

Hubungan kepuasan komunikasi call center dengan efektifitas komunikasi kepada customer Garuda Indonesia = Call center's communication satisfaction in relation with communication effectiveness to Garuda Indonesia's customer

Hendraruliantio Miadji Rahardjowibowo, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=110205&lokasi=lokal>

Abstrak

Dalam pengelolaan perusahaan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan, perlu dilakukan komunikasi dengan lingkungan dimana perusahaan berada. Komunikasi dimaksudkan untuk saling bertukar informasi, pelayanan, produk yang tujuan akhirnya adalah pencapaian laba perusahaan. Tanpa komunikasi dengan lingkungan, perusahaan tidak akan dikenal dan tidak dapat memindahkan kepemilikan produk yang diproduksinya kepada masyarakat yang membutuhkan.

Garuda Indonesia perlu melakukan komunikasi dengan lingkungan bisnisnya untuk memperkenalkan dan mempromosikan produknya kepada khalayak yang menjadi segmen pasar sasaran. Komunikasi dilakukan melalui berbagai metoda dan media. Salah satu metoda komunikasi Garuda dengan khalayak adalah dengan melalui unit call center.

Call center Garuda bukan merupakan in-house call center melainkan outsourced kepada perusahaan lain yaitu Infomedia. Infomedia sendiri tidak memiliki karyawan, melainkan outsourced ke perusahaan penyedia sumber daya manusia milik swasta. Unit call center yang bukan merupakan unit interal organisasi perusahaan Garuda diintegrasikan ke dalam organisasi sehingga seolah menjadi subsistem dari sistem perusahaan secara keseluruhan. Unit yang sebenarnya khalayak eksternal perusahaan diintegrasikan menjadi khalayak internal perusahaan sehingga diharapkan dapat berkomunikasi secara efektif dengan khalayak eksternal yang menjadi target pasar.

Komunikasi antara Garuda dengan karyawan call center secara formal akan mempengaruhi kepuasan komunikasi yang dirasakan karyawan dalam lingkungan komunikasinya. Bila komunikasi yang dilakukan Garuda dapat memberikan kepuasan komunikasi kepada karyawan call center, maka karyawan tersebut akan bereaksi dengan Cara melakukan komunikasi secara efektif kepada cusromer Garuda yang melakukan kontak telepon dengan call center. Hipotesis yang dikemukakan di sini adalah adanya hubungan positif antara kepuasan komunikasi call center dengan efektifitas komunikasi call center kepada customer Garuda.

Dari hasil penelitian dengan melakukan wawancara kepada pejabat Garuda dan pejabat Infomedia, dan pengisian kuesioner oleh 100 orang responden karyawan call center, dilakukan perhitungan regresi terhadap data yang diperoleh dan hasilnya variabel kepuasan komunikasi tidak mempengaruhi variabel efektifitas komunikasi, sehingga hipotesis penelitian ditolak.

Selanjutnya dilakukan analisis faktor terhadap kedua variabel, dan variabel kepuasan komunikasi layak dianalisis faktor menjadi 4 faktor, sedangkan variabel efektifitas komunikasi tidak diekstraksi lebih lanjut.

Keempat faktor hasil analisis faktor dianalisis regresi terhadap variabel efektifitas komunikasi dan hasilnya menunjukkan keempat variabel yang merupakan pengelompokan indikator dalam variabel kepuasan komunikasi, tidak mempengaruhi efektifitas komunikasi, bahkan 2 variabel diantaranya menunjukkan kecenderungan menjadi variabel tergantung dan dipengaruhi oleh efektifitas komunikasi. Dengan demikian hipotesis penelitian juga ditolak.

Kata kunci : integrasi, kepuasan komunikasi, efektifitas komunikasi

<hr>

In a common corporate operational management to reach its goals, organization need to communicate with its environment. Communication aimed to exchange information, services, products and the ultimate objectives is corporate profitability.

Without communicating to the environment, no one will know the company and the impact is the company will never exchange its products to the society who needed it. Garuda Indonesia as a national flag carrier must communicate with its business environment to introduce and promote its products to its market segments. Communication held through various methods and media. One of the methods is communication through call center.

Garuda call center is not an in-house unit but outsourced to other company that is Infomedia Nusantara. The employees are not employed by Infomedia either, but they employed by other human resources provider company. The call center unit which is not an internal unit in the Garuda's organization was integrated into the Garuda organization to be a subsystem in the company system. This external unit to be integrated into internal unit to effectively communicate to the target market.

Communication between Garuda with callcenter employee formally will drive employee's communication satisfaction perceived by employee in its communication environment. When Garuda communicate satisfy call center then call center will respond with communicate effectively to customer. This become the hypothesis of the research that there is a positive relationship between call center's communication satisfaction with call center communication effectiveness to Garuda customer.

Data from field research that gathered through interview and questionnaire, analyzed by regression analysis to find out a positive relationship between communication satisfaction and communication effectiveness variables. The result of regression analysis is that there is no connection between the two variables, meaning research hypothesis rejected.

To simplify communication satisfaction indicators, scholars conduct a factor analysis and the variable grouped into 4 factors. Those 4 factors treated as four new variables and analyzed for regression with effectiveness variable. The result is that 4 variables do not correlate communication effectiveness, and 2 variables show a trend to be a dependent variables and depends to communication effectiveness. With the result of partial t-test that is not significant, research hypothesis is rejected.

Keywords : integrated, communication satisfaction, communication effectiveness.</i>