

# ANALISIS SEMIOTIKA SERAGAM PRAMUGARI SEBAGAI CITRA PERUSAHAAN MASKAPAI BATIK AIR

<sup>1</sup>Nanik Rianandita Sari, <sup>2</sup>Nur Makkie Perdana Kusuma

Sekolah Tinggi Teknologi Kedirgantaraan Yogyakarta

## Abstrak

Perusahaan penerbangan merupakan perusahaan yang memberikan pelayanan bidang jasa. Tingginya pengguna layanan transportasi udara, membuat pertumbuhan maskapai di Indonesia meningkat. Meningkatnya pertumbuhan maskapai menunjukkan bahwa maskapai dapat memberikan pelayanan prima kepada konsumen yaitu penumpang. Salah satu jasa pelayanan yang diberikan oleh maskapai adalah jasa pelayanan pramugari. Pramugari yang merupakan salah satu brand image dari maskapai harus dapat menjaga dan menunjukkan citra maskapai. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui makna seragam pramugari sebagai citra perusahaan maskapai Batik Air. Metoda dalam menganalisis permasalahan yaitu dengan menggunakan teknik srudi literatur dan studi lapangan, dalam menganalisis pemaknaan menggunakan metode Roland Barthes. Hasil dari analisis yaitu seragam yang dikenakan terdapat penanda-penanda yang dapat diidentifikasi antara lain seragam yang dikenakan yang terdiri dari kebaya putih dengan bordir tepi, ber lengan tiga perempat dengan paduan bawahan kain batik Kaeng Manado. Penanda-penanda ini, pada semiologis tingkat pertama (denotasi), seragam two piece. Kemudian pada tataran kedua (konotasi) seluruh perangkat penanda beserta petandanya dari seragam pramugari Batik Air yang memiliki makna yaitu penampilan yang "dinamis" dan "resmi". Pada tahapan pemaknaan mitos, pramugari dipresentasikan sebagai citra dari perusahaan penerbangan yang cantik, ramah, sopan, dan cekatan. Dapat disimpulkan bahwa denotasi maupun konotasi dapat dimanfaatkan untuk menganalisa proses produksi makna seragam pramugari Batik Air yang merupakan sebagai Citra Perusahaan.

**Kata Kunci :** Semiotika, Makna, Pramugari, Citra, Batik Air

## Abstract

Airline companies are companies that provide services. The high number of users of air transportation services has made the growth of airlines in Indonesia increase. The increasing growth of airlines shows that airlines can provide excellent service to consumers, namely passengers. One of the services provided by airlines is flight attendant services. The flight attendant who is one of the brand images of the airline must be able to maintain and show the airline's image. The purpose of this study was to determine the meaning of the flight attendant uniform as the corporate image of Batik Air airline. The method in analyzing the problem is by using literature study techniques and field studies, in analyzing meaning using the Roland Barthes method. The results of the analysis are that the uniform worn has identifiable markers, including the uniform worn which consists of a white kebaya with embroidered edges, three-quarter sleeves with a blend of Kaeng Manado batik. These markers, at the first level of semiology (denotation), are two piece uniforms. Then at the second level (connotation) all the marking devices and their markers from the Batik Air flight attendant uniform have a meaning, namely a "dynamic" and "formal" appearance. At the stage of interpreting the myth, flight attendant is presented as the image of an airline company that is beautiful, friendly, polite, and capable. It can be concluded that both denotation and connotation can be used to analyze the production process of the meaning of the Batik Air flight attendant uniform which is a corporate image.

**Keywords :** Semiotics, Meaning, Flight Attendant, Image, Batik Air

## Pendahuluan

Maraknya perusahaan penerbangan di Indonesia menunjukkan tingginya minat dari pengguna layanan transportasi udara. Semakin marak perusahaan penerbangan muncul maka semakin ketat persaingan antar perusahaan. Setiap perusahaan penerbangan berlomba menarik konsumen melalui fasilitas yang aman dan nyaman, pelayanan yang berkualitas. Perusahaan penerbangan yang bergerak di bidang jasa transportasi menciptakan lapangan pekerjaan bergerak di bidang pelayanan jasa. Pekerjaan yang bergerak di bidang pelayanan jasa semakin berkembang dengan pesat terutama karena perkembangan teknologi yang semakin maju, salah satunya adalah perusahaan yang bergerak di

<sup>1</sup>Email Address : [nanik.rianandita@sttkd.ac.id](mailto:nanik.rianandita@sttkd.ac.id)

Received 12 November 2021, Available Online 1 Desember 2021

bidang transportasi udara. Transportasi udara menyediakan layanan jasa penerbangan dengan mengantarkan penumpang dari suatu daerah ke daerah lainnya, bahkan mampu mengantarkan dari suatu negara ke negara lainnya. Hal tersebut menyebabkan masyarakat memilih jasa transportasi udara untuk melakukan perjalanan dengan keunggulan pada kecepatan dan efisiensi waktu (Yulianto, 2010). Selain dilihat dari segi kecepatan dan waktu, fasilitas yang canggih dipilih oleh masyarakat untuk menjamin keselamatan, keamanan, dan kenyamanan dari jasa transportasi udara tersebut (Marsetyawan, 2006). Menurut Chow dalam Stelios Tsafarakis (2017:1) perusahaan penerbangan tidak hanya memastikan apa yang sebenarnya pelanggan mereka inginkan dan harapkan, tetapi juga untuk mengelola sumber daya mereka sendiri dalam memenuhi harapan pelanggan mereka dengan tepat.

Memenuhi kebutuhan pelanggan terutama selama penerbangan, perusahaan penerbangan atau maskapai memberikan asisten guna membantu kebutuhan pelanggan atau penumpang selama penerbangan. Asisten penumpang selama penerbangan merupakan bagian dari petugas awak kabin. Awak kabin wanita biasa disebut pramugari, dan pria disebut pramugara. Pramugari dan pramugara merupakan petugas yang membantu penumpang selama penerbangan. Pada awalnya pramugari dan pramugara tidak hanya sebutan untuk petugas yang melayani selama penerbangan tetapi juga petugas yang melayani penumpang ketika ada di bandar udara.

Pada beberapa perusahaan penerbangan terdapat pramugari darat yang tidak memiliki kualifikasi sebagai pramugari udara; mereka bertugas memberi informasi dan memandu para penumpang pada saat keberangkatan maupun kedatangan. Akan tetapi, pada akhirnya pada beberapa perusahaan penerbangan sebutan pramugari darat ini tidak digunakan lagi dan diubah menjadi layanan penyambutan penumpang (Hutagaol, 2013:142). Banyaknya perusahaan penerbangan di Indonesia membuat persaingan pada bisnis penerbangan meningkat, setiap perusahaan berusaha untuk meningkatkan fasilitas dan pelayanannya. Setiap petugas penerbangan selalu berusaha memberikan pelayanan prima (*service excellent*). Di perusahaan penerbangan sendiri terdapat banyak petugas yang secara langsung berhubungan dengan penumpang, terdapat petugas darat (*ground handling*) dan petugas yang memberikan pelayanan selama penerbangan, pramugari. Pramugari sebagai petugas *cabin* yang secara langsung bertatap muka dengan penumpang tentunya membutuhkan kemampuan (*skill*) khusus agar tercapainya pelayanan prima (*service excellent*) selama penerbangan. Tidak hanya membutuhkan kemampuan (*skill*) khusus, pramugari juga dilengkapi dengan penampilan yang menarik, bersih sehingga membuat penumpang merasa aman dan nyaman selama penerbangan. Pelayanan dan penampilan Pramugari menjadi penting karena Pramugari merupakan salah satu *brand image* dari perusahaan penerbangan.

Pramugari sebagai *brand image* sebuah maskapai yang mana bisa dikatakan pramugari sebagai identitas perusahaan penerbangan. Identitas disebut juga sebagai simbol perusahaan, bisa berbentuk logo, motto, seragam atau lambang lainnya. Elemen-elemen utama identitas perusahaan meliputi tipe logo, warna/bentuk bangunan, atribut, sampai dengan seragam dan pakaian resmi perusahaan (Anggoro, 2000:28). Menurut Kasali (2003:110), bagi sebuah perusahaan yang bergerak di sektor jasa khususnya yang menjaga pelayanan, kredibilitas, dan keramahan manusia di dalamnya, simbol menjadi bagian yang penting. Simbol tersebut selain dimaksud agar lebih mudah diingat oleh konsumen juga agar dijiwai oleh segenap karyawannya.

### **Tinjauan Pustaka**

Pramugari sebagai pembawa citra perusahaan tentang sebagai salah satu tolak ukur konsumen atau penumpang dalam memberikan penilaian terhadap suatu perusahaan penerbangan. Setiap perusahaan penerbangan memiliki identitas yang membedakan antar satu maskapai dengan maskapai lain. Pramugari dan pramugara adalah sebuah profesi yang memiliki nilai tinggi, berintegritas tinggi, serta memiliki misi pelayanan dan keselamatan (Nunkpit, 2016:1).

Tugas utama pramugari dan pramugara adalah:

- a. Melaksanakan tugas pelayanan sesuai aturan keamanan penerbangan keamanan di dalam kabin pesawat selama penerbangan baik pada saat normal maupun keadaan darurat.
- b. Memantau dan menjaga ketertiban di kabin, mencegah tindakan penumpang yang mungkin menimbulkan gangguan (bahaya) terhadap penerbangan dan penumpang lainnya.
- c. Memandu para penumpang keluar dari pesawat terbang dalam waktu yang sangat terbatas agar terhindar dari bahaya apabila tiba-tiba terjadi kecelakaan pada saat *take off* dan *landing* ataupun pada saat *emergency landing* di darat maupun di air (Hutagaol, 2013:142).

Sebagai pembawa citra perusahaan, perusahaan harus memberikan identitas sebagai ciri dari perusahaan penerbangan tersebut. Identitas secara harfiah berarti ciri khas, tanda cap dari kepribadian yang sangat pribadi (*private*) atau tidak dimiliki oleh orang lain (Sadali, 2000:13). Sebagai identitas dari perusahaan penerbangan bisa berupa logo perusahaan dan seragam perusahaan. Seragam merupakan identitas bagi pramugari agar mudah dikenali oleh penumpang. Setiap maskapai tentu saja memiliki seragam yang berbeda agar menjadi ciri tersendiri dari maskapai tersebut. Seragam juga harus menunjang pelaksanaan pekerjaan dari pramugari yang harus cekatan tetapi anggun.

Seragam pramugari dirancang dengan baik sehingga selain menjadi kebanggaan pemakai juga dapat menunjang pramugari melakukan pekerjaan yaitu memberikan pelayanan dan menjaga keselamatan penumpang. Michael (2002: 102) mengatakan seragam dapat menyampaikan pesan pada seseorang. Seragam mengingatkan orang akan tanggung jawab suatu pekerjaan dan memberikan keyakinan untuk mendapat bantuan dari orang yang tepat. Di samping itu seragam dapat mengidentifikasi seseorang sebagai anggota suatu kelompok maupun organisasi. Seragam sepatutnya dipilih dan dibuat dengan tepat agar dapat menimbulkan rasa senang dan nyaman pemakai. Mengutip pendapat Michael (2002: 173) Seragam dikatakan tepat jika:

- a. Merupakan paduan sesuai antara gaya dan tema properti
- b. Merefleksikan tingkat formalitas organisasi
- c. Disesuaikan dengan ciri pekerjaan
- d. Nyaman dipakai (bahan dan kesesuaian ukuran)
- e. Menarik dan dapat menyanjung karyawan (gaya dan warna)
- f. Mudah untuk ditambahkan dengan aksesoris
- g. Mudah dirawat

Menurut Nelson dan Bowen (2000 : 88) "Seragam harus fungsional agar efektif". Lebih lagi, karyawan terbaik dapat memberikan saran mengenai rancangan seragam yang fungsional. Karyawan dapat memberitahu perancang mengenai ukuran kantong hams cukup besar untuk buku catatannya, serta memberikan informasi mengenai apakah kain bagian dalam terasa gatal ketika bergesekan dengan kulit. Kemudian, apakah potongan celana panjangnya membatasi gerakan; dan berbagai informasi lain yang mungkin terabaikan. Sebagai bagian seragam, alas kaki juga memiliki tantangan fungsionalnya sendiri, sepatu harus terasa nyaman ketika dikenakan karyawan selama bekerja.

Sebagai garda depan dari maskapai penerbangan, Pramugari yang merupakan pembawa citra perusahaan mencerminkan perusahaan maskapai penerbangan. Citra perusahaan adalah pemikiran pelanggan tentang citra atau gambaran menyeluruh dari perusahaan penyedia jasa berdasarkan pengalaman dan pemahaman pelanggan masing-masing, baik menyangkut jasanya ataupun tingkat reputasi dan kredibilitas yang dicapai perusahaan menurut persepsi pelanggan (Ratih, 2009). Citra perusahaan yang spesifik, memuaskan dan efektif disampaikan secara konsisten melalui usaha-usaha pemasaran dan komunikasi agar citra yang diinginkan dapat direalisasikan (Sitinjau, 2005). Penting bagi maskapai untuk memiliki citra yang baik guna menjaga konsumen tetap kembali menggunakan jasa yang diberikan oleh maskapai.

## Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif yang memahami fenomena tentang apa yang di alami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain-lain secara holistik, dan dengan cara deskripsi yaitu dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah (Moleong, 2010:6).

Penelitian yang dilakukan untuk mengetahui pemaknaan seragam Pramugari sebagai simbol perusahaan ini dilakukan berdasarkan studi literatur dan studi lapangan. Pertama-tama, penulis melakukan pendekatan studi kaji, dengan menghadiri workshop, melihat pengalaman dan pengamatan pribadi penulis di lingkungan kerja. Selain itu, penulis melakukan studi literatur, dengan mencari berbagai sumber terkait pentingnya logo dalam branding melalui media cetak, maupun elektronik. Sumber informasi diseleksi, dievaluasi, dan dijadikan pendukung dalam penulisan ini. Dalam menganalisis pemaknaan Seragam Pramugari sebagai Citra perusahaan maskapai Batik Air, penelitian ini menggunakan analisis semiotik model Roland Barthes. Roland Barthes dikenal sebagai salah seorang pemikir strukturalis yang banyak mempraktikkan model linguistik dan semiologi Saussure.

Barthes berpendapat bahasa adalah sebuah sistem tanda yang mencerminkan asumsi-asumsi dari suatu masyarakat tertentu dalam waktu tertentu (dalam Sobur, 2013:63). Barthes mengutamakan tiga hal yang menjadi inti dalam analisisnya, yaitu makna Denotatif, Konotatif, dan Mitos. Sistem pemaknaan tingkat pertama disebut dengan Denotatif, dan sistem pemaknaan tingkat kedua disebut dengan Konotatif. Denotatif mengungkap makna yang terpampang jelas secara kasat mata, artinya makna denotatif merupakan makna yang sebenarnya. Sedangkan Konotatif atau pemaknaan tingkat kedua mengungkap makna yang terkandung dalam tanda-tanda. Berbeda dengan mitos, yang ada dan berkembang dalam benak masyarakat karena adanya pengaruh sosial atau budaya masyarakat itu sendiri akan sesuatu, dengan cara memperhatikan dan memaknai korelasi antara apa yang terlihat secara nyata (denotatif) dengan tanda apa yang tersirat dari hal tersebut (konotasi).

## Hasil dan Pembahasan

Pramugari merupakan salah satu petugas yang bekerja memberikan pelayanan jasa kepada penumpang selama penerbangan, pramugari diwajibkan untuk memakai seragam yang mana sebagai identitas sebagai pramugari dan perusahaan. Seragam sebagai identitas bagi pramugari, karena dengan memakai seragam membedakan antara pramugari dan petugas operasional lain di bandar udara. Oakwell (2005: 16), mengatakan "*Uniforms show that the company is investing in its staff, so they in turn will give something back*". Seragam merupakan investasi perusahaan pada karyawan untuk mendapatkan sesuatu kembali dari karyawannya. Umumnya seragam merupakan komponen penting untuk membangun identitas merek dari sebuah perusahaan. Pentingnya penggunaan seragam karena bertujuan untuk membedakan identitas profesi, institusi, dan eksistensi. Dengan penggunaan seragam dapat mempengaruhi sikap dari pengguna seragam dan menunjukkan kemampuan dalam bertemu dengan konsumen, seperti ketika pramugari memberikan pelayan kepada penumpang.

Setiap maskapai memiliki identitas untuk membedakan maskapai satu dengan maskapai lain. Hampir semua maskapai di Indonesia mengenakan identitas yang mencerminkan Nasionalisme. Salah satu contoh pemakaian identitas di maskapai Indonesia adalah dengan menggunakan nama Nasionalis, seperti Garuda Indonesia, Sriwijaya Air, Batik Air, Merpati, Mandala, Sempati. Selain nama maskapai yang mencerminkan identitas sebuah maskapai perusahaan, terdapat pada seragam para petugasnya yang juga mencerminkan Nasionalisme, kebanyakan perusahaan penerbangan menggunakan seragam bermotif batik sebagai identitas perusahaan.

## Pemaknaan Denotasi Seragam Pramugari Sebagai Citra Perusahaan Batik Air

Penggunaan Seragam pada sebuah perusahaan sudah banyak dilakukan, hal tersebut dilakukan sebagai identitas dari karyawan perusahaan tersebut. Banyak dari perusahaan di Indonesia memakai batik sebagai motif pada seragam perusahaan. Pada perusahaan penerbangan, tidak hanya perusahaan penerbangan di Indonesia, beberapa perusahaan penerbangan asing memakai motif batik sebagai seragam awak kabinnya. Sebut saja *Malaysia Airlines*, dengan *sarong kebaya* sebagai seragam Pramugari bernuansa hijau hitam dengan bunga berwarna pink. Lalu ada *Singapore Airlines* yang juga terinspirasi dari batik dan kebaya, terdapat tiga warna seragam batik di *Singapore Airlines*, yaitu hijau; merah; dan ungu. Pada *Thai Airlines* lebih memilih memakai model kain songket sebagai seragam Pramugarinya.



**Gambar 1. Seragam Pramugari Batik Air**

Pada tataran pertama (pemaknaan Denotatif merupakan makna harfiah dari suatu objek) tampak Pramugari Batik Air memakai seragam *two pieces*. Seragam atasan berupa kebaya berwarna putih dan bawahan berupa rok dengan motif batik dari Sulawesi Utara bernama *Kaeng Manado*. *Kaeng Manado* berwarna ungu dan merah muda yang membalut pramugari berkulit putih, menambah pemakai atau Pramugari terlihat semakin anggun. Bagian atasan dari seragam pramugari Batik Air merupakan kebaya Batik putih terbuat dari katun agar nyaman ketika dikenakan oleh pramugari. Kebaya putih ini memiliki panjang hingga pinggul pramugari yang mengenakan, sedangkan panjang lengan kebaya putih yang dikenakan pramugari Batik Air adalah sepanjang tiga per empat dari lengan pramugari. Pada bagian dada terdapat tanda pengenal berupa *id card* atau berupa *name tag* (tergantung dari seragam yang digunakan) sebagai identitas dari pramugari yang bertugas.

Bagian bawah dari seragam adalah kain yang memiliki motif batik. Motif batik dari kain yang dipakai oleh pramugari Batik Air adalah motif Batik Minahasa, *Kaeng Manado*. Pemilihan motif *Kaeng Manado* sebagai seragam Batik Air dikarenakan warnanya yang menarik dan cerah, pewarnaan *Kaeng Manado* yang menggunakan warna cerah disadur dari kehidupan masyarakat pesisir pantai. Kebanyakan Batik yang berkembang di daerah pesisir pantai memiliki pewarnaan yang cerah sehingga menambah khasanah seni dan budaya tradisional Indonesia. Agar pramugari Batik Air dapat memberikan pelayanan prima kepada penumpang, pramugari harus cekatan agar dapat menunjang pekerjaan pramugari dalam memberikan pelayanan jasa kepada penumpang, seragam yang dikenakan harus mendukung pergerakan pramugari ketika bertugas. Seragam bagian bawah atau rok yang bermotif Batik *Kaeng Manado* memiliki panjang sampai dengan mata kaki tetapi memiliki belahan di tengah. Belahan tersebut berfungsi untuk mempermudah pergerakan pramugari ketika bertugas.

## Pemaknaan Konotasi Seragam Pramugari Sebagai Citra Perusahaan Batik Air

Seorang pramugari selaku Awak kabin tentu diwajibkan memakai seragam yang telah disediakan oleh maskapai. Maskapai Batik Air memiliki dua jenis seragam pramugari, seragam pertama dengan model atasan kebaya putih model *Cheongsam* yang mana seragam ini merupakan kebaya dengan model adaptasi dari pakaian tradisional perempuan bangsawan China pada tahun 1920-an.



**Gambar 2. Seragam Pramugari Batik Air Model V-Neck (kiri) dan *Cheongsam* (kanan)**

Seragam dengan model *Cheongsam* ini dipakai oleh pramugari Batik Air yang memberikan pelayanan kepada penumpang kelas Ekonomi. Seragam kedua yaitu model kebaya atasan V-Neck dengan garis leher yang menyerupai huruf “V” dan meruncing di ujung yang terletak tepat di dada, sedangkan pinggiran kebaya di jahit dengan teknik sulam bordir sehingga memperindah seragam dengan model kebaya ini.

Pada tataran kedua (pemaknaan Konotatif) mengkaitkan tanda pada konsep atau makna kultural yang lebih luas. Pada seragam pramugari batik Air memiliki tanda “dinamis” dan “resmi”, “dinamis” digambarkan dengan menggunakan kebaya yang didisain elegan tetapi tetap energik karena kebaya putih tersebut menunjukkan semangat dan kekuatan sehingga mudah untuk bergerak dan mudah menyesuaikan diri. Pemaknaan “resmi” bahwa digambarkan kebaya dan kain Batik yang dikenakan oleh kebanyakan masyarakat pada acara formal. Sehingga dapat diartikan bahwa penggunaan seragam pramugari Batik Air untuk menghargai dan menghormati para penumpang dan memberikan pelayanan prima kepada penumpang.

## Pemaknaan Mitos Seragam Pramugari Sebagai Citra Perusahaan Batik Air

Pramugari merupakan pembawa citra perusahaan, sebagai garda depan yang memberikan pelayanan langsung kepada penumpang selama perjalanan (*in-flight*). Diyakini bahwa dengan wajah yang cantik, badan tinggi putih bagaikan model, dan seragam yang menarik maka akan membuat penumpang merasa aman dan nyaman selama penerbangan. Para pramugari direkrut dan dilatih agar dapat memberikan *service excellent* juga dapat menjadi citra perusahaan.

Tingginya persyaratan untuk menjadi Pramugari dari sebuah perusahaan penerbangan menunjukkan bahwa kandidat menjadi pramugari haruslah memiliki postur tubuh dengan tinggi minimal 160 cm dengan berat yang ideal juga tidak diperbolehkan menggunakan kacamata selama bertugas *inflight*. Maksud dan tujuan dari perusahaan penerbangan menuntut pramugari agar berbadan ramping bukan hanya sekedar sebagai citra perusahaan, tetapi juga sebagai tuntutan pekerjaan, para pramugari harus dapat bekerja dengan cekatan tetapi tetap anggun.

Pada tahap ini, pemaknaan Mitos yang merupakan bentuk pesan atau tuturan yang harus diyakini kebenarannya tetapi tidak dapat dibuktikan. Pada mitos, ada ideologi yang disampaikan. Menurut Barthes, mitos dalam semiotik bukan merupakan sebuah konsep tapi suatu cara pemberian makna (Sobur, 2016:71). Pada tataran ini, pramugari Batik Air dipresentasikan sebagai

petugas awak kabin yang cantik, ramah, sopan, dan cekatan dalam memberikan pelayanan kepada penumpang. Agar tercapainya tujuan perusahaan, pramugari harus memberikan pelayanan prima juga memberikan penampilan terbaik karena juga sebagai pembawa citra perusahaan. Dengan demikian citra maskapai dapat terbentuk melalui pramugari.

## Kesimpulan

Pramugari Batik Air merupakan citra maskapai. Pramugari memberikan pelayanan berupa njasa kepada penumpang selama penerbangan. Pramugari merupakan bagian dari perusahaan, sebagai identitas, harus mengenakan seragam. Dari seragam yang dikenakan terdapat penanda-penanda yang dapat diidentifikasi antara lain seragam yang dikenakan yang terdiri dari kebaya putih dengan bordir tepi, berlengan tiga perempat dengan paduan bawahan kain batik *Kaeng Manado*. Penanda-penanda ini, pada semiologis tingkat pertama (denotasi), seragam *two piece*. Kemudian pada tataran kedua (konotasi) seluruh perangkat penanda beserta petandanya dari seragam pramugari Batik Air yang memiliki makna yaitu penampilan yang “dinamis” dan “resmi”. Pada tahapan pemaknaan mitos, pramugari dipresentasikan sebagai citra dari perusahaan penerbangan yang cantik, ramah, sopan, dan cekatan. Dapat disimpulkan bahwa denotasi maupun konotasi dapat dimanfaatkan untuk menganalisa proses produksi makna seragam pramugari Batik Air yang merupakan sebagai Citra Perusahaan.

## Daftar Pustaka

- Anggoro, M. Linggar. 2000. *Teori dan profesi kehumasan*. Grafiti Press. Jakarta.
- Hutagaol, Desmond. 2013. *Pengantar Penerbangan Perspektif Profesional*. Erlangga. Jakarta.
- Kasali, Rhenald. 2003. *Manajemen Public Relations, Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Pustaka Umum. Grafindo. Jakarta.
- Marsetyawan. 2006. *Analisis Perilaku Konsumen Pengguna Jasa Angkutan Penumpang Udara Rute Bandung Yogyakarta*.
- Michael, A. 2002. *Best Impressions in Hospitality : Your Professional Image For Excellence*. Delmar Thomson Learning. New York.
- Moleong, Lexy. 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Rosdakarya. Bandung.
- Nelson, K. & Bowen, J. 2000. *The Effect of Employee Uniforms on Employee Satisfaction*. *Cornell Hotel & Restaurant Administration Quarterly*, 41. 86-95.
- Nunkpit, Fita. 2016. *Paduan Sukses Lolos Seleksi Pramugari*. Araska. Yogyakarta.
- Oakwell, N. 2005. Stylish Staff Uniforms. *Journal of Caterer & Hotelkeeper*. 194,16.
- Ratih, Ida Aju Brahma. 2009. Pengaruh Kinerja Produk, Pelayanan dan Sumberdaya amnesia Terhadap Niat Pembelian Ulang Melalui Citra Perusahaan dan Kepuasan Pelanggan PT Asuransi Jiwasraya. *Ekuitas*. Vol. 13, no.2, p.176-198
- Sadali, Ahmad. 2003. *Asas Identitas Seni Rupa Nasional Dalam Refleksi Seni Rupa Indonesia Dulu, Kini, dan Esok*. Balai Pustaka. Jakarta.
- Sitinjak, Tony, 2005, Pengaruh Citra Merek dan Sikap Merek terhadap Ekuitas Merek. *Jurnal Ekonomi Perusahaan Volume 12 No. 2*.
- Sobur, A. 2016. *Semiotika Komunikasi*. Remaja Rosdakarya. Bandung.
- Tsafarakis, Stelios, Theodosios Kokotas and AAngelos Pantouvakis. 2017. A multiple criteria approach for airline passenger satisfaction measurement and service quality improvement. *Journal of Air Transport Management*. 1– 15.
- Yulianto, A. 2010. Meningkatkan Kualitas Pelayanan Jasa Penerbangan Indonesia Paska Insiden Kecelakaan Pesawat Terbang ? *Jurnal Dinamika Manajemen*, 1(1), 1–8. <https://doi.org/10.15294/jdm.v1i1.2442>