

Strategi Komunikasi Efektif Petugas *Customer Service* terhadap Peningkatan Pelayanan Penumpang pada PT Angkasa Pura I di Bandar Udara Internasional Zainuddin Abdul Madjid Lombok

Akbar Ade Pratama^{1*}, Rezty Fauziah Novianti²
^{1,2} Sekolah Tinggi Teknologi Kedirgantaraan, Indonesia

Korespondensi penulis: Adeakbar817@gmail.com*

Abstract. *The problem that occurs to the customer service officer at the time of location is when the customer service officer handles passengers who come to ask for information related to the flight or a problem at the airport and so on. This research aims to find out how the effective kuminukasi strategy by customer service officers in improving service to passengers at PT. Angkasa Pura I at Zainuddin Abdul Madjid Lombok International Airport. This research was conducted in 2023 at Zainuddin Abdul Madjid Lombok International Airport using a qualitative method and the data collection was sourced from passengers experiencing communication problems. The next source comes from extracting data sources through online interviews with customer service officers about effective kuminukasi strategies for passengers, observations or direct observations on related objects. The results of research that has been carried out by researchers regarding how the effective form of communication of customer service officers in improving services to passengers related to flight information to passengers and others. In addition, there are also factors that can affect effective communication with passengers, namely knowledge, perception, emotional, and a Clear and Simple Language environment in terms of the use of easy-to-understand language and the avoidance of complex technical terms to ensure that all passengers can understand the information conveyed well.*

Keywords: *Strategy, Effective Communication, Customer Service, Service.*

Abstrak. Permasalahan yang terjadi pada petugas customer service pada saat dilokasi yaitu ketika petugas customer service menanganin penumpang yang datang untuk menanyakan suatu informasi terkait penerbangan atau suatu permasalahan yang ada di bandara dan lain sebagainya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi kuminukasi yang efektif oleh petugas customer service dalam meningkatkan pelayanan kepada penumpang pada PT. Angkasa Pura I di Bandar Udara Internasional Zainuddin Abdul Madjid Lombok. Penelitian ini dilakukan pada tahun 2023 di Bandar Udara Internasional Zainuddin Abdul Madjid Lombok dengan menggunakan metode kualitatif dan pengambilan datanya bersumber dari penumpang yang mengalami permasalahan komunikasi. Sumber selanjutnya berasal dari penggalian sumber data melalui wawancara secara online dengan petugas customer service tentang strategi kuminukasi yang efektif terhadap para penumpang, observasi atau pengamatan langsung pada objek yang terkait. Hasil penelitian yang telah dilakukan peneliti mengenai bagaimana bentuk komunikasi efektif petugas customer service dalam meningkatkan pelayanan pada penumpang terkait informasi penerbangan pada penumpang dan lainnya. Selain itu ada juga faktor yang dapat mempengaruhi komunikasi efektif terhadap penumpang, yaitu pengetahuan, presepsi, emosional, dan lingkungan Bahasa yang Jelas dan Sederhana dalam hal penggunaan bahasa yang mudah dipahami dan penghindaran istilah teknis yang rumit untuk memastikan semua penumpang dapat mengerti informasi yang disampaikan dengan baik.

Kata kunci: Strategi, Komunikasi Efektif, Customer Service, Pelayanan.

1. LATAR BELAKANG

Saat ini perkembangan bahkan kemajuan teknologi dan informasi semakin pesat Model kehidupan manusia dapat dibuat untuk kebutuhan hidup yang berbeda-beda mudah dan cepat. Contoh perkembangan yang sering terjadi adalah di bidang transportasi udara, dimana semua informasi bandara meliputi pelayanan, fasilitas, titik keberangkatan dan destinasi dan berita terkini lainnya dapat dilihat secara online melalui website atau aplikasi. Transportasi udara saat ini menjadi salah satu metode yang paling banyak dipilih atau digunakan memudahkan

orang berpindah dari satu pulau ke pulau lainnya. Selain kebutuhan transportasi Peran dan fungsi sumber daya manusia dijadikan tolak ukur pembangunan yang sangat penting dan mencapai tujuan bisnis. Dalam dunia penerbangan, banyak sumber daya manusia yang perlu diperhatikan meningkatkan kualitas dan kualitas perusahaan, salah satunya adalah pelayanan pelanggan di bandara. Setiap maskapai penerbangan mempunyai tanggung jawab untuk memenuhi kebutuhan pengguna jasa bandara memberikan layanan pelanggan atau yang biasa disebut dengan customer service.

Salah satu bandara Indonesia yang berstandar internasional adalah Bandara Zainuddin Abdul Madjid, Lombok. Bandar udara harus dikelola secara terpadu agar dapat memenuhi tanggung jawabnya sehingga pengguna jasa bandara baik penumpang dapat menerima pelayanan dengan baik asing dan dalam negeri. Bandara sebagai terminal penerbangan sebenarnya merupakan sumber daya turis dari berbagai negara bertemu. Bandara adalah tempat terbaik memungkinkan orang untuk melihat dan berdialog dari lokasi yang berbeda Bandara Internasional Zainuddin Abdul Madjid yang kini sudah banyak berkembang salah satu bandara terbaik di Indonesia.

PT. Angkasa Pura I (Persero) sebagai perusahaan pengelola Bandara Internasional Zainuddin Abdul Madjid sebagai bandara kebanggaan masyarakat Lombok. Bandara Zainuddin Abdul Madjid Lombok menjadi pintu gerbang wisatawan mancanegara sebagai tujuan wisata dan domestik Oleh karena itu, sebagai pusat informasi utama layanan pelanggan penumpang internasional dan domestik mencari informasi di bandara Zainuddin Abdul Madjid atau bahkan informasi pulau Lombok untuk pemula atau wisatawan sangat penting Layanan pelanggan bandara memiliki sedikit peran dan tugas berbeda dengan layanan pelanggan perusahaan yang beroperasi di sektor jasa lainnya.

Bandar udara Zainuddin Abdul Madjid telah menjadi gerbang utama pulau Lombok yang banyak terkenal dengan keindahan alamnya sebagai tujuan parawisatawan domestik dan internasional. Oleh karena itu, kehadiran customer service sebagai pusat informasi utama bagi wisatawan nusantara dan mancanegara untuk mencari informasi mengenai Bandar udara Zainuddin Abdul Madjid bagi pendatang dan wisatawan sangat penting. Peran dan fungsi petugas customer service bandara sedikit berbeda dengan perusahaan layanan pelanggan yang beroperasi di area layanan lainnya.

Menurut hasil penelitian dari Raodah (2019) menunjukkan bahwa komunikasi efektif Customer service bank Sulselbar cabang Barru dalam memberikan pelayanan, yaitu bersikap ramah, berbicara dengan lembut dengan intonasi, sopan, santun, dengan suara yang pelan agar nasabah dapat memahami apa yang disampaikan. Serta Strategi Komunikasi Customer service

pada Bank Sulselbar cabang Barru dalam meningkatkan pelayanan pada nasabah, yaitu memberikan pelayanan prima dengan sepenuh hati yang terus-menerus dan menjiwai pekerjaan dengan berperilaku 5S (senyum, salam, sapa, sopan, santun) setiap saat, memberikan nilai tambah kepada nasabah, memberikan solusi layanan yang cepat dan akurat, menjalankan standard layanan yang konsisten, memahami kebutuhan dan keinginan nasabah.

Customer service bandara melayani berbagai pelanggan dengan etnis, kebangsaan, agama, dan latar belakang ekonomi yang berbeda, serta beragam jenis Bahasa yang berbeda-beda sehingga petugas customer service harus bisa memberikan atau menyampaikan komunikasi yang baik dan tepat terhadap penumpang. Oleh karena itu, petugas customer service di Bandara harus memiliki kemampuan komunikasi yang baik karena mereka adalah pusat informasi utama bandara.

Berdasarkan pengamatan pra-penelitian yang dilakukan oleh peneliti, pada petugas customer service terdapat beberapa permasalahan terkait dengan komunikasi. Permasalahan yang terjadi pada petugas customer service pada saat dilokasi yaitu: ketika petugas customer service menanganin penumpang yang datang untuk menanyakan suatu informasi terkait penerbangan atau suatu permasalahan yang ada di bandara dan lain sebagainya, Serta kurang tepatnya komunikasi antara petugas customer service kepada penumpang seperti halnya dalam penggunaan bahasa yang dimana di bandar udara lombok menggunakan tiga bahasa yaitu indonesia, inggris, dan bahasa setempat (sasak), Oleh sebab itu tidak jarang penumpang terkendala dalam penggunaan bahasa dalam berbicara atau menyampaikan pesan kepada petugas customer service, Seperti halnya penumpang dari luar negeri terkadang tidak semua bisa menggunakan bahasa inggris dan mereka lebih paham bahasa asalnya begitu juga dengan masyarakat lombok yang masih kurangnya komunikasi dalam berbahasa indonesia.

Maka dari itu perlunya customer service dalam meningkatkan kualitas pelayanan agar dapat terbentuknya loyalitas pelanggan. Dalam menggunakan jasa transportasi udara seringkali terjadi kendala komunikasi yang baik antara penumpang dan petugas customer service, yang tentunya dapat mengakibatkan gagalnya komunikasi karena itu tugas customer service di bandar udara penting dalam memberikan service kepada penumpang, yang menghubungkan pihak jika pelayanan yang di berikan kurang memuaskan dan sering membuat penumpang kurang mendapatkan informasi karena terkenala dalam penggunaan bahasa. Diharapkan petugas customer service di bandara dapat meminimalisir kesalahan informasi dan pesan yang disampaikan kepada penumpang agar dapat dipahami oleh penumpang selanjutnya.

2. KAJIAN TEORITIS

Bandar Udara

Menurut Undang-Undang No. 1 Tahun 2009 Tentang Penerbangan Bandar Udara adalah kawasan di daratan dan/atau perairan dengan batas-batas tertentu yang digunakan sebagai tempat pesawat udara mendarat dan lepas landas, naik turun penumpang, bongkar muat barang, dan tempat perpindahan intra dan antarmoda transportasi, yang dilengkapi dengan fasilitas keselamatan dan keamanan penerbangan, serta fasilitas pokok dan fasilitas penunjang lainnya. Sedangkan menurut Annex 14 (Aerodrome), bandar udara adalah suatu daerah yang terletak di darat ataupun air (terdiri dari bangunan-bangunan, instalasi-instalasi, peralatan) yang seluruhnya atau sebagian digunakan untuk kedatangan, keberangkatan dan pergerakan pesawat di darat.

Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi merupakan perpaduan terbaik dari seluruh unsur komunikasi mulai dari medium, pesan, saluran (media), penerima hingga pengaruh (influence) yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi yang optimal (Cangara, 2014). Strategi komunikasi menurut fzrch dan kasper dalam jurnal (faeh, 2015) jika dilihat dari sudut pandang komunikasi efektif adalah suatu rencana yang disusun secara sadar untuk memecahkan sesuatu yang dianggap permasalahan oleh individu guna untuk mencapai tujuan komunikasi tertentu. Menurutnya, strategi komunikasi adalah wacana yang menggunakan gagasan mana bersyarat. Strategi komunikasi memiliki tujuan untuk meyakinkan opini publik serta membentuk sikap dan perilaku pada masyarakat (Seyitoglu & Yuzbasioglu, 2015). Dalam hal ini, komunikasi menjadi sangat penting untuk memulai jalannya suatu program ataupun kegiatan.

Komunikasi Efektif

Komunikasi efektif yakni dapat mengubah sikap. Tujuan dari komunikasi yang efektif adalah untuk memudahkan pemahaman pesan antara pemberi dan penerima, sehingga bahasa lebih jelas, lengkap, penyampaian baik dan umpan balik seimbang, serta praktik penggunaan bahasa non-verbal yang baik. Menurut Shannon, Ahmad Sultra dan Nurhakki (2017:29) dalam bukunya mengartikan komunikasi sebagai suatu proses dimana pikiran seseorang mempengaruhi orang lain. Komunikasi, katanya, mencakup semua proses, termasuk tidak hanya menulis dan berbicara, tetapi juga musik, seni visual, teater balet, dan tentu saja seluruh perilaku manusia. Artinya setiap kegiatan yang mempengaruhi orang lain atau mempengaruhi pikiran dan perasaan orang lain merupakan kegiatan komunikatif.

Pelayanan

Menurut Kotler dalam Subagja (2019), kualitas pelayanan adalah kemampuan untuk memuaskan kebutuhan dimana karakteristik dan kelengkapan suatu produk atau jasa dinyatakan atau tersirat. Dalam hal ini pengertian kualitas mempunyai peranan bagi konsumen, produsen dapat memberikan kualitas jika barang atau jasa yang diberikan dapat melengkapi, memenuhi atau melampaui harapan dan harapan konsumen.

Customer Service

Customer Service dalam penelitian (adalah segala kegiatan yang bertujuan untuk memberikan kepuasan melalui pelayanan yang diberikan oleh seseorang dengan cara yang memuaskan. Pelayanan yang diberikan antara lain menerima keluhan/masalah. Customer Service atau biasa disebut Customer Service Officer berasal dari dua kata, yaitu Customer yang berarti pelanggan dan Service yang berarti pelayanan. Pelayanan diartikan sebagai kegiatan dan tindakan individu atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan atau pelanggan yang memberikan layanan pelanggan yang dapat digambarkan dalam satu kata: rasa hormat.

Standart Operasional Prosedur (SOP)

SOP adalah singkatan dari Standard Operating Procedure atau Prosedur Operasi Standar. SOP adalah serangkaian instruksi tertulis yang mendokumentasikan langkah-langkah yang harus diikuti untuk melaksanakan suatu tugas, aktivitas, atau proses kerja tertentu.

PT. Angkasa Pura

PT. Angkasa Pura I (Persero) merupakan salah satu Badan Usaha Milik Negara (BUMN) di sektor perhubungan yang bergerak dalam bidang pengelolaan dan pengusahaan kebandar-udaraan, serta pelayanan jasa navigasi penerbangan. Tugas pokoknya adalah pengelolaan dan pengusahaan Bandar Udara Kemayoran Jakarta yang saat itu merupakan satu-satunya bandar udara internasional yang melayani penerbangan dari dan ke luar negeri selain penerbangan domestik.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan pada tahun 2023 di Bandar Udara Internasional Zainuddin Abdul Madjid Lombok dengan menggunakan metode kualitatif dan pengambilan datanya bersumber dari penumpang yang mengalami permasalahan komunikasi. Sumber selanjutnya

berasal dari penggalian sumber data melalui wawancara secara online dengan petugas customer service tentang strategi komunikasi yang efektif terhadap para penumpang, observasi atau pengamatan langsung pada objek yang terkait.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Bagaimana komunikasi efektif *customer service* di Bandar Udara Internasional Zainuddin Abdul Madjid Lombok

Dalam melakukan komunikasi efektif petugas *customer service* di bandar udara Zainuddin Abdul Madjid Lombok berikut merupakan penjelasan mengenai komunikasi efektif dalam pelayanan penumpang berdasarkan indikator *lasswell*:

1. Bahasa yang Jelas dan Sederhana

Setiap petugas *customer service* secara konsisten menggunakan bahasa yang mudah dipahami dan menghindari penggunaan istilah teknis yang rumit agar penyampain atau komunikasi yang dilakukan sampai kepada penerima dengan jelas. Seperti yang di jelaskan oleh salah satu petugas *customer service* yaitu P. Jessy Faya Fralinda “Saya berusaha menggunakan bahasa yang sederhana dan jelas agar penumpang dari berbagai latar belakang dapat memahami informasi yang saya sampaikan”. Begitu juga hasil wawancara dengan mas Lalu Ahmad Bidawi yang menyatakan “Petugas *customer service* juga berusaha menggunakan bahasa yang sederhana dan umum agar dipahami oleh penumpang, tanpa menggunakan istilah teknis yang terlalu rumit”. Dalam hal ini Petugas *customer service* fokus pada kemampuan untuk menjelaskan informasi dengan cara yang tidak membingungkan, sehingga semua penumpang dari berbagai latar belakang dapat mengerti. Dengan pendekatan ini, semua pelanggan, terlepas dari latar belakang atau tingkat pemahaman mereka, dapat menerima informasi yang diperlukan dengan jelas dan efektif. Hal ini juga meningkatkan kepuasan pelanggan karena mereka merasa diperhatikan dan dimengerti dengan baik.

2. Penggunaan Alat Bantu Komunikasi

Beberapa petugas *customer service* menyebutkan penggunaan alat peraga seperti peta digital, papan informasi, atau panduan cetak sebagai pendukung untuk memberikan informasi secara visual kepada penumpang dalam membantu meningkatkan pemahaman tentang rute, prosedur bandara, dan layanan yang tersedia. Seperti hasil wawancara dari mas Lalu M. Kaspi Parawangsa “Tentu,kami juga menggunakan alat peraga seperti papan informasi atau panduan arah dan ada juga peta

digital (flight radar) yang kami gunakan dalam memantau penerbangan Ketika sewaktu-waktu penumpang bertanya posisi pesawat dan lainnya serta membantu penumpang memahami prosedur atau rute”.

Dalam hal ini, petugas *customer service* selalu berusaha memberikan pelayanan yang baik terhadap penumpang seperti dengan adanya papan informasi yang memudahkan penumpang dalam mengetahui informasi terkait jadwal penerbangan, perubahan rute atau informasi lainnya, biasanya papan informasi ini di tempatkan dilokasi yang strategis sehingga penumpang dapat dengan mudah melihat dan memantau informasi tanpa harus bertanya langsung pada petugas. Sedangkan dengan adanya panduan arah maka dapat memudahkan penumpang dalam memahami dan menentukan jalur atau fasilitas penting seperti pintu keberangkatan loket check-in atau informasi penumpang lainnya. Adanya peta digital juga memudahkan petugas *customer service* dalam memantau penerbangan secara langsung serta dapat mengetahui keberadaan atau Lokasi keberadaan pesawat dan yang ingin ditanyakan oleh penumpang.



Gambar 1. peta digital

Seperti pada gambar di atas bahwa peta digital atau yang sering disebut dengan flight radar merupakan layanan pelacak penerbangan global yang memungkinkan untuk melakukan pelacakan pergerakan pesawat secara real-time.

3. Keramahan dan Kesabaran

Petugas *customer service* menegaskan pentingnya keramahan dalam setiap interaksi dengan penumpang. Seperti hasil wawancara dengan mbak Suhesty Septiyani yang menyatakan “Kami senantiasa menampilkan keramahan dengan memberikan senyuman dan pelayanan yang hangat kepada penumpang”. Oleh sebab itu pentingnya

kesabaran maupun keramahan dalam menyambut penumpang, memberi senyuman serta sambutan hangat, dan bersikap sabar dalam menjawab setiap pertanyaan serta menanggapi keluhan penumpang terkait jadwal penerbangan dan beberapa fasilitas yang ada di bandara. Dalam menyelesaikan keluhan penumpang petugas *customer service* selalu memberikan konfirmasi kepada penumpang jika terdapat jadwal penerbangan yang berbeda atau delay dan terkait fasilitas petugas *customer service* melakukan pengecekan rutin yang ada di setiap bandara.

4. Responsif terhadap Keluhan

Ketika menghadapi keluhan petugas *customer service* mencerminkan atau memberikan sikap yang responsif dan proaktif. Petugas selalu mendengarkan dengan seksama, memberikan penjelasan yang jelas, dan berusaha mencari solusi yang memuaskan sesuai dengan prosedur yang telah ditetapkan di bandara. Seperti hasil wawancara dengan mas Nyomas Kama Subawa sebagai supervisor “keluhan yang umum biasanya terkait dengan ketepatan waktu dan pelayanan, kami juga berusaha memberikan Solusi serta mengarahkan mereka kepada pihak terkait untuk penanganan yang lebih lanjut lagi”. Oleh karena itu, petugas tidak hanya memberikan solusi langsung tetapi juga mengarahkan pelanggan kepada pihak terkait untuk penanganan lebih lanjut. Dengan pendekatan ini, petugas *customer service* dapat menyelesaikan masalah secara efektif dan meningkatkan kepuasan penumpang melalui komunikasi yang baik dan penyelesaian yang sesuai.

5. Pengembangan Profesional

Semua petugas *customer service* aktif dalam pelatihan untuk meningkatkan keterampilan komunikasi mereka. Mereka mengikuti pelatihan rutin dan berkomitmen untuk terus memperbaiki layanan berdasarkan umpan balik yang di terima dari penumpang. Hal ini menunjukkan bahwa organisasi atau Perusahaan mengutamakan pengembangan, keterampilan dan peningkatan atas layanan sebagai bagian dari strategi mereka dalam menjaga kepuasan penumpang.

Dengan mengintegrasikan prinsip-prinsip ini, bandara dapat memastikan bahwa komunikasi petugas *customer service* tidak hanya efektif dalam menyampaikan informasi yang diperlukan, tetapi juga menciptakan lingkungan pelayanan yang ramah dan responsif bagi semua penumpang. Hal ini penting untuk meningkatkan pengalaman

penumpang dan memperkuat reputasi bandara sebagai tempat layanan yang terpercaya dan menyenangkan.

Dalam Nofrion (2016:23) berpendapat bahwa komunikasi mempunyai dua tugas, yaitu:

1. Kegiatan sosial yaitu menikmati, menunjukkan hubungan dengan orang lain, serta menjalin dan memelihara hubungan.
2. Fungsi keputusan, yaitu. memutuskan apakah akan melakukan sesuatu pada waktu tertentu dalam sehari atau tidak, misalnya, apa yang akan dimakan hari ini? Untuk melanjutkan ke universitas atau tidak? Apakah Anda pergi bekerja atau bolos?

Bagaimana strategi komunikasi *customer service* di Bandar Udara Internasional Zainuddin Abdul Madjid Lombok dalam meningkatkan pelayanan pada penumpang

Dalam menerapkan strategi komunikasi efektif secara konsisten di Bandar udara Internasional Zainuddin Abdul Majid Lombok dapat meningkatkan pengalaman penumpang dan memperkuat reputasi petugas *customer service* dengan sikap yang baik dan ramah terhadap penumpang.

Menggunakan bahasa yang jelas dan sederhana dalam menyampaikan pengumuman dan melakukan interaksi langsung dengan penumpang. Menyediakan peta digital atau layar monitor yang menampilkan informasi tentang fasilitas bandara, prosedur keamanan, dan transportasi lokal. Memastikan staf *customer service* dilengkapi dengan keterampilan interpersonal yang kuat, termasuk keramahan, kesabaran, dan responsif terhadap kebutuhan penumpang. Melakukan evaluasi rutin terhadap layanan dan mengambil tindakan perbaikan berdasarkan umpan balik penumpang.

Dari pernyataan di atas, Adapun indikator dari komunikasi efektif Indikator-indikator ini mencerminkan prinsip-prinsip yang digunakan dalam berbagai model komunikasi, seperti model *Lasswell*, untuk memastikan bahwa komunikasi berjalan dengan efektif dan efisien.

- a. Jelas dan ringkas yang mana termasuk dalam komunikasi verbal, komunikasi yang efektif ditandai dengan kejelasan dan kekompakan dalam penyampaian pesan, menggunakan kosakata yang sederhana dan mudah dipahami oleh para penerima.
- b. Penggunaan bahasa yang baik dalam menyampaikan pesan dengan kata-kata yang tepat dan memastikan makna yang disampaikan sesuai dengan yang dimaksud tanpa ambigu.
- c. Penggunaan bahasa non-verbal yang baik komunikasi efektif juga melibatkan penggunaan komunikasi non-verbal yang tepat, seperti intonasi suara yang mendukung

makna pesan, ekspresi wajah yang sesuai, dan postur tubuh yang menggambarkan kepercayaan diri.

- d. Memperhatikan konteks dan penerima, pesan yang efektif mempertimbangkan siapa yang menerima pesan dan bagaimana pesan tersebut akan mempengaruhi mereka, serta memilih saluran komunikasi yang tepat untuk mencapai penerima tersebut.
- e. Mencapai tujuan komunikasi, komunikasi efektif berhasil mencapai tujuan yang diinginkan, baik itu perubahan dalam pengetahuan, sikap, atau perilaku penerima pesan.
- f. Penggunaan media yang tepat dalam memilih dan menggunakan media atau saluran komunikasi yang sesuai untuk mencapai efek yang diinginkan.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

1. Berdasarkan hasil pembahasan mengenai komunikasi efektif petugas customer service di Bandar Udara Internasional Zainuddin Abdul Madjid Lombok, dapat disimpulkan bahwa implementasi prinsip-prinsip komunikasi, seperti penggunaan bahasa yang jelas, alat bantu komunikasi, keramahan, responsif terhadap keluhan, dan pengembangan profesional, sangat penting untuk menciptakan lingkungan pelayanan yang baik dan meningkatkan pengalaman penumpang. Dengan menerapkan pendekatan ini, bandara dapat memastikan bahwa setiap interaksi dengan penumpang tidak hanya informatif tetapi juga menyenangkan, yang pada gilirannya akan meningkatkan reputasi bandara sebagai destinasi yang ramah dan terpercaya bagi semua pengguna jasa.
2. Strategi komunikasi customer service di Bandar Udara Internasional Zainuddin Abdul Madjid Lombok berfokus pada bahasa yang jelas dan sederhana serta penggunaan alat bantu visual seperti peta digital. Staf dilatih untuk menjadi ramah, sabar, dan responsif terhadap kebutuhan penumpang, menciptakan lingkungan pelayanan yang positif. Evaluasi rutin dan umpan balik penumpang digunakan untuk meningkatkan kualitas layanan, memperkuat citra bandara sebagai tempat yang profesional dan ramah bagi semua pengguna jasa.

DAFTAR REFERENSI

- Ais, R. (2020). Komunikasi efektif di masa pandemi covid-19: Pencegahan penyebaran covid-19 di era 4.0 (KKN-DR). Makmood Publishing.
- Alfira, U. W. (2018). Strategi komunikasi customer relationship management PT. Lion Mentari Airlines dalam membangun citra perusahaan (Studi deskriptif kualitatif di Bandara Internasional Kualanamu).

- Asriwati. (2021). Strategi komunikasi yang efektif. Aceh: Syiah Kuala University Press.
- Astuti, R. (2018). Strategi kualitas kinerja customer service pada PT. Angkasa Pura I (Persero) Cabang Lombok International Airport (Doctoral dissertation, Universitas Mataram).
- Bungin, B. (2015). Komunikasi pariwisata (tourism communication), pemasaran dan brand destinasi. Jakarta: Kencana Prenada Media.
- Cangara, H. (2014). Perencanaan & strategi komunikasi. Jakarta: Rajawali Pers.
<http://repositori.uin-alauddin.ac.id>
- Dyahjatmayanti, D., & Febrianto, H. P. (2023). Strategi komunikasi efektif customer service terhadap peningkatan pelayanan di Bandar Udara Internasional Supadio Pontianak. *Jurnal Manajemen Dirgantara*, 16(1), 227-235.
- Faerch, C., & Kasper, G. (n.d.). Two ways of defining communication strategies. *Language Learning*, 34, 45-63.
- Harun, R. (2016). Pengaruh pelayanan customer service terhadap kepuasan nasabah.
- Muzain, F. (2021). Strategi komunikasi pemasaran customer service (CS) PT. Garuda Indonesia dalam pelayanan pelanggan pada Branch Office Medan Tahun 2020 (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan).
- Naslia, A. (2019). Analisis tingkat kualitas pelayanan customer service terhadap kepuasan nasabah (Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh). Diakses dari <https://repository.arraniry.ac.id>.
- Nofrion. (2016). Komunikasi pendidikan penerapan teori dan konsep komunikasi dalam pembelajaran. Jakarta: Kencana.
- Nursalam. (2020). Metodologi penelitian ilmu keperawatan: Pendekatan praktis (4th ed., edited by P. P. Lestari). Jakarta: Salemba Medika.
- Passe, Longginus. (2016). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah: Studi pada PT. Bank Papua Cabang Daerah Istimewa Yogyakarta.
- Penerbangan. (2009). Jakarta: Departemen Perhubungan.
- Rayasa, R. F., Rande, S., & Dwivayani, K. D. (2019). Strategi komunikasi customer service PT. JNE Cabang Utama Samarinda dalam menangani kasus keluhan pelanggan. *E-Journal Ilmu Komunikasi*, 7(2), 233-242.
- Roelyanti, M. V., Rahayu, Y. S., & Romadhani, R. E. W. (2016). Strategi komunikasi pelayanan customer service kepada penumpang wisatawan asing dan domestik di Bandar Udara Adi Soemarmo Solo. *Flight Attendant Kedirgantaraan: Jurnal Public Relation, Pelayanan, Pariwisata*, 3(1), 17-25.
- Rustan, A. S., & Nurhakiki Hakki. (2017). Pengantar ilmu komunikasi. Yogyakarta: Deepublish.

- Saputra, D. D. (2021). Strategi komunikasi customer service dalam penanganan keluhan nasabah di PT. BPR Nusumma Kantor Pusat Singaparna (Doctoral dissertation, Universitas Siliwangi).
- Seyitoglu, F., & Yuzbasioglu, N. (2015). The role of strategic communication in hospitality industry: The case of Antalya. *International Journal of Strategic Communication*, 2(2), 16-35.
- Subagja, H. (2019). Pengaruh kualitas pelayanan customer service terhadap kepuasan. *International Journal of Demos*, 148-158.
- Sugiyono. (2020). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta, CV.
- Suratiningsih, D., IP, S., & Suci Lukitowati, S. P. (2020). Strategi komunikasi dalam diplomasi kemanusiaan: Best practice ACT dalam isu kemanusiaan Palestina. Scopindo Media Pustaka.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 1 Tahun 2009 Tentang Penerbangan.
- Zuriyen, A. (2019). Pengaruh kualitas pelayanan customer service terhadap tingkat kepuasan pengguna jasa di Bandara Sultan Syarif Kasim II Pekanbaru. *JOM Fisip*, 6(2), 1-9.