

Komunikasi Interpersonal Pramugari Dalam Membangun Kepercayaan Penumpang Di Maskapai Pelita Air

Cikeni Maretafuri

Mahasiswa Proram Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Hukum, Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Terbuka

Email: Cikenimareta@gmail.com

ABSTRAK

Dalam industri penerbangan modern, pramugari memiliki peran strategis dalam membangun citra dan kepercayaan penumpang melalui komunikasi interpersonal yang empatik dan profesional. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan bentuk serta strategi komunikasi interpersonal pramugari dalam membangun kepercayaan penumpang di maskapai Pelita Air, serta mengidentifikasi faktor-faktor yang mendukung dan menghambat efektivitas komunikasi tersebut. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi terhadap lima pramugari aktif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi interpersonal pramugari mencakup perpaduan antara komunikasi verbal dan nonverbal yang berlandaskan empati, keterbukaan, dan ketulusan. Faktor pendukung utama meliputi kemampuan empati, pelatihan komunikasi rutin, serta dukungan tim kerja yang solid. Adapun hambatan yang dihadapi antara lain tekanan waktu, kondisi emosional penumpang, dan kebijakan perusahaan yang membatasi improvisasi komunikasi. Penelitian ini menyarankan agar maskapai memperkuat pelatihan berbasis empati dan memberi ruang fleksibilitas dalam komunikasi agar tercipta hubungan layanan yang lebih humanis dan berkelanjutan.

Kata Kunci: Empati, Kepercayaan Penumpang, Komunikasi Interpersonal, Pelayanan Pramugari

PENDAHULUAN

Dalam lanskap industri penerbangan modern, pelayanan tidak hanya berfokus pada aspek keselamatan atau kecepatan transportasi, namun telah berkembang menjadi bagian dari pengalaman emosional yang diberikan oleh maskapai kepada penumpangnya. Dalam konteks ini, pramugari sebagai representasi langsung dari citra maskapai memiliki tanggung jawab besar untuk memberikan kesan positif sejak penumpang menaiki pesawat hingga mendarat. *Komunikasi interpersonal* yang hangat, sopan, dan empatik menjadi faktor penting dalam membentuk kepercayaan penumpang terhadap pelayanan yang diberikan. Menurut Bakir (2024), kualitas interaksi personal dapat meningkatkan persepsi keseluruhan terhadap layanan. Sejalan dengan itu, Febrianti (2023) menyatakan bahwa komunikasi yang efektif tidak hanya menyampaikan pesan, tetapi juga membangun hubungan emosional antara pihak yang terlibat. Dari sudut pandang psikologi layanan, hubungan yang terbentuk secara interpersonal akan memperkuat rasa aman dan puas pelanggan (Sutanto, 2022). Bahkan dalam kondisi teknis yang memadai sekalipun, jika komunikasi interpersonal gagal, kepercayaan penumpang dapat terganggu (Mustika, 2021; Kurniawan, 2020).

Interpersonal communication sendiri mencakup beragam elemen penting seperti keterbukaan (*openness*), empati, dan kejelasan pesan verbal maupun nonverbal. Ketika pramugari mampu menyampaikan keramahan dengan tulus, memahami kebutuhan penumpang tanpa diminta, serta menunjukkan ketegasan dalam situasi darurat tanpa kehilangan sikap tenang hal-hal tersebut mencerminkan kualitas komunikasi interpersonal yang unggul. Menurut Park (2021), bentuk komunikasi seperti ini menciptakan *emotional trust* yang melekat lebih lama dibanding komunikasi instruksional semata. Di sisi lain, Wahyuni (2023) menekankan pentingnya *nonverbal cues* seperti kontak mata, nada suara, dan ekspresi wajah dalam membentuk koneksi antar manusia. Setiawan (2024) dalam penelitiannya juga menyoroti

bahwa kepercayaan pelanggan lebih mudah dibentuk ketika mereka merasa dihargai dan dipahami melalui interaksi antarpribadi, bukan hanya pelayanan mekanis. Hal serupa ditegaskan pula oleh Puspitasari (2022) yang menyebutkan bahwa *human touch* dalam komunikasi menjadi kunci diferensiasi layanan di tengah kompetisi bisnis transportasi udara yang homogen.

Meskipun begitu, masih sedikit penelitian yang secara khusus membedah bagaimana komunikasi interpersonal pramugari bekerja sebagai variabel utama dalam membangun kepercayaan. Kebanyakan studi yang ada lebih fokus pada kualitas layanan secara umum, yang mencakup berbagai indikator seperti kebersihan, kecepatan pelayanan, dan keterampilan teknis (Nurdin, Ali. 2020). Karwur dan Ceasarani (2020) misalnya, meneliti pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan penumpang namun tidak mengisolasi komunikasi interpersonal sebagai fokus utama. Ahmad et al. (2023) justru menemukan bahwa aspek personal seperti sikap dan empati awak kabin memainkan peran signifikan dalam keputusan penumpang untuk menggunakan kembali layanan maskapai tersebut. Hal ini mengindikasikan perlunya eksplorasi lebih mendalam terhadap interaksi interpersonal sebagai instrumen strategis dalam membangun loyalitas pelanggan. Senada dengan itu, Nurhalimah (2021) menggarisbawahi bahwa dalam bisnis berbasis pengalaman seperti penerbangan, aspek relasional justru lebih menentukan dibanding harga tiket semata.

Maskapai Pelita Air, sebagai salah satu pemain baru dalam industri penerbangan Indonesia, sedang berada pada fase penting dalam membangun kredibilitas dan loyalitas pasar. Berbeda dengan maskapai senior yang telah memiliki basis pelanggan tetap, Pelita Air dituntut untuk menunjukkan *service excellence* sejak awal, termasuk dalam aspek komunikasi. Pramugari sebagai wajah dari maskapai harus mampu merepresentasikan nilai-nilai perusahaan dalam setiap interaksi singkat dengan penumpang. Menurut Arswani (2022), citra maskapai terbentuk bukan hanya dari desain kabin atau iklan promosi, tetapi dari konsistensi pelayanan manusiawi yang diberikan di dalam pesawat. Hidayat (2024) pun menambahkan bahwa pelanggan yang merasa “terhubung” secara emosional melalui layanan interpersonal cenderung memiliki *perceived value* yang tinggi terhadap maskapai tersebut. Maka, Pelita Air memiliki peluang besar untuk memanfaatkan kekuatan komunikasi interpersonal sebagai strategi membentuk *brand trust* sejak tahap awal ekspansi bisnisnya.

Kepercayaan penumpang adalah hasil dari proses komunikasi dua arah yang terbangun secara berkelanjutan selama penerbangan berlangsung. Tidak cukup hanya menyapa ramah di awal, namun juga menjaga *tone* komunikasi yang stabil, empatik, dan tidak menggurui hingga akhir layanan. Menurut Ardiansyah (2022), kepercayaan terbentuk dari gabungan antara kredibilitas, kompetensi, dan empati yang dirasakan langsung oleh penumpang. Sementara itu, Dewi (2023) menyatakan bahwa dalam lingkungan penerbangan yang penuh ketidakpastian, kepercayaan menjadi pondasi dari *customer retention*. Oleh karena itu, keberhasilan membentuk kepercayaan melalui komunikasi interpersonal bisa menjadi indikator utama keberhasilan layanan pramugari, terutama di maskapai baru yang tengah membentuk reputasi. Studi dari Nisa (2024) bahkan menyimpulkan bahwa kepercayaan yang timbul dari relasi manusiawi lebih tahan lama dibanding ketertarikan berbasis promosi atau diskon harga.

Namun, membangun komunikasi interpersonal yang efektif di dalam kabin bukanlah tugas mudah. Hambatan komunikasi seperti latar belakang budaya yang berbeda, stres kerja, dan keterbatasan waktu sering kali mengurangi kualitas interaksi antara pramugari dan penumpang. Setiap pramugari dituntut untuk tidak hanya menguasai *flight safety procedure*, tetapi juga keterampilan komunikasi adaptif yang mampu menjangkau penumpang dari berbagai karakteristik (Ascharisa Mettasatya, 2020). Menurut penelitian Surya (2025), pelatihan komunikasi interpersonal berbasis empati dapat meningkatkan kualitas hubungan antar awak kabin dan pelanggan secara signifikan. Hal ini diperkuat oleh studi Mariana (2023) yang mengungkapkan bahwa komunikasi interpersonal yang intensif juga mampu mengurangi potensi konflik di dalam kabin. Aspek ini menjadikan komunikasi interpersonal sebagai bentuk *soft skill* krusial dalam dunia penerbangan modern.

Ketika kepercayaan telah terbentuk, dampaknya tidak hanya terasa dalam bentuk kepuasan sesaat, tetapi juga dalam *customer advocacy*, yakni kecenderungan penumpang untuk merekomendasikan maskapai kepada orang lain. Di sinilah terlihat bahwa komunikasi interpersonal bukan sekadar alat bantu, tetapi *core value* dalam pelayanan yang mendukung strategi pertumbuhan jangka panjang. Putri (2021) menyatakan bahwa pelanggan yang merasa “dimanusiakan” dalam layanan akan cenderung setia meskipun ada pilihan maskapai lain yang lebih murah. Fitriani (2023) menambahkan bahwa elemen kepercayaan

yang lahir dari komunikasi antarmanusia lebih berpengaruh dibanding kampanye promosi yang paling kreatif sekalipun. Ini menunjukkan pentingnya menjadikan komunikasi interpersonal sebagai fokus utama dalam pelatihan pramugari maupun pengembangan budaya kerja maskapai.

Dalam konteks akademik, penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan literatur komunikasi layanan di sektor transportasi udara. Sampai saat ini, pembahasan tentang *customer trust* umumnya masih bertumpu pada variabel seperti *brand image*, harga, atau kualitas fisik layanan (Akh. Muwafik Saleh. 2021). Sementara itu, dimensi hubungan interpersonal masih relatif jarang diteliti secara mendalam sebagai variabel dominan. Oleh karena itu, penelitian ini menawarkan sudut pandang berbeda dengan menyoroti bagaimana pramugari membentuk kepercayaan secara aktif melalui interaksi antarpersonal. Sari (2020) menyebutkan bahwa kajian komunikasi interpersonal dalam industri jasa cenderung terbatas, padahal perannya sangat menentukan dalam layanan berbasis pengalaman.

Akhirnya, dalam dinamika global di mana otomatisasi dan digitalisasi mulai menggantikan banyak aspek layanan publik, keberadaan komunikasi interpersonal yang humanis justru menjadi semakin langka dan bernilai. Penumpang tidak hanya butuh kecepatan dan kenyamanan teknologi, tetapi juga butuh perasaan dilayani oleh sesama manusia. Penelitian ini hadir sebagai bentuk penegasan bahwa dalam dunia yang semakin mekanistik, hubungan manusiawi tetap menjadi fondasi utama dalam membangun kepercayaan. Diharapkan hasil penelitian ini akan menjadi masukan bagi Pelita Air dan maskapai lainnya untuk mengembalikan nilai-nilai humanis dalam setiap interaksi layanan mereka.

Sejalan dengan pentingnya dimensi komunikasi interpersonal dalam pelayanan pramugari, beberapa studi sebelumnya telah membahas topik ini dari berbagai sudut pandang. Salah satu penelitian terdahulu yang relevan dilakukan oleh Karwur dan Ceasarani (2020) yang mengkaji *pengaruh kualitas pelayanan pramugari terhadap kepuasan penumpang di maskapai Batik Air*. Hasil penelitian mereka menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, baik secara fisik maupun sikap pelayanan, berkontribusi besar terhadap tingkat kepuasan penumpang. Meski demikian, pendekatan yang digunakan masih bersifat kuantitatif dengan fokus pada indikator pelayanan seperti ketepatan waktu, keramahan, dan kerapihan. Aspek komunikasi interpersonal tidak dijadikan variabel tersendiri, melainkan tercampur dalam dimensi pelayanan secara umum. Hal ini menyisakan ruang untuk pendalaman lebih lanjut pada dimensi komunikasi sebagai instrumen psikologis dalam membangun kepercayaan secara langsung.

Penelitian lain datang dari Ahmad et al. (2023) yang mengeksplorasi *pengaruh kompetensi awak kabin terhadap niat beli ulang penumpang*. Penelitian ini menggarisbawahi bahwa salah satu kompetensi penting yang mendorong loyalitas pelanggan adalah kemampuan berkomunikasi secara efektif. Namun, fokus utama penelitian ini tetap pada hubungan antar variabel dalam kerangka pemasaran, bukan pada proses komunikasi interpersonal itu sendiri. Interaksi antar individu terutama yang menyentuh aspek empati, kepercayaan, dan kenyamanan emosional masih belum dijelaskan secara rinci dalam konteks situasi kabin yang dinamis. Oleh karena itu, penelitian tersebut meskipun relevan, belum mengungkap bagaimana komunikasi interpersonal dijalankan secara praktis oleh pramugari.

Sementara itu, Ardiansyah (2022) dalam penelitiannya mengenai *pembentukan kepercayaan pelanggan dalam layanan transportasi udara* menekankan bahwa kepercayaan dibentuk dari kombinasi antara kemampuan teknis dan sikap interpersonal. Dalam temuannya, pelanggan menyatakan lebih percaya pada pramugari yang menunjukkan ketenangan, perhatian, dan komunikasi yang meyakinkan saat terjadi turbulensi atau penundaan. Penelitian ini membuka wawasan bahwa komunikasi bukan hanya alat menyampaikan informasi, tetapi juga media membangun rasa aman. Meski begitu, kajian Ardiansyah masih bersifat deskriptif umum dan tidak memfokuskan pada pola komunikasi interpersonal yang terbentuk secara alami antara pramugari dan penumpang dalam penerbangan komersial.

Penelitian keempat oleh Surya (2025) menelaah *interaksi komunikasi interpersonal dalam layanan transportasi massal berbasis darat*, tepatnya pada konteks pramusapa Transjakarta. Ia menemukan bahwa pelatihan komunikasi interpersonal dapat meningkatkan persepsi layanan secara signifikan. Walaupun bukan dalam konteks penerbangan, temuan ini memperlihatkan bahwa kualitas komunikasi sangat berpengaruh terhadap rasa nyaman penumpang. Namun, perbedaan konteks layanan dan karakteristik penumpang menjadikan penelitian ini kurang representatif untuk menggambarkan dinamika ruang kabin pesawat yang jauh lebih kompleks, terutama terkait tekanan waktu, keterbatasan ruang, dan situasi darurat.

Terakhir, Dewi (2023) melakukan penelitian mengenai *pengaruh komunikasi pramugari terhadap persepsi citra maskapai pada penerbangan domestik*. Dalam hasilnya, komunikasi yang sopan, ramah, dan profesional terbukti memperkuat citra maskapai di mata pelanggan. Namun, penelitian ini lebih berfokus pada *brand image* daripada dimensi kepercayaan. Artinya, meskipun komunikasi dipandang penting, penelitian tersebut belum mendalami bagaimana komunikasi interpersonal membentuk *trust* sebagai sesuatu yang bersifat personal dan mendalam. Selain itu, pendekatan kuantitatif membuatnya kurang menggambarkan nuansa emosional dalam interaksi antar individu.

Berdasarkan uraian kelima penelitian terdahulu di atas, terlihat bahwa mayoritas penelitian masih menempatkan komunikasi dalam kerangka umum pelayanan atau pemasaran. Belum banyak kajian yang secara spesifik dan mendalam mengeksplorasi *komunikasi interpersonal pramugari sebagai alat strategis membangun kepercayaan penumpang* dalam konteks maskapai baru seperti Pelita Air. Oleh karena itu, penelitian ini hadir dengan pendekatan kualitatif yang memberi ruang untuk memahami makna, pola, dan dinamika komunikasi interpersonal dalam interaksi nyata antara pramugari dan penumpang. Penelitian ini menempatkan kepercayaan bukan hanya sebagai efek dari pelayanan, tetapi sebagai hasil langsung dari kualitas relasi interpersonal yang terbangun selama penerbangan berlangsung.

Berdasarkan latar belakang serta hasil kajian penelitian terdahulu yang telah dipaparkan, maka Rumusan Masalah dalam penelitian ini ialah: 1. Bagaimana bentuk dan strategi komunikasi interpersonal yang dilakukan oleh pramugari dalam membangun kepercayaan penumpang di maskapai Pelita Air ? dan 2. Apa saja faktor pendukung dan penghambat dalam proses komunikasi interpersonal pramugari yang berdampak terhadap terbentuknya kepercayaan penumpang ?

Sejalan dengan rumusan tersebut, penelitian ini bertujuan untuk Untuk mendeskripsikan dan menganalisis praktik komunikasi interpersonal yang diterapkan oleh pramugari dalam membangun kepercayaan penumpang pada maskapai Pelita Air dan Untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mendukung dan menghambat efektivitas komunikasi interpersonal pramugari dalam menciptakan kepercayaan penumpang.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk menggambarkan secara mendalam bagaimana komunikasi interpersonal pramugari membentuk kepercayaan penumpang di maskapai Pelita Air. Pendekatan ini dipilih karena mampu menangkap makna dan pengalaman subjek penelitian secara langsung dalam konteks alami. Menurut Moleong (2021), pendekatan kualitatif memungkinkan peneliti memahami fenomena sosial dari sudut pandang partisipan secara holistik dan kontekstual.

Metode yang digunakan bersifat deskriptif, dengan tujuan memberikan gambaran faktual dan akurat mengenai strategi komunikasi interpersonal pramugari, serta faktor-faktor yang mempengaruhinya. Fokus utamanya adalah mendeskripsikan praktik komunikasi yang terjadi selama penerbangan serta dampaknya terhadap persepsi dan kepercayaan penumpang terhadap pelayanan maskapai. Pendekatan ini juga memberikan ruang untuk mengeksplorasi respons, ekspresi nonverbal, dan dinamika emosional yang muncul dalam interaksi.

Penelitian ini dilakukan di maskapai Pelita Air, dengan subjek penelitian adalah pramugari aktif yang memiliki pengalaman dalam pelayanan langsung kepada penumpang. Lokasi ini dipilih karena sebagai maskapai yang baru beroperasi secara komersial, Pelita Air masih dalam proses membangun citra dan kepercayaan publik, sehingga menjadi konteks yang tepat untuk mengkaji praktik komunikasi interpersonal dalam membentuk kepercayaan pelanggan. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi langsung, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Observasi digunakan untuk mengamati pola komunikasi yang dilakukan pramugari selama bertugas. Wawancara mendalam dilakukan untuk menggali pengalaman subjektif pramugari dalam membangun relasi interpersonal. Dokumentasi digunakan sebagai pendukung untuk memperkuat data yang telah dikumpulkan, seperti pedoman pelayanan atau materi pelatihan internal maskapai.

Analisis data menggunakan model Miles dan Huberman (2020), yang terdiri dari reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Data yang dikumpulkan disusun dalam narasi tematik dan kemudian diverifikasi melalui teknik triangulasi sumber agar validitasnya terjaga. Peneliti membandingkan

hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi untuk memastikan konsistensi dan kedalaman informasi. Melalui pendekatan ini, penelitian diharapkan mampu memberikan pemahaman yang menyeluruh tentang bagaimana komunikasi interpersonal dijalankan oleh pramugari, serta bagaimana hal tersebut berkontribusi terhadap pembentukan kepercayaan penumpang di lingkungan kerja yang kompleks seperti kabin pesawat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Komunikasi Interpersonal Pramugari dalam Membangun Kepercayaan Penumpang

Berdasarkan hasil observasi langsung dan wawancara mendalam yang dilakukan terhadap lima orang pramugari aktif maskapai Pelita Air, diperoleh gambaran utuh mengenai pola komunikasi interpersonal yang mereka bangun dalam menjalankan tugas pelayanan. Proses komunikasi yang terjadi tidak berlangsung dalam suasana ideal, melainkan berada dalam ruang kerja yang dinamis, penuh tekanan waktu, dan interaksi yang terus berubah. Namun demikian, para pramugari mengaku bahwa membangun hubungan yang hangat dan penuh kepercayaan dengan penumpang bukan sekadar bagian dari SOP, melainkan sudah menjadi *insting profesional* yang mereka bentuk melalui pengalaman dan latihan berulang. Dalam konteks ini, komunikasi interpersonal bukan lagi sebatas menyampaikan informasi, tetapi telah berkembang menjadi keterampilan sosial yang memiliki dimensi psikologis dan emosional.

Dari wawancara yang dilakukan, seluruh responden menyampaikan bahwa bentuk komunikasi yang paling sering mereka gunakan adalah kombinasi antara komunikasi verbal yang sopan dan ramah, serta komunikasi nonverbal yang mengandung makna empatik. Salah satu pramugari menyampaikan bahwa senyum bukan sekadar simbol keramahan, tetapi juga bentuk *nonverbal cue* yang memberi penumpang rasa aman, terutama saat mereka tampak tegang sebelum lepas landas. Ekspresi wajah yang tenang, intonasi suara yang lembut namun tegas, serta bahasa tubuh yang terbuka menjadi elemen penting dalam komunikasi sehari-hari mereka. Hal ini sejalan dengan pendapat Wahyuni (2023) yang menyatakan bahwa kepercayaan dapat dibangun melalui bahasa tubuh yang konsisten dan empatik, karena penumpang lebih mudah menangkap *vibe* ketulusan daripada sekadar kalimat sopan.

Di sisi komunikasi verbal, pramugari Pelita Air terbiasa menggunakan bahasa yang sederhana, bersahabat, namun tetap menjaga profesionalisme. Salah satu contoh nyata yang ditemukan dalam observasi adalah saat terjadi *delay* penerbangan selama 45 menit akibat cuaca buruk, pramugari memberikan penjelasan kepada penumpang dengan bahasa yang tenang namun tidak kaku, disertai permintaan maaf yang tulus dan menjelaskan situasi aktual secara jujur tanpa menutupi informasi. Penumpang yang awalnya gelisah mulai tampak tenang setelah mendapat penjelasan yang manusiawi. Ini memperlihatkan bahwa transparansi dan keterbukaan dalam komunikasi menjadi bentuk kejujuran yang justru memperkuat rasa percaya penumpang, seperti yang juga ditegaskan oleh Ardiansyah (2022) bahwa kepercayaan pelanggan dalam layanan publik dibangun atas dasar komunikasi yang tidak manipulatif.

Strategi lain yang ditemukan adalah penerapan komunikasi personal dalam interaksi pendek. Meskipun waktu interaksi antara pramugari dan penumpang sering kali singkat, mereka mengupayakan sentuhan personal dengan menyapa penumpang berdasarkan nama (terutama di kelas bisnis), memperhatikan kebutuhan khusus penumpang lanjut usia, atau bahkan sekadar mengingat penumpang yang sebelumnya pernah menggunakan layanan mereka. Hal ini menunjukkan bahwa strategi *personalization* dalam komunikasi merupakan cara yang efektif dalam membangun kepercayaan emosional. Dalam wawancara, salah satu pramugari menyebutkan:

“Kalau saya bisa mengingat wajah penumpang yang pernah saya layani sebelumnya, lalu menyapa mereka kembali, biasanya mereka langsung tersenyum dan merasa nyaman. Itu yang saya percaya bisa bikin mereka ingat layanan kita.”

Lebih jauh, ditemukan bahwa pelatihan internal dari maskapai juga memengaruhi cara pramugari berkomunikasi. Berdasarkan dokumentasi dan wawancara, setiap pramugari wajib mengikuti pelatihan komunikasi interpersonal berbasis empati minimal dua kali setahun. Pelatihan tersebut tidak hanya mengajarkan teknik komunikasi, tetapi juga memberikan simulasi kondisi nyata, seperti menghadapi penumpang yang marah, penumpang dengan gangguan kecemasan, atau situasi darurat dalam kabin. Dari hasil pengamatan, terlihat bahwa kemampuan pramugari dalam mengendalikan emosi dan tetap tenang menjadi bekal penting dalam membangun kepercayaan. Kemampuan ini bukan sesuatu yang instan,

melainkan hasil dari latihan terus-menerus dan refleksi atas pengalaman kerja. Hal ini memperkuat temuan Mariana (2023) bahwa kemampuan interpersonal dalam layanan publik tidak hanya bersumber dari kepribadian, tetapi juga dibentuk oleh sistem pelatihan yang berkelanjutan.

Namun, terdapat pula tantangan nyata yang dihadapi pramugari dalam menjalankan komunikasi interpersonal. Salah satu tantangan terbesar yang disebutkan adalah kondisi penumpang yang sedang dalam tekanan emosional tinggi, seperti rasa takut terbang, marah karena keterlambatan, atau kelelahan dari perjalanan panjang. Dalam kondisi tersebut, pramugari dituntut untuk menjadi pendengar yang baik sekaligus pemberi solusi yang tenang. Tidak jarang mereka harus menghadapi ucapan kasar atau keluhan yang dilontarkan secara emosional. Dari wawancara, salah satu pramugari menyampaikan:

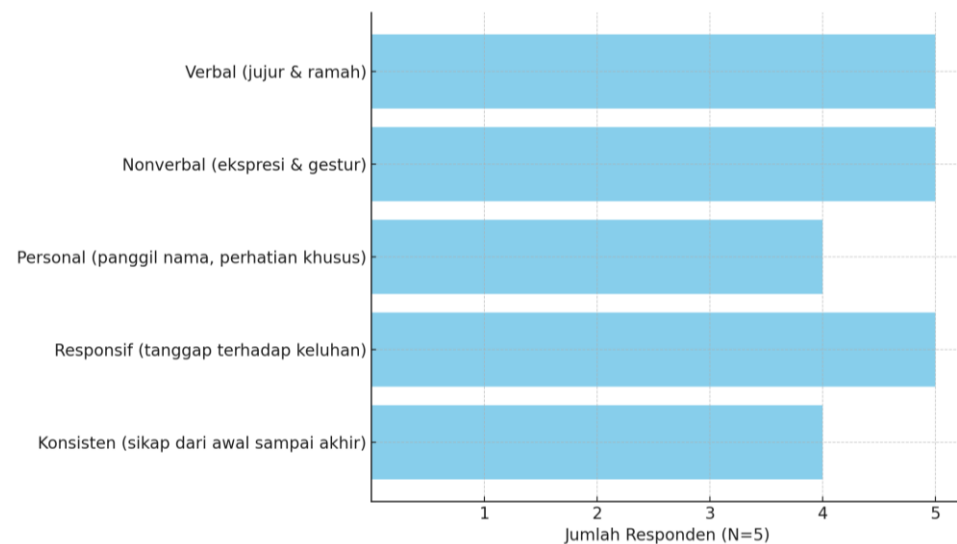
“Saya pernah dimarahi penumpang karena delay, padahal saya juga baru dapat info dari pilot. Tapi saya tetap diam dulu, lalu setelah itu saya beri penjelasan pelan-pelan.”

Situasi ini menggambarkan bagaimana kesabaran dan kontrol diri menjadi bagian tak terpisahkan dari strategi komunikasi interpersonal, sekaligus menjadi pembeda antara pelayanan mekanis dan pelayanan yang berjiwa.

Data juga menunjukkan bahwa kepercayaan tidak selalu terbentuk secara langsung dalam satu kali penerbangan. Dalam banyak kasus, kepercayaan muncul dari konsistensi perlakuan yang berulang, yang kemudian membentuk persepsi positif terhadap maskapai secara keseluruhan. Oleh karena itu, strategi komunikasi interpersonal yang efektif tidak hanya bermanfaat bagi hubungan jangka pendek selama penerbangan, tetapi juga memberikan dampak jangka panjang dalam membangun loyalitas penumpang. Penumpang yang merasa dihargai secara personal cenderung akan kembali menggunakan jasa maskapai yang sama, bahkan merekomendasikannya kepada orang lain. Hal ini sesuai dengan temuan Fitriani (2023) bahwa *interpersonal trust* yang dibangun secara langsung memiliki efek lebih kuat terhadap *customer retention* dibanding promosi atau harga murah.

Untuk memperkuat temuan ini, peneliti merangkum hasil wawancara dalam bentuk visual guna menunjukkan aspek komunikasi interpersonal apa saja yang paling sering dilakukan oleh pramugari dalam membangun kepercayaan penumpang. Berikut adalah visualisasi data yang menggambarkan frekuensi penerapan strategi komunikasi interpersonal oleh kelima responden:

Gambar 1. Strategi Komunikasi Interpersonal Pramugari Pelita Air berdasarkan Frekuensi Responden



Sumber: Hasil wawancara peneliti (2025)

Dari grafik tersebut, dapat dilihat bahwa seluruh pramugari (5 dari 5 responden) secara konsisten menerapkan komunikasi verbal yang jujur dan ramah serta komunikasi nonverbal yang mencerminkan ketenangan dan keterbukaan. Responsif terhadap keluhan penumpang juga menjadi strategi yang dominan dilakukan oleh semua pramugari. Sementara itu, pendekatan personal dan konsistensi sikap selama penerbangan sedikit lebih bervariasi, tergantung pada konteks interaksi dan karakter penumpang yang dihadapi. Strategi personalisasi sering dilakukan pada penumpang yang memang terlihat membutuhkan

perhatian khusus, namun mungkin tidak selalu bisa diterapkan secara menyeluruh dalam kondisi penerbangan padat atau sibuk.

Hasil ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi interpersonal tidak dilakukan secara seragam pada setiap situasi, tetapi sangat kontekstual dan adaptif. Para pramugari menyesuaikan cara mereka berkomunikasi dengan membaca ekspresi, bahasa tubuh, dan kebutuhan emosional penumpang. Artinya, kepercayaan dibangun bukan hanya dari “apa yang dikatakan”, melainkan dari “bagaimana itu disampaikan” dan “dalam kondisi apa itu terjadi”. Dalam hal ini, komunikasi interpersonal yang efektif tidak bisa dilepaskan dari sensitivitas sosial dan emosional awak kabin terhadap situasi yang berlangsung di dalam penerbangan.

Berdasarkan keseluruhan temuan ini, dapat disimpulkan bahwa bentuk komunikasi interpersonal pramugari di maskapai Pelita Air mencerminkan perpaduan antara teknik profesional, sentuhan empatik, dan pengalaman emosional yang bersifat manusiawi. Strategi komunikasi mereka tidak hanya melibatkan penguasaan teknis, tetapi juga kesadaran emosional dalam merespons setiap situasi dan tipe penumpang yang berbeda. Dengan menempatkan kepercayaan sebagai tujuan jangka panjang, pramugari menjadikan komunikasi interpersonal sebagai sarana untuk menumbuhkan rasa aman, dihargai, dan nyaman bagi penumpang. Maka, kepercayaan yang terbentuk bukan semata-mata dari informasi yang disampaikan, melainkan dari kesan emosional yang ditinggalkan oleh interaksi yang tulus.

2. Faktor Pendukung dan Penghambat Komunikasi Interpersonal Pramugari dalam Membangun Kepercayaan Penumpang

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi lapangan, ditemukan bahwa praktik komunikasi interpersonal pramugari di maskapai Pelita Air tidak berdiri sendiri, melainkan dipengaruhi oleh sejumlah faktor pendukung dan hambatan yang berperan secara signifikan. Faktor-faktor ini muncul dari sisi individu pramugari, lingkungan kerja, hingga kebijakan internal perusahaan. Dalam pelaksanaan komunikasi sehari-hari di kabin, pramugari sering kali harus beradaptasi dengan kondisi dinamis, baik dari segi teknis penerbangan maupun karakteristik penumpang yang beragam. Oleh karena itu, pemahaman terhadap elemen-elemen yang memperkuat atau justru menghambat efektivitas komunikasi menjadi penting untuk dianalisis secara mendalam.

1. Faktor Pendukung

Salah satu faktor pendukung yang paling dominan adalah kemampuan empati dan sensitivitas sosial yang dimiliki oleh pramugari itu sendiri. Berdasarkan hasil wawancara, seluruh responden mengaku bahwa membangun kepekaan terhadap kebutuhan penumpang adalah hal yang mereka pelajari tidak hanya dari pelatihan, tetapi juga dari pengalaman sehari-hari. Pramugari yang memiliki empati tinggi lebih mudah menangkap sinyal-sinyal nonverbal dari penumpang, seperti ketegangan wajah, kebingungan, atau ketidaknyamanan. Kemampuan inilah yang memungkinkan mereka menyusun respon yang tepat dan personal. Seperti yang diungkapkan oleh salah satu pramugari:

“Saya tidak selalu tahu apa masalah penumpang, tapi sering kali dari cara dia duduk atau menatap, saya bisa tahu dia gelisah, dan saya mulai bicara pelan-pelan.”

Faktor kedua yang turut mendukung adalah pelatihan rutin dan standarisasi komunikasi interpersonal dari maskapai. Berdasarkan dokumen internal yang ditinjau, Pelita Air mewajibkan seluruh pramugari mengikuti *refreshment training* dua kali setahun yang fokus pada aspek komunikasi, pelayanan, dan penanganan situasi darurat. Dalam pelatihan ini, pramugari dibekali simulasi interaksi interpersonal dengan berbagai tipe penumpang, termasuk bagaimana menghadapi penumpang marah, cemas, atau memiliki kebutuhan khusus. Hal ini menunjukkan bahwa kompetensi komunikasi tidak dibentuk secara alamiah semata, tetapi dibangun dan diasah secara sistematis oleh institusi. Temuan ini sejalan dengan pandangan Mariana (2023) bahwa keberhasilan komunikasi interpersonal dalam layanan publik sangat dipengaruhi oleh kualitas pelatihan yang diberikan secara berkelanjutan.

Faktor pendukung lainnya adalah suasana kerja tim awak kabin yang solid dan saling mendukung. Dari observasi, tampak bahwa koordinasi antarpramugari dan pramugara selama penerbangan sangat berpengaruh terhadap kelancaran interaksi dengan penumpang. Ketika terjadi insiden kecil seperti penumpang yang marah karena kursinya tidak sesuai, pramugari tidak bekerja sendiri, tetapi dibantu rekan

lain untuk menenangkan situasi. Dukungan tim ini menciptakan ruang aman bagi pramugari untuk tetap tenang dan fokus dalam menyampaikan komunikasi yang empatik. Seorang pramugari menyatakan:

"Kalau saya merasa tidak sanggup tangani satu penumpang, saya bisa minta rekan saya bantu, kami saling back-up."

2. Faktor Penghambat

Di sisi lain, terdapat pula sejumlah hambatan yang mengganggu efektivitas komunikasi interpersonal. Hambatan pertama yang paling sering disebutkan adalah tekanan waktu dan kondisi kerja yang padat. Dalam penerbangan dengan waktu singkat dan jumlah penumpang penuh, pramugari sering tidak memiliki cukup waktu untuk membangun komunikasi yang personal. Hal ini menyebabkan beberapa interaksi menjadi bersifat prosedural dan kaku. Kondisi seperti ini mempersulit pramugari untuk membangun koneksi emosional dengan penumpang. Seperti diungkapkan salah satu responden:

"Kadang saya ingin tanya keadaan penumpang lebih jauh, tapi waktunya nggak cukup, apalagi kalau turbulence atau layanan makan berbarengan."

Faktor penghambat lain yang cukup signifikan adalah emosi atau sikap penumpang itu sendiri. Berdasarkan pengalaman para pramugari, tidak semua penumpang bersikap terbuka atau ramah. Beberapa bahkan bersikap defensif, kasar, atau terlalu sensitif terhadap hal-hal kecil. Dalam kondisi seperti ini, pramugari harus ekstra sabar dan hati-hati dalam menyampaikan informasi agar tidak memperburuk suasana. Ada kalanya juga pramugari mengalami tekanan emosional dari perlakuan tidak menyenangkan, yang kemudian berdampak pada komunikasi dengan penumpang lainnya. Hal ini memperkuat temuan Wahyuni (2023) bahwa hubungan interpersonal dalam layanan publik sangat dipengaruhi oleh karakteristik pelanggan yang dilayani.

Selain itu, terdapat pula hambatan yang berasal dari keterbatasan kebijakan perusahaan dalam memberikan ruang improvisasi komunikasi. Meskipun SOP dirancang untuk menjamin keseragaman layanan, beberapa pramugari menyampaikan bahwa kebijakan tersebut kadang membuat mereka tidak leluasa dalam memberikan pendekatan komunikasi yang lebih fleksibel. Misalnya, dalam kasus pengembalian tempat duduk atau pengaturan ulang makanan khusus, pramugari harus mengikuti alur komunikasi resmi dan tidak bisa langsung membuat keputusan berdasarkan inisiatif pribadi, meskipun niatnya baik. Hal ini menyebabkan komunikasi menjadi kaku dan formal, sehingga kepercayaan penumpang tidak terbentuk dengan baik. Sebagaimana disampaikan oleh salah satu pramugari:

"Kadang saya tahu ini bisa diselesaikan cepat, tapi SOP-nya harus konfirmasi dulu ke purser atau pilot, jadi nggak langsung selesai."

Dari seluruh temuan di atas dapat disimpulkan bahwa komunikasi interpersonal pramugari sangat dipengaruhi oleh berbagai faktor internal dan eksternal. Kemampuan empati, pelatihan yang berkelanjutan, dan dukungan tim menjadi pendorong utama terbentuknya komunikasi yang membangun kepercayaan. Sementara itu, tekanan waktu, sikap penumpang yang negatif, dan keterbatasan ruang improvisasi komunikasi menjadi hambatan yang perlu diantisipasi. Maka, strategi penguatan komunikasi interpersonal tidak cukup hanya dengan pelatihan teknis, tetapi juga perlu perbaikan sistem kerja yang memberikan ruang fleksibilitas dan dukungan emosional bagi pramugari dalam menjalankan perannya.

SIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, bentuk komunikasi interpersonal yang diterapkan pramugari Pelita Air dalam membangun kepercayaan penumpang mencakup perpaduan antara komunikasi verbal dan nonverbal yang berlandaskan empati, ketulusan, serta profesionalisme. Komunikasi verbal ditunjukkan melalui penggunaan bahasa yang sopan, transparan, dan menenangkan, terutama dalam situasi menenangkan seperti keterlambatan atau turbulensi. Sementara komunikasi nonverbal diwujudkan melalui ekspresi wajah ramah, kontak mata yang hangat, nada suara lembut, dan bahasa tubuh terbuka yang menciptakan rasa aman bagi penumpang. Strategi yang digunakan meliputi pendekatan personal (personalization), responsivitas terhadap kebutuhan penumpang, serta penerapan pelatihan komunikasi empatik yang rutin dilakukan oleh maskapai. Dengan demikian, komunikasi interpersonal pramugari bukan sekadar rutinitas pelayanan,

melainkan instrumen emosional yang berperan besar dalam membangun rasa percaya dan kenyamanan penumpang selama penerbangan berlangsung.

Faktor pendukung utama keberhasilan komunikasi interpersonal pramugari dalam membangun kepercayaan penumpang antara lain kemampuan empati, pengalaman kerja yang tinggi, serta dukungan pelatihan komunikasi interpersonal berbasis empati yang diselenggarakan secara rutin oleh pihak maskapai. Selain itu, sinergi dan kerja sama antar awak kabin juga menciptakan lingkungan kerja yang kondusif bagi penerapan komunikasi yang efektif dan menyenangkan. Di sisi lain, hambatan yang dihadapi meliputi tekanan waktu akibat padatnya jadwal layanan, kondisi emosional penumpang yang tidak stabil, serta keterbatasan fleksibilitas kebijakan perusahaan yang membuat pramugari tidak selalu dapat melakukan improvisasi komunikasi secara spontan. Hambatan-hambatan tersebut menunjukkan bahwa efektivitas komunikasi interpersonal sangat dipengaruhi oleh keseimbangan antara kompetensi individu dan sistem pendukung organisasi. Oleh karena itu, membangun kepercayaan penumpang tidak dapat dicapai hanya melalui kemampuan personal, tetapi juga membutuhkan kebijakan dan budaya kerja yang memberi ruang bagi komunikasi humanis dan adaptif.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian, disarankan agar maskapai Pelita Air memperkuat pelatihan komunikasi interpersonal dengan pendekatan psikologis dan studi kasus nyata agar pramugari mampu beradaptasi dengan berbagai tipe penumpang secara lebih empatik dan fleksibel. Pihak maskapai juga perlu meninjau kembali kebijakan operasional yang terlalu kaku agar pramugari memiliki ruang improvisasi dalam mengambil keputusan komunikasi di situasi tertentu tanpa harus menunggu persetujuan berlapis. Selain itu, penting untuk menyediakan dukungan emosional bagi awak kabin melalui program konseling internal atau sesi refleksi kerja guna menjaga stabilitas psikologis mereka dalam menghadapi tekanan di lingkungan penerbangan. Penelitian selanjutnya disarankan untuk mengkaji hubungan antara komunikasi interpersonal pramugari dan loyalitas jangka panjang penumpang, sehingga hasilnya dapat menjadi landasan strategis bagi pengembangan budaya pelayanan yang berorientasi pada nilai-nilai humanis dan kepercayaan pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, R., Putra, N., & Lestari, D. (2023). *Kompetensi Awak Kabin dan Pengaruhnya terhadap Niat Beli Ulang Penumpang pada Maskapai Domestik*. *Jurnal Pemasaran dan Layanan Transportasi*, 12(1), 45–58.
- Akh. Muwafik Saleh. (2021). *Komunikasi Pelayanan Publik*. Yogyakarta: Intrans Publishing.
- Ardiansyah, R. (2022). *Pembentukan Kepercayaan Pelanggan dalam Layanan Transportasi Udara: Peran Komunikasi dan Kredibilitas*. *Jurnal Komunikasi Layanan Publik*, 10(2), 99–112.
- Arswani, F. (2022). *Citra Maskapai dan Pelayanan Manusiawi sebagai Pembentuk Brand Image dalam Industri Penerbangan*. *Jurnal Komunikasi dan Bisnis*, 8(3), 210–222.
- Ascharisa Mettasatya, Afrilia; An. (2020). *Buku Ajar Komunikasi Interpersonal*. Pustaka Rumah C1nta.
- Bakir, A. (2024). *Kualitas Interaksi Personal dan Persepsi Layanan dalam Industri Penerbangan Modern*. *Jurnal Psikologi Pelayanan*, 15(1), 55–67.
- Dewi, N. P. (2023). *Pengaruh Komunikasi Pramugari terhadap Persepsi Citra Maskapai pada Penerbangan Domestik*. *Jurnal Ilmu Komunikasi dan Branding*, 9(2), 134–148.
- Febrianti, S. (2023). *Komunikasi Efektif sebagai Pembentuk Hubungan Emosional dalam Layanan Pelanggan*. *Jurnal Komunikasi dan Interaksi Sosial*, 7(1), 23–36.
- Fitriani, R. (2023). *Peran Interpersonal Trust terhadap Loyalitas dan Retensi Pelanggan pada Layanan Jasa*. *Jurnal Manajemen dan Komunikasi Pelanggan*, 11(3), 155–170.

- Hidayat, M. (2024). *Perceived Value dan Loyalitas Emosional Penumpang terhadap Layanan Interpersonal Maskapai*. *Jurnal Manajemen Transportasi dan Pelayanan*, 13(1), 77–90.
- Karwur, S., & Ceasarani, M. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Pramugari terhadap Kepuasan Penumpang di Maskapai Batik Air*. *Jurnal Pariwisata dan Transportasi*, 5(2), 101–113.
- Kurniawan, R. (2020). *Faktor Komunikasi Interpersonal dan Pengaruhnya terhadap Kepercayaan Konsumen pada Layanan Publik*. *Jurnal Komunikasi dan Pelayanan Publik*, 6(1), 49–61.
- Mariana, E. (2023). *Pelatihan Komunikasi Interpersonal dan Dampaknya terhadap Penurunan Konflik dalam Layanan Publik*. *Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia dan Pelayanan*, 8(4), 188–202.
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (2020). *Analisis Data Kualitatif: Buku Sumber tentang Metode-Metode Baru*. Jakarta: UI Press.
- Moleong, L. J. (2021). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Mustika, D. (2021). *Kegagalan Komunikasi Interpersonal dan Pengaruhnya terhadap Persepsi Keamanan Pelanggan*. *Jurnal Psikologi dan Komunikasi Layanan*, 9(3), 142–155.
- Nisa, K. (2024). *Relasi Manusiawi dan Pembentukan Kepercayaan Jangka Panjang dalam Layanan Jasa*. *Jurnal Ilmu Komunikasi dan Relasi Pelanggan*, 14(2), 101–114.
- Nurdin, Ali. (2020). *Teori Komunikasi Interpersonal: Disertai Contoh Fenomena Praktis*. Jakarta: Kencana.
- Nurhalimah, A. (2021). *Aspek Relasional dalam Keputusan Pembelian Ulang Konsumen Industri Jasa Penerbangan*. *Jurnal Ekonomi dan Komunikasi Bisnis*, 10(2), 89–101.
- Park, J. (2021). *Emotional Trust dan Pengaruhnya terhadap Loyalitas Pelanggan dalam Industri Layanan Global*. *International Journal of Service Communication*, 9(4), 250–264.
- Puspitasari, L. (2022). *Human Touch sebagai Diferensiasi Layanan dalam Industri Transportasi Udara*. *Jurnal Inovasi Pelayanan dan Humaniora*, 8(2), 66–79.
- Putri, M. A. (2021). *Humanized Service dan Loyalitas Pelanggan di Era Digitalisasi Layanan*. *Jurnal Komunikasi dan Perilaku Konsumen*, 7(2), 145–158.
- Sari, D. (2020). *Kajian Komunikasi Interpersonal dalam Industri Jasa dan Pengaruhnya terhadap Kepuasan Pelanggan*. *Jurnal Ilmu Komunikasi dan Pelayanan Publik*, 5(3), 211–224.
- Setiawan, B. (2024). *Keterlibatan Emosional dan Kepercayaan Pelanggan pada Layanan Interpersonal di Industri Transportasi Udara*. *Jurnal Psikologi dan Layanan*, 15(2), 90–104.
- Surya, A. (2025). *Pelatihan Komunikasi Interpersonal dan Peningkatan Persepsi Layanan pada Transportasi Massal Transjakarta*. *Jurnal Komunikasi Publik dan Transportasi*, 12(1), 33–47.
- Sutanto, H. (2022). *Hubungan Interpersonal dan Kepuasan Pelanggan dalam Perspektif Psikologi Layanan*. *Jurnal Psikologi Konsumen dan Pelayanan*, 10(2), 118–132.
- Wahyuni, R. (2023). *Nonverbal Cues dan Pembentukan Kepercayaan pada Interaksi Layanan Publik*. *Jurnal Komunikasi Interpersonal dan Budaya*, 11(1), 72–84.