

Persepsi Masyarakat Terhadap aktivitas Publikasi Perumda air Minum Kota Makassar Dalam Menangani Keluhan Pelanggan Dimasa Pandemi Covid-19

Muh. Akbar Pono

akbarabba682@gmail.com
Universitas Muslim Indonesia

Abd.Majid

abd.majid@umi.ac.id
Universitas Muslim Indonesia

Nur TaqwaAmin

Nurtqwa.amin@umi.ac.id
Universitas Muslim Indonesia

Abstrak: Tujuan Penelitian Ini Adalah (1) Untuk mengetahui aktivitas publikasi yang dilakukan PDAM Kota Makassar dalam menangani keluhan pelanggan.(2) Untuk mengetahui Persepsi masyarakat terhadap kerja humas dalam menangani keluhan pelanggan di masa pandemic covid-19. Metode Penelitian yang digunakan Dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif Deskriptif dengan pendekatan persepsi Masyarakat. Dan menggunakan 3 teroi pendukung yatitu teori kontruksi realitas media sosial, teori pandangan dan teori sistem sosial. Informan dalam penelitian ini berjumlah sepuluh orang, penelitian ini berlangsung selama satu bulan berlokasi di makassar. Teknik pengumpulan data melalui kisioner yang dibagikan. Berdasarkan hasil penelitian dapat di simpulkan bahwa Aktivitas publikasi Humas PDAM Kota Makassar dalam menangani keluhan pelanggan dapat terlihat dari bagaimana mereka menjalankan peran kehumasan baik sebagai *communicator*, *relationship*, *back – up management*, maupun *good image maker*. Persepsi pelanggan atas aktivitas Humas PDAM Kota Makassar dalam menanggapi keluhan pada dasarnya baik. Palanggan merasa puas karena keluhan mereka langsung ditindaklanjuti. Bahkan pihak Humas sudah duluan menginformasikan masalah dan solusianya sebelum pelanggan mengajukan keluhan. Hal ini menunjukkan adanya aktivitas publikasi yang dilakukan Humas PDAM menggunakan media online.

Kata kunci: Presepsi Masyarakat, Keluhan Pelanggan, Perumda Air minum kota Makassar

Abstract: *The aims of this research are (1) to find out the publication activities carried out by PDAM Makassar City in handling customer complaints. (2) to find out the public's perception of public relations work in handling customer complaints during the Covid-19 pandemic. The research method used in this research is a descriptive quantitative research method with a public perception approach. And using 3 supporting theories, namely the theory of social media reality construction, the theory of views and the theory of social systems. The informants in this study numbered ten people, this research lasted for one month located in Makassar. Data collection techniques through distributed questionnaires. Based on the results of the study, it can be concluded that that PDAM Makassar City Public Relations publication activities in handling customer complaints can be seen from how they*

carry out their public relations roles as communicators, relations, back-up management, and good image makers. the customer's perception of PDAM Makassar City Public Relations activities in responding to complaints is basically good. Customers are satisfied because their complaints are immediately followed up. Even the PR has already informed the problem and the solution before the customer submits a complaint. This shows that there are publication activities carried out by PDAM Public Relations using online media.

Keywords: *Community Perception, Customer Complaints, Regional Water Company of Makassar City*

PENDAHULUAN

Perkembangan peran komunikasi saat ini semakin penting, Informasi sebagai produk dari interaksi akan sangat bermanfaat dalam pelaksanaan kerja yang baik antara anggota perusahaan secara keseluruhan. Suatu proses komunikasi yang baik untuk kebutuhan para atasan dan karyawan, sehingga tujuan perusahaan PERUMDA Air Minum Kota Makassar dapat tercapai. (Ruslan Rosadi, 2022).

Komunikasi akan berhasil apabila pengirim pesan dan penerima pesan bersama-sama mencapai pengertian dan kesimpulan yang sama sesuai dengan yang dimaksud. Jadi dapat dikatakan bahwa komunikasi adalah proses penyampaian berita melalui suatu sarana dan bertujuan untuk mendapatkan saling pengertian antara pengirim dan penerima. Komunikasi akan memungkinkan setiap anggota organisasi untuk saling membantu, saling mengadakan interaksi. (Ruslan Rosadi, 2022).

Peranan komunikasi dalam meningkatkan produktivitas perusahaan yang sangat penting karena system komunikasi yang baik akan meningkatkan aktivitas kerja perusahaan. Tentu juga meningkatkan produktivitas perusahaan. Peranan penting tidak hanya di perusahaan saja, tetapi juga di Lembaga-lembaga. lainnya, dalam pergaulan dengan masyarakat dan sebagainya. (Ruslan Rosadi, 2022).

Publikasi PDAM Kota Makassar memiliki pegawai atau karyawan yang produktif bukanlah hanya impian divisi Hubungan Masyarakat saja tetapi merupakan impian manajemen perusahaan yang lain. Namun mendorong pegawai agar produktif tidaklah mudah. Dimana produktivitas merupakan salah satu ukuran perusahaan dalam kegiatan kerja untuk mencapai tujuannya. Air merupakan salah satu kebutuhan pokok bagi setiap makhluk hidup yang ada di muka bumi. Tanpa air, manusia akan mengalami kesulitan dalam melangsungkan hidupnya, maka dari itu pengelolaanya harus diatur sedemikian rupa sehingga dapat dimanfaatkan secara efektif dan efisien. (Nadya, 2019).

Berdasarkan Undang-undang Nomor 5 tahun 1962 kehadiran Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) merupakan salah satu unit usaha milik daerah yang bergerak dalam distribusi air bersih bagi masyarakat umum. Perusahaan ini memiliki aktivitas mulai dari mengumpulkan, mengolah, menjernihkan hingga mendistribusikan air yang layak konsumsi bagi seluruh lapisan masyarakat. Sehingga dengan adanya Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) disetiap Kota, kebutuhan akan air bersih yang memenuhi syarat-syarat kesehatan mampu tercukupi.

Dalam hal ini perusahaan air minum atau PDAM masuk kedalam Badan Usaha Milik Daerah (BUMD). Perusahaan Air Minum Daerah Kota Makassar secara signifikan terus mengalami peningkatan sepanjang sejarah kehadiran PDAM Kota Makassar ditengah masyarakat. PDAM Kota Makassar pertama kali didirikan pada tahun 1924 oleh pemerintah Hindia Belanda dengan nama *Waterledjing Berdrijf* dengan kapasitas pipa produksi sebesar 50 liter.

Peningkatan kapasitas tampungan kembali diperbaharui pada masa penjajahan Jepang di tahun 1937 menjadi 100 liter. Sumber airnya berasal dari Sungai Jeneberang yang terletak 7 kilometer bagian selatan kota, melalui saluran penutupan instalasi Ratulangi.

Sebagai salah satu perusahaan penyedia layanan air bersih di Kota Makassar, bukan berarti PDAM Kota Makassar tidak pernah mengalami masalah termasuk dengan para pelanggannya. Masalah yang sering terjadi adalah tarif pembayaran, masalah ini terjadi akibat kurangnya sosialisasi kepada pelanggan sehingga memicu protes.

Di masa pandemic Covid-19, PDAM pernah mengalami kenaikan tarif yang disebabkan oleh meningkatnya penggunaan air bersih oleh masyarakat ditengah Pembatasan Kegiatan Masyarakat atau PPKM. Kenaikan tarif ini menuai protes akibat tagihan membengkak sehingga sebagian masyarakat tidak terima dengan kondisi ini.

Perang opini paling sering muncul manakala PDAM menaikkan tarif. Pelanggan atau pihak-pihak pengamat, hampir dapat dipastikan menentang kenaikan tarif. Media massa juga akan memuat segala kritik dan caci maki terhadap PDAM. Sebagai tanggapan biasanya pihak PDAM akan berunding di balik dalih sudah bertahun-tahun tidak naik tarif, PDAM yang selalu merugi karena terpaksa menjual air dengan harga di bawah biaya produksi, tarif sudah mendapat persetujuan dari pemerintah dapat dijadikan alasan untuk menghindari penolakan pelanggan.

Permasalahan seperti ini terjadi karena komunikasi yang dibangun oleh PDAM dengan pelanggannya tidak efektif sehingga pelanggan biasanya merasa kecewa dan dirugikan. Jarang kita dengar berita PDAM dan Perwakilan Pelanggan Duduk Bersama-sama untuk membahas rencana kenaikan tarif sebelum diajukan kepada kepala daerah, meskipun Permendagri No 23/2006 tentang Pedoman Teknis dan Tata Cara Pengaturan Tarif Air Minum pada PDAM mengamanatkan demikian. (<http://pdamkotamakassar.co.id>).

Berdasarkan uraian di atas maka permasalahan dalam penelitian ini adalah bagaimana aktivitas publikasi dan persepsi masyarakat terhadap kerja humas dalam menangani keluhan pelanggan pada masa pandemic covid-19?

METODE

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan menggunakan teori Miles and Huberman. Menurut Miles dan Huberman, data kualitatif merupakan sumber dari deskripsi yang luas dan berlandaskan kukuh, serta memuat penjelasan tentang proses-proses yang terjadi dalam lingkup setempat.

Waktu dan Tempat Penelitian

Adapun lokasi yang dipilih dalam penelitian ini adalah di PDAM Kota Makassar. Waktu penelitian dilakukan sekurang-kurangnya satu bulan setelah masa seminar proposal terhitung dari waktu ujian.

Informan Penelitian

Informan penelitian ini terdiri dari pegawai bagian Humas PDAM Kota Makassar dan masyarakat yang menjadi pelanggan PDAM Kota Makassar.

Data dan Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Sementara pengumpulan data dilakukan dengan observasi, wawancara dan dokumentasi.

Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain, sehingga dapat mudah dipahami, dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain. Analisis data dilakukan dengan mengorganisasikan data, menjabarkan kedalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan yang dapat diceritakan kepada orang lain. Miles dan Huberman mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh. Aktivitas dalam analisis data yaitu data reduction, data display dan data conclusion drawing/verification. (Miles and Huberman 1984).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Aktivitas Publikasi yang Dilakukan Oleh PDAM Kota Makassar Dalam Menangani Keluhan Pelanggan Pada Masa Pandemic Covid 19

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan peneliti dengan mengamati dan mewawancarai pegawai PDAM Kota Makassar bagian humas maka diperoleh beberapa aktivitas publikasi yang dilakukan PDAM Kota Makassar dalam menangani keluhan pelanggan di masa pandemi kepada pelanggan mereka. Berikut hasil wawancara dengan Bapak Muh. Ali Imran, salah satu pegawai PDAM bagian Humas.

“Banyak cara yang kita lakukan di bagian humas untuk menangani keluhan pelanggan. Baik melalui telpon maupun menjelaskan langsung ke mereka saat mereka ke kantor. Selain itu kami juga menggunakan sms maupun sosmed untuk memberikan informasi jika ada kendala teknis atau gangguan dalam penyaluran air ke pelanggan.” (Wawancara dengan MAI, pegawai PDAM Kota Makassar, Selasa 22 November 2022).

Berdasarkan keterangan informan di atas diketahui bahwa aktivitas yang dilakukan dengan dua cara, pertama dengan menggunakan media dan kedua dengan

bertemu langsung dengan masyarakat (*face to face*) saat mereka berkunjung ke kantor.

Gambar di atas menunjukkan bahwa Humas PDAM Kota Makassar gencar melakukan publikasi dengan menggunakan website dan social media (facebook dan Instagram) guna berkomunikasi dengan masyarakat, khususnya pelanggan. Pada gambar tampak jelas bagaimana publikasi PDAM Kota Makassar diarahkan untuk memberikan informasi terkait kegiatan “Baca Meter Serentak” pada Kamis, 26 Januari 2023. Selain itu contoh aktivitas publikasi dari PDAM Kota Makassar adalah ketika menginformasikan kebocoran pipa. Humas PDAM secara detail menginformasikan sebab kebocoran, titik lokasi kebocoran, hari dan tanggal serta daerah yang terkena dampak.

Peneliti kemudian mempertanyakan tentang respon masyarakat atas kerja Humas PDAM saat pandemi covid 19 yang melanda berdampak pada perekonomian mereka. Pada sisi yang lain, kerja humas adalah memastikan bahwa ada hubungan yang baik dengan pelanggan serta menjaga image perusahaan.

“Tentu, saat pandemic melanda ada banyak keluhan, tapi kendalanya adalah waktu itu kami dibatasi untuk berkomunikasi langsung. Jaga jarak waktu itu, jadi kami perkuat di sms, telpon dan social media. Tapi tentu dalam media apapun yang digunakan kami selalu berusaha untuk menjelaskan dengan sopan dan baik agar para pelanggan mengerti.” (Wawancara dengan MAI, pegawai PDAM Kota Makassar, Selasa 22 November 2022).

Berdasarkan keterangan informan di atas diketahui bahwa dalam menjalankan aktivitas publikasi pegawai bagian humas PDAM Kota Makassar sangat memperhatikan peran penggunaan bahasa yang baik dan sopan serta menjaga image baik perusahaan di mata masyarakat.

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan penelitian dan observasi yang dilakukan peneliti maka diperoleh hasil bahwa Humas PDAM Kota Makassar dalam menangani keluhan pelanggan pada masa pandemi covid 19 sangat memperhatikan peran – peran kehumasan seperti *communicator*, *relationship*, *back – up management*, dan *good image maker*.

1. Peran sebagai *Communicator*

Dalam menjalankan aktivitas publikasi pegawai Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Makassar sangat memahami betul peran mereka sebagai *Communicator* atau penghubung antara PDAM yang diwakili mereka dengan masyarakat yang menjadi pelanggan. Intinya humas PDAM harus bisa menampung keinginan dan keluhan masyarakat kemudian menyampaikan kepada pimpinan dan kemudian menyampaikan tanggapan kepada masyarakat kembali sesuai fungsi humas sebagai penghubung antara PDAM dan masyarakat.

Dalam hal menangani keluhan pelanggan humas menjadi mediator dalam sosialisasi kenaikan tarif PDAM Kota Makassar melakukan dua cara. Pertama dengan menggunakan media sms dan telpon maupun lewat media sosial. Kedua dengan bertemu langsung dengan masyarakat (*face to face*) saat mereka datang ke kantor. Sebagaimana keterangan informan, Bapak Muh. Ali Imran, salah satu pegawai PDAM bagian Humas.

“Kami menyadari peran kami di bagian humas sebagai telinga dan mulut, dari organisasi, maka itu dengan segala cara kami gunakan untuk mendengar dan menginformasikan segala hal tentang PDAM kepada masyarakat. Terutama soal keluhan masyarakat, pelanggan, kami dengar dan kami langsung arahkan ke petugas terkait. Begitupun jika ada informasi penting kami sesegera mungkin menginformasikan kepada pelanggan. Tentu dengan berbagai publikasi yang ada.” (Wawancara dengan MAI, pegawai PDAM Kota Makassar, Selasa 22 November 2022).

Keterangan dari MAI selaku pegawai Humas PDAM Kota Makassar didukung dengan keterangan dari Bapak Ansar selaku pelanggan PDAM Kota Makassar.

“Beberapa kali saya menyampaikan keluhan dan bagian Humas PDAM sangat membantu. Selain itu, saya juga mengetahui berbagai informasi semisal kerusakan pipa dan lain sebagainya dari media social PDAM.” (Wawancara dengan A, pelanggan PDAM Kota Makassar, Rabu 23 November 2022).

2. Peran sebagai *Relationship*

Dalam menjalankan aktivitas publikasi humas PDAM Kota Makassar sangat memperhatikan peran mereka sebagai *Relationship* yakni dengan tetap berupaya membina hubungan positif dan mutualisme dengan masyarakat. Humas PDAM mengutamakan gaya komunikasi yang baik dan sopan terhadap masyarakat guna menjaga hubungan antara perusahaan dan masyarakat. Pegawai humas PDAM paham betul bahwa mereka harus merangkul semua elemen masyarakat agar tercipta hubungan harmonis.

Peran Humas dalam rangka menciptakan hubungan yang baik dengan masyarakat, terutama pelanggan diaplikasi dengan baik oleh humas PDAM Kota Makassar. Sebagaimana keterangan informan, Bapak Muh. Ali Imran, salah satu pegawai PDAM bagian Humas.

“Dalam menghadapi keluhan pelanggan kan biasanya mereka marah-marah, tapi kami dituntut untuk tidak emosional bagaimana pun kondisinya. Begitulah profesionalisme. Karena kami sadar bahwa kami harus menjaga hubungan baik dengan masyarakat, dengan pelanggan. Maka itu yang selalu saya dan teman-teman di humas jaga betul adalah kesopanan dalam berkomunikasi. Tutur kata kami ke pelanggan kami usahakan selalu baik.” (Wawancara dengan MAI, pegawai PDAM Kota Makassar, Selasa 22 November 2022).

3. Peran sebagai *Back – up Management*

Dalam menjalankan aktivitas publikasi sangat memperhatikan soal *back up managemen* di mana humas mendukung penuh aktivitas menangani keluhan pelanggan baik dengan sikap verbal maupun nonverbal. Sebagaimana keterangan informan, Bapak Muh. Ali Imran, salah satu pegawai PDAM bagian Humas.

“Kita kan berada dalam satu organisasi jadi masing-masing berjalan sesuai dengan tupoksinya. Nah kalau kami memang bagian yang berhubungan dengan pihak luar, masyarakat dan terutama pelanggan jadi walaupun misalnya pelanggan complain soal pipa maka bukan berarti mereka langsung bertemu dengan petugas tapi kami yang menjai perantaranya. Kan kasihan juga petugas yang focus memperbaiki system malah kemudian menghadapi berbagai keluhan.” (Wawancara dengan MAI, pegawai PDAM Kota Makassar, Selasa 22 November 2022).

4. Peran sebagai *Good Image Maker*

Dalam menjalankan aktivitas publikasi sangat memperhatikan soal menciptakan citra positif atau publikasi yang positif yaitu dengan melakukan sentuhan langsung ke masyarakat dengan kata lain ikut aktif dalam menjalankan dan memantau sejauh mana program terealisasi di masyarakat. Dengan bersentuhan langsung pada masyarakat humas bisa tahu langsung permasalahan yang terjadi dan cepat mengatasinya sehingga terkesan perusahaan peduli terhadap masyarakat.

Peran Humas dalam rangka menciptakan citra baik PDAM Kota Makassar di mata masyarakat telah dilakukan dengan baik. Sebagaimana keterangan informan, Bapak Muh. Ali Imran, salah satu pegawai PDAM bagian Humas.

“Jadi kami ini front terdepannya PDAM dalam berhadapan dengan masyarakat. Menyadari itu kami bertanggungjawab atas citra perusahaan, nama baik perusahaan, maka itu dalam bekerja kami semaksimal mungkin berusaha agar perusahaan ini tetap mendapatkan persepsi yang baik di mata masyarakat. Menerima keluhan mereka, menginformasikan perkembangan atas keluhan mereka, terus update perkembangan serta memberikan edukasi terus kami lakukan.” (Wawancara dengan MAI, pegawai PDAM Kota Makassar, Selasa 22 November 2022).

Humas merupakan suatu hubungan dengan masyarakat melalui berbagai fungsi yang bertujuan untuk menghasilkan pendapat publik/opini publik dan citra untuk dirinya sendiri. Menurut J.C. Seidel dalam Nurtjahjani (2018) Public relations adalah proses yang continue dari usaha-usaha management untuk memperoleh *goodwill* dan pengertian dari para langganannya, pegawainya dan public umum; kedalam dengan mengadakan analisa dan perbaikan-perbaikan terhadap diri sendiri, keluar dengan mengadakan pernyataan-pernyataan. Humas PDAM Kota Makassar telah melaksanakan perannya dengan sangat optimal. Hal tersebut dapat terlihat dari Humas memainkan peran baik sebagai *communicator, relationship, back – up management, maupun good image maker*.

Sebagai komunikator Humas setiap harinya bertugas langsung untuk melayani segala permasalahan maupun kepentingan dan kebutuhan pelanggan memiliki kedudukan sebagai corong perusahaan dalam memperlancar alur informasi. Selama ini humas menjalankan tugasnya untuk memberikan pelayanan

kepada pelanggan mulai dari memberikan segala informasi yang berkaitan dengan peraturan dari PDAM Kota Makassar, menerima pengaduan atau keluhan atau komplain dari pelanggan baik yang datang langsung ke kantor PDAM maupun yang melalui telepon. PDAM Tirtamarta memberikan kabar berita/pesan melalui media cetak dan media elektronik serta brosur untuk menyebarluaskan informasinya kepada pelanggan atau publik.

Temuan penelitian ini sejalan dengan teori *system social* dari Katz dan Kahn bahwa bahwa kebanyakan interaksi kita dengan orang merupakan tindakan komunikatif (verbal dan nonverbal, berbicara dan diam). Dengan memberikan pelayan dan menanggapi setiap keluhan pelanggan maka pihak humas PDAM telah berinteraksi social dengan berbagai bentuk. Menerima keluhan pelanggan, menginformasikan kepada pelanggan tentang masalah yang mereka hadapi serta meyakinkan pelanggan bahwa mereka akan menyelesaikan semua masalah tersebut.

Selanjutnya sebagai pembina hubungan (*relationship*), humas PDAM Kota Makassar selalu berupaya bertindak sebagai pihak yang dapat menciptakan hubungan yang baik melalui pelayanan yang diberikan kepada pelanggan. Humas berusaha untuk meyakinkan kepada pelanggan bahwa PDAM Kota Makassar sebagai penyedia jasa air bersih dan sehat terus mengembangkan pelayanan ke arah yang lebih baik melalui beberapa program pengembangan pelayanan untuk dapat memenuhi keinginan pelanggan.

Peran Humas sebagai penunjang manajemen perusahaan pun dilaksanakan oleh Humas PDAM Kota Makassar dengan melaksanakan tugas rutin seperti melayani dan merespon secepatnya pengaduan, komplain atau keluhan. Segala pengaduan yang masuk ke bagian humas, informasinya dilaporkan ke bagian-bagian yang terkait sesuai permasalahan yang datang dari pengaduan pelanggan.

Persepsi Masyarakat Terhadap Pelayanan Humas dalam Menangani Keluhan pada Masa Pandemic Covid-19

Persepsi masyarakat terhadap pelayanan humas PDAM dalam menangani keluhan di masa pandemi covid 19 dalam penelitian ini diketahui dengan melakukan wawancara dengan dua orang pelanggan. Kedua informan tersebut adalah Bapak Ansar dan Ibu Ima yang sudah lebih dari lima tahun menjadi pelanggan PDAM Kota Makassar. Pertanyaan pertama dari peneliti terkait respon pelanggan terhadap pelayanan humas di PDAM.

“Sejauh ini keluhan saya selalu ditanggapi dengan baik. Mereka memberikan penjelasan yang bisa saya pahami.” (Wawancara dengan A, pelanggan PDAM Kota Makassar, Rabu 23 November 2022).

“Baik. Kalau air tidak jalan selalu saya tanyakan, lewat sms dan pernah langsung ke kantor, dan mereka kasih jawaban.” (Wawancara dengan I, pelanggan PDAM Kota Makassar, Rabu 23 November 2022).

Berdasarkan pernyataan informan di atas diketahui bahwa pelanggan merasa puas dengan kerja humas PDAM yang selalu cepat dan baik dalam menanggapi keluhan pelanggan. Alasan mereka sama yakni humas PDAM

memberikan jawaban dan penjelasan yang bisa mereka pahami. Peneliti kemudian mengajukan pertanyaan lanjutan tentang tindak lanjut keluhan mereka.

“Kalau saya dari biasanya langsung dibereskanji. Dulu pernah ada pipa bermasalah sehingga air tidak jalan berapa hari di rumah tapi pas mau telpon eh sudah dapat info duluan di social media bahwa ada perbaikan pipa yang dimaksudkan.” (Wawancara dengan A, pelanggan PDAM Kota Makassar, Rabu 23 November 2022).

“Kalau saya biasanya tidak hanya sms atau telpon tapi kudatangi dan minta penjelasan sebab masalahnya dan kapan bisa selesai. Dan Alhamdulillah selama ini langsung direspond dan langsung dikerjakan.” (Wawancara dengan I, pelanggan PDAM Kota Makassar, Rabu 23 November 2022).

Berdasarkan pernyataan informan di atas diketahui bahwa pelanggan merasa puas karena keluhan mereka langsung dikerjakan. Bahkan pihak Humas sudah duluan menginformasikan masalah dan solusianya sebelum pelanggan mengajukan keluhan.

Selain wawancara yang dilakukan langsung dengan pelanggan peneliti juga menelusuri aktivitas publikasi PDAM Kota Makassar di social media, salah satunya di Instagram melalui akun @perumdairminum.kotamakassar di mana diketahui bahwa melalui akun tersebut PDAM Kota Makassar berkomunikasi, memberikan edukasi, informasi serta menerima keluhan pelanggan. Bahkan PDAM Kota Makassar pernah memosting tentang testimoni pelanggan. Hal ini penting untuk mengetahui sejauh mana persepsi pelanggan atas pelayanan yang diberikan.

Persepsi masyarakat adalah sebuah bentuk pendapat masyarakat mengenai suatu peristiwa yang terjadi di lingkungannya atau lingkungan luar yang ia ketahui. Persepsi juga diartikan sebagai bentuk penyaluran pendapat masyarakat terhadap suatu pokok permasalahan entah itu menyangkut kepentingan umum atau hanya kepentingan pribadi.

Persepsi masyarakat terhadap peran humas PDAM Kota Makassar baik. Namun masih diperlukan evaluasi seperti menekan jumlah keluhan yang masuk di PDAM Kota Makassar. Beberapa langkah kongkrit sebagai hasil yang telah dilakukan oleh humas serta direksi PDAM untuk meningkatkan citra perusahaan dimata masyarakat. Antara lain dengan membentuk pusat layanan konsumen (*customer service*) yang berfungsi memberikan penjelasan kepada msyarakat tentang prosedur pengurusan termasuk juga tentang waktu dan biaya yang biaya diperlukan. Humas juga menerpakan sistem pengecekan on line melalui komputer sebagai sarana media elektronik, melalui media ini dapat diketahui informasi tentang segala hal mengenai PDAM dan pelanggan. Selain itu, humas juga menyediakan brosur – brosur dan papan petunjuk yang masing – masing berisi segala informasi tentang PDAM agar memudahkan pelanggan dalam mengetahui informasi.

Menanggapi keluhan dengan baik adalah bentuk pelayanan Humas akan tetapi jika ditarik ke konteks yang lebih besar maka alangkah baiknya memperbaiki pelayanan sehingga meminimalisir keluhan pelanggan. Hal ini sejalan dengan teori *social construction* dan *standpoint theory*. Teori *social construction* memeriksa

bagaimana konstruksi makna individu ketika menerima pesan. Pesan dipandang bukan sebagai *mirror of reality* yang menampilkan fakta apa adanya. Dalam menyampaikan pesan, seseorang menyampaikan citra tertentu atau merangkai ucapan tertentu dalam memberikan gambaran tentang realitas. Seorang komunikator dengan realitas yang ada akan menampilkan fakta tertentu kepada komunikan, memberikan pemaknaan tersendiri terhadap suatu peristiwa dalam konteks pengalaman, pengetahuannya sendiri.

Berdasarkan teori *social construction*, maka dapat diketahui bahwa upaya – upaya yang dilakukan oleh pihak Humas PDAM Kota Makassar untuk dapat meningkatkan citra perusahaannya kembali dan menunjukkan bahwa PDAM lebih baik dan lebih transparan kepada para konsumennya. Humas juga berharap agar pelanggan dapat memahami standar prosedur di PDAM sehingga para pelanggan PDAM akan merasa lebih nyaman dan tidak merasa dirugikan ataupun dipersulit. Dalam hal ini Humas PDAM Kota Makassar membangun konstruksi makna kepada pelanggannya.

Sementara berdasarkan *standpoint theory* di mana kondisi atau keadaan hidup individu memengaruhi bagaimana individu itu memahami dan mengonstruksikan masyarakat sekitarnya (*social world*). Berdasarkan teori ini kita dapat memahami bahwa pendekatan yang dilakukan Humas PDAM Kota Makassar adalah memahami sudut pandang pelanggan. Hal ini terbukti dari pegawai Humas PDAM Kota Makassar yang mengedepankan komunikasi yang baik kepada pelanggan walaupun complain yang diajukan biasanya begitu keras.

Berdasarkan berbagai keterangan pelanggan yang menjadi informan dapat dilihat bagaimana pihak Humas PDAM Kota Makassar secara tanggap menangani keluhan pelanggan sehingga hal tersebut menciptakan persepsi yang baik dari pelanggan PDAM.

KESIMPULAN

Aktivitas publikasi Humas PDAM Kota Makassar dalam menangani keluhan pelanggan dengan peran kehumasan baik sebagai *communicator, relationship, back – up management, maupun good image maker*. Sebagai *Communicator* dengan menampung keinginan dan keluhan masyarakat kemudian menyampaikan kepada pimpinan dan kemudian menyampaikan tanggapan kepada masyarakat kembali sesuai fungsi humas sebagai penghubung antara PDAM dan masyarakat. Peran *Relationship* dengan tetap berupaya membina hubungan positif dan mutualisme dengan masyarakat. Selanjutnya peran sebagai *Back – up Management* dengan mendukung penuh aktivitas menangani keluhan pelanggan baik dengan sikap verbal maupun non verbal. Peran sebagai *Good Image Maker* dengan melakukan sentuhan langsung ke masyarakat dengan kata lain ikut aktif dalam menjalankan dan memantau sejauh mana program terealisasi di masyarakat. Persepsi pelanggan atas aktivitas Humas PDAM Kota Makassar dalam menanggapi keluhan pada dasarnya baik. Pelanggan merasa puas karena keluhan mereka langsung ditindaklanjuti. Bahkan pihak Humas sudah duluan menginformasikan masalah dan solusinya sebelum pelanggan mengajukan keluhan. Hal ini

menunjukkan adanya aktivitas publikasi yang dilakukan Humas PDAM menggunakan media online.

REFERENSI

- A.S. Moenir, 2010, *Manajemen Pelayanan Umum Di Indonesia*, Bandung: Bumi Aksara.
- Ahmad Batinggi, 1999, *Manajerial Pelayanan Umum*, Skripsi. Universitas Terbuka, Jakarta.
- Alfianistiawati. 2021. *Kontruksi Media Massa Dalam Pembentukan Stigma Masyarakat Mengenai Covid-19*. Universitas Negeri Malang. Vol.17 No.2.
- Arifin, Anwar, *Strategi Komunikasi Suatu Pengantar*, Bandung: Armico.
- Bonar, S.K, *Hubungan Masyarakat Modern*, Jakarta: Rineka Cipta.
- Cangara, Hafied, 1998, *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*, Jakarta, PT Raja Grafindo.
- Edwardo, Julio. 2018 *Aktivitas Humas Sekolah Tinggi Teknologi Pelalawan dalam Menciptakan Citra Positif*. Tesis. Universitas Islam Riau.
- Effendy, Onong Uchjana, 2006. *Hubungan Masyarakat: Suatu Study Komunikologis*. Bandung: Remaja Rosda Karya.,2007 *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, Bandung, PT Remaja Rosdakarya.
- Feriyanto, Andri. 2020) *Strategi Humas Dalam Mengatasi Keluhan Pelanggan Di Perusahaan Daerah Air Minum (Pdam) Tirta Mayang Kota Jambi*. Skripsi.UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi.
- Hardiyansyah. 2011. *Kualitas Pelayanan Publik*, Yogyakarta: Gava Media.
- Hariyanto, Eri., dan Desak Ketut Juniari C. 2019. *Komunikasi Publik di Era Industri 4.0*. Jakarta: @jualinbukumu.
- Haryatmoko. 2011. *Etika Publik*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Kriyanto, Rahmat. 2008. *Public Relations Writing: Teknik Produksi Media Public Relations dan Publisitas Korporat*. Cetakan ke II. Jakarta.
- Lathifatul Rosyidah, Achmad Zamroni, Subhechanis Saptanto. 2019. *Persepsi Masyarakat Terhadap Usaha Budi Daya Karamba Jaring Apung (KJA) Ikan Kerapu Di Kabupaten Buleleng, Propinsi Bali*. Buletin Ilmiah Marina. Sosial Ekonomi Kelautan dan Perikanan, Vol 5, No 1 (2019)
- Morissan. 2008. *Manajemen Public Relations: Strategi Menjadi Humas Profesional*. Predana Media Grup. Jakarta.
- Nurjannah, Dessy. 2018. *Strategi Humas BPJS Kesehatan Dalam Penanganan Keluhan Terhadap Pelayanan BPJS di RSUD Abdul Wahab Sjahranie*. Universitas Mulawarman. Samarinda.
- Nurul, Ziana. 2018. *Metode Komunikasi PDAM Tirta Daroy Dalam Penyelesaian Komplain Warga Kota Banda Aceh*. Skripsi. Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh
- Nurtjahjani, Fullchis. 2018. *Public Relations Citra dan Praktek*. Polinema Press. Malang.
- Rahmayanty, Nina. 2013. *Manajemen Pelayanan Prima*, Yogyakarta: PT Graha Ilmu.
- Riduwan. 2018. *Cara Mudah Menyusun Skripsi dan Tugas Akhir*, Bandung: CV Alfabeta.
- Ruslan, Rosady. 2012. *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- _____. 2022, *Manajemen Humas dan Komunikasi: Konsepsi dan Aplikasi*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Sinambela Lajian Poltak, et. al. 2010. *Reformasi Pelayanan Publik*, Jakarta: Bumi Aksara.
- Sitorus, M. 2009. *Pengaruh Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy Dan Tangibles Terhadap Kualitas Pelayanan Publik (Studi Kasus Kantor Pelayanan Terpadu Kota Dumai)*. Administrator Jurnal Borneo, Vol 5, 6-7.

- Suandi, S. 2019. *Analisis Tujuan Masyarakat terhadap Pelayanan Publik Berdasarkan Indeks Masyarakat di Kantor Kecamatan Belitang Kabupaten OKU Timur*. Jurnal Ilmu Administrasi Dan Studi Kebijakan (JIASK), Vol 1, 15-16.
- Susila, Linda Nur. 2010. *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Kantor Kelurahan Terhadap Kepuasan Masyarakat Kelurahan Jagalan Kecamatan Jebres Kota Surakarta*. Rural and Development, Volume 1 No. 1 Februari 2010.
- Tamrin, M. 2018. *Kontruksi Realitas Perempuan Di Media Suara NTB*. Komunike: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam Volume 10 No. 1.
- Tanjung, Bernardo Arya. 2021. *Pola Komunikasi Persuasif Dalam Meningkatkan Loyalitas Mitra Aplikasi Kiosbank Cabang Yogyakarta Tahun 2020*. Naskah Publikasi Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Yogyakarta, Yogyakarta
- Ulfa, N. 2019. *Analisis Pengendalian Internal Piutang Usaha pada Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Tirta Alami Kabupaten Tanah Datar Berdasarkan Standar Framework COSO (Committee Of Sponsoring Organizations)*. Skripsi. IAIN Batusangkar.
- Vivian, John, 2008, *Teori Komunikasi Massa*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group.