

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Kegiatan berkomunikasi adalah suatu hal yang umum dilakukan oleh manusia yang bertujuan untuk bertukar informasi ataupun perasaan. Pengertian komunikasi menurut Arthana (2013:09) adalah penyampaian informasi atau pesan yang disampaikan oleh seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang-lambang yang mengandung arti. Menurut Priyatna (2016:01) komunikasi memiliki suatu pengertian sebagai suatu proses pertukaran pesan antara individu-individu melalui suatu sistem biasa, baik dengan simbol-simbol, sinyal-sinyal, maupun perilaku atau tindakan. Kegiatan berkomunikasi dapat terjadi dimana saja, salah satunya kegiatan komunikasi dalam sebuah organisasi dan memiliki tujuan yaitu untuk berorganisir antar satu sama lain, mencapai tujuan dari sebuah perusahaan, dan menjaga citra perusahaan. Menurut Hasibuan (2013:24), organisasi adalah suatu sistem perserikatan formal, berstruktur, dan terkoordinasi dari kelompok orang yang bekerja sama dalam mencapai tujuan tertentu. Setiap organisasi harus melakukan kegiatan komunikasi organisasi.

Komunikasi Organisasi menurut Silyani (2020:97) adalah komunikasi yang dilakukan dalam sebuah organisasi atau perusahaan, baik yang dilakukan oleh bawahan kepada bawahan, atau atasan kepada atasan, atau bahkan bawahan kepada atasan. Suranto (2018:12) menegaskan bahwa komunikasi organisasi adalah proses komunikasi yang terjadi di suatu organisasi dan bertujuan untuk menjaga keharmonisan kerja sama di antara berbagai pihak yang berkepentingan. Salah satu contoh kegiatan komunikasi organisasi adalah dengan publik eksternal atau pengguna dari jasa atau barang yang perusahaan tawarkan. Pelanggan merupakan hal yang sangat penting bagi sebuah perusahaan karena pelanggan adalah kunci keberhasilan suatu perusahaan. Salah satu cara perusahaan untuk membuat pelanggannya puas yaitu dengan menyediakan informasi yang dibutuhkan para pelanggan atau konsumen terkait perusahaan. Informasi yang diberikan oleh perusahaan kepada pelanggan harus akurat dan efektif dalam penyampaiannya, apabila informasi yang disampaikan tidak efektif maka pelanggan tidak akan mengerti apa maksud dari informasi tersebut sehingga menyebabkan kebingungan di pikiran pelanggan yang akhirnya membuat citra perusahaan dalam melakukan komunikasi dengan pelanggan dipandang kurang profesional. Kegiatan mengumpulkan informasi merupakan kegiatan yang penting bagi pelanggan agar mendapatkan informasi-informasi terbaru mengenai perusahaan tersebut.

Menurut Arthana (2013:08) mengumpulkan informasi adalah proses dengan mana pesan dipindahkan dari komunikator kepada komunikan atau dari suatu tempat ke tempat lain melalui bahasa baik bahasa verbal maupun bahasa nonverbal. Menurut Saleh (2018:06) secara etimologis istilah informasi adalah kata benda yang dibentuk dari kata kerja untuk menginformasikan, yang dipinjam pada abad ke-19 dari kata latin *informare*, yang berarti *to give form to*, *to shape*, atau *to form*. Informasi yang disampaikan harus efektif apabila tidak efektif maka pelanggan tidak dapat mengerti arti informasi tersebut. Keefektifan penerimaan informasi pelanggan dapat didukung dengan cara menyampaikan informasi dengan baik dan mudah dipahami oleh pelanggan. Salah satu cara menyampaikan informasi dengan





baik kepada pelanggan adalah bertutur kata yang baik dan benar serta jelas. Penyampaian informasi yang baik juga harus dilakukan di dalam organisasi agar tercipta kepehaman yang sama antar satu dengan yang lain.

Rumusan Masalah

Perumusan masalah berisikan poin-poin mengenai permasalahan yang akan dibahas dalam laporan akhir ini. Rumusan masalah yang dirumuskan dalam Laporan Akhir ini adalah:

- 1) Apa fungsi *Public Information Desk* PT Angkasa Pura II Bandara Halim Perdanakusuma dalam menyampaikan informasi kepada pelanggan?
- 2) Bagaimana proses penyampaian informasi kepada pelanggan di *Public Information Desk* PT Angkasa Pura II Bandara Halim Perdanakusuma?
- 3) Apa saja hambatan serta solusi dalam proses penyampaian informasi kepada pelanggan di *Public Information Desk* PT Angkasa Pura II Bandara Halim Perdanakusuma?



Sekolah Vokasi
College of Vocational Studies

Tujuan

Tujuan yang akan dibahas dalam Laporan Akhir ini berdasarkan tiga perumusan masalah yang telah dibuat. Tujuan penulisan Laporan Akhir ini adalah:

- 1) Menjelaskan fungsi *Public Information Desk* PT Angkasa Pura II Bandara Halim Perdanakusuma dalam menyampaikan informasi kepada pelanggan.
- 2) Menjelaskan proses penyampaian informasi kepada pelanggan di *Public Information Desk* PT Angkasa Pura II Bandara Halim Perdanakusuma.
- 3) Membahas hambatan serta solusi yang dilakukan dalam proses penyampaian informasi kepada para pelanggan di *Public Information Desk* PT Angkasa Pura II Bandara Halim Perdanakusuma.

METODE

Lokasi dan Waktu

Lokasi pengumpulan data dilakukan selama kegiatan Praktik Kerja Lapangan (PKL) di Bandara Halim Perdanakusuma yang terletak di Jl. Halim Perdana Kusuma, Halim Perdana Kusumah, Kec. Makasar, Kota Jakarta Timur, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 13610. Waktu pengumpulan data dilakukan selama 40 hari kerja terhitung sejak 3 Februari 2020 dan berakhir pada 10 April 2020 dengan waktu kerja lima hari dalam seminggu yaitu dari senin sampai Jumat dengan jadwal yang disesuaikan oleh pembimbing lapangan.

Data dan Instrumen

Data dan instrumen merupakan dua hal penting yang digunakan untuk menjawab permasalahan-permasalahan yang ada. Data merupakan sumber yang