

Efektivitas Komunikasi Interpersonal PT. Premium Clara Anindia Dalam Melayani Penumpang

Diva Syalsabila^[1]*, Kamaruddin^[2], Ainol Mardhiah^[3], Muchlis^[4]

^[1] Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Malikussaleh, Lhokseumawe, Indonesia

^[2]^[3]^[4] Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Malikussaleh, Lhokseumawe, Indonesia

Email: diva.180240058@mhs.unimal.ac.id, kamaruddin@unimal.ac.id, ainol.mardhiah@unimal.ac.id, muchlis@unimal.ac.id

Citation: S. Diva, Kamaruddin, M. Ainol, Muchlis, "Efektivitas Komunikasi Interpersonal PT. Premium Clara Anindia Dalam Melayani Penumpang" *Cendekia: Jurnal Hukum, Sosial & Humaniora*, 1, no. 3 (2023): 259-268.

Received: 24 Mei 2023

Revised: 7 Juni 2023

Accepted: 20 Juni 2023

Published: 09 Juli 2023

*Corresponding Author:

diva.180240058@mhs.unimal.ac.id

Abstrak: Komunikasi merupakan hal yang paling penting dalam melayani penumpang agar penumpang tersebut merasa puas dengan pelayanan yang dilakukan oleh PT. Premium Clara Anindia. Kurangnya komunikasi akan membuat PT. Premium Clara Anindia pelayanan kurang efektif. Dengan adanya komunikasi efektif membuat pelanggan yang menggunakan jasa PT. Premium Clara Anindia menjadi puas. Skripsi ini membahas tentang Efektivitas Komunikasi Interpersonal PT. Premium Clara Anindia Dalam Melayani Penumpang. Adapun konsep yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsep komunikasi efektif. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara, dokumentasi dan observasi. Sumber data menggunakan data primer dan data sekunder. Teknik analisis data dengan reduksi data, penyajian data dan penarik kesimpulan. Adapun kesimpulan dari skripsi ini yaitu komunikasi efektif pada proses pelayanan menjadi mudah. Komunikasi efektif ini juga sudah disampaikan dengan baik dan penumpang merasakan nyaman dan menjadi langganan di PT. Premium Clara Anindia. Terdapat beberapa hambatan dalam melakukan komunikasi efektif yaitu hambatan teknis dan hambatan psikologi. Hambatan teknis yang berupa alat komunikasi sedangkan hambatan psikologi yaitu gangguan emosi penumpang Ketika keinginannya tidak dapat terpenuhi.

Kata kunci: Efektivitas; Komunikasi Interpersonal; PT.Premium Clara Anindia

Abstract: Communication is central to providing excellent customer service and ensuring that customers are satisfied with the services rendered by PT. Premium Clara Anindia. Problems with effective communication contribute to the less effective service provided by PT. Premium Clara Anindia. Customers that use the services of PT. Premium Clara Anindia, are satisfied when there is effective communication. This study discusses the Effectiveness of Interpersonal Communication of PT. Premium Clara Anindia in Serving Passengers. The concept used in this study is the concept of effective communication. This study employed a qualitative descriptive research design with the use of observation, documentation, and interviewing as data collecting methods. Data sources

include both primary and secondary data. Data analysis techniques employed in this research are data reduction, data presentation, and conclusion drawing. The research found that it becomes simple to communicate effectively during the customer service procedure. Passengers feel at ease and start doing business with PT. Premium Clara Anindia as a result of efficient communication that was adequately delivered. Effective communication faces a number of psychological and technical challenges. While psychological obstacles are emotional disturbances of passengers when their demands are not granted, technical barriers take the form of communication tools.

Keywords: Effectiveness; Interpersonal Communication; PT. Premium Clara Anindia

1. PENDAHULUAN

Komunikasi interpersonal atau komunikasi antar pribadi merupakan komunikasi yang terjalin dengan dua orang atau lebih secara tatap muka.¹ Kemudian Deddy Mulyana menjelaskan bahwa komunikasi antar pribadi adalah komunikasi yang terjalin antara komunikator dan komunikan secara tatap muka atau langsung yang memungkinkan setiap individu menerima informasi yang disampaikan baik secara verbal atau nonverbal.²

Komunikasi efektif merupakan komunikasi yang terjalin apabila penerima pesan mampu memahami pesan atau informasi yang disampaikan oleh komunikator tanpa kendala. Komunikasi yang efektif bergantung pada proses penyampaian pesan yang jelas oleh komunikator dan pesan tersebut dapat diterima dengan baik dan dipahami oleh komunikan.³

Selain itu, manusia kerap kali sering melakukan perjalanan baik itu dalam keperluan pendidikan, kesehatan, perdagangan, pariwisata dan lain-lain. Transportasi merupakan sarana yang berperan dalam kehidupan manusia, baik untuk keberlangsungan interaksi, maupun sebagai alat untuk memudahkan manusia dalam memindahkan barang dari satu tempat ke tempat yang lain. Aktivitas kehidupan sosial merupakan ciri keberadaan manusia sebagai masyarakat yang berkelompok, adanya kegiatan masyarakat tersebut memerlukan alat atau sarana penunjang yang memadai. Sarana penunjang tersebut antara lain layanan transportasi atau jaringan transportasi.

Semakin banyak persaingan yang dilihat oleh perusahaan. Maka, perusahaan terus meningkatkan kualitas layanan tidak terkecuali PT. Premium Clara Anindia. Komunikasi interpersonal merupakan tindakan secara langsung, namun dalam proses terjadinya komunikasi interpersonal akan selalu terdapat ketidakseimbangan atau akan mendominasi di salah satu pihak saja.⁴ Dalam meningkatkan kualitas layanan PT. Premium Clara Anindia terus berinovasi.

¹ Jimmie Manning, *Interpersonal Communication* (New York: The Sage International Encyclopedia of Mass Media and Society, 2020).

² Susi Hardjati, "The Power of Interpersonal Communication Skill in Enhancing Service Provision," *Journal of Social Science Research* 14 (2019): 3192–99, <https://doi.org/10.24297/jssr.v14i0.8150>.

³ Supriadi Muhtar, "Membangun Komunikasi Efektif Dalam Kegiatan Pembelajaran Pada Tingkat Perguruan Tinggi," *Jurnal Pendidikan Islam: Pendekatan Interdisipliner* 5, no. 2 (2021): 76–85.

⁴ Ira Lusiawati, "Public Service in Interpersonal Communication," *International Journal for Educational and Vocational Studies (IJEVS)* 1, no. 5 (2019): 484–88, <https://doi.org/https://doi.org/10.29103/ijevs.v1i5.1719>.

Namun, beberapa penumpang mengeluh kepada perusahaan. Artinya penumpang kecewa terhadap layanan yang diberikan oleh perusahaan yang disebabkan oleh komunikasi interpersonal yang terjalin antar PT. Premium Clara Anindia kepada penumpang masih kurang efektif dalam menyampaikan informasi tertentu baik secara langsung maupun tidak langsung. Masalah tersebut dapat diatasi dengan meningkatkan kualitas layanan PT. Premium Clara Anindia terlebih lagi dalam komunikasi interpersonal terhadap penumpang. Peningkatan komunikasi interpersonal yang efektif bermaksud untuk menghindari kesalahpahaman dalam penyampaian informasi sehingga aktivitas di dalam perusahaan berjalan baik dan lancar.

Dalam hal ini penulis memandang bahwa penumpang menunjukkan harapan kepada perusahaan untuk dapat memberikan pelayanan sebaik mungkin agar penumpang merasa nyaman, aman dan diprioritaskan oleh perusahaan sepanjang perjalanan mereka nantinya. Berdasarkan permasalahan diatas penulis tertarik untuk meneliti tentang "Efektivitas Komunikasi Interpersonal PT. Premium Clara Anindia Dalam Melayani Penumpang".

2. METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian adalah deskriptif kualitatif.⁵ Penelitian kualitatif dapat digunakan untuk meneliti kehidupan masyarakat, sejarah, tingkah laku, fungsionalisasi organisasi, gerakan sosial, atau hubungan kekerabatan.⁶

Adapun Informan pada penelitian ini adalah Direktur PT. Premium Clara Anindia, Petugas Loker, Supir dan penumpang yang bisa memberikan informasi atau data terkait dengan masalah penelitian yang sedang diuji. Dengan lokasi penelitian di PT. Premium Clara Anindia di Jalan Pase, Komplek Terminal Labi-Labi, Keude Aceh, Kota Lhokseumawe.

3. TINJAUAN PUSTAKA

3.1 Konsep Komunikasi Efektif

Mulyana dalam Sani dan Rahman mendefinisikan bahwa komunikasi efektif adalah serangkaian proses komunikasi dari komunikator yang memberi pesan sejalan dengan apa yang diterima oleh komunikan.⁷ Pada dasarnya komunikasi yang dikatakan efektif apabila hasil dari pesan yang diterima oleh komunikan sesuai dengan apa yang disampaikan oleh komunikator.

Efektifitas dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia berasal dari kata efektif, yang diartikan dengan:⁸

- a. Adanya efek (akibat, pengaruh, kesan);
- b. Manjur atau mujarab;

⁵ Eko Murdiyanto, *Metode Penelitian Kualitatif (Teori Dan Aplikasi) Disertai Contoh Proposal* (Yogyakarta: UPN Veteran Press, 2020).

⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif* (Bandung: Alfabeta, 2018).

⁷ Muhtar, "Membangun Komunikasi Efektif Dalam Kegiatan Pembelajaran Pada Tingkat Perguruan Tinggi."

⁸ Tim Penyusun Kamus Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta: Balai Pustaka, 1988).

c. Dapat membawa hasil, berhasil guna (usaha, tindakan).

Efektifitas berhubungan dengan penentuan apakah tujuan yang telah ditetapkan telah tercapai atau tidak. Tim Penyusun Kamus Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa, menuliskan “bahwa efektifitas adalah keberpengaruh atau keadaan berpengaruh (keberhasilan) setelah melakukan sesuatu.” Efektifitas menunjukkan pada keberhasilan dari segi tercapai atau tidaknya sasaran yang telah diterapkan. Hasil yang semakin mendekati sasaran berarti semakin tinggi tingkat efektifitasnya.⁹ Suharto menerangkan bahwa efektifitas merupakan keterangan yang menjelaskan ukuran hasil tugas atau keberhasilan dalam mencapai tujuan. Dalam berbagai pengertian di atas menunjukkan bahwa efektifitas.¹⁰

Proses komunikasi yang efektif bisa dipengaruhi oleh beberapa factor antara lain:¹¹

- a. Perkembangan
Perkembangan supaya dapat berkomunikasi efektif harus mengerti pengaruh usia baik dilihat dari segi bahasa maupun dari cara berfikir orang tersebut.
- b. Persepsi
Persepsi adalah pandangan terhadap suatu kejadian atau peristiwa yang di bentuk oleh pengalaman yang dapat mengakibatkan terhambatnya komunikasi.
- c. Nilai
Nilai merupakan standar yang mempengaruhi perilaku seseorang.
- d. Latar belakang sosial dan budaya
Bahasa dan cara komunikasi sangat di pengaruhi oleh faktor budaya, budaya juga akan membatasi komunikasi seseorang.
- e. Emosi
Emosi merupakan perasaan subyektif terhadap suatu kejadian seperti marah, sedih, senang dan akan dapat mempengaruhi perawat dalam berkomunikasi secara efektif dengan klien.
- f. Jenis Kelamin
Setiap jenis kelamin memiliki cara berkomunikasi yang berbeda. Musliha & Fatmawati dalam menyatakan bahwa wanita dan laki laki mempunyai gaya komunikasi yang berbeda.
- g. Pengetahuan
Pengetahuan akan sangat mempengaruhi terhadap komunikasi efektif perawat terhadap pasien. Seseorang yang tingkat pengetahuannya rendah akan sulit merespon informasi.
- h. Peran dan Hubungan
Gaya komunikasi sesuai dengan peran dan hubungan antar orang yang berkomunikasi.
- i. Lingkungan
Lingkungan interaksi akan mempengaruhi proses komunikasi yang efektif. Suasana yang bising akan menimbulkan ketidaknyamanan dalam berkomunikasi.
- j. Jarak

⁹ Damayanti, “Strategi Komunikasi Organisasi Tim Penggerak PKK Dalam Mengembangkan Sosial Ekonomi Ibu Rumah Tangga (Studi Di Gampong Teungoh Kecamatan Sawang Kabupaten Aceh Utara),” *Cendekia: Jurnal Hukum, Sosial & Humaniora* 1, no. 2 (2023): 202–10.

¹⁰ Iga Rosalina, “Efektivitas Program Nasional Pemberdayaan Masyarakat Mandiri Perkotaan Pada Kelompok Pinjaman Bergulir Di Desa Mantren Kec Karangrejo Kabupaten Madetaan,” *Jurnal Efektivitas Pemberdayaan Masyarakat* 1, no. 1 (2012): 3.

¹¹ Tia Lisdiati, “Komunikasi Efektif Dengan Perilaku Caring Perawat Terhadap Pasien,” Repository Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Insan Cendekia Medika, 2017, https://repo.stikesicme-jbg.ac.id/116/1/Skripsi_Tia_Pdf.Pdf.

Jarak dapat mempengaruhi proses komunikasi. Jarak tertentu akan memberikan rasa aman.

3.2 Komunikasi Interpersonal

Komunikasi interpersonal adalah komunikasi yang terkandung dalam tatap muka dan saling mempengaruhi, mendengarkan, menyampaikan pernyataan, keterbukaan, kepekaan yang merupakan cara paling efektif dalam mengubah sikap, pendapat dan perilaku seseorang dengan efek umpan balik secara langsung.¹² Salah satu indikasi bahwa manusia sebagai makhluk sosial adalah perilaku komunikasi antarmanusia. Interaksi manusia dengan manusia menunjukkan bahwa setiap orang memerlukan bantuan dari orang lain di sekitarnya, Untuk itu ia melakukan komunikasi. Salah satu jenis komunikasi yang frekuensi terjadinya cukup tinggi adalah komunikasi interpersonal atau komunikasi antar pribadi.¹³

Komunikasi interpersonal berupa transaksional, hal ini dimulai atas tindakan pihak-pihak yang berkomunikasi secara bersamaan mengirim dan menerima pesan. Komunikasi interpersonal meliputi isi pesan dan ikatan yang bersifat pribadi. Maksudnya komunikasi interpersonal tidak hanya sekedar berkenaan bersama isi pesan tetapi terus menyangkut siapa rekan kita dalam berkomunikasi. Peserta dalam komunikasi interpersonal ikut serta sebagai interdependent ataupun saling bergantung satu beserta lainnya. Komunikasi tidak bisa diubah atau diulang, apabila kita telah salah mengatakan sesuatu terhadap lawan bicara kita, boleh jadi kita dapat minta maaf, namun tidak bermaksud menghapus apapun yang sudah kita ucapkan.

Untuk itu komunikasi antar pribadi sangatlah penting bagi perusahaan PT. Premium Clara Anindia dalam menjalankan peranannya sebagai komunikator yang menjalankan sebuah usaha atau bisnis yang bergerak dalam bidang jasa, terutama dalam menyampaikan suatu informasi yang dibutuhkan oleh penumpang atau konsumen yang menikmati jasa yang ditawarkan oleh PT. Premium Clara Anindia tersebut.

Ada tiga aspek yang termasuk dalam hambatan komunikasi interpersonal menurut sunarto yaitu:¹⁴

- a. Hambatan mekanik, yakni hambatan yang timbul akibat adanya gangguan pada saluran komunikasi yang digunakan.
- b. Hambatan semantik, yang sering terjadi dalam tahap proses komunikasi, karena berkisar pada masalah apa yang dikomunikasikan dan disampaikan pada tahap-tahap komunikasi. Suatu pesan akan berarti lain pada seseorang dalam konteks yang berbeda, hal ini disebabkan adanya gangguan pada komunikator karena salah persepsi.
- c. Hambatan manusiawi, segala masalah yang paling semu dalam proses komunikasi adalah masalah yang timbul karena berasal dari dalam diri manusia sendiri. Terjadi

¹² Harapan, E., & Fitria, H. (2021). The Interpersonal Communication Skills and Perceptions of the Leadership Style on Teachers' Commitment. *Jurnal Iqra': Kajian Ilmu Pendidikan*, 6(1), 140–153. DOI: <https://doi.org/10.25217/ji.v6i1.1242>.

¹³ Windasari Tuhuteru, "Pengaruh Komunikasi Interpersonal Antarpegawai Terhadap Kinerja Pegawai Di Bagian Hubungan Masyarakat (Humas) Kantor Bupati Maluku Tengah," Universitas Muhammadiyah Makassar, 2020, https://digilibadmin.unismuh.ac.id/Upload/11873-Full_Text.Pdf.

¹⁴ Sarah Salpina, "Komunikasi Interpersonal Jarak Jauh Antara Orangtua Dan Anak," Universitas Islam Negeri Ar-Raniry, 2018, [https://repository.arraniry.ac.id/Id/Eprint/3093/1/Komunikasi interpersonal jarak jauh.Pdf](https://repository.arraniry.ac.id/Id/Eprint/3093/1/Komunikasi%20interpersonal%20jarak%20jauh.Pdf).

karena faktor emosi dan prasangka pribadi, kemampuan atau ketidakmampuan alat panca Indera.

3.3 Kedudukan PT. Premium Clara Anindia

Pengertian PT secara umum adalah suatu unit atau badan usaha berbadan hukum yang mana modalnya terkumpul dari berbagai saham, dan setiap pemilikinya memiliki bagian dari banyaknya lembar saham yang dimiliki oleh masing-masing investor.¹⁵ Lembar saham yang menjadi modal pembentukan Perseroan Terbatas bisa diperjualbelikan sehingga akan ada perubahan status kepemilikan perusahaan tanpa harus membubarkan perusahaan.

Beberapa ahli berpendapat bahwa pengertian PT adalah suatu bentuk badan usaha yang melakukan kegiatan perkumpulan modal atau saham dengan kemampuan mengatur saham yang baik, yang mana para pemilik saham di dalamnya memiliki tanggung jawab sesuai dengan banyaknya saham yang dimiliki.¹⁶ Biasanya, perusahaan terbatas atau PT ini dibentuk oleh minimal dua orang atau lebih dengan melalui kesepakatan yang diketahui oleh notaris yang nantinya akan dibuatkan akta perusahaan.¹⁷ Lalu, akta tersebut harus disahkan oleh Kementerian Hukum dan HAM agar nantinya perusahaan tersebut resmi menjadi suatu badan usaha Perseroan Terbatas atau PT.¹⁸

PT. Premium Clara Anindia adalah Perusahaan yang bergerak di bidang jasa Transportasi dan Pariwisata memiliki pengalaman dalam memenuhi kebutuhan, serta sanggup bersaing untuk memberikan pelayanan dengan harga dan fasilitas terbaik. PT. Premium Clara Anindia ini mempunyai kantor pusat di Kota Lhokseumawe, alamat lengkapnya adalah di Jalan Pase, Komplek Terminal Labi-Labi, Keude Aceh, Kota Lhokseumawe. PT. Premium Clara Anindia selain menyediakan jasa angkutan umum juga bergerak di bidang pengiriman paket. PT. Premium Clara Anindia ini dikenal sangat diandalkan oleh para konsumennya di trayek antar kota antar provinsi (AKAP) maupun trayek antar kota dalam provinsi (AKDP). Saat diperjalanan angkutan dari PT. Premium Clara Anindia ini terkenal stabil cepat di jalan sehingga tidak banyak membuang waktu di jalan dan waktu tempuh jadi efisien.

Interaksi antara penumpang dan karyawan yang ada di PT. Premium Clara Anindia tidak bisa dipungkiri, sejak dari pemesanan tiket keberangkatan hingga sampai tujuan sehingga terlihat bahwa komunikasi yang dibangun kemungkinan kurang efektif, sehingga dalam penelitian ini akan membahas tentang efektivitas komunikasi tersebut.

4. PEMBAHASAN

4.1 Proses Komunikasi Interpersonal PT. Premium Clara Aninida Dalam Melayani Penumpang

Selain petugas loket, supir juga sangat mempengaruhi komunikasi interpersonal yang terjadi, sejauh mana efektivitas komunikasi interpersonal PT. Premium Clara Anindia dalam melayani penumpang. Penumpang lebih banyak menghabiskan waktunya dalam

¹⁵ I Putu Wisnu Dharma Pura, "Kebebasan Penetapan Modal Dasar Perseroan Terbatas Oleh Para Pihak Berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 29 Tahun 2016," *Jurnal Analisis Hukum* 1, no. 1 (2018): 32–51.

¹⁶ Ibnu, "PT (Perseroan Terbatas): Pengertian, Jenis, Ciri-Ciri, Dan Unsur-Unsur," 2020, <https://accurate.id/Bisnis-Ukm/Pengertian-Pt/>.

¹⁷ M. Yahya Harahap, *Hukum Perseroan Terbatas* (Jakarta: Sinar Grafika, 2009).

¹⁸ Nadapdap Binoto, *Hukum Perseroan Terbatas* (Jakarta: Permata Aksara, 2012).

perjalanan itu berarti tak hanya petugas loket yang berperan dalam menjaga atau meningkatkan efektivitas komunikasi interpersonal PT. Premium Clara Anindia dalam melayani penumpang melainkan supir juga berperan aktif dalam melayani penumpang. Muhammad Sufi (45), dalam wawancara mengatakan, bahwa:

“Komunikasi yang kami gunakan pada saat melayani penumpang ketika informasi melalui dua cara, yaitu secara tatap muka secara langsung juga melalui alat komunikasi seperti handphone dan penyampain informasi yang disampaikan juga sering secara langsung, ketika penumpang datang ke loket menanyakan jadwal keberangkatan dan tujuannya tersebut.”. (Wawancara, 06/01/2023)

Komunikasi yang digunakan oleh petugas loket PT. Premium Clara Anindia juga harus dimengerti dan dipahami tujuannya oleh penumpang dan harus dilakukan secara efektif. Keberhasilan suatu proses komunikasi akan terlihat apabila komunikasi itu dilakukan secara efektif. Intan Rahmi (22) seorang penumpang dalam wawancara mengatakan:

“Pada saat melakukan pemesanan tiket saya sering datang langsung ke loket PT. Premium Clara Anindia ya. Saya mengetahui PT. Premium Clara Anindia melalui Instagram. Petugas loket dan supir ketika menyampaikan informasi itu mudah saya pahami dan juga mereka memberi saya solusi apabila jadwal atau posisi duduk kurang sesuai dengan yang saya inginkan”. (Wawancara, 10/01/2023)

Komunikasi PT. Premium Clara Anindia dapat dikatakan efektif, bisa dilihat dari hasil wawancara dengan penumpang diatas. Dari hasil wawancara dengan penumpang diatas yang dapat memahami informasi atau pesan yang disampaikan oleh petugas loket sampaikan. Intan Rahmi (22) seorang penumpang juga menambahkan lagi:

“Dalam berinteraksi bukan cuma petugas loketnya yang bagus, supir juga baik dalam perjalanan. Apalagi saya anaknya lumayan banyak berkomunikasi dengan orang. Saya sering minta berhenti juga waktu ingin buang air kecil”. (Wawancara, 10/01/2023)

Komunikasi interpersonal yang efektif adalah serangkaian proses komunikasi dari komunikator yang memberi pesan sejalan dengan apa yang diterima oleh komunikan. Pada dasarnya komunikasi dapat dikatakan efektif apabila hasil dari pesan yang diterima oleh komunikan sesuai dengan apa yang disampaikan oleh komunikator. Muhammad Sufi (45), dalam wawancara juga menambahkan:

“Bukan hanya sebatas melayani ketika penumpang datang ke kita untuk melakukan sebuah transaksi. Melainkan kita dapat memberikan kenyamanan dan keamanan. Jadi, itu penumpang pasti balik lagi untuk naik mobil PT. Premium Clara Anindia”. (Wawancara, 06/01/2023)

Hal serupa juga disampaikan oleh M. Agus Pratama S.H (30), seorang komisaris yang juga terjun langsung menjadi supir di PT. Premium Clara Anindia menyampaikan:

“Saya tidak hanya mengontrol atau mengatasi masalah. di PT. Premium juga saya berprofesi sebagai supir. Jadi, Double job hehe. Saya bisa langsung menyampaikan serta memberikan pelayanan bagi penumpang yang membuat mereka nyaman dan aman ketika menikmati jasa pelayanan dari PT. Premium Clara Anindia dan sebagai supir juga kita harus memberi kesan yang baik kepada penumpang. Bertujuan agar penumpang mengingat hal positif terhadap perusahaan. Sehingga penumpang ini bisa jadi langganan lah, begitu kira-kira”. (Wawancara, 11/01/23)

Dijabarkan oleh Bapak Hendra Dwizani, S.Sos.I (43), selaku Ketua Organisasi Angkutan Darat (ORGANDA) Kota Lhokseumawe, mengatakan:

“PT. Premium Clara Anindia ini termasuk perusahaan baru, kan. Tapi, saya melihat sepak terjangnya memang cukup signifikan dalam persaingan transportasi masyarakat Lhokseumawe ditambah lagi mereka memiliki strategi-strategi khusus seperti berangkat tepat waktu, dan spesialis angkutannya hiace. Karna, perusahaan lainnya memiliki banyak tipe armada seperti PT. Salam misalnya, ada labi-labi, jumbo, L300, dan hiace. Jadi, beberapa dengan PT. Premium Clara Anindia yang muncul pada saat booming nya hiace. Dapat dibilang PT. Premium Clara Anindia adalah perusahaan yang tepat waktu dalam segala bidangnya”. (Wawancara,19/11/2023).

PT. Premium Clara Anindia saat ini merupakan bagian dari anggota organisasi angkutan darat (ORGANDA) mulai bergabung pada april 2021 lalu. Ini tidak menutup kemungkinan bagi PT. Premium Clara Anindia sendiri untuk menjadi pejabat di dalam keanggotaan ORGANDA itu sendiri. Dikarenaka ORGANDA akan memilih petinggi-petinggi baru dalam 5 tahun sekali.

4.2 Hambatan-Hambatan Komunikasi Interpersonal PT. Premium Clara Aninda

Hambatan-hambatan dalam sebuah komunikasi memang kerap terjadi mustahil jika sebuah komunikasi tidak memiliki hambatan. Hambatan-hambatan tersebut menjadi warna tersendiri saat melakukan interaksi. Komunikasi interpersonal petugas loket dan supir PT. Premium Clara Anindia dalam meningkatkan pelayanan kepada penumpang juga mengalami hambatan seperti hambatan teknis dan Bahasa. Intan Rahmi (22) seorang penumpang, mengatakan:

“Untuk saya pribadi, setelah beberapa kali naik PT. Premium Clara Anindia belum merasa banyak kendala. Cuma, beberapa kali masalah jaringan kalua komunikasi lewat Handphone”. (wawancara, 10/01/2023) “Tentu saja banyak sekali manfaat yang kami dapatkan saat kami melakukan promosi di instagram, salah satunya adalah followers kami terus naik setiap hari karena kami rajin melakukan promosi seperti membuat story setiap hari dengan produk yang berbeda-beda, kami share juga manfaatnya supaya konsumen yang ingin membeli produk kami tidak bingung dan tidak susah-susah lagi mencari manfaatnya sendiri. Selain itu kami juga jadi punya banyak pelanggan setia, banyak orang yang selalu repeat order setelah berbelanja di @ranitha.stuff” (Wawancara, 29 Desember 2022).

M. Agus Pratama, S.H (30) mengatakan:

“Saya selaku supir juga dapat mengerti bagaimana cara menghadapi berbagai jenis penumpang seperti saat mereka ajak bicara, ingin makan, buang air kecil dan besar, solat, dan sebagainya. Jika, ingin berbincang untuk menghilangkan rasa jenuh dalam perjalanan. Kami, hanya sebatas menanyakan ingin kemana, nanti diantar atau dijemput. Pertanyaan umum saja, karena takut kalau berlebihan juga penumpangnya tidak nyaman ya”. (Wawancara, 11/01/2023)

Hambatan juga terjadi apabila proses komunikasi yang terjalin terlalu lama atau terlalu mendalam yang mengakibatkan beberapa penumpang kurang nyaman. Namun, ini tidak menjadi faktor utama dalam hambatan proses komunikasi bersama penumpang. Muhammad Sufi (43) seorang petugas loket, mengatakan:

“Hambatan yang sering didapat seperti kita harus sangat menyamakan keinginan penumpang dengan peraturan perusahaan saja ya. Apalagi kita berhubungan langsung dengan penumpang. Jadi, untuk proses pelayanan kita juga harus lebih hati-hati agar tidak ada hambatan atau ketidakpuasan penumpang”. (Wawancara, 06/01/2023)

Hambatan lain juga yang dialami petugas loket, yaitu kendala saat proses pelayanan petugas loket merasa harus membuat penumpang merasa puas akan pelayanan yang diberikan juga harus menaati peraturan perusahaan.

M. Agus Pratama, S.H (30) menambahkan:

“Menjadi supir kita harus sangat mengontrol emosi, walau kadang kelelahan pun bukan marah ya. Tapi, dari awal juga kita udah ada peraturan yang harus diikuti dan pelayanan kepada penumpang yang terbaik. Mau tidak mau ya harus rela agak berkorban sedikit demi memuaskan penumpang terhadap pelayan perusahaan. Supaya tidak meninggalkan kesan jelek lah. Jadi, semaksimal mungkin kita mengantisipasi ketidakpuasan penumpang agar untuk ters berlangganan atau jadi pelanggan tetap gitu”. (Wawancara, 11/01/2023)

Hambatan seperti ini juga sering dijumpai baik dari penumpang maupun dari pihak perusahaan. Dikarena banyak sekali karakter yang dijumpai oleh supir. Namun, perusahaan tetap memberikan pelayanan yang terbaik agar penumpang merasa nyaman dan bahkan menjadi pelanggan tetap dilihat dari hasil wawancara bersama Bapak M. Agus Pratama, S.H selaku komisari dan supir juga di PT. Premium Clara Anindia.

5. KESIMPULAN

- a. Proses Komunikasi Interpersonal PT. Premium Clara Anindia dalam memberikan pelayanan kepada penumpang dapat dikatakan efektif menggunakan komunikasi efektif. Komunikasi efektif adalah bagaimana komunikator menerapkan hal-hal yang nantinya dapat mempermudah pemahaman komunikasi seperti respek, empati, dapat didengar, jelas dan rendah hati. Hal ini banyak terdapat pada saat petugas loket dan supir pada saat melayani penumpang. Dalam menggunakan komunikasi efektif proses pelayanan menjadi lebih mudah diterapkan karena selain pesan tersampaikan dengan baik, penumpang merasa nyaman dan menjadi langganan di PT. Premium Clara Anindia.
- b. Komunikasi Interpersonal PT. Premium Clara Anindia dalam melayani penumpang memiliki beberapa hambatan, yaitu adanya hambatan teknis pada alat komunikasi dan hambatan psikologi berupa gangguan emosi penumpang ketika keinginannya tidak dapat terpenuhi. Namun, hal ini masih dalam tahap yang mampu ditangani dan di atasi oleh PT. Premium Clara Anindia.

DAFTAR PUSTAKA

Binoto, Nadapdap. *Hukum Perseroan Terbatas*. Jakarta: Permata Aksara, 2012.

Damayanti. “Strategi Komunikasi Organisasi Tim Penggerak PKK Dalam Mengembangkan Sosial Ekonomi Ibu Rumah Tangga (Studi Di Gampong Teungoh Kecamatan Sawang Kabupaten Aceh Utara).” *Cendekia: Jurnal Hukum, Sosial & Humaniora* 1, no. 2 (2023): 202–10.

- Harahap, M. Yahya. *Hukum Perseroan Terbatas*. Jakarta: Sinar Grafika, 2009.
- Hardjati, Susi. "The Power of Interpersonal Communication Skill in Enhancing Service Provision." *Journal of Social Science Research* 14 (2019): 3192–99.
<https://doi.org/10.24297/jssr.v14i0.8150>.
- Ibnu. "PT (Perseroan Terbatas): Pengertian, Jenis, Ciri-Ciri, Dan Unsur-Unsur," 2020.
<https://accurate.id/Bisnis-Ukm/Pengertian-Pt/>.
- Lisdiati, Tia. "Komunikasi Efektif Dengan Perilaku Caring Perawat Terhadap Pasien." Repository Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Insan Cendekia Medika, 2017.
https://repo.stikesicme-jbg.ac.id/116/1/Skripsi_Tia_Pdf.Pdf.
- Lusiawati, Ira. "Public Service in Interpersonal Communication." *International Journal for Educational and Vocational Studies (IJEVS)* 1, no. 5 (2019): 484–88.
<https://doi.org/https://doi.org/10.29103/ijevs.v1i5.1719>.
- Manning, Jimmie. *Interpersonal Communication*. New York: The Sage International Encyclopedia of Mass Media and Society, 2020.
- Muhtar, Supriadi. "Membangun Komunikasi Efektif Dalam Kegiatan Pembelajaran Pada Tingkat Perguruan Tinggi." *Jurnal Pendidikan Islam: Pendekatan Interdisipliner* 5, no. 2 (2021): 76–85.
- Murdiyanto, Eko. *Metode Penelitian Kualitatif (Teori Dan Aplikasi) Disertai Contoh Proposal*. Yogyakarta: UPN Veteran Press, 2020.
- Pura, I Putu Wisnu Dharma. "Kebebasan Penetapan Modal Dasar Perseroan Terbatas Oleh Para Pihak Berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 29 Tahun 2016." *Jurnal Analisis Hukum* 1, no. 1 (2018): 32–51.
- Rosalina, Iga. "Efektivitas Program Nasional Pemberdayaan Masyarakat Mandiri Perkotaan Pada Kelompok Pinjaman Bergulir Di Desa Mantren Kec Karangrejo Kabupaten Madetaan." *Jurnal Efektivitas Pemberdayaan Masyarakat* 1, no. 1 (2012): 3.
- Salpina, Sarah. "Komunikasi Interpersonal Jarak Jauh Antara Orangtua Dan Anak." Universitas Islam Negeri Ar-Raniry, 2018.
[https://repository.arraniry.ac.id/Id/Eprint/3093/1/Komunikasi interpersonal jarak jauh.Pdf](https://repository.arraniry.ac.id/Id/Eprint/3093/1/Komunikasi%20interpersonal%20jarak%20jauh.Pdf).
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif*. Bandung: Alfabeta, 2018.
- Tim Penyusun Kamus Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka, 1988.
- Tuhuteru, Windasari. "Pengaruh Komunikasi Interpersonal Antarpegawai Terhadap Kinerja Pegawai Di Bagian Hubungan Masyarakat (Humas) Kantor Bupati Maluku Tengah." Universitas Muhammadiyah Makassar, 2020.
https://digilibadmin.unismuh.ac.id/Upload/11873-Full_Text.Pdf.