

**AKTIVITAS PUBLIC RELATIONS  
PT. (PERSERO) ANGKASA PURA 1 MAKASSAR  
DALAM MENANGANI KOMPLAIN PELANGGAN**

Wardah<sup>1</sup>

**ABSTRAK**

*Demi menjaga eksistensi perusahaan, petugas humas sebagai pihak yang menjalankan fungsi-fungsi Public Relations (PR) harus mampu untuk menjadi “mata”, “telinga” dan “kaki tangan” pimpinan puncak perusahaan. Fokus penelitian ini adalah **Aktivitas Public Relations PT. (Persero) Angkasa Pura 1 Makassar dalam Menangani Komplain Pelanggan**. Masalah yang ingin diungkap dalam penelitian ini: 1) Bagaimanakah bentuk-bentuk komplain pelanggan yang ada di PT. (Persero) Angkasa Pura 1 Makassar? Dan 2) Bagaimanakah upaya public relations PT. (Persero) Angkasa Pura 1 Makassar dalam menangani komplain pelanggan tersebut. Tujuan penelitian ini adalah : (1) untuk mengetahui bentuk-bentuk komplain pelanggan PT. (Persero) Angkasa Pura 1 Makassar; (2) untuk mengetahui upaya-upaya yang dilakukan oleh Humas PT. (Persero) Angkasa Pura 1 Makassar dalam menangani komplain pelanggan. Penelitian ini dilaksanakan di Kota Makassar. Informan dalam penelitian ini adalah pihak-pihak internal perusahaan yang dianggap dapat memberikan informasi yang relevan sehubungan dengan masalah penelitian. Tipe penelitian ini adalah deskriptif dan menggunakan pendekatan kualitatif yang memberikan uraian tentang perusahaan tertentu dalam suatu konteks setting tertentu. Data primer diperoleh melalui observasi langsung di lapangan dan wawancara dengan pihak-pihak terkait, sementara data sekunder diperoleh melalui kajian beberapa literatur berupa buku-buku, majalah, dan data-data dari internet. Data yang berhasil dikumpulkan, selanjutnya dianalisis dengan menggunakan model interaktif Miles dan Huberman, yaitu dimulai dengan pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa bentuk-bentuk komplain pelanggan PT. (Persero) Angkasa Pura 1 Makassar terdiri atas komplain internal dan eksternal perusahaan, tertulis dan tidak tertulis, serta komplain yang dapat diselesaikan secara operasional maupun teknis. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa upaya penanganan komplain yang ada di PT. AP-I melewati empat tahapan proses, yaitu penelitian (fact finding), perencanaan (planning), pelaksanaan (communication), dan evaluasi (evaluation).*

**Key word: Aktivitas Public Reation, Komplain Pelanggan.**

---

<sup>1</sup>Staff Pengajar Program Studi Ilmu Komunikasi di Universitas Indonesia Timur (UIT) Makasar.

# ACTIVITIES OF PUBLIC RELATIONS OF PT. (PERSERO) ANGKASA PURA 1 MAKASSAR IN HANDLING CUSTOMER COMPLAINTS

Wardah<sup>1</sup>

## ABSTRACT

*In order to maintain the existence of the company, the public relations officer who is the function of Public Relations (PR) should be able to be the "eyes", "ears" and "accomplice" of top management company. The focus of this study was The Activity of Public Relations of PT. (Persero) Angkasa Pura 1 Makassar in Handling Complaints of the Customers. Problems revealed in this study: 1) How were forms of customer complaints in the PT. (Persero) Angkasa Pura 1 Makassar? And 2) How were the efforts of public relations of PT. (Persero) Angkasa Pura 1 Makassar in handling the customer complaints. The purpose of this study is: (1) to determine the forms of customer complaints of PT. (Persero) Angkasa Pura 1 Makassar; (2) to assess the efforts made by the Public Relations of PT. (Persero) Angkasa Pura 1 Makassar in handling customer complaints. The research was conducted in the City of Makassar. Informants in this study were those as the company internals that were considered could provide relevant information with respect to the issue of the research. The type of this research was descriptive and it used qualitative approach that gave a description of the particular company in a particular context of setting. The primary data were obtained through direct observation in the field and interviews with relevant parties, while the secondary data were obtained through the study of literature in the form of books, magazines, and the data from the internet. Data collected were analyzed using Miles and Huberman interactive model. It began with data collection, data reduction, data presentation, and conclusion. The results of this study indicated that the forms of customer complaints of PT. (Persero) Angkasa Pura 1 Makassar consisted of internal and external complaints of the company, written and unwritten, and complaints which could be resolved operationally and technically. This study also showed that attempts to handle complaints in PT. AP-I passed through four stages process, namely fact finding, planning, communication, and evaluation.*

**Keyword: Public Relation Activity, Customer Complaints.**

---

<sup>1</sup>Lecturer of Communication Studies Study Program of University of Indonesia Timur (UIT) Makassar.

## PENDAHULUAN

Sektor jasa mempunyai potensi yang cukup besar untuk dikembangkan. Dalam laju perkembangan global saat ini, negara-negara di kawasan regional menjadikan sektor jasa sebagai pendorong pembangunan perekonomian. Sektor jasa di Indonesia dapat menjadi pendorong perekonomian daerah. PT. (Persero) Angkasa Pura 1 adalah perusahaan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) di bawah Kementerian BUMN yang bergerak di bidang pelayanan navigasi penerbangan dan pengusahaan jasa kebandarudaraan di Indonesia. Hingga saat ini, PT. (Persero) Angkasa Pura 1 mengelola 13 bandar udara salah satu diantaranya adalah Bandar Udara Internasional Sultan Hasanuddin yang berlokasi di Makassar. Dalam beroperasi, Bandar Udara Internasional Sultan Hasanuddin mengembang tugas pokok yaitu menyelenggarakan manajemen dan fungsi secara profesional dan komersial dengan mencapai sasaran - sasaran perusahaan yang telah ditetapkan. Diantaranya menyediakan jaringan layanan jasa kebandarudaraan yang berkualitas tinggi di Asia dengan tetap mengutamakan keselamatan, keamanan, kecepatan dan kenyamanan pengguna jasa bandara diantaranya melalui peningkatan kualitas peralatan, pelayanan, dan kemampuan Sumber Daya Manusia (SDM).

Sementara itu muncul berbagai masalah berupa reaksi pelanggan atas kurang maksimalnya pelayanan. Terlebih dengan status yang disandanginya sebagai Bandar udara

internasional. Untuk mendapatkan kepercayaan dan penerimaan dari pelanggan sebagai salah satu *stakeholder* perusahaan, diperlukan sebuah dukungan berupa kegiatan komunikasi yang strategis dan berkesinambungan. Demi menjaga eksistensi perusahaan ini, petugas humas sebagai pihak yang menjalankan fungsi-fungsi *Public Relations* (PR) harus mampu untuk menjadi “mata”, “telinga” dan “kaki tangan” pimpinan puncak perusahaan.

Berdasarkan uraian di atas, maka kajian ini akan fokus melihat berbagai **Aktivitas *Public Relations* PT. (Persero) Angkasa Pura 1 Makassar dalam Menangani Komplain Pelanggan.** Masalah yang ingin diungkap dalam penelitian ini: 1) Bagaimanakah bentuk-bentuk komplain pelanggan yang ada di PT. (Persero) Angkasa Pura 1 Makassar? Dan 2) Bagaimanakah upaya *public relations* PT. (Persero) Angkasa Pura 1 Makassar dalam menangani komplain pelanggan tersebut. Tujuan penelitian ini adalah : (1) untuk mengetahui bentuk-bentuk komplain pelanggan PT. (Persero) Angkasa Pura I Makassar; (2) untuk mengetahui upaya-upaya yang dilakukan oleh Humas PT. (Persero) Angkasa Pura I Makassar dalam menangani komplain pelanggan.

**Konsep tentang *public relations*;** sebagaimana dikemukakan William L. Rivers: “*Public relations is the skilled of communications of ideas to the various publics with the object of producing a desired result... to change the public image of an individual or*

*corporation or to the other public attitude toward company policies* (Ruslan, 2001:15). Jefkins (1992:6) mendefinisikan *Public Relations* (PR) sebagai semua bentuk komunikasi yang terencana, baik ke dalam maupun ke luar, antara suatu organisasi dengan semua khalayaknya dalam rangka mencapai tujuan spesifik yang berlandaskan pada saling pengertian. Keberadaan PR dalam sebuah perusahaan diperuntukkan untuk: 1) Menciptakan reputasi bagi perusahaan-perusahaan dan organisasi-organisasi, 2) Menciptakan reputasi para individual sebagai ahli di bidang yang dipilihnya, 3) Meningkatkan kesadaran terhadap produk dan layanan pada organisasi yang mengadakan mereka, 4) Mempertinggi nama baik dari suatu kedudukan masyarakat atau nama baik perusahaan, dan 5) Menyelenggarakan kampanye untuk mencapai tujuan tertentu. Tugas utama seorang *public relations* adalah mengkomunikasikan segala hal yang berkaitan dengan perusahaan baik secara internal maupun external. Secara internal, proses komunikasi ditujukan pada seluruh karyawan, pejabat dan para shareholder. Sementara secara eksternal, komunikasi ditujukan untuk menjalin hubungan yang baik dengan segenap publik eksternal perusahaan seperti komunitas lokal, pemerintah, lembaga sosial masyarakat, media/pers, dan pihak-pihak lainnya yang memiliki kepentingan terhadap perusahaan/organisasi.

**Komplain, Penanganan Komplain, dan Pelayanan Pelanggan;** Komplain merupakan wujud

ketidakpuasan pelanggan terhadap produk atau jasa yang ditawarkan. Plymire mengatakan bahwa suatu komplain memberikan suatu kesempatan untuk meletakkan masalah dengan benar dan komplain dapat digunakan sebagai suatu perangkat manajemen untuk meningkatkan kinerja atau juga sebagai bagian dari suatu upaya yang lebih luas untuk mendapatkan umpan balik dan komentar mengenai suatu produk atau pelayanan (Denhardt :2003). Suatu institusi di Inggris yang dikenal dengan nama "*The British Standards Institution*" (BSI) melalui standar barunya yaitu BS 8600:1999, tentang *Complaints Management Systems* memandang bahwa komplain yang di-*manage* secara efektif memberikan organisasi suatu cara untuk meningkatkan produk, pelayanan dan pendirian publik dalam pandangan para pelanggan. Standar sistem manajemen komplain yang dimaksudkan dalam British Institutions, meliputi: 1) Keterlibatan manajemen dan komitmen melalui penentuan sumber dan pelatihan staf; 2) Mengakui dan melindungi hak-hak pelanggan dan staf; 3) Memberikan pelanggan suatu sistem penyampaian komplain yang terbuka, efektif, dan mudah untuk memanfaatkan sistem komplain; 4) Menggunakan sumber-sumber eksternal dari ganti-rugi seperti skema *ombudsman*, skema pengkajian eksternal; 5) Memonitor komplain untuk meningkatkan kualitas jasa atau barang; dan 6) Auditing atas efektivitas sistem yang digunakan.

Linton (dalam Denhardt: 2003) menyatakan bahwa komplain-komplain

adalah penting bagi organisasi karena memberikan kesempatan untuk menemukan kelemahan di dalam pemberian pelayanan, mengidentifikasi bidang pengembangan dan menunjukkan tingkat pemeliharaan pelanggan. Karena itu, penting bagi organisasi untuk mengidentifikasi akar penyebab komplain dan membuat perubahan untuk mencegah kesalahan yang sama terjadi di masa mendatang. Berikut tip penanganan komplain yang ditawarkan :a).Asumsikan pelanggan memiliki suatu komplain yang bonafide (jujur atau bisa dipercaya); b). Dengarkan, jangan memutus pembicaraan; c). Jangan tergesa-gesa. Biarkan orang yang menyatakan komplain mengatakan segala sesuatu yang dia ingin katakan; d). Berikan pertanyaan. Lakukan penggalan untuk memastikan bahwa semua fakta ada di meja; e). Jangan takut untuk menggunakan jeda waktu untuk menunjukkan anda memikirkan masalah tersebut; f). Buat catatan; g). Terima tuduhan melakukan kesalahan jika ada pada tempatnya; h). Beri maaf ketika anda tidak yakin bahwa anda atau perusahaan anda melakukan kesalahan; i). Tetap seperti tidak terjadi apa-apa bagaimanapun kasarnya kata-kata yang disampaikan dalam complain; j). Jangan pernah berjanji atas apa yang anda tidak dapat berikannya; k).Jika anda tidak dapat memberikan kepuasan, cobalah untuk merujuk kepada seseorang yang bisa untuk pelanggan; l). Beri respon sesegera mungkin; m).

Coba untuk memberikan orang yang menyampaikan komplain beberapa pilihan atau pemecahan; n). Jika

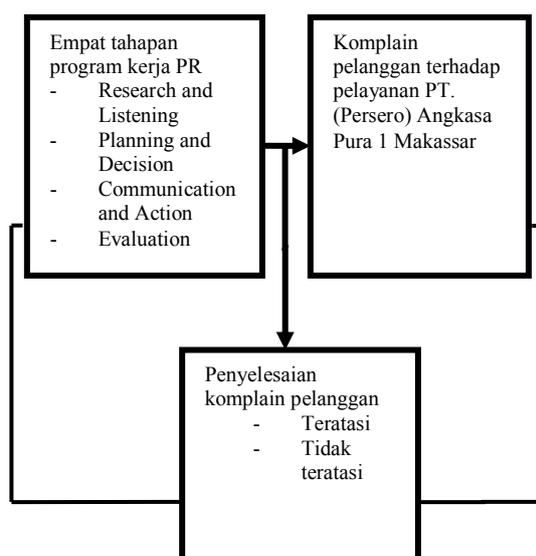
mungkin, lakukan sedikit lebih dari yang diharapkan pelanggan; dan o). Ikuti pengawasan untuk memberikan kepuasan pelanggan secara berkelanjutan.

Dalam menghadapi komplain pelanggan, hal terbaik yang dapat dilakukan adalah bersikap jujur. Dalam hal ini PR/humas diperuntukkan fokus pada penciptaan sistem manajemen yang berorientasi pada pelayanan sempurna, fokus pada prosedur yang memudahkan pelanggan menerima pelayanan, fokus pada kebijakan-kebijakan perusahaan yang mengutamakan hubungan komunikasi positif terhadap pelanggan, fokus pada teknologi yang mendukung perusahaan secara total untuk memberikan pelayanan sempurna, fokus pada kekuatan sumber daya manusia yang berkualitas tinggi untuk memberikan pelayanan sempurna kepada pelanggan, dan kepada semua aspek kerja organisasi internal dan eksternal lainnya, yang terfokus pada upaya memberi dukungan mutu pelayanan berkualitas tinggi kepada semua stakeholder.

Seorang *Public Relations*, dalam menjalankan kegiatannya dikenal empat proses tahapan (Cutlip dalam Ruslan, 2006:46-48) yaitu: 1) **Research and Listening (Riset dan Memperhatikan)**. Tahapan ini merupakan tahapan untuk menemukan fakta (*fact finding*) atau suatu hal yang berkaitan dari opini, sikap dan reaksi publik dengan kebijaksanaan pihak organisasi/perusahaan yang bersangkutan.Selanjutnya melakukan pengevaluasian dari fakta, data, dan

informasi yang diperoleh tersebut. Proses dari tahapan ini menjawab *What's our problem?* (Apa yang menjadi permasalahan kita?). **2) *Planning and Decision (Perencanaan dan Pengambilan Keputusan)***; Pada tahap ini, pihak *public relations* merancang suatu perencanaan dan upaya pengambilan keputusan dan menetapkan program kerja organisasi/perusahaan yang sejalan dengan kepentingan pihak lainnya (publik) sebagai khalayak sasaran yang memiliki sikap, opini dan ide-ide serta reaksi tertentu terhadap kebijaksanaan (keputusan) yang telah ditetapkan oleh pihak organisasi. Hal-hal yang kita kerjakan pada tahapan ini untuk menjawab pertanyaan; *Here's what we can do?* (Apa yang harus kita kerjakan?), yaitu langkah-langkah yang berbentuk 'strategi' perencanaan dan program kerja PR. **3) *Communication and Action (Komunikasi dan Pelaksanaan)***; Tahapan ini adalah bagaimana public relations mampu menjelaskan informasi mengenai 'pelaksanaan' yang akan dilakukan, sehingga menimbulkan pesan-pesan yang efektif untuk mempengaruhi opini publik atau pihak lain yang dianggap penting, berpotensi dalam upaya memberikan dukungan penuh, sebagai upaya untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan; *Here's what we did and why?* (Apa yang telah kita lakukan dan mengapa seperti itu?). **4) *Evaluation (Penilaian)***; Tahap ini merupakan tahapan terakhir berupa tahap pengawasan dan penilaian terhadap hasil-hasil dari riset hingga perencanaan program kerja (aktivitas

PR) yang dijalankan serta efektifitas dari proses manajemen dan model komunikasi yang dijalankan. Tahapan ini merupakan 'penafsiran' terhadap hasil kerja dan untuk menjawab *How did we do?* ( Bagaimana kita telah melakukannya?). Berdasarkan uraian di atas, dapat dikemukakan kerangka konseptual penelitian sebagai berikut:



Gambar 2.  
**Bagan Kerangka Konseptual**

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif deskriptif. Dalam penelitian dengan menggunakan pendekatan kualitatif, data digambarkan secara objektif, berdasarkan fakta yang ditemukan di lapangan. Teknik Pengumpulan Data: a) Data primer, yaitu data yang diperoleh langsung di lapangan melalui pengamatan (observasi) terhadap lokasi penelitian dan interview, dan b) Data sekunder berupa kajian literatur seperti buku-buku, hasil penelitian, internet dan

majalah. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis data model interaktif Miles dan Huberman, dimulai dengan pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Informan dalam penelitian ini adalah pihak-pihak internal perusahaan yang dianggap dapat memberikan informasi relevan terkait dengan masalah penelitian. Para Informan tersebut, yaitu: 1) AssMen SIMTAPOR & HUMAS (Informasi Manajemen, Data dan Laporan serta Hubungan Masyarakat), 2) Dinas PKBL (Program Kemitraan dan Bina Lingkungan), 3) Air Duty Manager (ADM), dan 4) AssMen Ops TMA, Sisi Darat dan Penerangan. Penelitian ini berlokasi di Kantor Cabang PT. (Persero) Angkasa Pura 1 Makassar. Berlangsung selama satu (1) bulan yakni mulai dari pertengahan Bulan Maret sampai dengan pertengahan Bulan April 2012.

## **PEMBAHASAN**

**Kedudukan Humas PT. (Persero) Angkasa Pura I Cabang Bandar Udara Internasional Sultan Hasanuddin Makassar;** Humas dalam hal ini berada di bawah divisi personalia dan umum. Divisi tersebut membawahi tiga bagian yaitu bagian personalia, bagian hukum dan umum, serta bagian sim, tapor dan humas. Dinas sim, tapor dan humas memiliki tugas membuat rencana kerja, menyelenggarakan dan melaporkan hasil pelaksanaan kegiatan pengelolaan SIM sebagai alat bantu untuk percepatan dan ketepatan

pengambilan keputusan manajemen, kegiatan pengumpulan, pengolahan, penyajian data dan laporan, serta hubungan masyarakat guna menciptakan citra positif kantor cabang. Dalam menjalankan tugas, pejabat Sim Tapor dan Humas memosisikan diri sebagai mediator antara berbagai pihak yang berkepentingan. Secara internal antara perusahaan yang meliputi: pemegang saham, direksi dan para karyawan. Sementara secara eksternal dilakukan dengan pemerintah daerah, Masyarakat/komunitas setempat, pers, investor, para pemilik maskapai, konsesionaler serta para pelanggan/penumpang.

Fungsi Humas PT. (Persero) Angkasa Pura I Makassar dalam pelaksanaan komunikasi perusahaan adalah: 1) Fungsi Internal : humas berusaha mengenali, mengidentifikasi hal-hal yang dapat menimbulkan sikap dan gambaran negatif dalam masyarakat sebelum tindakan atau kebijakan itu dijalankan. Secara teknis, mengelola berbagai informasi yang berhubungan dengan perusahaan yang dianggap penting untuk diketahui oleh anggota perusahaan. Informasi-informasi tersebut kemudian di koordinasikan kepada pihak yang terkait untuk diberikan tindak lanjut berupa penanganan. 2) Fungsi Eksternal: mengusahakan tumbuhnya sikap dan gambaran masyarakat yang positif terhadap segala tindakan dan kebijakan perusahaan. Selain itu, humas berfungsi sebagai jembatan komunikasi antara perusahaan dengan pihak-pihak luar yang memiliki kepentingan terhadap perusahaan.

**Pelayanan dan Pengaduan Komplain;** Bentuk pelayanan yang diberikan oleh bandar udara kepada penumpang lebih kepada pelayanan sisi darat yakni berupa penyediaan fasilitas di bandara demi kenyamanan penumpang. dengan standar pelayanan yang mengacu pada *level of service* sebagaimana yang telah ditetapkan oleh Direktorat Jenderal Perhubungan Udara. *Level of Service* adalah ukuran-ukuran waktu tertentu yang diberlakukan dan menjadi standar acuan dalam memberikan pelayanan kepada penumpang. Termasuk di dalamnya, adalah rentang waktu bagasi penumpang harus tiba setelah penumpang turun dari pesawat. Selain itu, juga tentang ketercukupan troli yang akan digunakan oleh penumpang serta lama antrian, baik antrian di *security* untuk pemeriksaan pengamanan maupun antrian di *ceck in counter*. Pihak perusahaan selalu mengupayakan untuk memberikan pelayanan kepada penumpang selama berada di terminal bandar udara. Pelayanan tersebut berupa kesejukan ruangan, kenyamanan toilet dan ruang tunggu, ketercukupan tempat duduk, serta fasilitas tambahan lainnya berupa musholla, cathering dll. Selain itu, perusahaan juga mengasuransikan semua penumpang mulai ketika memasuki terminal bandar udara hingga penumpang meninggalkan bandar udara. Pelayanan pelanggan tidak hanya terbatas penyediaan fasilitas melainkan juga layanan komunikasi dua arah. Layanan komunikasi tersebut sebagai wadah bagi pelanggan dalam menyampaikan komplain dan aspirasi

lainnya kepada pihak perusahaan. Sebaliknya, layanan komunikasi tersebut juga memberikan manfaat bagi pihak perusahaan dalam mengambil langkah selanjutnya guna meningkatkan pelayanan yang sudah ada.

Berbagai bentuk komplain dapat disampaikan langsung kepada petugas atau langsung di sampaikan ke pejabat *Airport Duty Manager*. Selain itu penyampaian komplain juga dapat melalui kotak saran yang tersedia, juga melalui website ([www.hasanuddin-airport.com](http://www.hasanuddin-airport.com)). Bentuk-bentuk komplain pelanggan yang ada di PT. (Persero) Angkasa Pura I Cabang Bandar Udara Internasional Sultan Hasanuddin Makassar adalah sebagai berikut : 1) **Komplain berdasarkan sumber:** a) Internal Perusahaan: Komplain yang terjadi antar unit internal PT. (Persero) Angkasa Pura I Makassar. Misalnya, komplain dari dinas Operasional ke dinas Teknik dan antar instansi/pemangku kepentingan (stakeholder) di lingkungan bandar udara (misalnya dari *airline*, *Groundhandling*, *consesioner* dan lain-lain ke perusahaan, dalam hal ini Angkasa Pura I Makassar. b) Eksternal Perusahaan: Komplain dari masyarakat dan komplain dari pengguna jasa/penumpang. 2) **Komplain berdasarkan cara penyampaiannya:** a) Komplain Tertulis, yaitu komplain yang disampaikan penumpang melalui website, melalui koran pada kolom surat pembaca atau melalui kotak saran yang telah ditempatkan di beberapa sudut terminal bandara, dan b) Komplain tidak tertulis, yaitu komplain yang keluar dari mulut para pengguna

jasa/penumpang ataupun yang disampaikan langsung kepada pihak-pihak tertentu. **3) Komplain berdasarkan cara penyelesaiannya:** a) Penyelesaian secara operasional: - Bilamana terdapat komplain tentang pelayanan operasional bandara, misalnya masalah lalu lintas kendaraan di depan terminal yang selalu macet. Untuk masalah tersebut diselesaikan dengan merubah SOP (*standart operating procedure*) yakni dilakukan perubahan flow kendaraan agar tidak terjadi kemacetan. b) Penyelesaian secara teknis: Melakukan perbaikan atau penambahan, misalkan untuk mendukung kelancaran arus lalu lintas depan terminal diperlukan pengadaan atau pembangunan pembatas jalan.

Bentuk komplain yang sering dilontarkan oleh penumpang adalah terkait dengan fasilitas di terminal bandara. Fasilitas yang dimaksudkan diantaranya adalah: toilet yang kurang bersih, speaker yang kurang kedengaran, adanya pihak-pihak yang melakukan pungutan liar dengan menambahkan jumlah donasi dari tarif yang harus dibayarkan, lahan bandara yang cenderung tandus.

**Upaya-Upaya yang Dilakukan Humas PT. (Persero) Angkasa Pura I Cabang Bandar Udara Internasional Sultan Hasanuddin Makassar dalam Menangani Komplain Pelanggan** adalah: **1) Menyampaikan terima kasih dan permintaan maaf kepada pelanggan;** Ucapan terimakasih adalah bentuk apresiasi terhadap pelanggan yang telah menyampaikan komplain ke pihak perusahaan. Bagi humas PT. AP-I Makassar, komplain tersebut menjadi

masuk dan tolak ukur atas keberhasilan pelayanan yang telah diberikan serta menjadi dasar untuk peningkatan pelayanan yang lebih baik lagi. **b) Mencermati komplain dan memberikan respon;** Mencermati setiap komplain yang masuk dengan seksama selanjutnya memberikan respon/jawaban sesuai dengan kondisi yang ada di perusahaan. Hal tersebut dimaksudkan agar pelanggan/pengguna jasa mengetahui dan memahami kondisi serta kebijakan yang sebenarnya di perusahaan sekaligus sebagai upaya menciptakan citra awal yang positif. **c) Melakukan konfirmasi dengan unit-unit terkait;** Upaya konfirmasi terhadap unit-unit tertentu yang dilakukan oleh humas didasarkan pada jenis komplain yang ada. Hal tersebut dimaksudkan agar unit-unit yang terkait tersebut, dapat mengupayakan langkah-langkah penanganan se segera mungkin. **d) Memberikan wewenang penuh kepada unit-unit terkait;** Humas PT. AP-I Cabang Bandar Udara Internasional Sultan Hasanuddin Makassar setelah melakukan konfirmasi ke unit terkait, selanjutnya memberikan wewenang penuh hingga pada proses akhir penyelesaian komplain. Untuk hal tersebut, masing masing unit sudah mempunyai *Standart Operating Procedure* (SOP), *Level of Service* dan Aturan Pemeriksaan dan Penyelidikan. **e) Mengoptimalkan penggunaan media online (website);** Memaksimalkan website adalah salah satu upaya yang dilakukan oleh humas sekaligus menjadi teknologi informasi kehumasan dalam rangka efektifitas dan efisiensi penyampaian informasi

publik. Website dapat meningkatkan citra perusahaan di mata mitra kerja, karena memberikan fasilitas informasi yang lebih cepat, karena pada homepage anda dapat menampilkan spesifikasi produk atau jasa yang diberikan.

Bentuk komplain yang sering diutarakan oleh pelanggan/pengguna jasa cenderung pada masalah operasional di bandara. Untuk itu, perusahaan menempatkan Manager Airport Duty Manager (ADM) yang berkantor di terminal bandara. Jika ditemui masalah tentang operasional di bandara, maka pihak ADM akan melakukan serangkaian upaya berikut ini:

- Melakukan penanganan secepat mungkin
- Melakukan koordinasi dengan dinas Sim, Tapor dan Humas
- Melakukan pengawasan dan monitoring. Dalam hal ini dibantu oleh Dinas Operasi Sisi Darat untuk memantau kesiapan semua fasilitas di bandara dan selalu mendapatkan laporan dari Divisi Teknik tentang perkembangan penanganan/perbaikan yang sedang atau akan direncanakan.
- Mengajukan laporan melalui wadah LASIMI ADM bersama dengan Dinas Operasi Sisi Darat akan melaporkan segala perkembangan yang ada di terminal bandara. Laporan tersebut semuanya akan disampaikan ke Direktorat Jenderal Perhubungan Udara melalui kantor pusat AP. I Makassar. Laporan tersebut disampaikan melalui wadah yang disebut LASIMI (Laporan Singkat Mingguan)

dimana di dalamnya akan dibahas masalah-masalah yang tidak masuk dalam standar dengan perhitungan MTBF (*Mean Time Between Failure*). LASIMI adalah laporan singkat mingguan tentang kondisi fasilitas dan peralatan yang ada di bandara berikut tingkat pelayanannya (misal 95% atau 100%) yang dihitung berdasarkan jam operasi peralatan dan MTBF. MTBF itu sendiri adalah waktu peralatan tersebut mengalami kerusakan/gangguan. Semua ini telah ditetapkan oleh Direktorat Jenderal Perhubungan Udara dan dievaluasi sebagai penilaian dari kehandalan peralatan dan kemampuan teknisi.

**Komplain yang teratasi dan belum teratasi;** Masalah-masalah yang muncul diantaranya ada yang dapat langsung diselesaikan dan adapula yang membutuhkan proses dan waktu yang agak lama. Berbagai komplain yang teratasi diantaranya yang menyangkut permasalahan operasional, seperti perselisihan antara penumpang dengan *airline*, dan kerusakan fasilitas teknik. Sementara yang belum teratasi adalah masalah taxi bandara di mana pengguna jasa masih menginginkan bisa menggunakan taxi umum yang biayanya lebih murah dibandingkan dengan taxi bandara. Namun karena alasan ketertiban di bandara kita belum bisa memenuhinya. Dalam upaya melakukan penanganan komplain pelanggan, humas PT. AP-I Makassar menciptakan rancangan kegiatan proses kerja untuk dikoordinasikan ke unit-unit terkait lainnya. Rancangan kegiatan

proses kerja tersebut dilakukan melalui tahap-tahap: **1) Pencarian fakta**, dalam tahap ini, humas mencari dan mengumpulkan data berupa survey kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan perusahaan serta pengaruh pentingnya penanganan komplain terhadap kemajuan perusahaan. Data tersebut merupakan hasil ramuan dari angket yang dibagikan ke pengguna jasa tiap satu periodik (satu tahun berjalan). Secara khusus, tahap pencarian fakta ini dilakukan oleh unit-unit tertentu tergantung pada masalah yang dihadapi. **2) Perencanaan**, Pada tahapan ini humas melakukan serangkaian rencana kerja berdasarkan fakta yang telah ditemukan. Rencana kerja yang disusun bersifat rasional, fleksibel dan berkelanjutan. Dalam artian rencana kerja yang disusun tersebut diperkirakan dapat diterapkan pada tempat, waktu dan keadaan serta dapat dikembangkan sesuai dengan kondisi yang ditemui. Proses perencanaan dalam upaya penanganan masalah dalam hal ini komplain pelanggan diatur dalam *Standart Operating Procedure* (SOP) dan *Level of service* serta aturan pemeriksaan dan penyelidikan yang telah ditetapkan oleh Direktorat Jenderal Perhubungan Udara. **3) Komunikasi**; tahap ini adalah tahap pelaksanaan dari rencana kerja yang disusun berdasarkan temuan fakta. Pada tahap ini humas PT. AP-I memadukan antara informasi, skill, alat kerja, finansial, tempat dan waktu sehingga upaya yang dilakukan dapat mencapai sasaran yang diinginkan. Pada tahap komunikasi ini, media turut

berpartisipasi untuk membantu publikasi ke masyarakat luas. Selain itu, humas PT. AP-I Makassar juga berupaya mengabadikan tiap pelaksanaan kegiatan melalui dokumentasi internal perusahaan. **4) Evaluasi**; Tahap evaluasi adalah tahap terakhir dari serangkaian proses kerja penanganan komplain pelanggan. Pada tahap ini humas PT. AP-I memberikan penilaian tentang kegiatan penanganan yang telah diupayakan. Berbagai faktor pendukung maupun faktor penghambat akan dapat diketahui dengan jelas sehingga memungkinkan untuk melakukan perubahan untuk kegiatan selanjutnya untuk mencapai hasil yang diinginkan.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan tentang aktivitas humas PT. (Persero) Angkasa Pura I Makassar dalam menangani komplain pelanggan, dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Bentuk-bentuk komplain pelanggan PT. (Persero) Angkasa Pura I Makassar dibedakan menjadi beberapa kelompok, yaitu: *Pertama*, komplain berdasarkan sumber yang terdiri atas komplain internal perusahaan dan komplain eksternal perusahaan. *Kedua*, komplain berdasarkan cara penyampaiannya, yaitu komplain tertulis dan tidak tertulis. *Ketiga*, komplain berdasarkan cara penyelesaiannya, yakni komplain yang diselesaikan secara operasional dan yang diselesaikan secara teknis.

2. Upaya-upaya yang dilakukan Humas PT. (Persero) Angkasa Pura I Makassar dalam menangani komplain, yaitu :*Pertama*, humas menyampaikan terima kasih dan permintaan maaf kepada pelanggan yang menyampaikan komplain secara langsung ataupun melalui website bandara. *Kedua*, mencermati komplain dan memberikan respon dengan cepat. *Ketiga*, mengkoordinasikan komplain tersebut kepada unit-unit terkait. *Keempat*, memberikan wewenang penuh sebagai bentuk sebuah tanggung jawab kepada unit-unit tersebut untuk melakukan upaya penanganan hingga penyelesaian masalah. *Kelima*, mengoptimalkan media *online* (*website*).
3. Disarankan kepada PT. (Persero) Angkasa Pura I Makassar untuk membekali petugas yang berwenang dengan skill tentang penanganan komplain melalui keikutsertaan dalam sebuah pelatihan atau melalui pendidikan khusus.

## Saran

Untuk lebih mengefektifkan segala aktivitas humas PT. (Persero) Angkasa Pura I Makassar dalam menangani komplain pelanggan, maka peneliti memberikan saran-saran sebagai berikut :

1. Humas sebagai mediator dan komunikator berbagai pihak yang berkepentingan diharapkan menempati posisi yang strategis. Secara internal, humas mengupayakan terciptanya iklim kerja yang sehat dan secara eksternal bertanggung jawab untuk menciptakan citra positif di mata masyarakat.
2. Diperlukan serangkaian prosedur penanganan komplain yang khusus dan lebih efektif. Selama ini,

## DAFTAR PUSTAKA

- Denhardt, V Janet & Denhardt. B., Robert. 2003. *The New Public Service*, M.E. Sharpe Armonk, new York, London. England.
- Jefkins, Frank.1992. *Public Relations*.Edisi Ke-Empat. Jakarta: Erlangga.
- Ruslan, Rosady. 2001. *Manajemen Humas dan Manajemen Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja GrafindoPersada.

Internet:

[www.hasanuddin-airport.com](http://www.hasanuddin-airport.com)