

BAB IV

DESKRIPSI OBYEK, PENYAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Obyek

4.1.1 Sejarah Perusahaan

Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Surya Sembada Kota Surabaya merupakan perusahaan monopoli yang harus bekerja keras guna mengejar target pelayanan sebagaimana yang telah ditentukan oleh pemerintah melalui Surat Keputusan Menteri Dalam Negeri Nomor: 690/7027/SJ tanggal 10 Juli 1985 bahwa 75% masyarakat perkotaan dan 60% masyarakat pedesaan di samping mengusahakan keuntungan yang wajar, maka untuk mencapai maksud tersebut PDAM Surya Sembada Kota Surabaya mengusahakan penyediaan dan distribusi air minum yang memenuhi syarat-syarat kesehatan. Atas dasar hal tersebut maka secara umum tujuan daripada PDAM Surya Sembada Kota Surabaya adalah mensukseskan program pembangunan ekonomi nasional, khususnya di air minum dan pelayanan kebutuhan air bersih kepada warga Kota Surabaya dan sekitarnya.

Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Surya Sembada kota Surabaya telah dikenal sebagai penyedia layanan air bersih di Kota Surabaya dan sekitarnya sejak tahun 1976. Di bawah kepemilikan asset Pemerintah Kota Surabaya, PDAM Surya Sembada Surabaya berkembang pesat dan memperluas IPAM untuk meningkatkan kapasitas produksi. Sehingga PDAM Surya Sembada Kota Surabaya bertanggung jawab untuk mengelola, mengoperasikan, memelihara, serta melakukan investasi untuk mengoptimalkan, menambah, dan meningkatkan pelayanan air bersih di wilayah operasionalnya

Sejarah Perkembangan PDAM Surya Sembada Surabaya

1890	Penyedia air minum untuk Kota Surabaya pertama kali diambil dari sumber mata air di desa Purut Pasuruan, diangkut dengan Kereta Api.
1901	Pembangunan sistem penyediaan air minum mata air Pandaan oleh Carel Willem Weijs. Penyelesaian pekerjaan membutuhkan waktu 2,5 tahun

1903	Peresmian pekerjaan sistem penyediaan air minum sumber mata air Pandaan dimana perusahaan air minum didirikan dibawah pemerintahan kolonial Belanda
1906	Jumlah Pelanggan \pm 1.500 sambungan
1922	IPAM Ngagel I di bangun dengan kapasitas 60 liter/detik.
1932	Pembangunan sistem penyediaan air Umbulan untuk memenuhi kebutuhan air minum Kota Surabaya. Pekerjaan meliputi pembangunan rumah pompa baru beserta aksesorisnya.
1942	Peningkatan kapasitas IPAM Ngagel I menjadi 180 liter/detik
1950	Perusahaan Air Minum diserahkan pada Pemerintah Republik Indonesia (Kota Praja Surabaya).
1954	Peningkatan kapasitas IPAM Ngagel I menjadi 350 liter/detik.
1959	Pembangunan IPAM Ngagel II kapasitas 1.000 liter/detik, didesain & dilaksanakan oleh F.A. Degremont (Perancis).
1976	Perusahaan Air Minum disahkan sebagai Perusahaan Daerah dengan Perda No. 7 tanggal 30 Maret 1976.
1977	Peningkatan kapasitas IPAM Ngagel I menjadi 500 lt/dt.
1978	Pengalihan status menjadi Perusahaan Daerah Air Minum dari Dinas Air Minum berdasarkan SK Walikotamadya Dati II Surabaya No. 657/WK/77 tanggal 30 Desember 1977
1980	Peningkatan kapasitas IPAM Ngagel I menjadi 1.000 lt/dt
1982	Pembangunan IPAM Ngagal III kapasitas 1.000 lt/dt dgn lisensi dari Neptune Microfloc (Amerika Serikat)
1990	Pembangunan IPAM Karangpilang I dengan kapasitas 1.000 lt/dt dengan dana Loan IBRD No. 2632 IND

1991	Pembangunan gedung kantor PDAM yang terletak di Mayjen. Prof. Dr. Moestopo No.2 Surabaya yg dibiayai dana PDAM murni
1994	Peningkatan kapasitas IPAM Ngagel I menjadi 1.500 lt/dt
1996	- Peningkatan kapasitas IPAM Ngagel I menjadi 1.800 lt/dt - Peningkatan kapasitas IPAM Karangpilang I menjadi 1.200 lt/dt - Dimulainya pembangunan IPAM Karangpilang II dengan kapasitas 2.000 lt/dt. Yang didanai Loan IBRD No. 3726 IND.
1997	- Peningkatan kapasitas IPAM Ngagel III menjadi 1.500 lt/dt. - Produksi awal 500 l/dt IPAM Karangpilang II didistribusikan ke pelanggan
1999	Pembangunan IPAM Karangpilang II dengan kapasitas 2.000 lt/dt telah selesai
2001	Pekerjaan peningkatan kapasitas IPAM Karangpilang II menjadi 2.500 lt/dt dimulai
2005	Peningkatan kapasitas IPAM Ngagel III menjadi 1.750 lt/dt
2006	- Peningkatan kapasitas IPAM Karangpilang I menjadi 1.450 lt/dt - Peningkatan kapasitas IPAM Karangpilang II menjadi 2.750 lt/dt
2009	Pembangunan IPAM Karangpilang III dengan kapasitas 2.000 lt/dt

4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan

4.1.2.1 Visi

1. Menjadikan Perusahaan Daerah Air Minum yang mandiri, berwawasan global dan terbaik dikelasnya.

4.1.2.2 Misi

1. Menyediakan air minum yang memenuhi kualitas, kuantitas, dan kontinuitas yang dapat dipertanggung jawabkan melalui pelayanan prima dalam rangka menciptakan nilai tambah bagi masyarakat Kota Surabaya.
2. Melakukan pengelolaan usaha secara professional dengan teknologi tepat guna dan prinsip-prinsip manajemen yang berwawasan global sehingga mampu memberikan kontribusi pada peningkatan Pendapatan Asli Daerah
3. Mengembangkan lingkungan kerja yang kondusif sehingga menjadi pilihan utama karyawan bekerja dan berkarir secara professional.
4. Turut berpartisipasi dalam mengemban tanggung jawab social secara proporsional melalui aktifitas *Coorporate Social Responsibility* (CSR).

4.1.3 Logo Perusahaan



Gambar 4.1

Sumber : Website PDAM Surabaya (2019)

Logo PDAM Surya Sembada Kota Surabaya mempunyai makna yang mendalam bagi semua pihak perusahaan, karena dalam logo tersebut menggambarkan tujuan mulia PDAM Surya Sembada Kota Surabaya.

1. Arti

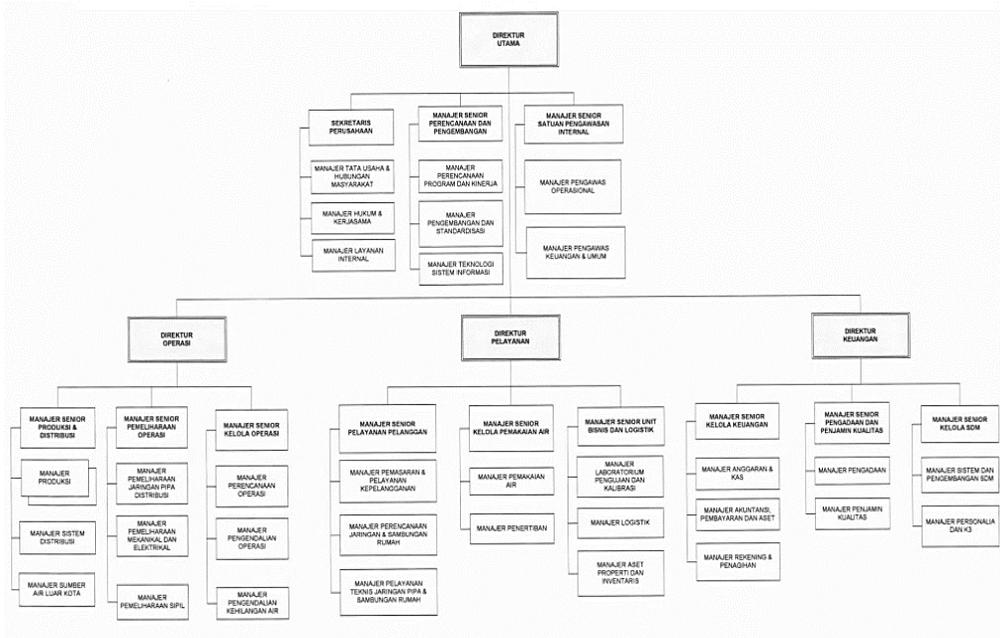
- a. Bentuk dasar yang dipergunakan adalah bentuk organis (lengkung), yang akan nampak selalu bergerak.
- b. Bentuk tersebut dimaksudkan untuk menunjukkan sifat dari air yang selalu bergerak, berputar serta gelombang dinamis dengan perusahaan bisa selalu bergerak menuju ke arah yang lebih baik.

2. Filosofi Makna Warna

Warna dipilih dominan biru, dengan lingkaran luar pembatas warna hijau yang mengandung makna:

- a. Warna biru digunakan untuk memberikan kesan matang, mandiri, professional serta mewakili warna air pada visual garis.
- b. Warna hijau memiliki maksud bahwa air adalah salah satu elemen dari alam yang tidak dapat dipisahkan dengan lainnya dengan harapan perusahaan akan selalu menjaga dan peduli akan kelestarian alam.

4.1.4 Struktural Perusahaan



Gambar 4.2

Struktural Perusahaan

Sumber : Website PDAM Surabaya (2019)

4.2 Penyajian Data

Pada bab ini peneliti akan menjabarkan data dari hasil yang diperoleh dilapangan mengenai permasalahan yang sudah dirumuskan di bab sebelumnya yaitu humas sebagai fasilitator komunikasi dalam menangani keluhan pelanggan di PDAM Surabaya dimana data tersebut penulis peroleh melalui wawancara sebagai metode pokok guna mendapatkan suatu keputusan yang objektif. Di samping itu pula penulis menggunakan dokumentasi sebagai metode penunjang guna melengkapi data. Dalam menganalisis data, penulis menggunakan reduksi data, *display* (penyajian data-data) dan penarikan kesimpulan.

4.2.1 Hasil Wawancara

Berdasarkan dengan dilakukannya wawancara dengan staf perusahaan didapatkan hasil sebagai berikut :

1. Wawancara dengan Humas PDAM Surabaya

Peneliti mencari informasi melalui wawancara dengan Bapak Rakhmad sebagai informan pertama yang akan menjelaskan mengenai apa saja tugas rutin humas di PDAM Surabaya, berikut adalah penjelasannya :

“Kami memberikan informasi ke pelanggan seperti info mengenai gangguan, adanya diskon, perubahan kategori pelanggan, pergantian meter lalu acara atau kegiatan yang diadakan PDAM dan lain sebagainya itu pasti kami siarkan ke publik” (Rakhmad Zakariyah – Senior Staf Humas PDAM Surabaya, *Indept Interview 18 Mei 2019*)

Menambahkan penuturan bapak Rakhmad, bu Lala sebagai informan kedua memberikan jawaban sebagai berikut :

“Kami memberikan informasi pelayanan ke pelanggan dan masyarakat kota Surabaya melalui beberapa media baik media sosial, media cetak dan radio nah yang paling sering adalah media sosial karena yang paling *booming*” (Laila Annisatin – SPV Humas PDAM Surabaya, *Indept Interview 13 Juni 2019*)

Dari penuturan kedua informan diatas peneliti menyimpulkan bahwa tugas rutin humas PDAM Surabaya ialah mencukupi kebutuhan informasi yang berhubungan dengan PDAM Surabaya untuk pelanggan dan masyarakat melalui saluran informasi yang digunakan humas. Berikutnya, peneliti menanyakan kepada informan mengenai kategori keluhan apa saja yang sering disampaikan oleh pelanggan, dari pertanyaan tersebut mendapat jawaban dari informan pertama sebagai berikut :

“Keluhan yang sering diterima oleh kami itu biasanya air tidak keluar, aliran air yang kecil dan pipa bocor itu yang paling sering” (Rakhmad Zakariyah – Senior Staf Humas PDAM Surabaya, *Indept Interview 18 Mei 2019*)

Seperti yang disampaikan oleh informan pertama yaitu bapak Rakhmad dari pertanyaan yang dilontarkan oleh peneliti tentang kategori keluhan apa saja yang sering diterima, ibu Lala juga menyebutkan hal yang sama, berikut adalah jawaban dari ibu Lala :

“Kami sering menerima keluhan dari pelanggan mengenai air tidak keluar dan kebocoran pipa” (Laila Annisatin – SPV Humas PDAM Surabaya, *Indept Interview 13 Juni 2019*)

Dari jawaban kedua informan diatas maka dapat disimpulkan bahwa keluhan yang paling banyak di sampaikan oleh pelanggan adalah masalah air tidak keluar yang mana air merupakan hal yang vital untuk keberlangsungan hidup masyarakat itulah mengapa tidak sedikit pelanggan yang mengeluh mengenai masalah ini. Selain itu keluhan lainnya ialah kebocoran pipa, dimana pada saat kebocoran pipa dan proses pengerjaannya tentunya akan berpengaruh juga pada aliran air di rumah-rumah warga juga akan mengganggu pengguna jalan apabila kebocoran tersebut terdapat pada jalanan yang sering dilewati warga. Selanjutnya, peneliti menanyakan bagaimana humas mengumpulkan informasi mengenai keluhan pelanggan, dari informan pertama yaitu pak Rakhmad menjelaskan sebagai berikut :

“Tahun lalu kami mengumpulkannya via media sosial, email juga media massa. Tapi sekarang kami banyak mendapat informasi keluhan melalui media massa seperti radio dan koran. Untuk media sosial hanya beberapa yang kami pegang karena ada beberapa juga yang sudah kami serahkan ke bagian pelayanan pelanggan karena sebenarnya media sosial itu media untuk memberikan informasi sedangkan untuk keluhan sudah ada salurannya sendiri namun masih ada yang melaporkan keluhan melalui media sosial tapi tetap kami tampung” (Rakhmad Zakariyah – Senior Staf Humas PDAM Surabaya, *Indept Interview 18 Mei 2019*)

Menurut informan kedua yaitu ibu Lala menyebutkan sebagai berikut:

“Kalau dari humas, menerima informasi keluhan dari media sosial seperti instagram lalu email dan media massa seperti radio ada juga by WA” (Laila Annisatin – SPV Humas PDAM Surabaya, *Indept Interview 13 Juni 2019*)

Dari hasil wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa kebanyakan pelanggan menyampaikan keluhannya melalui media sosial juga media massa seperti radio. Kemudian peneliti menanyakan media apa saja yang digunakan oleh humas PDAM Surabaya dan alasan memilih media tersebut, dari informan pertama bapak Rakhmad menjawab :

“Seperti yang saya jelaskan sebelumnya, humas menggunakan instagram dan media massa alasannya ya karena berbicara dengan media itu kan tidak boleh asal dan butuh kecakapan tersendiri karena takut salah ngomong makanya kenapa media massa dan media sosial masih menjadi media yang dipegang humas karena humas cukup bisa mengolah kata dibanding bagian pelayanan” (Rakhmad Zakariyah – Senior Staf Humas PDAM Surabaya, *Indept Interview 18 Mei 2019*)

Kemudian ibu Lala menambahkan dari penuturan informan pertama sebagai berikut:

“Ya itu yang seperti bu Lala sampaikan ya berupa radio, media sosial, WA, surat pembaca nah kenapa memilih media tersebut karena kami ini sebagai perusahaan yang melayani pelanggan ingin mendengar keluhan dengan cepat, nah media yang paling cepat dan efektif saat ini itu WA dan media sosial karena pelanggan lebih memilih media tersebut untuk menyampaikan keluhan kalau seperti radio dan media cetak yang berurusan dengan branding atau citra humas pasti yang akan turun tangan tapi kalau mengenai kebocoran pipa atau air mati pasti di serahkan ke pelayanan dan call center” (Laila Annisatin – SPV Humas PDAM Surabaya, *Indept Interview 13 Juni 2019*)

Kesimpulannya humas memilih media sosial dan media massa sebagai medianya ialah karena media sosial mudah diakses oleh siapa saja dan juga merupakan media yang paling cepat dan efektif selain itu media massa juga dipilih oleh humas karena media massa biasanya memuat informasi yang bersangkutan dengan citra perusahaan yang harus dijaga baik-baik. Lalu peneliti mengajukan pertanyaan kepada informan melalui media apa yang

paling banyak digunakan oleh pelanggan untuk melaporkan keluhannya. Menurut bapak Rakhmad menjawab :

“Yang paling sering itu ya media sosial dan radio Suara Surabaya, banyak pelanggan melaporkan keluhannya lewat media tersebut apalagi media itu mudah diakses oleh siapapun” (Rakhmad Zakariyah – Senior Staf Humas PDAM Surabaya, *Indept Interview 18 Mei 2019*)

Berikut jawaban informan kedua :

“Yang paling banyak ya media sosial kalau untuk radio itu sekarang *quantity*nya sudah mulai jarang. Terkadang sehari hanya 1 kali mendapat telfon laporan keluhan” (Laila Annisatin – SPV Humas PDAM Surabaya, *Indept Interview 13 Juni 2019*)

Menurut jawaban kedua informan diatas didapatkan kesimpulan bahwa pelanggan memilih media yang paling mudah dan cepat untuk menyampaikan keluhan sehingga mereka berharap akan mendapat respon dengan cepat yang mana media yang sering digunakan menurut kedua informan diatas ialah media sosial dan radio. Selanjutnya peneliti menanyakan berapa jumlah keluhan tiap bulannya yang diterima oleh humas melalui media tersebut. Menurut Pak Rakhmad sebagai berikut :

“Kalau dari radio itu sehari kalau normalnya 2-3 keluhan perhari, maksudnya normal itu kalau tidak ada gangguan atau pekerjaan dilapangan ya tapi kalau sedang ada pekerjaan lapangan itu bisa 20 keluhan yang masuk perhari contoh *casenya* itu tiba-tiba ada pipa bocor dan pipanya ukurannya besar apalagi kalau IPAM mati itu mengerikan sekali karena yang menyampaikan keluhan itu banyak sekali” (Rakhmad Zakariyah – Senior Staf Humas PDAM Surabaya, *Indept Interview 18 Mei 2019*)

Dari informan kedua, bu Lala menyebutkan hal yang sama dengan informan pertama :

“Normalnya sih kalau dari media kami tidak banyak keluhan hanya kalau pas ada galian pipa atau masalah di lapangan

itu bisa puluhan keluhan yang masuk ke kami” (Laila Annisatin – SPV Humas PDAM Surabaya, *Indept Interview 13 Juni 2019*)

Dari pernyataan kedua informan tersebut peneliti menyimpulkan bahwa keluhan yang masuk normalnya tidak terlalu banyak namun apabila terjadi masalah di lapangan keluhan yang diterima oleh humas melalui media bisa mencapai puluhan keluhan yang masuk. Dalam menangani keluhan pelanggan tentunya terdapat mekanisme dalam menangani keluhan tersebut. Berikut adalah mekanisme penanganan keluhan yang diterima oleh humas PDAM Surabaya yang dijawab langsung oleh bapak Rakhmad sebagai berikut :

“Mekanismenya kita harus tetap mengikuti birokrasi yang ada di PDAM jadi keluhan itu dikumpulkan terlebih dulu lalu di berikan ke call center kemudian dari call center ini yang akan membagi sesuai kategori keluhan ke bagian yang sesuai dengan kategori keluhannya tapi kalau menjawab dari media pasti kami jawab dulu “akan segera kami tindak lanjuti” tetapi mekanismenya ya tetap seperti itu tadi” (Rakhmad Zakariyah – Senior Staf Humas PDAM Surabaya, *Indept Interview 18 Mei 2019*)

Dari informan kedua yaitu Ibu Lala memberi jawaban seperti dibawah ini :

“Kami langsung tindak lanjuti setiap keluhan pelanggan yang masuk baik itu dari radio atau dari Wa dan kami sampaikan ke bagian yang terkait sesuai kategori keluhan masing-masing” (Laila Annisatin – SPV Humas PDAM Surabaya, *Indept Interview 13 Juni 2019*)

Kesimpulannya humas mengumpulkan keluhan-keluhan pelanggan yang diterima terlebih dahulu kemudian diserahkan ke bagian pelayanan dan akan disampaikan ke bagian yang terkait sesuai kategori keluhannya. Kemudian peneliti menanyakan bagaimana proses humas sebagai fasilitator komunikasi dalam menanggapi keluhan pelanggan melalui media-media tersebut berikut adalah penjelasan dari Bapak Rakhmad :

“Kami mengadakan diskusi dulu kalau ada *case-case* khusus tapi kalau seperti keluhan air mengalir kecil itu kan *case* umum yang bisa langsung kami tanggapi. Tapi kalau

case-case khusus itu pasti kami koordinasi dulu sebelum menanggapi misalnya di Jawapos. Jawapos itu kan sangat di filter, keluhan yang masuk itu pasti di filter sama Jawapos karena *spacena* tidak banyak nah yang dicantumkan itu biasanya yang besar beritanya. Misalkan menyebutkan air mati sampai di beberapa wilayah nah itu pasti kami *crosscheck* dulu ke orang-orang distribusi dulu apakah di daerah tersebut ada pekerjaan lapangan sehingga air di wilayah itu tidak keluar lalu kami juga akan menanyakan ke bagian jaringan apakah disana ada yang bocor kah atau pecah atau apa nah yang seperti itu kami koordinasikan terlebih dahulu benar-benar matang, lalu kita terjun baru kita tanggapinya berita tersebut” (Rakhmad Zakariyah – Senior Staf Humas PDAM Surabaya, *Indept Interview 18 Mei 2019*)

Dari informan kedua ibu Lala juga menambahkan :

“Kami pasti adakan koordinasi dulu karena humas disini fungsinya hanya sebagai penyampai informasi misal kalau ada keluhan kebocoran underpass ya kita koordinasi dengan bagian yang terkait seperti pemasangan jaringan dan tim-tim project itu jadi kita tidak bisa menangani sendiri karena kita harus terintegrasi karena kan ada SOPnya. Contoh lainnya kasus dimana ada oknum yang mengatasnamakan PDAM melakukan penarikan pembayaran rekening itu kan yang menjadi korban sebenarnya pelanggan dan PDAM karena pelanggan ini kurang informasi terkait pembayaran rekening resminya PDAM nah yang seperti ini kan sudah menyangkut citra dan kami melakukan sosialisasi ke masyarakat untuk menginformasikan perihal kasus ini. Intinya kami sebagai fasilitator komunikasi ya harus koordinasi dan cek keluhan yang diterima baik itu beritanya besar atau kecil tetap kami koordinasi terlebih dahulu” (Laila Annisatin – SPV Humas PDAM Surabaya, *Indept Interview 13 Juni 2019*)

Dari penuturan kedua informan diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa proses humas sebagai fasilitator komunikasi dalam menanggapi keluhan

melalui media tersebut yaitu dengan melakukan koordinasi dan pengecekan ulang dengan bagian yang terkait sesuai dengan keluhan yang disampaikan pelanggan sebelum menanggapi dan menangani keluhan tersebut dan tetap mengikuti SOP yang ada di perusahaan agar tidak terjadi kesalahan yang akan mengakibatkan citra perusahaan buruk.

Dalam menangani keluhan pelanggan biasanya ditemukan beberapa kendala yang dapat menghambat proses penanganan keluhan tersebut sehingga keluhan tersebut tidak dapat diselesaikan dengan cepat, berikut kendala yang dialami humas PDAM Surabaya yang dituturkan oleh bapak Rakhmad :

“Kendalanya ya kalau ada pelanggan yang rewel biasanya kalau di radio SS itu sampai mengudara berkali-kali dan biasanya pelanggan yang seperti itu susah dijelaskan maunya serba cepat ingin menang sendiri, tapi kan keluhan yang masuk ke kami kan tidak hanya satu. Yang kedua, informasi yang disampaikan pelapor kurang lengkap jadi misalnya pelanggan mengadu di radio SS “ada pipa bocor di daerah ini cari saja depannya ini” nah itu pasti kami *crosscheck* dulu harus menghubungi orang lapangan, apakah benar ada pipa bocor di daerah tersebut setelah kami check lokasinya ternyata tidak ada dan terkadang pelapor susah untuk di hubungi. Terkadang juga kami kesulitan mencari alamat” (Rakhmad Zakariyah – Senior Staf Humas PDAM Surabaya, *Indept Interview 18 Mei 2019*)

Dari informan kedua yaitu ibu Lala menjawab sebagai berikut:

“Ada, karena air itu kan merupakan keperluan yang vital jadi ketika pelanggan tidak mendapat air pada saat dia membutuhkan pasti mereka marah-marah tinggal kitanya harus bisa mempersuasif pelanggan tersebut agar lebih mengerti” (Laila Annisatin – SPV Humas PDAM Surabaya, *Indept Interview 13 Juni 2019*)

Dari kendala yang sudah disebutkan oleh kedua informan diatas maka peneliti menyimpulkan kendala yang sering terjadi ialah ketika pelanggan tidak mau mengerti dan tidak mau mendengar penjelasan dari pihak PDAM dalam penyelesaian keluhan pelanggan tersebut sehingga akan mempersulit penyelesaian keluhan yang dialami. Selanjutnya peneliti menanyakan apakah

tim humas PDAM Surabaya melakukan kontak sosial ke para pelanggannya. Pak Rakhmad menjawabnya sebagai berikut :

“Kami rutin mengadakan temu pelanggan 4-5 kali setahun bersama manajemen dan direksi dan ini merupakan kegiatan rutin dimana pelanggan yang biasanya kan mengadunya di *call center* atau media pengaduan lainnya tapi ini bisa berbicara langsung ke pihak manajemen dan direksi. Temu pelanggan juga bisa berupa sosialisasi atau cuma ‘nyambang’ istilahnya. Jadi sifatnya eksklusif karena tidak semua pelanggan bisa mendapat kesempatan ini, tapi kami selalu bergilir ke wilayah-wilayah yang ada di Surabaya. Selain itu, kalau ada pelanggan yang agak sulit ditangani sampai bagian pelayanan angkat tangan nah biasanya humas akan turun tangan untuk menjelaskan.” (Rakhmad Zakariyah – Senior Staf Humas PDAM Surabaya, *Indept Interview 18 Mei 2019*)

Dari informan kedua ibu Lala juga menambahkan :

“Kita mengadakan sosialisasi misalnya ke korban-korban penipuan yang mengaku mendapat tagihan dari pihak PDAM terkadang juga kami datang ke rumah masing-masing pelanggan. Untuk sosialisasi biasanya kami agendakan sekitar 3 bulan sekali. Ada juga temu pelanggan sekitar 6 bulan sekali dan biasanya kami bekerja sama dengan dinas lain juga pemkot Surabaya” (Laila Annisatin – SPV Humas PDAM Surabaya, *Indept Interview 13 Juni 2019*)

Dalam proses penanganan keluhan pelanggan pasti ada *feedback/respon* dari pelanggan tersebut setelah laporan keluhannya di tanggapi. Menurut penuturan informan pertama dan kedua menyebutkan sebagian besar *feedback* yang di berikan pelanggan merupakan *feedback* yang positif, berikut adalah jawaban lengkap informan pertama yaitu bapak Rakhmad :

“*Feedback*nya cukup bagus tapi ada beberapa pelanggan yang bersikap negatif tapi kebanyakan *feedback*nya positif apalagi untuk pelanggan yang benar-benar tahu prosesnya misalnya ada kebocoran besar di daerah Margomulyo itu

kedalaman galiannya 6-8 meter dibawah tanah nah itu biasanya kami posting supaya masyarakat tahu kalau PDAM itu bekerja siang dan malam tidak santai-santai saja nah untuk pelanggan yang tahu prosesnya itu feedbacknya pasti bagus apalagi kalau di radio mereka melaporkan kalau keluhannya sudah beres dan memberi respon yang positif” (Rahmad Zakariyah – Senior Staf Humas PDAM Surabaya, *Indept Interview 18 Mei 2019*)

Berikut penuturan dari informan kedua ibu Lala :

“*Feedbacknya* ya kebanyakan positif tapi ya ada juga yang negatif” (Laila Annisatin – SPV Humas PDAM Surabaya, *Indept Interview 13 Juni 2019*)

Kesimpulannya humas melakukan kontak sosial kepada para pelanggan baik berupa sosialisasi, temu pelanggan secara eksklusif atau langsung mendatangi rumah-rumah pelanggan.

2. Wawancara dengan bagian P2k (Pemasaran dan Pelayanan Kepelanggan)

Untuk mendukung hasil wawancara dari humas PDAM Surabaya peneliti juga mewawancarai bagian P2k dimana bagian ini juga menangani masalah keluhan dari pelanggan. Informan yang peneliti wawancarai adalah bapak Dani selaku informan ketiga yang mana beliau merupakan staf senior P2K dan informan keempat yaitu mbak Oca yang merupakan staff P2K bagian *call center*. Berikut adalah beberapa pertanyaan yang peneliti ajukan. Yang pertama, peneliti menanyakan kategori keluhan apa yang sering diterima dan dijawab oleh bapak Dani sebagai berikut :

“Biasanya yang paling banyak ya air tidak keluar, air mengalir kecil dan adanya kebocoran pipa ada juga keluhan air kotor tapi frekuensinya tidak sebanyak dua tadi” (Dani Setiyawan – Staf Senior Pemasaran Dan Pelayanan Kepelanggan (P2K) PDAM Surabaya, *Indept Interview 27 Mei 2019*)

Dari informan keempat yaitu mbak Oca menyebutkan hal yang sama dengan apa yang dijelaskan pak Dani berikut adalah jawaban lengkapnya :

“Yang sering diterima itu air tidak keluar satu komplek atau air tidak keluar di satu rumah pelanggan saja, lalu pipa bocor dan stop keran rusak itu yang paling sering” (Fitrah Lia Amrina Rosada – Staf Call Center Pemasaran Dan Pelayanan Kepelenggaraan (P2K) PDAM Surabaya, *Indept Interview 27 Mei 2019*)

Dari penuturan informan ketiga dan keempat ini menyebutkan hal yang sama dengan penuturan informan pertama dan kedua yang menyebutkan bahwa keluhan yang sering di terima oleh PDAM Surabaya ini ialah keluhan mengenai air mengalir kecil hingga mati total dan juga keluhan mengenai kebocoran pipa. Kemudian peneliti mengajukan pertanyaan mengenai adakah keterlibatan humas dalam menangani keluhan pelanggan berikut adalah jawaban dari bapak Dani :

“Kalau keterlibatan humas bisa dibilang ada tetapi frekuensinya tidak selalu penanganan keluhan itu ditangani oleh humas, keluhan yang ditangani humas ini biasanya yang bersifat tidak bisa ditangani secara reguler sehingga bisa memancing masyarakat mungkin datang kesini secara berkelompok nah itu humas akan terlibat. Jadi intinya humas tidak selalu terlibat hanya kasus-kasus tertentu saja” (Dani Setiyawan – Staf Senior Pemasaran Dan Pelayanan Kepelenggaraan (P2K) PDAM Surabaya, *Indept Interview 27 Mei 2019*)

Dari informan keempat memberi jawaban seperti berikut :

“Ada, kalau misalnya ada keluhan dari radio itu kan humas yang menanggapi tapi tetap akan dilempar ke *call center* untuk pengaduannya” (Fitrah Lia Amrina Rosada – Staf Call Center Pemasaran Dan Pelayanan Kepelenggaraan (P2K) PDAM Surabaya, *Indept Interview 27 Mei 2019*)

Dari jawaban bapak Dani dan Mbak Oca ini menjelaskan bahwa humas memiliki keterlibatan dalam penanganan keluhan pelanggan terutama pada kasus-kasus khusus yang menyangkut citra. Selanjutnya peneliti menanyakan adakah diskusi terlebih dahulu dengan pihak humas dalam menyelesaikan keluhan pelanggan sebelum diinformasikan kembali melalui media yang langsung dijawab oleh pak Dani sebagai berikut :

“Otomatis kita berdiskusi tidak hanya dengan humas maupun bagian pelayanan pelanggan tapi kita juga berdiskusi dengan *back office* tentang mekanismenya lalu kemudian jadwalnya juga apa yang harus dilakukan itu kita koordinasikan intinya kami pasti diskusikan terlebih dahulu karena kalau kita tidak ada koordinasi ternyata realitanya berbeda nanti akan muncul hujatan dari masyarakat” (Dani Setiyawan – Staf Senior Pemasaran Dan Pelayanan Kepelanggan (P2K) PDAM Surabaya, *Indept Interview 27 Mei 2019*)

Informan keempat mbak Oca juga menambahkan :

“Diskusi pasti ada, biasanya kan humas itu konfirmasi dulu ke *call center* misalkan ada perbaikan di suatu daerah kalau memang di daerah tersebut ada perbaikan *call center* akan menginformasikan proses perbaikannya dan kira-kira sampai kapan selesainya. Jadi koordinasi dulu sama humas nanti humas akan menginfokan ke pelanggannya melalui media yang digunakan” (Fitrah Lia Amrina Rosada – Staf Call Center Pemasaran Dan Pelayanan Kepelanggan (P2K) PDAM Surabaya, *Indept Interview 27 Mei 2019*)

Dapat disimpulkan bahwa humas melakukan koordinasi atau diskusi terlebih dahulu dengan pihak pelayanan pelanggan sebelum menanggapi keluhan pelanggan melalui media.

3. Wawancara dengan Pelanggan PDAM Surabaya

Untuk memperkuat hasil wawancara baik dari humas dan P2K, peneliti juga mewawancarai pelanggan sebagai pembanding apakah humas telah menjalankan perannya sebagai fasilitator komunikasi dalam menangani keluhan pelanggan. Informan yang peneliti wawancarai adalah bapak Muchidin sebagai informan kelima dan Rizka Rahmawaty sebagai informan keenam. Peneliti memberikan pertanyaan pertama mengenai keluhan apa yang di alami terkait pelayanan yang diberikan oleh PDAM Surabaya, dan dijawab oleh bapak Muchidin sebagai berikut :

“Aliran air di rumah saya itu kecil terkadang sampai tidak mengalir sama sekali sedangkan kita kan butuh air untuk

kegiatan sehari-hari” (Muchidin – Pelanggan PDAM Surabaya, *Indept Interview 26 Juli 2019*)

Sedangkan mbak Rizka memberikan jawaban sebagai berikut :

“Air dirumah saya terkadang berwarna keruh tapi yang paling parah itu sampai tidak mengalir sama sekali, ini melelahkan buat saya kalau harus menunggu tengah malam supaya bisa nampung air buat besoknya” (Rizka Rahmawaty – Pelanggan PDAM Surabaya, *Indept Interview 26 Juli 2019*)

Dari jawaban kedua informan tersebut dapat di simpulkan bahwa keluhan yang di alami sesuai dengan pernyataan informan-informan sebelumnya yang menyebutkan kategori keluhan yang sering di terima PDAM Surabaya ialah mengenai layanan air seperti aliran air yang kecil hingga mati total. Kemudian peneliti menanyakan bagaimana cara kedua informan tersebut dalam menyampaikan keluhannya, berikut adalah jawaban bapak Muchidin :

“Saya melaporkannya melalui *call center* atau melalui WA” (Muchidin – Pelanggan PDAM Surabaya, *Indept Interview 26 Juli 2019*)

Berbeda dengan bapak Muchidin, informan ke enam menjawab sebagai berikut :

“Biasanya saya melaporkannya melalui Instagram PDAM” (Rizka Rahmawaty – Pelanggan PDAM Surabaya, *Indept Interview 26 Juli 2019*)

Kesimpulannya kedua informan tersebut menyampaikan keluhannya secara langsung ke PDAM Surabaya, dan menyampaikan keluhannya melalui media yang digunakan oleh humas seperti Instagram dan Wa. Selanjutnya peneliti menanyakan bagaimana respon pihak PDAM Surabaya setelah mereka melaporkan keluhannya. Berikut adalah jawaban informan kelima :

“Ya saya di minta nomer pelanggan dan keterangan keluhan yang saya alami” (Muchidin – Pelanggan PDAM Surabaya, *Indept Interview 26 Juli 2019*)

Informan keenam memberikan penuturan yang sama dengan bapak Muchidin, berikut adalah penuturan lengkapnya :

“Alhamdulillah keluhan saya direspon kemudian saya di minta untuk memberikan nomor pelanggan dan keterangan keluhan yang lebih jelas” (Rizka Rahmawaty – Pelanggan PDAM Surabaya, *Indept Interview 26 Juli 2019*)

Berdasarkan hasil wawancara kedua informan diatas dapat disimpulkan bahwa pihak PDAM Surabaya telah menanggapi keluhan pelanggan yang disampaikan melalui beberapa media yang ada di PDAM Surabaya dengan menanyakan nomor pelanggan dan detail keluhan yang di alami sesuai dengan SOP. Lalu peneliti menanyakan hal apa di lakukan setelah keluhan tersebut direspon dan ditangani oleh PDAM Surabaya. Berikut adalah penuturan informan kelima, bapak Muchidin :

“Biasanya pihak PDAM menghubungi kembali kalau keluhannya sudah ditangani nah itu saya bilang “terima kasih, airnya sudah mengalir” ” (Muchidin – Pelanggan PDAM Surabaya, *Indept Interview 26 Juli 2019*)

Berikut adalah jawaban informan keenam :

“Saya menginfokan kembali ke akun Instagram PDAM Surabaya kalau air di rumah saya itu sudah mengalir lancar” (Rizka Rahmawaty – Pelanggan PDAM Surabaya, *Indept Interview 26 Juli 2019*)

Kesimpulannya ialah kedua pelanggan diatas memberikan feedback yang positif setelah keluhannya di respon dan berhasil ditangani oleh PDAM Surabaya dengan menginfokan kembali apabila keluhan yang dialami telah selesai.

4.3 Pembahasan

Peneliti akan menganalisis berdasarkan teori yang telah digunakan dengan data yang telah peneliti kumpulkan mengenai humas sebagai fasilitator komunikasi dalam menangani keluhan pelanggan yang mana peran ini bertujuan sebagai perantara antara pelanggan dan pihak PDAM Surabaya dalam memberikan informasi dan juga menangani keluhan pelanggan, terdapat dalam sub bab berikut :

4.3.1 Keluhan Pelanggan

Dari keempat kategori keluhan yang di jelaskan oleh Norwel yang terdiri dari *Mechanical Complaint* (keluhan mekanikal), *Attitudinal Complaint* (keluhan akibat sikap petugas pelayanan), *Services-Related Complaints* (keluhan yang berhubungan dengan pelayanan) dan *Unusual Complaints* (keluhan yang aneh). Berdasarkan hasil wawancara dari keenam informan, bahwa kategori keluhan yang paling sering disampaikan oleh pelanggan kepada PDAM Surabaya yaitu *Mechanical Complaint* (keluhan mekanikal) dan *Services-Related Complaints* (keluhan yang berhubungan dengan pelayanan). Keluhan mekanikal yang disampaikan oleh pelanggan ini berisi laporan keluhan mengenai pipa bocor dan stop keran rusak yang mana jumlah keluhan ini naik-turun tiap bulannya. Berikut data jumlah keluhan pipa bocor dan stop keran rusak tahun 2019 bulan Januari-April.

Tabel 4.1

Bulan	Pipa Bocor	Stop Keran Rusak
Januari	755	264
Februari	719	241
Maret	995	261
April	882	249

Sumber : dokumen Pemasaran & Pelayanan Kepelangganan (P2K) tahun 2019

Pada tabel diatas menunjukkan frekuensi laporan keluhan mengenai pipa bocor dan keran rusak yang jumlahnya naik turun tiap bulannya. Pada bulan Februari mengalami penurunan jumlah keluhan dari bulan Januari namun pada bulan selanjutnya jumlah keluhan mekanikal ini melonjak pesat sebanyak 995 keluhan pipa bocor dan 261 keluhan stop keran rusak yang mana memiliki selisih jumlah keluhan 276 angka untuk pipa bocor dan selisih 20 angka untuk stop keran rusak. Tentunya ada beberapa faktor yang menyebabkan kebocoran pipa tersebut salah satunya usia pipa yang sudah terlalu tua sehingga tidak dapat menampung dan mengalirkan air dengan sempurna.

Untuk kategori *Services-Related Complaints* dimana kategori ini merupakan keluhan yang berhubungan dengan pelayanan yang diberikan oleh PDAM Surabaya yang mana pelanggan banyak menyampaikan keluhan

mengenai warna air keruh, aliran air yang kecil sampai air mati total. Berikut adalah data jumlah keluhan tersebut mulai Januari-April 2019.

Tabel 4.2

Bulan	Jumlah Keluhan
Januari	2874
Februari	2901
Maret	2557
April	2520

Sumber : dokumen Pemasaran & Pelayanan Kepelanggan (P2K) tahun 2019

Berdasarkan data tersebut menunjukkan keluhan mengenai layanan air PDAM Surabaya mengalami peningkatan pada bulan Februari yaitu mencapai angka 2901 keluhan yang mana memiliki selisih 27 angka dari keluhan di bulan Januari. Keluhan tersebut mulai mengalami penurunan angka di bulan-bulan berikutnya dimana hal ini dapat menunjukkan bahwa keluhan mengenai kualitas layanan air yang diberikan PDAM Surabaya mulai membaik dilihat dari data diatas. Kedua Tabel diatas merupakan jumlah keluhan keseluruhan yang diterima baik melalui media humas maupun dari media pelayanan pelanggan.

Di samping itu, ketika pelanggan merasa tidak puas dengan layanan yang telah diberikan, biasanya pelanggan akan menunjukkan sikap ketidakpuasannya kepada perusahaan yang bersangkutan dan sikap yang ditunjukkan bermacam-macam. Dari kategori sikap pelanggan yang disebutkan Tjiptono, pelanggan PDAM Surabaya cenderung menunjukkan sikap *Voice Response* dan *Third Party Response*. Hal ini didukung dengan pernyataan informan-informan yang menyebutkan hal yang sama.

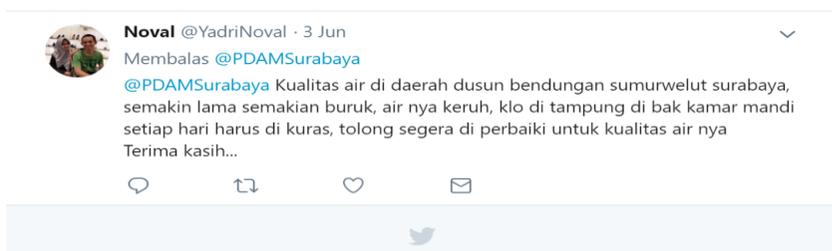
Pelanggan PDAM Surabaya yang menunjukkan sikap *voice response* menyampaikan keluhannya secara langsung melalui saluran pengaduan yang disediakan oleh PDAM Surabaya baik melalui pelayanan pelanggan bagian *call center*, radio maupun melalui media online. Berikut adalah beberapa laporan keluhan yang disampaikan langsung oleh pelanggan melalui media online.



Gambar 4.3

Sumber: laman resmi facebook PDAM Surabaya (2019)

Pada gambar diatas merupakan keluhan yang di sampaikan oleh salah satu pelanggan dengan nama akun Abah Nardi melalui media online Facebook yang mana pelanggan tersebut mengeluhkan mengenai kondisi air yang keruh di rumahnya. Peneliti juga menemukan keluhan melalui media online lainnya yaitu Twitter. Pelanggan dengan nama akun @YadriNoval menyampaikan keluhannya melalui akun resmi twitter PDAM Surabaya yang mana pelanggan tersebut mengeluhkan mengenai kualitas air yang buruk dan meminta untuk segera ditindaklanjuti. Untuk lebih jelasnya terdapat pada gambar 4.4 dibawah ini.



Gambar 4.4

Sumber: akun resmi twitter PDAM Surabaya (2019)

Untuk pelanggan yang menunjukkan sikap *third party response* ini biasanya bentuk respon atas ketidakpuasannya berupa menuntut ganti rugi atau meminta pertanggung jawaban perusahaan. Penyampaian rasa ketidakpuasannya tersebut di sampaikan melalui objek-objek eksternal yang tidak secara langsung juga tidak memiliki keterlibatan dengan perusahaan seperti menulis di media yang menyediakan rubrik surat pembaca atau pembaca menulis. Tujuannya agar pesan yang telah ditulis oleh pembaca melalui surat terbuka bisa mendapat respon pihak yang terkait, selain itu juga bertujuan agar pembaca lainnya bersikap antisipatif dan tidak terjebak pada pengalaman yang dirasakan si penulis tersebut. Dikarenakan rubrik surat pembaca ini sifatnya publik, artinya dapat dibaca oleh banyak orang, dengan demikian publik menjadi mengetahui akan suatu hal “masalah, pujian dan sebagainya” yang disampaikan.

Bagi humas, surat pembaca harus dilihat sebagai representasi *opini publik*. Apabila tidak ditangani dan dikelola dengan baik, informasi itu bisa menyebar dan merasuk ke publik yang lebih luas dan menjadi pemicu krisis. Berikut adalah salah satu tulisan pelanggan PDAM Surabaya yang menyampaikan keluhannya melalui rubrik pembaca menulis Jawa Pos pada tanggal 11 Mei 2019.

The image shows a screenshot of a news article on the 'pressreader' website. The article title is 'Pipa PDAM Bocor di Nginden' (Leaking PDAM Pipe in Nginden) from Jawa Pos, dated 11 May 2019. The article text describes a water pipe leak in Nginden Timur, Surabaya, and the lack of action from PDAM. The interface includes a search bar, a comment section, and social sharing options.

pressreader Sign In

Search Results

Pipa PDAM Bocor di Nginden

Jawa Pos 11 May 2019 +1 more

MELALUI surat pembaca ini, saya ingin menginformasikan kebocoran pipa PDAM di daerah Nginden Intan Timur. Kebocoran pipa tersebut membuat air mengalir ke rumah kosong di sebelah rumah kami. Kami sebenarnya telah melaporkan kebocoran ke pihak PDAM.

Bahkan, petugas pencatat meter juga sudah kami beri tahu hingga tiga kali. Tapi, hingga saat ini, belum ada tindakan. Padahal, kebocoran tersebut sudah terjadi hampir tiga bulan. Entah sudah berapa meter kubik air PDAM yang terbuang percuma karena kebocoran tersebut. Karena itu, saya berharap pihak PDAM Surabaya segera melakukan pengecekan ke lokasi sekaligus membenahinya agar tidak ada lagi air PDAM yang WARSITO S., Nginden Intan Timur, Surabaya,

Write a comment...

Share Comment Save More

Upvote Downvote

Gambar 4.5

Sumber : website pressreader (2019)

Gambar diatas merupakan surat pembaca yang dimuat di koran Jawa Pos yang rekam digitalnya peneliti temukan dari website pressreader. Pelanggan dengan nama Warsito ini mengeluhkan adanya kebocoran pipa yang terjadi hampir 3 bulan yang menurut penuturannya pihak PDAM Surabaya belum menindaklanjuti permasalahan tersebut.

4.3.1.1 Humas Sebagai Fasilitator Komunikasi

Untuk dapat menjalani peran sebagai fasilitator komunikasi praktisi humas harus bisa memposisikan dirinya sebagai perantara dan membantu perusahaan dengan menciptakan komunikasi yang baik dengan publiknya dengan cara memenuhi kebutuhan informasi antar keduanya, tujuannya untuk membuat keputusan demi kepentingan bersama.

Dari hasil analisis data yang diperoleh, berdasarkan model *two-way symmetric* yang dikemukakan oleh Kriyantono yang mengungkapkan bahwa komunikasi dari model ini memiliki karakteristik yaitu komunikasi ini dilakukan secara dua arah di mana, humas di PDAM Surabaya menjalankan peran sebagai perantara informasi dengan cara melakukan komunikasi dua arah antara pelanggan dengan perusahaan secara tidak langsung melalui media-media yang digunakan oleh humas sedangkan komunikasi secara langsung dilakukan dengan cara melakukan kontak sosial berupa sosialisasi dan temu pelanggan.

Selama ini humas PDAM Surabaya menjalankan tugasnya dengan memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan mulai dari memberi informasi mengenai kebijakan PDAM Surabaya, informasi apabila terjadi gangguan, informasi aktivitas sosial dan menerima keluhan dari pelanggan baik melalui media massa maupun media online. Humas dituntut untuk melayani pelanggan dengan segera, sebab jika ada keluhan yang masuk petugas humas harus langsung mengurusnya agar tidak tertunda dan menumpuk. Segala pengaduan yang masuk ke bagian humas, informasinya di laporkan ke bagian-bagian yang terkait sesuai permasalahan keluhan yang di sampaikan oleh pelanggan.

Dari pemilihan media yang digunakan humas seperti media massa radio dan koran juga media online seperti Instagram dan Whatsapp dirasa tepat karena radio dan koran merupakan media massa yang biasanya memuat informasi bersangkutan dengan citra perusahaan yang harus dijaga dengan baik yang mana hal ini juga merupakan salah satu tugas humas untuk menjaga citra perusahaan agar tetap baik di mata masyarakat. Disamping itu, media ini mudah diakses oleh siapa saja terutama bagi pelanggan yang ingin melaporkan keluhannya. Selain itu juga penggunaan media online Instagram dan Whatsapp

dinilai lebih cepat dan efektif baik dalam penyampaian informasi bagi humas juga sebagai sarana penyampaian keluhan bagi pelanggan.

Hal ini juga didukung dengan pernyataan kedua informan humas yang menyebutkan bahwa pelanggan paling sering menyampaikan keluhannya melalui radio Suara Surabaya juga Instagram dan Whatsapp. Dari kedua informan pelanggan pun menyebutkan bahwa mereka melaporkan keluhan melalui media Whatsapp dan Instagram.

Dari media tersebut jumlah keluhan yang diterima oleh humas normalnya sekitar 2-3 keluhan perhari namun apabila terjadi gangguan seperti kebocoran pipa atau adanya pekerjaan lapangan bisa mencapai puluhan keluhan yang masuk perharinya ke saluran media humas. Hal ini disebabkan kurangnya pengetahuan atau informasi dari pelanggan tentang keluhan yang dialami sebab ketika PDAM Surabaya sedang melakukan pekerjaan lapangan tentunya banyak gangguan air yang timbul namun ini hanya berlangsung sementara sampai pekerjaan lapangan tersebut selesai. Pihak humas juga menyebutkan bahwa mereka selalu menginformasikan jika PDAM sedang mengalami gangguan atau ada pekerjaan lapangan yang disampaikan melalui media sosial apabila terjadi gangguan sementara. Namun disisi lain peneliti menemukan banyak keluhan pelanggan yang menilai pemberitahuan atau informasi mengenai gangguan dirasa agak terlambat sebab pelanggan PDAM Surabaya menyebutkan tidak bisa mempersiapkan tampungan air ketika terjadi gangguan yang mengakibatkan air mati sementara di beberapa wilayah. Tentunya hal ini harus menjadi evaluasi pihak humas dalam menyebarkan informasi kepada pelanggan agar pelanggan tidak merasa kecewa dan tetap loyal.

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari wawancara dengan informan, permasalahan yang dihadapi oleh pihak humas tidak bisa langsung diselesaikan begitu saja, sebab humas bukanlah eksekutor yang setiap ada keluhan yang disampaikan ke humas lalu permasalahan itu akan selesai. Dalam mekanisme penanganan keluhan yang dilakukan humas tetap harus mengikuti birokrasi dan kebijakan yang ada di perusahaan. Laporan keluhan tersebut diberikan kepada bagian-bagian yang langsung menangani permasalahan sesuai dengan kategori keluhan masing-masing. Humas tentunya tidak bisa menangani dan menyelesaikan masalah keluhan pelanggan itu sendirian. Dalam prosesnya humas melakukan diskusi atau koordinasi dengan bagian pelayanan pelanggan juga bagian yang terkait lainnya agar penanganan keluhan pelanggan bisa di selesaikan dengan baik. Walaupun tidak semua keluhan pelanggan yang melibatkan humas dalam kegiatannya namun peran humas disini merupakan hal yang penting sebagai fasilitator komunikasi yang mana menjadi jembatan antara

pelanggan dengan perusahaan. Humas cenderung berkontribusi dalam penanganan keluhan pelanggan yang menyinggung citra perusahaan. Apabila ada permasalahan dengan pelanggan humas tentunya ikut dalam proses penyelesaian masalah tersebut. Apapun yang menjadi keperluan maupun kepentingan pelanggan, petugas humas PDAM Surabaya akan siap melayani.

Untuk menjalin hubungan baik dengan pelanggan juga untuk lebih dekat dengan pelanggan humas melakukan kontak sosial berupa sosialisasi dan temu pelanggan yang mana kegiatan ini telah menjadi agenda rutin yang dilaksanakan 4-5 kali dalam setahun bergiliran di wilayah Surabaya. Sosialisasi ini bertujuan untuk mengedukasi baik pelanggan maupun masyarakat sekitar agar lebih mengetahui informasi mengenai kebijakan perusahaan seperti pasang baru, penggantian meter sampai yang pernah meresahkan warga mengenai penipuan dari oknum yang mengatasnamakan sebagai petugas PDAM Surabaya yang melakukan penarikan pembayaran rekening. Dalam kasus tersebut, humas dan jajarannya mengedukasi cara mengidentifikasi petugas PDAM Surabaya yang asli juga cara mengecek nota pembayaran yang diberikan agar pelanggan tidak lagi tertipu dengan kasus tersebut.

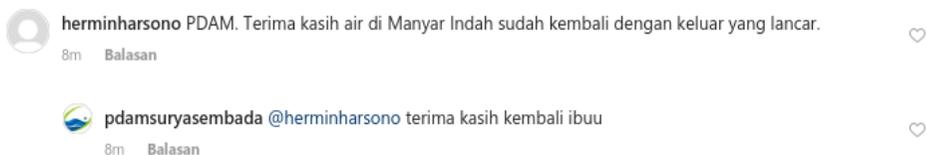
Sedangkan kegiatan temu pelanggan juga dilakukan untuk lebih dekat dan lebih mendengar keluhan yang dialami pelanggan secara tatap muka atau hanya sekedar berkunjung saja untuk mengecek keadaan layanan yang sudah diberikan. Kegiatan rutin yang diselenggarakan humas ini merupakan hal yang baik untuk citra perusahaan di mata pelanggan dimana humas berusaha melayani pelanggan sesuai dengan apa yang dibutuhkan. Selain itu pelanggan juga akan merasa 'diperhatikan' oleh PDAM mengenai permasalahan yang dialami serta memungkinkan untuk meningkatkan jumlah pelanggan.

Kegiatan sosialisasi dan temu pelanggan ini bisa berdampak pada komunikasi keduanya yang menimbulkan hubungan jangka panjang yang baik untuk PDAM dan pelanggan-pelanggannya. Hal ini sesuai dengan konsep model *two-way symmetric* yang disebutkan oleh Grunig. Dengan adanya kegiatan tersebut dapat menunjukkan bahwa humas telah menjalankan dua peran secara bersamaan di mana humas berusaha memfasilitasi komunikasi keduanya juga berupaya untuk mendengar keluhan dan harapan-harapan pelanggannya.

Dalam proses penanganan keluhan pelanggan tentunya banyak *feedback* yang disampaikan oleh pelanggan ketika keluhannya direspon dan di selesaikan dengan baik. Tidak jarang humas menerima *feedback* negatif di berbagai saluran pengaduan yang disediakan namun dari hasil wawancara dengan informan menjelaskan bahwa kebanyakan *feedback* yang diterima oleh humas merupakan *feedback* yang positif. Dari hasil wawancara kedua informan

pelanggan juga menyebutkan bahwa mereka memberikan *feedback* yang positif ketika keluhannya di respon dan ditangani.

Menurut keterangan informan humas, *feedback* positif itu di dapat dari pelanggan yang mau mengerti dan memahami proses penyelesaian masalah keluhan. Humas juga selalu menginformasikan perkembangan masalah yang dialami misalnya ada galian pipa di jalan besar yang mengakibatkan beberapa kawasan mengalami gangguan air. Dalam kasus ini, humas mengupdate perkembangan proses galian tersebut di media humas yang bertujuan agar pelanggan mengetahui proses yang dilalui dan lebih bisa memaklumi apabila terjadi gangguan. Berikut adalah salah satu *feedback* positif dari pelanggan setelah laporan keluhannya di respon yang penulis temukan di media online Instagram PDAM Surabaya.



Gambar 4.6

Sumber : akun resmi Instagram PDAM Surabaya (2019)

Dari semua kegiatan yang dilakukan humas sebagai fasilitator komunikasi dalam menangani dan menyelesaikan masalah keluhan pelanggan tentunya tidak berjalan dengan mudah. Beberapa kali humas menemui kendala dalam penyelesaian keluhan pelanggan yang mana hal ini akan menghambat proses penyelesaian masalah sehingga tidak dapat diselesaikan dengan cepat. Dari hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti, kendala yang sering dijumpai ialah pelanggan yang 'rewel' atau susah untuk diberi pengertian mengenai permasalahan yang dialami sehingga terkadang humas merasa kesulitan dalam menangani masalah tersebut. Selain itu humas juga menyebutkan kendala lainnya yang dialami mengenai informasi keluhan yang kurang detail. Pelanggan hanya menyebutkan keluhan yang terjadi namun tidak memberi keterangan lebih jelasnya seperti lokasi, nomor pelanggan atau nomor telepon pelapor. Tentunya hal ini menyulitkan humas dalam menyampaikan laporan keluhan ke bagian terkait karena humas tidak dapat mengidentifikasi secara jelas mengenai permasalahan yang dikeluhkan