapi pertanyaan dengan penuh perhatian, interaksi ini dapat menciptakan pengalaman positif bagi penumpang.

Dengan memanfaatkan teori pelayanan, hasil penelitian dapat memberikan rekomendasi spesifik untuk meningkatkan bentuk layanan informasi penerbangan di Bandara Sultan Hasanuddin. Misalnya, pelatihan karyawan untuk meningkatkan keterampilan komunikasi interpersonal, pengoptimalan saluran informasi, atau implementasi teknologi yang lebih canggih untuk memberikan informasi secara real-time kepada penumpang. Dengan demikian, keterkaitan antara teori pelayanan dan hasil penelitian dapat membimbing upaya perbaikan dan peningkatan layanan di lingkungan bandara.

Akibat yang ditimbulkan berdasarkan pendekatan teori pelayanan dalam memberikan bentuk layanan informasi penerbangan yang diberikan oleh customer service kepada penumpang di Bandara Sultan Hasanuddin adalah peningkatan kepercayaan dan loyalitas penumpang terhadap bandara dan maskapai penerbangan. Dengan menerapkan pendekatan yang berfokus pada kebutuhan dan kepuasan penumpang, customer service akan memberikan layanan yang lebih responsif, ramah, dan efisien kepada penumpang. Misalnya, jika seorang penumpang mengalami kesulitan dalam menemukan gate keberangkatan, customer service akan dengan cepat memberikan petunjuk dan bantuan yang diperlukan. Hal ini akan menciptakan pengalaman positif bagi penumpang dan membuat mereka merasa dihargai dan diurus dengan baik.

RESPON JURNAL ILMIAH MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI

Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Sastra UMI

Vol.5 No.2 2024

<https://jurnal.ilkom.fs.umi.ac.id/index.php/respon/index>**Responsivitas Customer Service dalam Memberikan Layanan Informasi Penerbangan Kepada Penumpang**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai bagaimana responsifitas customer service dalam memberikan layanan informasi penerbangan kepada penumpang di Bandara Sultan Hasanuddin, menggunakan teori komunikasi interpersonal dan teori pelayanan. Dalam penggunaan teori komunikasi interpersonal, aspek responsifitas ini mencakup berbagai elemen penting yang membentuk interaksi antara petugas customer service dan penumpang. Pertama, ketanggapan terhadap pertanyaan penumpang menjadi indikator utama responsifitas. Customer service yang merespon dengan cepat dan memberikan jawaban yang jelas mencerminkan kemampuan untuk mengakomodasi kebutuhan komunikasi penumpang.

Kedua, kemampuan mendengarkan dengan penuh perhatian menjadi bagian dari responsifitas. Customer service yang mampu mendengarkan dengan seksama terhadap pertanyaan atau kekhawatiran penumpang menciptakan suasana interaksi yang ramah dan membantu. Selanjutnya, aspek empati dan kecakapan berbicara juga terkait erat dengan responsifitas. Customer service yang dapat menyampaikan empati terhadap kebutuhan penumpang dan menggunakan bahasa yang mudah dimengerti akan meningkatkan kualitas interaksi interpersonal. Kemudian, penyesuaian terhadap kondisi individu penumpang, seperti keberagaman budaya dan bahasa, merupakan bagian dari responsifitas yang menciptakan konsep dalam penyampaian informasi.

Sebagai contoh, ketika seorang penumpang mengajukan pertanyaan tentang perubahan jadwal penerbangan, responsifitas customer service akan tercermin melalui tanggapan yang cepat, pemahaman terhadap kekhawatiran penumpang, dan penyampaian informasi dengan cara yang dapat dipahami oleh penumpang. Dengan memahami dan menerapkan konsep responsifitas dalam teori komunikasi interpersonal, customer service dapat meningkatkan efektivitas komunikasi, memperkuat hubungan dengan penumpang, dan memastikan pengalaman pelanggan yang positif di Bandara Sultan Hasanuddin.

Keterkaitan antara teori komunikasi interpersonal dan hasil penelitian mengenai responsivitas customer service dalam memberikan layanan informasi penerbangan di Bandara Internasional Hasanuddin menciptakan landasan yang kuat untuk memahami dinamika komunikasi di bandara. Teori komunikasi interpersonal memberikan pandangan mengenai bagaimana interaksi antara customer service dan penumpang dapat dianalisis dan ditingkatkan. Kemampuan komunikasi interpersonal menjadi fokus penting, dan hasil penelitian dapat mengukur sejauh mana customer service memiliki kemampuan seperti kejelasan, empati, dan adaptasi terhadap kebutuhan penumpang. Teori ini juga menyoroti pentingnya hubungan interpersonal dalam komunikasi.

Dalam konteks layanan informasi penerbangan, hubungan yang baik antara customer service dan penumpang dapat memengaruhi responsivitas layanan. Hasil penelitian dapat memberikan wawasan tentang bagaimana kualitas hubungan ini memainkan peran dalam membangun kepercayaan dan kepuasan penumpang. Hasil penelitian dapat mengidentifikasi bagaimana faktor-faktor seperti situasi di bandara, kebutuhan penumpang, dan situasi penerbangan mempengaruhi cara informasi disampaikan dan diterima oleh penumpang. Selain itu, teori ini memberikan kerangka kerja untuk menganalisis persepsi penumpang terhadap layanan informasi penerbangan.

RESPON JURNAL ILMIAH MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI
Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Sastra UMI
Vol.5 No.2 2024

<https://jurnal.ilkom.fs.umi.ac.id/index.php/respon/index>

Hasil penelitian dapat memetakan bagaimana persepsi ini memengaruhi kepuasan penumpang dan bagaimana interaksi interpersonal dapat membentuk citra positif atau negatif terhadap bandara. Selain menggunakan teori komunikasi interpersonal, mengenai bagaimana responsivitas customer service dalam memberikan layanan informasi penerbangan kepada penumpang di Bandara Sultan Hasanuddin, juga menggunakan teori pelayanan. Teori pelayanan menekankan pentingnya responsifitas sebagai salah satu elemen kunci dalam memberikan pengalaman penumpang yang positif. Responsifitas dalam konteks layanan informasi penerbangan dapat dijelaskan sebagai kecepatan, kejelasan, dan keakuratan dalam merespon kebutuhan dan pertanyaan penumpang.

Teori pelayanan mengajarkan bahwa untuk menciptakan kepuasan penumpang, merespon dengan efektif terhadap pertanyaan penumpang, memberikan informasi yang relevan dan akurat secara tepat waktu. Kesigapan dalam menanggapi perubahan jadwal, penundaan penerbangan, atau pertanyaan umum penumpang menjadi indikator responsifitas yang penting. Selain itu, teori pelayanan menyoroti pentingnya kejelasan dan kemudahan akses dalam menyampaikan informasi. Customer service yang responsif akan menyampaikan informasi penerbangan dengan bahasa yang jelas, menghindari kebingungan, dan memastikan bahwa penumpang dapat dengan mudah memahami informasi yang disampaikan.

Ini mencakup penggunaan komunikasi yang ramah dan mudah dimengerti untuk memastikan pengalaman pelanggan yang positif. Dalam perspektif teori pelayanan, responsifitas juga melibatkan sikap proaktif customer service dalam mengantisipasi dan menanggapi kebutuhan penumpang. Misalnya, memberikan informasi tentang perubahan jadwal atau situasi penerbangan yang mungkin memengaruhi penumpang. Dengan menerapkan konsep responsifitas dalam teori pelayanan, Bandara Internasional Hasanuddin dapat meningkatkan kualitas layanan informasi penerbangan, menciptakan pengalaman pelanggan yang lebih baik, dan memperkuat citra positif bandara.

Keterkaitan antara teori pelayanan dan hasil penelitian mengenai responsivitas customer service dalam memberikan layanan informasi penerbangan di Bandara Internasional Hasanuddin menjadi penting untuk memahami dan meningkatkan kualitas layanan. Responsivitas dalam hal ini dapat diukur melalui kecepatan dalam merespon pertanyaan, memberikan informasi yang akurat, dan menanggapi kebutuhan mendesak penumpang. Teori pelayanan juga menyoroti konsep kepuasan pelanggan yang erat kaitannya dengan responsivitas.

Hasil penelitian dapat memberikan wawasan tentang sejauh mana tingkat responsivitas customer service di Bandara Hasanuddin mempengaruhi kepuasan penumpang. Selanjutnya, hasil penelitian dapat memberikan masukan yang berharga untuk perbaikan layanan berdasarkan prinsip-prinsip teori pelayanan. Jika hasil penelitian menunjukkan rendahnya tingkat responsivitas, maka rekomendasi perbaikan dapat difokuskan pada pelatihan customer service, peningkatan sistem komunikasi, atau perubahan dalam prosedur layanan untuk lebih memprioritaskan responsivitas terhadap penumpang.

Dampak yang ditimbulkan dari penerapan pendekatan teori komunikasi interpersonal dan teori pelayanan dalam responsivitas customer service dalam memberikan layanan informasi penerbangan kepada penumpang di Bandara Sultan Hasanuddin yang signifikan. Yaitu, pertama, penumpang akan merasakan peningkatan kepuasan karena interaksi yang lebih personal dan empatik dari petugas customer service. Dengan mendengarkan dan memahami kebutuhan penumpang secara langsung, petugas dapat memberikan solusi yang lebih tepat dan relevan,

RESPON JURNAL ILMIAH MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI
Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Sastra UMI
Vol.5 No.2 2024

<https://jurnal.ilkom.fs.umi.ac.id/index.php/respon/index>

meningkatkan tingkat kepuasan dan kepercayaan penumpang terhadap bandara. Kedua, bandara akan mengalami peningkatan citra sebagai lembaga yang peduli dan responsif terhadap kebutuhan pelanggan. Dengan demikian, penerapan pendekatan ini tidak hanya meningkatkan pengalaman penumpang, tetapi juga berdampak positif pada citra dan kesuksesan operasional Bandara Sultan Hasanuddin secara keseluruhan.

KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa pola komunikasi customer service di Bandara Sultan Hasanuddin Makassar didasarkan pada kombinasi teori komunikasi interpersonal dan teori agenda media setting. Hal ini tercermin dalam penggunaan berbagai saluran komunikasi, seperti tatap muka, telepon, dan pengumuman, yang bertujuan untuk membangun hubungan personal dengan penumpang dan menyampaikan informasi secara efisien kepada jumlah penumpang yang besar. Selain itu, bentuk layanan informasi penerbangan di bandara ini menyediakan layanan yang holistik dan memenuhi kebutuhan penumpang dengan staf yang dilatih untuk bersikap responsif, ramah, dan memberikan informasi dengan mudah dipahami. Responsivitas customer service di Bandara Sultan Hasanuddin Makassar menunjukkan upaya yang signifikan dalam meningkatkan kualitas interaksi dengan penumpang. Oleh karena itu, perlu adanya peningkatan dalam pelatihan karyawan terkait komunikasi dan keramahan, serta kolaborasi yang lebih erat dengan maskapai penerbangan dan agen perjalanan untuk memastikan kualitas layanan yang optimal bagi penumpang.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Adam, M. 2015. *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Aplikasi*. Bandung: Alfabeta.
- Atik, R. 2005. *Paradigma Pelayanan Publik*. Malang: In Trans.
- Dwiyanto, A. 2003. *Mewujudkan Good Governance Melalui Pelayanan Publik*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Effendy, O. U. 2000. *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
2001. *Ilmu Komunikasi, Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- James, B. 2003. *Secrets of Customer Relationship Management*. Yogyakarta: Andi.
- Moenir, H. 1995. *Manajemen Pelayanan Umum*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Moleong, L. J. 2005. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
2013. *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Raminto, & Winarsih, A. S. 2010. *Manajemen Pelayanan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Rangkuti, F. 2009. *Analisis Promosi yang Kreatif dan Analiss Kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
2017. *Customer Care Excellence: Meningkatkan Kinerja Perusahaan Melalui Pelayanan Prima*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sinambela, L. P. 2011. *Reformasi Pelayanan Publik, Teori Kebijakan dan Implementasi*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

RESPON JURNAL ILMIAH MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI

Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Sastra UMI

Vol.5 No.2 2024

<https://jurnal.ilkom.fs.umi.ac.id/index.php/respon/index>

Tjiptono, F., & Chandra, G. 2016. *Service Quality dan Satisfaction: Edisi 4*. Yogyakarta: Andi.
Trimo, S., Rakhmat, J., & Fisher, B. 1978. *Teori-teori Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Jurnal

- Affifudin, M. 2009. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT.(Persero) Angkasa Pura I di Bandara Udara Ahmad Yani Semarang. Masters Thesis.
- Febriati, A. A. 2014. Efektivitas Komunikasi Antar Pribadi Guru dan Siswa Dalam Mencegah Kenakalan Siswa di SMA Negeri 1 Kota Bontang.
- Indah Fitri Amaliah. Abd Majid. Zelfia Zelfia. 2021. Pola Komunikasi Organisasi Pt. Eastern Pearl Flour Mills Dalam Mempertahankan Loyalitas Karyawan. Volume 2, Nomor 1.
- Koeswara, S. 2014. Analisis Besarnya Pengaruh Kinerja Pelayanan (Service Performance) Frontliner dan Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah Prioritas PT.BCA, Tbk Cabang Permata Buana dengan Pendekatan Metode Regresi Linear Multiple.
- R, M. V., Rahayu, Y. S., & Romadhani, R. E. 2016. Strategi Komunikasi Pelayanan Customer Service Kepada Penumpang Wisatawan Asing dan Domestik di Bandar Udara Adi Soemarmo Solo.
- Ramadhan, A. F. 2021. Peran Customer Service PT. Sriwijaya Air dalam Meningkatkan Pelayanan di Bandara Soekarno-Hatta.
- Simarmata, I. G., & Sri, H. 2018. Identifikasi Faktor-Faktor Untuk Peningkatan Kualitas Layanan Navigasi Udara Dengan Menggunakan Metoda Kualitatif (Kasus: Bandara Sukarno Hatta).
- Wakano, Z. I. 2018. Manajemen Pelayanan di Bandara Internasional Sultan Hasanuddin Makasar. Skripsi.
- Widyaksanjani, J. P., & Sugiana, D. 2018. Strategi Customer Relationship Management (CRM) PT Angkasa Pura II (Persero).