

**STRATEGI KOMUNIKASI PERUSAHAAN DAERAH  
AIR MINUM (PDAM) KOTA GORONTALODALAM  
MEMBERIKAN INFORMASI KEPADA PELANGGAN**

**Disusun oleh:**  
**PUTRI ANGGREANY M. PAKAYA**  
**NIM : S2218036**

**SKRIPSI**

**Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana**



**PROGRAM SARJANA**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**  
**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**  
**UNIVERSITAS IHSAN GORONTALO**  
**2022**

## HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING

### STRATEGI KOMUNIKASI PERUSAHAAN DAERAH AIR MINUM (PDAM) KOTA GORONTALO DALAM MEMBERIKAN INFORMASI KEPADA PELANGGAN

Oleh:

**PUTRI ANGGREANY M. PAKAYA**

NIM: S2218036

### SKRIPSI

Sebagai Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana

Pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Ichsan Gorontalo

Telah diseminarkan dan disetujui

Gorontalo, 22 April 2022

Pembimbing I

Dr. Andi Subhan, S.S., M.Pd.  
NIDN: 0923098001

Pembimbing II

Dwi Ratnasari, S.Sos., M.I.Kom.  
NIDN: 0928068903

Mengetahui,

Ketua Program Studi  
Ilmu Komunikasi

Minarni Tolapa, S.Sos., M.Si.  
NIDN: 0922047803

## HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI

### STRATEGI KOMUNIKASI PERUSAHAAN DAERAH AIR MINUM (PDAM) KOTA GORONTALO DALAM MEMBERIKAN INFORMASI KEPADA PELANGGAN

Oleh:

PUTRI ANGGREANY M. PAKAYA

NIM: S2218036

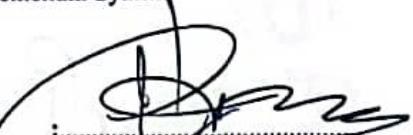
### SKRIPSI

Telah Dipertahankan dihadapan Penguji

Pada Tanggal 22 April 2022

Dan Dinyatakan Telah Memenuhi Syarat

Komisi Penguji :

- |                                      |  |
|--------------------------------------|--|
| 1. Imran Kamaruddin, S.Sos., M.I.Kom | : .....  |
| 2. Minarni Tolapa, S.Sos., M.Si      | : .....  |
| 3. Dra. Salma P Nua, M.Pd            | : .....  |
| 4. Dr. Andi Subhan, S.S., M.Pd       | : .....  |
| 5. Dwi Ratnasari, S.Sos., M.I.Kom    | : .....  |

Mengetahui :



## SURAT PERNYATAAN

Dengan ini saya menyampaikan bahwa :

Nama : Putri Anggreany M. Pakaya

Nim : S2218036

Jurusan : Ilmu Komunikasi

Judul : Strategi Komunikasi Perusahaan Daerah Air Minum (Pdam) Kota Gorontalo Dalam Memberikan Informasi Kepada Pelanggan

1. Karya tulis saya (skripsi) ini adalah hasil dan belum pernah diajukan mendapatkan gelar akademik (sarjana) baik di Universitas Ichsan Gorontalo maupun perguruan tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan Tim Pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah dipublikasikan orang lain. Kecuali secara tertulis dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Peryataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Gorontalo, 18 Juni 2022

Yang Membuat Pernyataan



PUTRI ANGGREANY M. PAKAYA

## ABSTRACT

***PUTRI ANGGREANY M. PAKAYA. S2218036. THE COMMUNICATION STRATEGY IN PROVIDING INFORMATION TO CUSTOMERS AT THE REGIONAL WATER COMPANY OF COPRONTALO CITY***

*This study aims to find the communication strategy carried out by the Regional Water Company of Gorontalo City in providing information to customers. This study uses a qualitative descriptive research method. Data collection in this study is through observation, interviews, and documentation to obtain information in the field. The results of this study indicate that the Regional Water Company of Gorontalo City has implemented some communication strategies, namely: 1) Recognizing the audience. The company's audience targeted focuses on potential customers as information receivers. 2) Composing messages. The message here means information by the company regarding customer complaints submitted and general information required by customers. 3) Use of media. Social media is widely used as a tool for information aimed at customers due to communication speed and ease. The Regional Water Company of Gorontalo city also utilizes print media such as newspapers, billboards, and pamphlets. 4) Method determination. Several methods employed by Regional Water Company of Gorontalo city in providing information are (1) redundant method, which is a method of delivering messages repeatedly, and (2) educative method, namely a method of delivering messages by explaining the message following the facts and data occurring in the field, and (3) informative method, meaning that the information and knowledge are provided by the company so that it can change the behavior of the company's audience.*

*Keywords:* communication strategy, public service

## **ABSTRAK**

**PUTRI ANGGREANY M. PAKAYA. S2218036. STRATEGI KOMUNIKASI HUMAS PDAM KOTA GORONTALO DALAM MEMBERIKAN INFORMASI KEPADA PELANGGAN.**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi yang dilakukan oleh PDAM (Perusahaan Daerah Air Minum) Kota Gorontalo dalam memberikan informasi kepada pelanggan. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui observasi, wawancara, serta dokumentasi untuk memperoleh fenomena-fenomena yang terjadi dilapangan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa PDAM Kota gorontalo telah menerapkan strategi komunikasi yaitu melalui: (1) Mengenal Khalayak; Khalayak sasaran perusahaan difokuskan kepada calon pelanggan,pelanggan sebagai target penerima informasi. (2) Menyusun pesan ;Pesan yang dimaksud ialah berupa penerangan oleh perusahaan terkait keluhan pelanggan yang diajukan hingga informasi umum yang dibutuhkan oleh pelanggan.(3) Penggunaan Media ; Media sosial banyak digunakan sebagai alat dalam memberikan informasi kepada pelanggan. karena kecepatan dan kemudahan dalam proses komunikasinya. PDAM Kota Gorontalo juga memanfaatkan media cetak seperti koran,baliho dan pamphlet(4) Menetapkan metode ; beberapa metode yang digunakan oleh PDAM Kota Gorontalo dalam memberikan informasi yaitu *Redundancy* atau metode penyampaian pesan secara berulang, Edukatif metode penyampaian pesan dengan cara menerangkan pesan disesuaikan dengan fakta,data yang terjadi dilapangan, dan Metode informatif berupa penerangan dan pemahaman yang diberikan oleh perusahaan sehingga dapat merubah tingkah laku khalayak perusahaan.

Kata kunci: Strategi komunikasi, Pelayanan Publik,

## **MOTTO**

**“Manusia tidak merancang untuk gagal, mereka gagal untuk merancang.”**  
**(William j. Siegel)**

**“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan  
kesanggupanya”**

**(Al Baqarah 286)**

**“Hatiku tenang karena mengetahui bahwa apa yang melewatkanku tidak  
akan pernah menjadi takdirku. Dan apa yang ditakdirkan untukku, takkan  
melewatkanku”**

**(Umar bin Khattab)**

## **PERSEMPAHAN**

Skripsi ini adalah bagian dari salah satu bentuk ibadahku kepada Allah Subhanahu  
Wata’ala yang berkuasa di langit dan bumi. Karena kepadaNyalah kami  
menyembah dan kepadaNyalah kami memohon pertolongan.

Sekaligus sebagai ungkapan syukur dan terimakasih kepada :

Ayah dan Ibu yang selalu memberikan dukungan moril dan materiil di segala  
bidang kehidupan

Kakak dan adik ( Putra dan Patra) yang selalu memberikan semangat

Keluarga besar Pakaya-Ngadi dan Monangin-Undap

Staf pengajar dan civitas jurusan Ilmu Komunikasi

Teman Teman Komunikasi Angkatan 2018

Almamater tercinta Universitas Ichsan Gorontalo

## KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur Penulis Panjatkan kepada Alla Subhanallahu wata'ala Tuhan Yang Maha Esa karena berkat limpahan Rahmat dan Karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan usulan penelitian ini dengan judul "**Strategi Komunikasi PDAM Kota Gorontalo dalam Memberikan Informasi Kepada Pelanggan.**" Tak lupa sholawat serta salam penulis haturkan kepada Nabi Muhammad shollalahu alaihi wassalam semoga syafaat beliau senantiasa sampai kepada kita semua.

Pada kesempatan ini, penulis hendak menyampaikan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah memberikan dukungan moril maupun materiil sehingga proposal penelitian ini dapat diselesaikan dengan baik. Ucapan trimakasih ini penulis tujuhan kepada :

1. Ayah dan Ibu peneliti yang telah memberikan dukungan, doa dan masukan kepada penulis sampai pada tahap ini.
2. Dr. Hj. Juriko Abdussamad, M.Si, selaku Ketua Yayasan Pengembangan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi Ichsan Gorontalo.
3. Bapak Dr. Abdul Gaffar La Tjokke, M.Si, selaku Rektor Universitas Ichsan Gorontalo
4. Bapak Dr. Arman, s.Sos,M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Ichsan Gorontalo
5. Ibu Minarni Tolapa S.Sos, M.si selaku ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

6. Bapak Dr Andi Subhan M.Pd, Selaku Pembimbing satu yang selalu membimbing dan memberi masukan kepada penulis ditengah begitu banyak kesulitan yang dihadapi.
7. Ibu Dwi Ratnasari S.Sos., M.I.Kom, selaku pembimbing dua yang telah memberikan saran serta masukan kepada peneliti.
8. Seluruh Staff dan Dosen Pengajar Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
9. Kepada teman-teman Angkatan 2018 Jurusan Ilmu Komunikasi.
10. Kepada seluruh keluarga besar Pakaya&Ngadi di Gorontalo, yang telah membantu peneliti mmberikan motivasi dan doa kepada peneliti.
11. Seluruh keluarga besar Monangin&Undap di Manado
12. Kepada seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu penulis dalam menyusun usulan penelitian ini.

Gorontalo, 27 Maret 2022

Peneliti

**Putri Anggreany M. Pakaya**

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL.....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN PENGUJI.....</b>	<b>iii</b>
<b>SURAT PERNYATAAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vi</b>
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1.    Latar Belakang .....	1
1.2.    Rumusan Masalah .....	5
1.3.    Tujuan Penelitian.....	5
1.4.    Manfaat Penelitian.....	5
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>7</b>
2.1.    Konsep Komunikasi .....	7
2.2.    Strategi Komunikasi .....	10
2.3.    Perumusan Strategi Komunikasi .....	12
2.4.    Pelayanan publik .....	15
2.5.    Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	18
2.6.    Kerangka Pikir.....	19
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>20</b>
3.1.    Objek Penelitian .....	20
3.2.    Desain Penelitian.....	20
3.3.    Fokus Penelitian .....	20
3.4.    Informan .....	21
3.5.    Sumber Data .....	21
3.6.    Prosedur Pengumpulan Data .....	22

3.7. Teknik Analisis Data .....	23
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>25</b>
4.1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian .....	25
4.2. Hasil Penelitian.....	27
4.3. Pembahasan .....	40
<b>BAB V KESIMPULAN .....</b>	<b>47</b>
5.1. Kesimpulan.....	47
5.2. Saran .....	48
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>49</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>53</b>

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1.Latar Belakang**

Komunikasi dapat dikatakan sebagai kebutuhan dasar manusia dalam segala aspek kehidupan untuk memperjelas tujuan dalam berkomunikasi.Secara luas komunikasi bermakna sebagai proses “penyampaian pesan”yang terjalin antara kedua belah pihak.Komunikasi melibatkan beberapa komponen yang saling berkesinambungan dalam proses penyampaiannya yaitu sumber(komunikator) atau seseorang maupun sekelompok orang yang menyampaikan isi pesan(konten) berupa lambang atau tanda seperti kalimat tertulis secara lisan,gambar, angka ataupun gerakan yang disampaikan melalui Saluran (media) kemudian digunakan untuk mengirimkan pesan sehingga sampai kepada penerima pesan (komunikan) sehingga menimbulkan efek atau umpan balik.(*feedback*).

Komunikasi dalam prosesnya ialah penyampaian pikiran atau perasaan oleh komunikator kepada komunikanmelalui lambang-lambang atau simbol sebagai sebuah instrumen penyampaian gagasan yang ada dalam hatinya (perasaanya) atau dalam kepalanya (pikiran).Isi pikiran bisa berupa suatu gagasan, konsep, informasi, ataupun opini yang muncul dari benak penyampai pesan.Isi perasaan bisa berupa keyakinan, kepastian, keragu-raguan, kekhawatiran, kesedihan, kegairahan, keberanian dan sebagainya. lambang yang dimaksud bisa berupa gambar, isyarat, warna dan lain-lain.Untuk keefektifan suatu proses komunikasi, lambang-lambang tersebut sering dipadukan penggunaanya, sehingga,pikiran atau perasaan seseorang dapat diketahui dan dapat berefek kepada orang lain apabila ditransmisikan dengan menggunakan lambang-lambang itu. Komunikasi dapat

berhasil apabila pikiran dan perasaan saling berkoordinasi dalam menyampaikan suatu pesan. Namun sebaliknya komunikasi dapat berujung kegagalan bilamana perasaan tidak dapat dikontrol (emosional) sebagai akibat dalam kekeliruan berfikir.

Dalam berkomunikasi, terdapat strategi yang harus dibentuk agar komunikasi berjalan efektif. Hal itu bermanfaat agar target pembicara (komunikator) dapat memahami pesan yang disampaikan sesuai dengan apa yang akan direncanakan sebelumnya. Strategi komunikasi berfungsi sebagai pedoman berupa perencanaan dan manajemen komunikasi untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Strategi komunikasi harus dapat menunjukkan pengoperasionalnya secara praktis sesuai dengan situasi dan kondisi yang berjalan dinamis. Strategi komunikasi dalam kajian ilmu komunikasi memiliki beberapa fokus Sesuai dengan bidangnya. Misalnya strategi komunikasi organisasi, pemasaran, periklanan hingga hubungan masyarakat hingga *Public Relations*.

Dalam suatu organisasi atau lembaga, tidak akan lepas dari strategi komunikasi, strategi komunikasi didalamnya harus tersusun secara runtut dan berurutan. Masalah yang terjadi dalam organisasi akan teratasi apabila strategi komunikasi terjalin dengan baik, sehingga dapat mengatasi suatu hambatan dan tantangan dalam mengimplementasikan tujuan organisasi/perusahaan.

Berbagai permasalahan perusahaan yang timbul, dapat diselesaikan dengan upaya strategi komunikasi yang disusun perusahaan agar terciptanya keselarasan, saling pengertian dan kepercayaan baik dari publik internal maupun eksternal perusahaan. Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Gorontalo merupakan

organisasi yang berbentuk Badan Usaha Milik Daerah (BUMD). PDAM Kota Gorontalo bergerak dibidang jasa dan pelayanan air bersih kepada masyarakat. Segala bentuk penyediaan air bersih yang mencakup seluruh wilayah Gorontalo dan sekitarnya menjadi tanggung jawab dari PDAM Kota Gorontalo. Dalam rangka memenuhi pelaksanaan tugas pelayanan yaitu mencukupi kebutuhan air minum kepada masyarakat di kota gorontalo, Salah satu misi PDAM Kota Gorontalo yaitu “memberikan pelayanan yang terbaik kepada masyarakat”. pelayanan terhadap konsumen yang buruk dapat menghambat keberhasilan tujuan perusahaan. karena pelayanan terhadap konsumen tidak hanya penting, namun juga vital bagi sebuah perusahaan/organisasi.

Bentuk pelayanan yang diberikan oleh PDAM Kota Gorontalo kepada masyarakat diantaranya seperti layanan pengaduan dengan menghubungi nomor telepon yang tersedia dan pelayanan pembayaran tarif rekening air melalui loket kantor PDAM Kota Gorontalo, melalui Bank Sulutgo,Bank BTN, indomaret,alfamart,tokopedia, kantor pos dan beberapa aplikasi yang dapat diakses online. PDAM Kota Gorontalo dituntut untuk memberikan pelayanan terbaik untuk masyarakat.

Berdasarkan hasil observasi yang ditemukan peneliti, diperoleh data awal bahwa di Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Gorontalo mempunyai beberapa unit yang berfokus dalam memberikan pelayanan informasi kepada kepada masyarakat. Hal itu berupa penanganan, penerangan terkait keluhan pelanggan, informasi pelayanan pembayaran dan informasi lainnya.

Pengetahuan akan Informasi mengenai ketentuan umum, tata cara pembayaran, kebijakan, dan peraturan, hingga penjelasan mengenai keluhan yang dihadapi oleh pelanggan merupakan hak pelanggan. Pelanggan sebagai pihak yang menerima informasi mempunyai hak untuk mengetahui segala peraturan dari perusahaan hingga prosedur yang berjalan di perusahaan. dalam menggunakan produk layanan jasa berupa air bersih yang disediakan PDAM Kota Gorontalo, terkadang masih banyak masalah yang ditemui dilapangan. Pelanggan selaku konsumen PDAM Kota Gorontalo sering menyatakan pengaduan mereka mengenai kualitas air yang kadang terganggu karena perubahan warna, bau dan kelancaran air. Pelanggan juga menyatakan pengaduan mengenai kelancaran air menjelang lebaran. Hal ini disebabkan adanya endapan air sungai yang secara tidak langsung mempengaruhi mesin di berbagai instalasi-instalasi yang mengakibatkan air yang sering macet.

Maka dari itu, perusahaan dituntut untuk dapat memberikan informasi secara tepat dan akurat mengenai pengaduan yang diajukan pelanggan sehingga informasi tersebut dapat dipahami dan dimengerti oleh pelanggan.

Dalam hal ini sebuah perusahaanwajib memberikan pelayanan informasi melalui pengertian dan penjelasan mengenai informasi kepada publiknya. Informasi yang disampaikan perlu diperhatikan secara jelas, lengkap dan tepat kepada masyarakat.Untuk menangani persoalan tersebut diperlukan bagian dari perusahaan yang mampu mendukung kegiatan pelayanan kepada masyarakat di PDAM Kota Gorontalo. Bagian yang fokus bertugas memberikan pelayanan

kepada pelanggan ialah seperti *Customer Service*, bagian Hubungan langganan hingga hubungan masyarakat atau biasa disingkat Humas.

Melihat fenomena yang ada di PDAM Kota Gorontalo tersebut, maka peneliti tertarik untuk mengkaji dan meneliti permasalahan mengenai “Strategi Komunikasi PDAM Kota Gorontalo dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat.

### **1.2.Rumusan Masalah**

Berdasarkan Latar belakang masalah yang telah diidentifikasi, Peneliti merumuskan masalah yaitu Bagaimana Strategi Komunikasi dalam memberikan informasi kepada pelanggan di PDAM Kota Gorontalo.

### **1.3.Tujuan Penelitian**

Berdasarkan Rumusan Masalah yang telah dijabarkan peneliti sebelumnya penelitian ini bertujuan untuk Mengetahui strategi komunikasi yang dilakukan oleh PDAM Kota Gorontalo dalam memberikan informasi kepada pelanggan .

### **1.4.Manfaat Penelitian**

Untuk manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

#### **1. Manfaat Teoretis**

Secara teoritis, peneliti mengharapkan penelitian ini dapat memberikan informasi juga menambah wawasan akademik di bidang ilmu komunikasi. serta pengetahuan mengenai upaya perusahaan dalam memberikan informasi kepada pelanggan.

## **2. Manfaat Praktis**

Secara praktis penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi organisasi khususnya pihak PDAM Kota Gorontalo dalam menentukan Strategi Komunikasi yang dilakukan dalam memberikan informasi kepada pelanggan hingga memberikan deskripsi mengenai strategi komunikasi yang digunakan PDAM Kota gorontalo .

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1.Konsep Komunikasi**

Komunikasi menjadi satu hal yang sangat mendasar dalam kehidupan manusia. komunikasi menjadi fenomena dimana suatu masyarakat atau komunitas saling berbagi informasi (*information sharing*) untuk mencapai tujuan bersama.

Secara etimologi , komunikasi berasal dari bahasa latin “*communis*”. Atau dalam bahasa inggrisnya “*commun*” yang artinya sama. Secara sederhana komunikasi dapat terjalin apabila ada kesamaan antara pengantar pesan dan orang yang menerima pesan (Syaiful Rohim, 2016 : 9). Hal ini bahwa, dalam proses komunikasi minimal mengandung kesamaan makna antara kedua pihak yang terlibat. Jika hal ini tidak terjadi, maka komunikasi tersebut tidak akan berjalan dengan baik, dalam arti tidak akan terjadi saling pengertian satu sama lain dikareanakan komunikasi lahir atas dasar dua arah sehingga hadirnya feedback (umpan balik). (Onong Uchjana Effendy 2016 : 9).

Terdapat tiga pemahaman mengenai komunikasi. Yaitu komunikasi sebagai tindakan satu arah, komunikasi sebagai interaksi, dan komunikasi sebagai transaksi.

Mulyana (2007 : 67), komunikasi dapat dirumuskan menjadi tiga pemahaman sebagai berikut :

1. Komunikasi sebagai tindakan satu arah (*linear*)

Dalam konteks ini komunikasi dilakukan secara sengaja oleh seseorang untuk menyampaikan pesan kepada orang lain, dengan cara langsung maupun tidak langsung, demi memenuhi kebutuhan komunikator.

## 2. Komunikasi Sebagai interaksi

Komunikasi juga dipahami sebagai bentuk komunikasi interaksi. maksudnya, komunikasi menimbulkan proses sebab-akibat yang arahnya bergantian. komunikasi ini bersifat dinamis yang melibatkan banyak individu dalam proses berkomunikasi.

## 3. Komunikasi sebagai Transaksi

Komunikasi dapat juga bersifat transaksional yang berarti, komunikasi dianggap sebagai pola yang sedang berlangsung bila individu telah menafsirkan perilaku orang lain, baik perilaku secara verbal maupun non verbal. Penafsiran atas suatu informasi dalam suatu fenomena dapat bervariasi. Dalam konteks ini pihak-pihak yang terlibat saling bertukar pesan secara bergantian.

Selanjutnya, Theodorson dalam Syaiful Rohim (2016 : 12) mengatakan bahwa komunikasi adalah proses pengalihan informasi dari satu orang maupun sekelompok orang melalui simbol-simbol atau tanda-tanda tertentu kepada satu orang atau kelompok lain. Tanda-tanda (*signs*) itu, menurut Littlejohn (1996) dalam Alex sobur dalam bukunya semiotika komunikasi, adalah dasar dari seluruh proses komunikasi. dimana komunikasi terjadi dengan perantaraan tanda-tanda yang memfokuskan perhatian pada kondisi penyampaian melalui saluran komunikasi pesan dapat disampaikan.

Selanjutnya Wilbur Schramm dalam karyanya *Communication Research in The United States* mengemukakan bahwa “komunikasi akan berhasil apabila pesan yang disampaikan komunikator (sumber) cocok dengan pengalaman dan

pengertian (*collection of experiences and meanings*) yang diperoleh komunikan (penerima).'' (Effendy 1981 :32) Dalam hal ini, untuk dapat memperoleh makna yang sama antara kedua belah pihak, komunikasi dilakukan secara berulang supaya saling memahami pesan yang tersampaikan. Pesan yang digunakan pihak pihak dalam berkomunikasi memusat kepada makna masing masing mengenai informasi yang dikandung dalam lambang-lambang yang mereka gunakan bersama. (Kincaid dan Schramm, 1984 : 100).

Berdasarkan pemahaman mengenai komunikasi yang telah penulis jabarkan sebelumnya, komunikasi merupakan suatu proses pertukaran informasi melalui penggunaan lambang-lambang, tanda-tanda(*Signs*) maupun tingkah laku yang bervariasi kepada individu ataupun sekelompok orang yang dapat menimbulkan efek, ataupun umpan balik dalam suatu proses komunikasi. Komunikasi juga dapat diartikan sebagai suatu tindakan dua arah, transaksi maupun sebagai proses transaksional dimana komunikasi dikatakan berhasil apabila antara kedua pihak yang terlibat saling memahami dan memiliki pengertian yang sama.

Komunikasi pada dasarnya merupakan suatu proses yang berjalan dinamis, masing masing mempunyai komponen-komponen saling mendukung satu sama lain. Seperti teori yang dikemukakan oleh Lasswell bahwa cara yang baik untuk menyampaikan suatu pesan kepada orang lain ialah dengan menggunakan rumus "*Who Says What To Whom With What Effect*"?. Atau siapa mengatakan apa melalui saluran apa kepada siapa dan apa efek yang ditimbulkan (Effendy, 2005:10).

Definisi Lasswell tersebut menjelaskan tentang lima komponen yang terlibat dalam proses komunikasi, yaitu :

1. Siapa, yaitu pihak yang memiliki inisiatif menyampaikan pesan kepada pihak penerima pesan komunikasi.
2. Mengatakan apa, maksudnya adalah isi informasi atau pesan yang disampaikan komunikator kepada komunikan
3. Saluran atau media ialah alat yang dimanfaatkan dalam proses penyampaian informasi, misalnya melalui surat kabar, telepon, dan lainnya.
4. Efek (Feedback) yaitu umpan balik yang ditimbulkan dari pesan yang telah tersampaikan kepada komunikan.

## **2.2.Strategi Komunikasi**

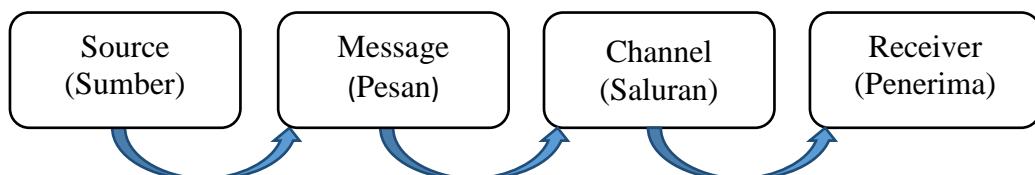
Menurut buku Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) pada tahun 2007, Strategi merupakan proses rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus. Kemudian Mengutip Definisi Kusumadmo (2013) dalam bukunya Manajemen Strategi Pengetahuan, kata strategi secara etimologis berasal dari bahasa yunani *Strategos* atau straategi yang terbentuk dari kata *stratos* atau tentara dan kata *ego* atau pemimpin. Strategi ialah sebuah proses yang berkaitan dengan perencanaan, pelaksanaan serta evaluasi dalam suatu aktivitas dalam periode waktu yang telah ditentukan. Mengutip dari Lantip dalam bukunya Manajemen Strategi, Menurut *Greek writer Xenophone* (Cummings : 1993 : 134) Strategi ialah mengetahui bisnis apa yang di usulkan untuk dilakukan dimana tindakan ini memerlukan pengetahuan tentang bisnis, orientasi terhadap tindakan serta tekad untuk mencapai tujuan di masa depan.

Strategi komunikasi berperan penting dalam suatu proses komunikasi karena berhasil atau tidaknya komunikasi tergantung oleh strategi yang digunakan (Effendy, 2008 : 33). Supaya komunikasi dapat berjalan dengan efektif dan efisien, terdapat strategi yang harus disusun oleh komunikator dalam menyampaikan suatu pesan atau informasi kepada target pembicaranya. Selanjutnya Middleton dalam Cangara (2013 : 61) mendefinisikan strategi komunikasi sebagai perpaduan dan kombinasi dari semua unsur komunikasi mulai dari komunikator, pesan, saluran (media), penerima sampai pada pengaruh (efek) yang ditimbulkan dari proses komunikasi.

Hal ini sesuai dengan apa yang dikemukakan oleh David K. Berlo (1960) Dalam buku yang ditulis oleh Rayudaswati Budi yang berjudul Pengantar Ilmu Komunikasi merumuskan formula komunikasi yang dikenal dengan “SMCR” yaitu *Source Message Channel and Receiver* (sumber, pesan, saluran dan penerima).

1. *Source* (Pengirim), merupakan pihak yang berinisiatif menyampaikan pesan kepada seseorang atau beberapa orang.
2. *Message* (Pesan), dapat bersifat abstrak bisa ataupun bersifat konkret yang dapat berupa suara, mimik, gerak-gerik, bahasa lisan maupun tulisan. Proses penyampaian pesan yang disampaikan bisa secara langsung maupun tidak langsung.
3. *Channel* (Saluran), merupakan alat atau medium yang dimanfaatkan untuk menyalurkan pesan dari sumber kepada penerima.

4. *Receiver* (Penerima), adalah seseorang yang menerima pesan dari pengirim pesan. Peran penerima dapat bersifat dinamis antara komunikator dan komunikan saling bergantian dalam memberikan pesan.



Gambar 2.1 *Model formula komunikasi SMCR oleh David K. Berlo*

### **2.3. Perumusan Strategi Komunikasi**

Dalam menyampaikan pesan, seorang komunikator harus mampu menciptakan sebuah komunikasi yang efektif agar menimbulkan efek yang diinginkan pada komunikan. Untuk menciptakan komunikasi yang efektif, seorang komunikator harus memikirkan bagaimana cara agar pesan tersebut dapat tersampaikan dengan baik terhadap khalayak mulai dari metode penyajian pesan, media yang digunakan dalam menyampaikan pesan, dan lain sebagainya.

Agar pesan yang disampaikan kepada sasaran (public) menjadi efektif, terdapat beberapa strategi komunikasi menurut Anwar Arifin (2008:72), yaitu:

#### **2.3.1. Mengenal Khalayak**

Mengenal khalayak merupakan langkah pertama bagi komunikator dalam usahakomunikasi yang efektif. Dalam proses komunikasi, khalayak dianggap pihak yang sama sekali tidak pasif, melainkan aktif. Sehingga antara komunikator dan komunikan bukan saja terjadi sebuah hubungan, tetapi juga saling mempengaruhi. Artinya komunikan dapat dipengaruhi oleh komunikator dan komunikator dapat dipengaruhi oleh komunikan. Dalam proses komunikasi, baik komunikator maupun komunikan mempunyai kepentingan yang sama, maka dari

itu untuk menciptakan sebuah komunikasi yang efektif komunikator harus menciptakan persamaan kepentingan dengan komunikator terutama dalam pesan, metode dan media.

### **2.3.2. Menyusun Pesan**

Setelah mengenal khalayak dan situasi, maka langkah selanjutnya dalam perumusan strategi komunikasi adalah menyusun pesan, yaitu menentukan tema dan materi. Pesan dapat disampaikan dengan cara tatap muka atau melalui media komunikasi. Isi dari sebuah pesan bisa berupa ilmu pengetahuan, hiburan, informasi, nasihat atau propaganda. Syarat dari sebuah pesan yang efektif adalah menarik, dapat memenuhi kebutuhan individual (personal needs) pada komunikator, pesan dapat memuaskan kebutuhan emosi, pesan dapat memuaskan kebutuhan harapan logis bagi penerima pesan.

Wilbur Schramm dalam Anwar Arifin (2008:75) mengatakan bahwa agar komunikasi yang disampaikan dapat lebih efektif, maka pesan yang disampaikan harus memenuhi syarat-syarat sebagai berikut:

1. Pesan harus dirancang dan disampaikan sedemikian rupa sehingga dapat menarik perhatian sasaran dimaksud.
2. Pesan harus menggunakan tanda-tanda yang tertuju kepada pengalaman yang sama antara sumber dan sasaran, sehingga sama-sama dapat dimengerti.
3. Pesan harus membangkitkan kebutuhan pribadi pihak sasaran dan menyarankan beberapa cara untuk memperoleh kebutuhan itu.

4. Pesan harus menyarankan suatu jalan untuk memperoleh kebutuhan yang layak bagi situasi kelompok dimana sasaran berada pada saat ia gerakkan untuk memberikan tanggapan yang dikehendaki.

### **2.3.3.Menetapkan Metode**

Selain mengenal khalayak dan memantapkan isi pesan, metode dalam penyampaian sebuah komunikasi juga salah satu hal yang penting agar efektivitas dalam komunikasi bisa tercapai.

Terdapat beberapa metode komunikasi efektif, antara lain:

1. *Redundancy (Repetition)* yaitu mempengaruhi khalayak dengan jalan mengulang-ulang pesan.
2. *Canalizing Proses* yaitu memahami dan meneliti pengaruh kelompok terhadap individu atau khalayak.
3. Informatif, yaitu satu bentuk pesan yang bertujuan mempengaruhi khalayak dengan jalan memberikan penerangan.
4. Persuasif, yaitu mempengaruhi dengan jalan membujuk.
5. Edukatif, yaitu salah satu cara mempengaruhi khalayak dengan metode mendidik berarti memberikan suatu ide, fakta, pendapat, pengalaman, dengan sengaja, teratur dan terencana, dengan tujuan mengubah tingkah laku komunikasi.
6. Koersif, yaitu mempengaruhi khalayak dengan cara memaksa.

#### **2.3.4.Penggunaan Media**

Dalam Pemilihan media dalam strategi komunikasi, haruslah selektif, maksudnya komunikator harus mampu melihat dan menyesuaikan keadaan dan kondisi khalayak dengan media komunikasi yang akan digunakan. Hal ini dikarenakan situasi dan kondisi komunikasi tidak semua sama,seperti halnya media komunikasi yang memiliki kelebihan dan kekurangannya sendiri.

#### **2.4.Pelayanan publik**

Pada dasarnya pelayanan merupakan aktifitas usaha yang dilakukan oleh perusahaan untuk meningkatkan kegunaan yang ditawarkan oleh perusahaan. Perusahaan harus dapat memandang sebuah produk atau jasa yang tidak hanya dikaitkan dengan kebutuhan yang dipuaskan oleh barang-barang fisik, tetapi juga oleh pelayanan yang memuaskan.

Menurut Sampara Lukman yang dikutip oleh **Sinambela (2014 :5)**, pelayanan adalah suatu kegiatan atau urutan kegiatan yang terjadi dalam interaksi langsung antar seseorang dengan orang lain atau mesin secara fisik, dan menyediakan kepuasaan pelanggan. Sementara dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia dijelaskan pelayanan sebagai hal, cara, atau hasil pekerjaan melayani. Dalam pengertian lain, **menurut Moenir (2015: 27)** pelayanan hakikatnya adalah serangkaian kegiatan, karena itu merupakan proses. Sebagai proses, pelayanan berlangsung secara rutin dan berkesinambungan, meliputi seluruh organisasi dalam masyarakat.

Istilah pelayanan umum di Indonesia seringkali diidentikkan dengan pelayanan publik sebagai terjemahan dari *public service* Di Indonesia, konsepsi

pelayanan administrasi pemerintahan seringkali digunakan secara bersama-sama atau dipakai sebagai sinomin dari konsepsi pelayanan perizinan

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (2006) menjelaskan bahwa pelayanan adalah sebagai hal, cara atau hasil pekerjaan melayani. Sedangkan melayani adalah menyuguh (orang) dengan makanan atau minuman, menyediakan keperluan orang, mengiyakan, menerima, menggunakan. Sedangkan Menurut Agung Kurniawan (2005:6) mengatakan bahwa Pelayanan publik adalah pemberian pelayanan (melayani) keperluan orang lain atau masyarakat yang mempunyai kepentingan pada organisasi itu sesuai dengan aturan pokok dan tata cara yang telah ditetapkan.

Menurut fitzsimons dalam sinambela (2006:7) menjelaskan bahwa terdapat lima indikator Pelayanan publik yaitu:

1. Reliability yang ditandai dengan pemberian pelayanan yang tepat dan benar.
2. Tangibles yang ditandai dengan penyediaan yang memadai sumber daya manusia dan sumber daya lainnya.
3. Responsiveness yang ditandai dengan keinginan melayani konsumen dengan cepat.
4. Assurance yang ditandai tingkat perhatian terhadap etika dan moral dalam memberikan pelayanan.
5. Empaty yang ditandai tingkat kemauan untuk mengetahui keinginan dan kebutuhan konsumen.

Selanjutnya menurut Zeithaml dalam Hardiyansyah (2011:46) kualitas pelayanan dapat diukur dari lima dimensi. Yaitu :

1. *Tangible* (Berwujud)
2. *Reliability* (Kehandalan)
3. *Responsiveness* (Ketanggapan)
4. *Assurance* (Jaminan)
5. *Empathy* (Empati).

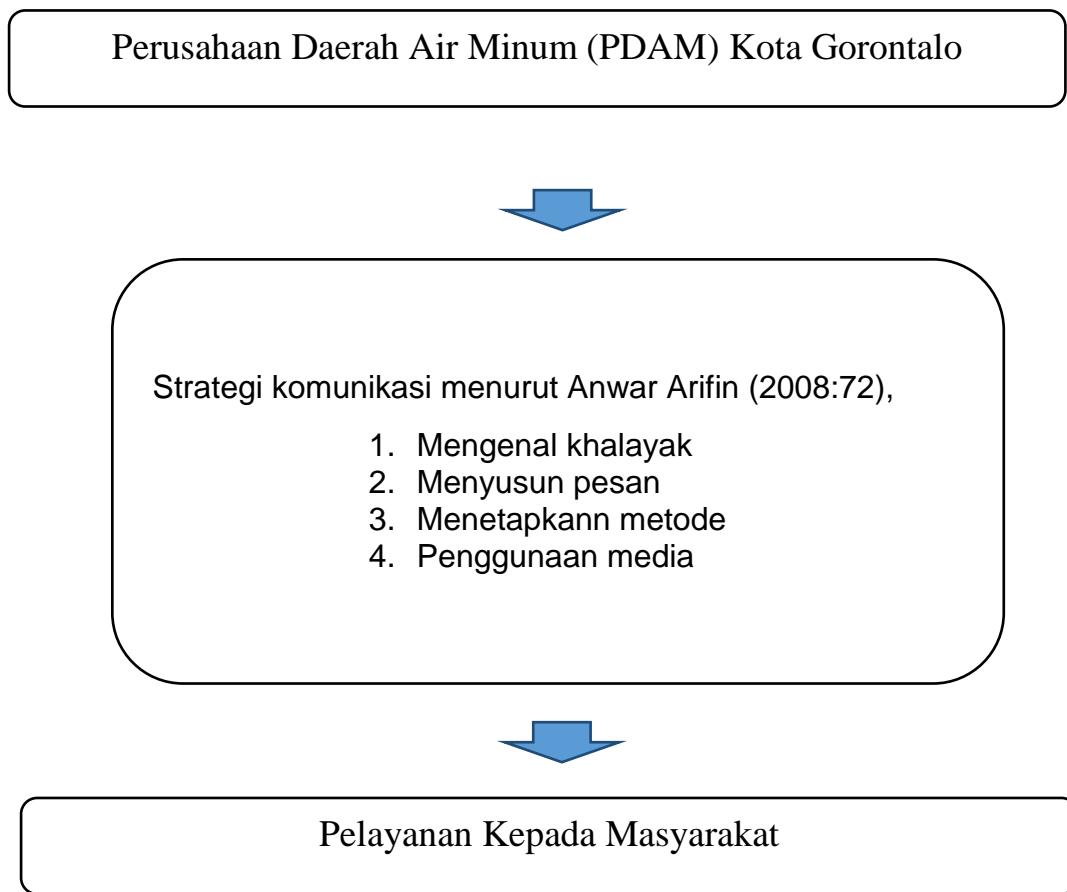
## 2.5.Penelitian Terdahulu yang Relevan

*Tabel 2.1 Penlitian terdahulu yang relevan.*

No	Tahun	Nama Penulis	Judul	Hasil Penelitian
1	2014	Dita Rahmawati Iriyanti	Peran humas dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan di perusahaan daerah air minum (PDAM) Tirtamarta yogyakarta	Peran humas tesebut terbagi menjadi tiga peran utama humas yaitu sebagai peran humas sebagai komunikator, membina relationship (hubungan), dan bekerja sama dengan pihak ketiga dan menunjang kegiatan Manajemen Perusahaan.
2	2020	Febriyanti	Strategi Komunikasi Pada Pelayanan Kesehatan Masyarakat Umum Pada Rumah Sakit Sultan Daeng Radja Bulukumba	Strategi Komunikasi pelayanan kesehatan masyarakat umum pada Rumah Sakit Sultan Dg. Radja Bulukumba adalah dengan mengenal khalayak, penyusunan pesan dengan petugas, penetapan metode dengan komunikasi verbal dan non verbal.
3	2017	Yana Grashella Br Ginting	Strategi Komunikasi Internal PDAM Kota Salatiga Dalam Mengatasi Keluhan Pelanggan	Strategi Komunikasi internal yang dimiliki oleh PDAM dalam mengatasi keluhan pelanggan adalah dengan membuat S.O.P untuk menghasilkan sistem yang berkualitas dan konsisten.

## 2.6.Kerangka Pikir

Berdasarkan uraian diatas, peneliti mencoba menggambarkan kerangka pemikiran mengenai Strategi Komunikasi humas dalam pengelolaan informasi kepada masyarakat di Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Gorontalo.



Gambar 2.2 Kerangka pikir Penelitian

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1.Objek Penelitian**

Objek penelitian memuat masalah yang akan dijadikan bahan penelitian untuk dicari pemecahannya. Menurut Husein Umar (2013:18), Objek penelitian menjelaskan tentang apa atau siapa yang akan menjadi objek penelitian. Objek penelitian dapat pula ditambahkan tentang tempat dan waktu penelitian dilakukan.

Objek penelitian yang dikaji penelitiadalah tentang strategi komunikasi oleh Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Gorontalo dalam memberikan informasi kepada pelanggan. Penelitian ini dilaksanakan di Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Gorontalo. Dalam pelaksanaan penelitian ini, peneliti memerlukan waktu kurang lebih 2 bulan (Februari – Maret 2022)

#### **3.2.Desain Penelitian**

Menurut Alsa (Sandu Siyoto 2015 : 98) desain penelitian merupakan strategi untuk mencapai tujuan penelitian yang telah ditetapkan dan berperan untuk peneliti dalam proses penelitian.

Dalam melakukan penelitian ini, peneliti menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif, yaitu metode penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata atau lisan dari individu dan perilaku yang dapat diamati peneliti hal itu dikemukakan oleh Mantra (Siyoto, 2015 : 28).

#### **3.3.Fokus Penelitian**

Penelitian ini memfokuskan pada aktivitas Perusahaan dalam memberikan informasi terkait keluhan khususnya kepada pelanggan di Perusahaan Daerah Air Minum Cabang Kota Gorontalo

### **3.4.Informan**

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Edisi III Daring, informan adalah orang yang memberi informasi atau orang yang menjadi sumber data dalam suatu penelitian (Narasumber). Menurut Maleong (2006: 132) dalam buku metode penelitian kualitatif, informan adalah orang yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi terkait situasi dan kondisi dalam latar belakang penelitian Adapun informan yang diterapkan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1 (Satu) Orang Humas PDAM Cabang Kota Gorontalo (Sebagai informan tambahan)
- 1 (Satu) Orang Staf Personalia PDAM Cabang Kota Gorontalo Sebagai informan tambahan)
- 1 (Satu) Orang Hubungan Langganan PDAM Cabang Kota Gorontalo Sebagai informan kunci)
- 1 (Satu) Orang *Customer Service* PDAM Cabang Kota Gorontalo
- 2 (Dua) Orang Pelanggan PDAM Cabang Kota Gorontalo (Sebagai informan tambahan)

Dengan demikian, keseluruhan informan yang akan menjadi sumber informasi peneliti dalam penelitian berjumlah 5 (Lima) orang.

### **3.5.Sumber Data**

Data merupakan sekumpulan fakta yang dikumpulkan oleh peneliti untuk penopang yang digunakan oleh peneliti untuk dapat memecahkan atau menjawab pertanyaan penelitian. Sumber data yang digunakan peneliti dalam penelitian ini yakni :

- a. Data Primer, yaitu data yang didapatkan peneliti melalui informan di lokasi penelitian.
- b. Data sekunder, yaitu data yang diperoleh melalui dokumen-dokumen yang mempunyai hubungan langsung dengan permasalahan yang akan diteliti, melalui literatur-literatur yang terkait dengan permasalahan yang diteliti yang diambil di lokasi penelitian. Data sekunder merupakan data yang melengkapi data primer.

### **3.6.Prosedur Pengumpulan Data**

Untuk memperoleh data di lokasi penelitian, maka peneliti menggunakan prosedur pengumpulan data sebagai berikut :

- a. Observasi atau pengamatan, yaitu suatu teknik pengumpulan data dengan mengadakkan pengamatan secara langsung terhadap apa yang terjadi di lokasi penelitian. Menurut Nawawi & Martini (1991) Observasi adalah pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap unsur-unsur yang tampak dalam suatu gejala dalam objek penelitian.
- b. Wawancara, yaitu suatu teknik pengumpulan data melalui tanya jawab dengan informan untuk menelaah lebih jauh mengenai permasalahan yang akan diteliti. Hal ini selaras dengan apa yang dikemukakan oleh Prabowo (1996) bahwa wawancara adalah suatu metode pengambilan data dengan cara menanyakan sesuatu kepada seorang responden, dengan cara bercakap-cakap secara tatap muka.

- c. Dokumentasi merupakan proses pengambilan tulisan, gambar atau karya-karya monumental dari seseorang yang akan menjadi pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif.

### **3.7.Teknik Analisis Data**

Menurut Maleong (Siyoto , 2015: 120) Analisis data kualitatif adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola,mencari dan menemukan pola menemukan apa yang penting hingga memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain. Ada beberapa teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

#### **a. Reduksi Data**

Mereduksi data berarti merangkum,memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, mencari tema dan pola yang akan digunakan serta menghapus yang tidak perlu. Tujuan dari reduksi data yakni untuk menyederhanakan data yang diperoleh selama penelusuran data di lapangan. ( Sandu Siyoto DKK 2015: 122).

#### **b. Penyajian data**

Menurut Miles dan Hubermen (Siyoto, 2015: 123) mengemukakan Penyajian data adalah sekumpulan informasi yang sudah tersusun memberi kemungkinan adanya penerikan kesimpulan. Penyajian data dilakukan untuk dapat melihat gambaran keseluruhan atau bagian-bagian tertentu dari gambaran keseluruhan.

**c. Kesimpulan atau verifikasi**

Menurut Sandu Siyoto (2015 : 125) Kesimpulan atau verifikasi adalah tahap akhir dalam proses analisis data. Pada bagian ini peneliti mengutarakan kesimpulan dari data-data yang diperoleh. Penarikan kesimpulan dilakukan dengan membandingkan sesuaian pernyataan dari subyek penelitian dengan makna yang terkandung dengan konsep-konsep dasar dalam penelitian.

## **BAB IV**

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1.Gambaran Umum Lokasi Penelitian**

##### **4.1.1.Sejarah Perusahaan Daerah Air Minum Kota Gorontalo**

Dalam rangka memenuhi kebutuhan air bersih bagi masyarakat di daerah, maka dibangun perusahaan air minum melalui proyek air bersih, yaitu proyek yang dibangun oleh Departemen Pekerjaan Umum yang dibiayai baik APBN maupun dengan/tanpa bantuan luar negeri yang dalam pengelolaannya dilaksanakan oleh Badan Pengelola Air (BPAM) yang ditetapkan oleh Menteri Pekerjaan Umum.

BPAM yang dibentuk tersebut bersifat sementara yaitu jangka waktu sejak berfungsi sampai penghasilannya mampu mencukupi untuk biaya operasi dan pemeliharaan. Apabila telah mencapai kemampuan memenuhi biaya operasi dan pemeliharaan, pengelolaan selanjutnya diserahkan ke pemerintah tingkat II setempat sebagai badan-badan lain yang akan dibentuk sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Dengan surat keputusan nomor 123/KPTS.CK/1981 tanggal 14 Desember 1981, Direktur Jenderal Cipta Karya membentuk untuk sementara Badan Pengelolaan Air Minum (BPAM) Kotamadya Gorontalo yang berada dibawah pengawasan Proyek Air Bersih Sulawesi Utara.

Sebagai tindak lanjut dari penyerahan tersebut maka dibentuklah Perusahaan Daerah tingkat II Gorontalo yang dikukuhkan dengan peraturan Daerah nomor 15 Tahun 1992 tanggal 28 Februari 1992 tentang pendirian Perusahaan Daerah Air minum PDAM) Kotamadya Daerah Tingkat II Gorontalo.

#### **4.1.2.Struktur Organisasi PDAM Kota Gorontalo**

Struktur organisasi perusahaan sesuai PERDA (Peraturan Daerah) pembentukan PDAM berbentuk struktural dan fungsional yang dipimpin oleh Direktur, Struktural melekat pada Kepala Bagian dan sedangkan fungsional melekat pada Kepala Seksi. Seluruh Kegiatan PDAM Kota Gorontalo diawasi oleh Badan Pengawas yang bertanggung jawab pada Walikota.

PDAM Kota Gorontalo dipimpin oleh Direktur yang membawahi 4 Kepala Bagian, yaitu terdiri dari Kepala Satuan Pengawas Internal, Kepala Bagian Adminstrasi dan Keuangan, Kepala Bagian Teknik dan Pengembangan dan Kepala Bagian Hubungan Langganan. Setiap Kepala Bagian membawahi Kepala Seksi yang terdiri dari 15 Kepala Seksi, yaitu Kepala Seksi Pengawas Bagian Hubungan Langganan, Kepala Seksi Pengawas Bagian Adminstrasi Umum & Keuangan , Kepala Seksi Adminstrasi Umum, Kepala Seksi Personalia, Kepala Seksi Pembukuan, Kepala Seksi Keuangan dan Kas, Kepala seksi Penagihan, Kepala Seksi Pelayanan Langganan, Kepala Seksi Pembaca Meter, Kepala Seksi Penertiban & Meter Segel, Kepala Seksi Rekening, Kepala Seksi Pelayanan Gangguan, Kepala Seksi Perencanaan Teknik, Kepala Seksi Pengawas Konstruksi, Kepala Seksi Transmisi/ Distribusi, Kepala Seksi Produksi, Kepala Seksi Perawatan.Selain itu PDAM Kota Gorontalo Memiliki Tenaga Humas yang Dibawahi oleh Direktur.

#### **4.1.3.Visi Misi Perusahaan Daerah Air Minum Kota Gorontalo**

Berdasarkan Struktur Organisasi yang dijabarkan peneliti diatas maka PDAM Kota Gorontalo Memiliki Visi dan Misi Sebagai Berikut :

Visi :

PDAM Kota Gorontalo Sebagai Penyedia Air Minum Terdepan di Provinsi Gorontalo

Misi :

1. Memberikan pelayanan yang terbaik kepada masyarakat
2. Memproduksi dan mendistribusikan air minum yang berkualitas tinggi.
3. Mengoptimalkan profesionalisme sumberdaya manusia
4. Meningkatkan kinerja perusahaan melalui pengelolaan efisien
5. Menjadi salah satu alternatif sumber pendapatan asli daerah (PAD), tanpa membebani mayarakat.

#### **4.2.Hasil Penelitian**

##### **4.2.1.Strategi Komunikasi oleh PDAM Kota Gorontalo dalam memberikan informasi kepada pelanggan**

Perusahaan atau organisasi harus menggunakan strategi agar dapat mencapai tujuan dan target yang akan dicapai. Sebagai salah satu perusahaan jasa yang bergerak dibidang pelayanan kepada masyarakat, Perusahaan Daerah Air Minum Kota Gorontalo Membutuhkan strategi agar dapat memperoleh keberhasilan target dan tujuan yang akan dicapai. Agar perusahaan dapat mampu menjual jasa yang ditawarkan, perusahaan harus mampu menimbulkan kepuasan bagi masyarakat khususnya calon pelanggan . Dalam berkomunikasi, perusahaan

membutuhkan alat berupa komunikasi serta kemampuan berkomunikasi yang dikemas dan membentuk suatu strategi hal ini agar sebuah perusahaan dapat menanamkan kepercayaan kepada masyarakat serta membangun hubungan baik dengan pihak yang terlibat.. Strategi komunikasi adalah suatu perencanaan atau pengelolaan tentang bagaimana komunikasi dapat berjalan sesuai dengan target yang ingin dicapai.

Beberapa Strategi komunikasi yang dilakukan oleh PDAM Kota Gorontalo sebagai berikut:

#### **4.2.1.1 Strategi berdasarkan Mengenal Khalayak.**

Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Gorontalo Merupakan Perusahaan Daerah yang Menggunakan strategi komunikasi berdasarkan mengenal khalayak dalam memberikan informasi. Khalayak berarti Dalam hal ini merupakan pihak yang menjadi sasaran pesan yang dikirim oleh komunikator. Khalayak yang dimaksud Perusahaan yaitu berfokus pada calon pelanggan, pelanggan hingga masyarakat kota gorontalo.

Dalam Hasil wawancara dengan Bapak DKD selaku humas PDAM Kota Gorontalo menyampaikan bahwa :

“PDAM ini merupakan perusahaan jasa. Dimana pelanggan itu ingin tahu informasi mengenai segala aspek perusahaan maka dari itu dibuatnya Humas dimana kami itu fokus melayani dalam arti memberikan informasi sampai kepada masyarakat.”.  
(Wawancara 25 Februari2022)

Berdasarkan Hasil Wawancara diatas, Dapat dianalisis bahwa terdapat tenaga Humas yang dibentuk, untuk memberikan informasi yang diperlukan pelanggan hingga Masyarakat Di Kota Gorontalo.

Selanjutnya Wawancara bersama Bapak DKD Selaku Humas mengatakan bahwa:

“kami menginformasikan itu tidak hanya kepada pelanggan, masyarakat, tetapi kepada karyawan internal,karyawan lapangan, hingga pemerintah kota. Melalui media sosial *Facebook*, Grup,Grup *Whatsapp* maupun kami itu sering turun lapangan ke masyarakat”. (Wawancara 25 Februari 2022)

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, dapat dianalisis bahwa PDAM Kota Gorontalo Menggunakan Strategi Komunikasi berdasarkan mengenal khalayak, dalam hal ini, humas PDAM meginformasikan Tidak hanya kepada pelanggan saja, tetapi kepada seluruh Karyawan PDAM hingga pemerintah kota menggunakan berbagai media yang dibutuhkan oleh perusahaan.

#### **4.2.1.2 Strategi berdasarkan menyusun *Message* (Pesanan)**

Setelah mengenal khalayak, Menyusun Pesan merupakan langkah selanjutnya dalam merumuskan strategi komunikasi. Pesan merupakan isi atau konten informasi yang digunakan sebagai salah satu strategi komunikasi yang digunakan oleh PDAM Kota Gorontalo dalam memberikan informasi kepada pelanggan.

Dalam hasil wawancara dengan Bapak KF selaku Kepala Seksi Personalia menyampaikan bahwa :

“Adapun yang bertugas fokus memberikan pelayanan informasi kepada masyarakat itu ada bagian humas, Hubungan pelanggan, Dan *Customer Service*”. (Wawancara 10 Maret 2022)

Berdasarkan hasil wawancara di atas, diperoleh bahwa bidang yang berfokus dalam penyebaran informasi perusahaan yaitu bagian Hubungan pelanggan ,*Customer Service*,hingga humas yang berfokus untuk memberikan pelayanan informasi kepada pelanggan hingga masyarakat. .

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak DKD menyampaikan bahwa :

“selaku humas, kami menginformasikan semua kegiatan direktur, program kerja ataupun apakah ada pemadaman air,perbaikan pipa,perbaikan mesin dengan tujuan pelanggan jadi tahu aktivitas PDAM ini, Jadi kami selaku perusahaan jasa siap untuk melayani pelanggan dengan layanan prima”.  
(Wawancara 25 Februari 2022)

Hal tersebut juga dibenarkan oleh Bapak KF selaku Kepala personalia mengatakan Bahwa :

“Tenaga humas ini menginformasikan kepada pelanggan terkait ada keluhan-keluhan air, kebocoran pipa atau perbaikan perbaikan melalui sosial media seperti *facebook*,WA,IG.. Tenaga humas juga ini berperan menginformasikan semua kegiatan yang sifatnya umum kepada walikota dalam hal ini pemerintah kota”.( Wawancara 10 Maret 2022)

Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat dianalisis bahwa terdapat pihak internal humas PDAM yang berperan memberikan pelayanan berupa penyebaran informasi mengenai informasi kegiatan direktur,program kerja hingga pengumuman teknis kepada pelanggan secara langsung maupun tidak langsung.

Berdasarkan wawancara bersama bapak CS selaku Hubungan langganan

“Pada dasarnya banyak keluhan dari masyarakat namun yang paling banyak itu masalah teknis air yang tidak lancar di jam jam tertentu. Dan hanya untuk sebagian wilayah saja yang terdampak”.  
Selanjutnya dalam wawancara bersama Bapak CS selaku Hublang :

“Tentunya hal ini kami dari bagian hubungan langganan PDAM sudah melakukan berbagai solusi untuk salah satunya respon cepat serta koordinasi dengan berbagai bidang internal perusahaan untuk

mengatasi setiap permasalahan terkait pelanggan dari berbagai aspek keluhan oleh pelanggan.

Berdasarkan hasil wawancara sebelumnya dapat dianalisis bahwa bagian Hubungan langganan PDAM Kota Gorontalo dalam mengatasi keluhan yang diajukan pelanggan dengan cara memberikan solusi serta respon cepat terkait keluhan yang diajukan pelanggan kemudian saling koordinasi dari setiap bidang di dalam perusahaan untuk mengatasi setiap permasalahan yang dihadapi oleh pelanggan.

Lebih lanjut dalam wawancara bersama CP Selaku *Customer Service* :

“untuk standar pelayanan kami itu, ketika ada pengaduan dari mereka dari pihak CS kami layani dulu kemudian kami arahkan ke bidang yang bertanggung jawab sesuai dengan keluhan tersebut untuk setiap pengaduan yang diajukan kami berikan waktu kerja 3 hari, setelah 3 hari belum ada tindak lanjut, segera kami *follow up*”

Berdasarkan hasil wawancara sebelumnya dapat dianalisis bahwa *Customer Service* PDAM Kota Gorontalo mengatasi pengaduan pelanggan dengan cara mengarahkan langsung pengaduan ke bidang yang bertanggung jawab sesuai dengan keluhan kemudian diberikan Standar Operasional selama 3 hari.

Selain itu Strategi Komunikasi yang Digunakan oleh PDAM Kota Gorontalo yaitu melalui program kerja untuk menunjang keberhasilan dalam memberikan informasi kepada pelanggan.

Lebih lanjut dalam Hasil wawancara oleh Kepala seksi Personalia mengatakan bahwa :

“Tenaga humas dan *Customer Service* PDAM ini punya program kerja berupa layanan telepon 24 jam dimana kami

memberikan pelayanan pengaduan bagi pelanggan yang ingin mengeluhkan masalah air bisa langsung menghubungi nomor yang sudah dibagikan". (Wawancara 10 Maret 2022)

Hal ini dibenarkan oleh Humas PDAM Kota Gorontalo mengatakan bahwa:

"kami selaku humas membuka layanan telepon 24 jam yang terhubung dengan pihak Humas dan pihak *Customer Service* dimana kami menerima keluhan dan masukan dari pelanggan hingga masyarakat luas". (Wawancara 25 Februari 2022)

Berdasarkan beberapa hasil wawancara tersebut dapat dianalisis bahwa strategi komunikasi berdasarkan menyusun pesan yang disampaikan oleh humas PDAM Kota Gorontalo adalah salah satunya melalui program kerja oleh Humas dan *Customer Service* berupa program layanan telepon yang disediakan untuk pelanggan hingga masyarakat yang ingin mengadukan keluhan ataupun bertanya informasi yang tersedia selama 24 jam.

Selanjutnya, Dalam Hasil wawancara dengan FR selaku pelanggan PDAM Kota Gorontalo mengatakan :

"Saya selaku pelanggan PDAM Kota mengakui bahwa informasi yang kita peroleh itu sudah sangat mudah dan cepat. Begitu saya mengetahui ada program layanan telepon saya tidak perlu lagi datang ke kantor mengeluhkan masalah air. Saya langsung menghubungi nomornya humas atau *Customer service* jikalau air di rumah itu kenapa sering macet".(Wawancara 20 Februari 2022)

Selanjutnya pada hasil wawancara bersama ibu Ernawaty Ibrahim selaku pelanggan PDAM Kota Gorontalo mengatakan :

"kalau informasi penyampaian biasanya kalau ada kendala khususnya air pam untuk menanyakan jikalau ada kerusakan atau apa. Saya langsung datang ke kantor. Tapi sejauh ini pelayanan dari pdam itu sangat bagus yaa saya juga seing dapat informasi dari medsos terkait informasi-informasi oleh humas".(Wawancara 20 Februari 2022)

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, Terdapat respon yang positif dari pelanggan terkait pelayanan yang dilakukan oleh PDAM Kota Gorontalo dalam

memberikan Informasi. Secara tidak langsung informasi yang diberikan melalui program kerja oleh humas dan *Customer Service* dapat memberikan kemudahan bagi masyarakat akan kecepatan informasi.

Selain itu, Strategi Komunikasi berdasarkan menyusun pesan yang dilakukan PDAM Kota Gorontalo yaitu dengan saling berkoordinasi dengan seluruh bagian internal perusahaan dalam hal ini dewan direksi, koordinator hingga pemerintah kota dalam pengelolaan informasinya.

Dalam hasil wawancara oleh Humas PDAM Kota Gorontalo  
Pak DKD mengatakan :

“Kami berkoordinasi dengan para kepala bagian, tenaga lapangan koordinator hingga pemerintah kota yang terhubung melalui grup *Whatsapp* disitu kami mengkomunikasikan terkait informasi kegiatan-kegiatan direktur maupun misalnya terkait keluhan pelanggan kemudian saya teruskan kepada bagian yang bertanggung jawab menangani masalah itu”.  
(Wawancara 25 Februari 2022)

Kemampuan koordinasi dan kerjasama yang dilakukan oleh pihak internal PDAM Kota gorontalo dilakukan agar terjalin komunikasi Dua arah secara efektif dan efisien, sehingga pesan yang disampaikan dapat memperoleh kejelasan dan pemahaman. selain itu, Kesuksesan koordinasi yang diciptakan oleh pihak internal berdampak pada keselarasan dan keberhasilan program kerja yang dijalankan berbagai bidang di dalam peusahaan dalam menjalankan programnya. .

Kemudahan dalam memperoleh informasi merupakan hak bagi setiap warga negara indonesia, hal ini telah dipastikan oleh konstitusi. PDAM Kota Gorontalo berperan memberikan pelayanan informasi secara akurat dalam format yang mudah dimengerti oleh seluruh oleh seluruh pelanggan. sehingga

kesalahpahaman atau perbedaan opini yang timbul dapat diatasi dengan penjelasan,pemahaman dan pengertian oleh perusahaan kepada pelanggan.

#### **4.2.1.3 Strategi Dalam penggunaan media**

Dalam menjalankan strategi komunikasi PDAM Kota Gorntalo memerlukan Saluran Media dalam berkomunikasi. baik itu menggunakan media cetak, elektronik dan Media *online*. Hal ini dimanfaatkan oleh PDAM Kota Gorontalo dalam memberikan pelayanan informasi kepada calon pelanggan, pelanggan untuk memudahkan dalam memberikan informasi. Beberapa media yang digunakan oleh PDAM Kota Gorontalo antara lain sebagai berikut :

Pada hasil wawancara bersama Humas PDAM Kota Gorontalo DKD mengatakan bahwa :

“ Kami mencoba membangun komunikasi media dengan cara yang sederhana yang sedang tren yaitu melalui Aplikasi *facebook*. Ada juga melalui akun *Instagram*, *Twitter* kami juga menginformasikan melalui media cetak seperti koran, dan baliho yang kami pasang di bagian loket. Disitu tertera informasi mengenai cara pembayaran air melalui apa saja bisa membayar, yang bisa membantu masyarakat yang belum tahu caranya”. (Wawancara 25 Februari 2022 )

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, dapat dianalisis bahwa dalam memberikan informasi PDAM Kota Gorontalo menggunakan beberapa media dalam memberikan informasinya kepada pelanggan. Media yang digunakan yakni Media sosial,media cetak hingga media online. Penggunaan media dimanfaatkan oleh perusahaan agar informasi berupa produk/jasa yang dipasarkan lebih dipahami oleh pelanggan sehingga meningkatkan kepercayaan dan meningkatkan citra baik perusahaan.

PDAM Kota Gorontalo membutuhkan Media dalam hal ini Media sosial untuk memperoleh Kecepatan dan keefektifan dalam pengelolaan informasinya. Media sosial telah terbukti dapat menjangkau publik yang sangat luas sehingga memerlukan pemahaman dalam menyebarkan suatu informasi.

Dalam wawancara bersama ibu CP selaku *Customer Service* mengatakan bahwa :

“kami selaku *Customer Service* melalui program layanan telepon bekerja sama dengan Humas informasinya itu kami sebarkan melalui media sosial *Facebook, Whatsapp*”.

Dalam wawancara bersama Humas PDAM Kota Gorontalo Bapak DKD mengatakan :

“ Kami menggunakan aplikasi *Facebook* yang cukup tren itu menurut hitungan saya karena informasi itu cepat sampai ke masyarakat. yang rutin kami informasikan itu melalui *Facebook*. Karena rata rata orang itu sudah pakai facebook dari semua kalangan. dan respon dari masyarakat itu sudah sangat bagus dan informasinya itu merata”. (Wawancara 25 Februari 2022)

Hal senada disampaikan oleh FR selaku Masyarakat dalam wawancara mengatakan bahwa :

“ Saya sudah lama mengikuti akun *Facebook* PDAM New Muara Tirta, disitu saya mendapatkan banyak informasi mengenai air, berita berita terbaru ataupun inovasi perusahaan. saya juga sering membagikan kepada teman teman saya melalui *Facebook*”.(Wawancara 20 Februari 2022)

Berdasarkan hasil wawancara diatas, dapat dianalisis bahwa PDAM Kota Gorontalo banyak Menggunakan Media sosial *Facebook* karena kecepatan dan keefektifan informasinya.

Pemanfaatan Media sosial sebagai medium oleh PDAM Kota Gorontalo harus dilakukan secara rutin, karena media sosial adalah media interaktif dimana dapat dimanfaatkan oleh perusahaan untuk lebih dekat dengan pelanggan. Perusahaan harus mampu mengelola berbagai sumber informasi dengan saluran yang tepat, agar informasi yang disampaikan dapat lebih dipahami dan dimengerti oleh pelanggan.

Dalam hasil wawancara dengan Humas PDAM Kota Gorontalo mengatakan bahwa :

“kami juga bekerjasama dengan teman2 pegawai internal perusahaan untuk membantu menginformasikan keberadaan pdam makanya kami bikin grup whatsapp khusus internal seluruh pegawai selain kita informasikan kami minta untuk mereka teruskan ke teman kerabat keluarga supaya informasi itu tersebar luas”. (Wawancara 25 Februari 2022)

Berdasarkan Hasil wawancara tersebut dapat dianalisis bahwa PDAM Kota Gorontalo memanfaatkan Sosial Media dalam hal ini Aplikasi *Whatsapp* dalam memberikan informasinya. Informasi yang disebarluaskan melalui Grup-Grup *Whatsapp* Kemudian Diteruskan dan Disebarluaskan kepada publik sehingga dapat menarik calon pelanggan untuk menggunakan produk air bersih/ jasa yang ditawarkan perusahaan .

Berdasarkan hasil wawancara di atas, dapat dianalisis bahwa strategi komunikasi oleh PDAM Kota Gorontalo dalam penggunaan media memiliki pengaruh secara signifikan dalam memberikan informasi kepada pelanggan. Hal ini dilakukan secara rutin oleh perusahaan, sehingga membentuk kepercayaan pemahaman yang baik kepada perusahaan. Adapun beberapa media yang

digunakan oleh PDAM Kota Gorontalo yaitu Saluran Elektronik berupa telepon genggam, media cetak seperti surat kabar harian, dan brosur. Ada pula media sosial yang digunakan Seperti *Facebook,instagram* hingga media lektronik berupa website resmi PDAM Kota Gorontalo. Setiap media yang digunakan oleh PDAM Kota Gorontalo harus berisi konten informasi yang dibutuhkan masyarakat.

#### **4.2.1.Strategi berdasarkan menetapkan metode**

Dalam merumuskan strategi komunikasi, menggunakan metode dalam penyampaian pesan merupakan salah satu hal yang penting agar efektivitas dalam komunikasi dapat tercapai. ada beberapa metode komunikasi efektif,antara lain *Redundancy (Repetition),Canalizing Process,informatif,Persuasif,Edukatif* hingga Koersif. Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Gorontalo Merupakan Perusahaan Daerah yang Menggunakan strategi komunikasi berdasarkan menerapkan beberapa metode dalam memberikan informasi.

Dalam wawancara dengan bapak CS selaku Hubungan Langganan mengatakan bahwa :

“Pada dasarnya keluhan masyarakat terbanyak adalah masalah teknis dengan tidak lancarnya air di jam” tertentu dan hanya untuk sebagian wilayah yang berdampak.penyebabnya itu karena untuk daerah dataran tinggi membuat air susah naik. Solusinya kami antisipasi dengan menggunakan pompa *booster* sehingga dampaknya jauh berkurang. Itu juga kami sampaikan kepada masyarakat.

Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat dianalisis bahwa keluhan masyarakat terbanyak yaitu kurang lancarnya air di jam-jam tertentu terutama dataran tinggi. Dalam hal ini PDAM Kota Gorontalo menggunakan metode

informatif, yakni dengan memberikan penerangan dan pemahaman kepada masyarakat. Selain itu memberikan solusi dengan menggunakan pompa *booster* yang dapat menambah kekuatan pasokan air sehingga dampak yang dirasakan oleh masyarakat jauh berkurang.

Selain itu, Peneliti melihat dilapangan bahwa masyarakat menuai respon positif mengenai pelayanan informasi yang diberikan perusahaan.

Dalam hasil wawancara yang dilakukan dengan pelanggan Ibu Ernawaty Ibrahim mengatakan bahwa:

“Selama ini sudah berapa tahun terakhir ini air pam ini sudah bagus. Nahh kalau dulu jika ada kendala mengenai kemacetan air atau masalah tagihan saya langsung ke Kantor PDAM Langsung. Tapi kalau sekarang saya itu mendapat informasi itu sumbernya bisa dari petugas cek meter yang biasa datang ke rumah setiap bulan nahh disitu saya tanya- tanya kenapa air sering mati, kadang keruh atau kenapa sering macet-macet mereka menjelaskan alasan teknisnya dengan langsung. Tapi kadang kali juga mereka bilang biasanya informasi itu dikasih tau melalui facebooknya PDAM Kota Gorontalo”.  
(Wawancara 20 Februari 2022)

Hal tersebut dibenarkan oleh Tim Cek Meter Bapak IT mengatakan bahwa :

“Akhir-Akhir ini saya melakukan pengecekan dengan turun lapangan, sudah sangat kurang keluhannya dari masyarakat itu, tapi jikalau ada keluhan dari pelanggan mengenai air yang sering macet-macet, atau sering mati saya jelaskan jikalau kadangkali terjadi endapan air sungai yang secara tidak langsung mempengaruhi mesin di berbagai instalasi-instalasi itu sebabnya air sering mati, mengenai tagihan air juga berpengaruh”.(wawancara 10 Maret 2022)

Dapat dianalisis dari wawancara diatas bahwa terdapat respon positif dari masyarakat terkait pelayanan informasi yang diberikan oleh pihak internal perusahaan berupa penjelasan secara langsung oleh tenaga cek meter. dalam hal ini, Metode yang digunakan oleh PDAM berdasarkan Menetapkan metode ialah

menggunakan metode Edukatif yaitu pihak internal perusahaan memberikan informasi berdasarkan fakta yang terjadi dilapangan, sehingga dapat mempengaruhi perubahan tingkah laku masyarakat.

Dalam hasil wawancara oleh Masyarakat EI:

“Saya Juga mendapatkan inforrmasi itu melalui *Whatsapp* ada pesan terusan dari Grup-Grup Whatsapp atau Gambar-gambar yang diupload melalui status *Whatsapp* dan disitu ada tertera nomornya Humas dan CS Juga”. (Wawancara 20 Februari 2022)

Berdasarkan hasil wawancara dapat dianalisis bahwa dalam menetapkan metode, PDAM Kota gorontalo juga menggunakan metode *Redundancy (Repetition)* dimana Gambar gambar yang dikirim oleh Tenaga Humas melalui sosial media *Whatsapp* kemudian diteruskan melalui fitur *Whatsapp* dimana pengguna dapat meneruskan pesan kepada Teman-Teman Ataupun Grup-grup sehingga pesan tersebut dapat terkirim secara berulang dan tersebar luas. Hal ini selaras dengan apa yang disampaikan dalam menentukan metode *Redundancy (Repetition)* ialah metode yang digunakan dengan cara mengulang-ulang pesan.

Menggunakan evaluasi dalam suatu program kegiatan berguna untuk menilai apakah program telah berhasil mencapai tujuan yang diinginkan atau belum maksimal. Dalam pembuatan suatu program memberikan informasi kepada pelanggan, Tenaga Humas PDAM Kota Gorontalo menggunakan Evaluasi untuk mengetahui keberhasilan dalam program pelayanan informasi yang dilakukan.

Dalam Hasil Wawancara dengan Humas PDAM Kota Gorontalo Bapak DKD mengatakan bahwa :

“ Dan Alhamdulillah dalam 1 tahun 3 bulan ini hampir 90 persen lebih terlayani informasi dari mereka datang ke kantor langsung, melalui media sosial”. (Wawancara 25 Februari 2022)

Berdasarkan hasil wawancara diatas dapat dianalisis bahwa evaluasi yang dilakukan oleh Humas PDAM Kota Gorontalo telah mencapai 90 Persen pelayanan dari masyarakat oleh Humas.

#### **4.3.Pembahasan**

Dalam Suatu perusahaan/organisasi Strategi komunikasi diperlukan untuk dapat menunjang keberhasilan suatu tujuan yang ditetapkan perusahaan/organisasi Strategi Komunikasi merupakan upaya perencanaan komunikasi yang dilakukan untuk memperoleh keberhasilan target/ tujuan yang ingin dicapai.

Pelayanan publik diartikan sebagai pemberian pelayanan keperluan orang lain yang mempunyai kepentingan pada organisasi sesuai dengan peraturan dan prosedur yang telah ditetapkan. Dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat, PDAM Kota Gorontalo membutuhkan Strategi komunikasi untuk dapat memaksimalkan pelayanan kepada masyarakat. Berikut peneliti membahas mengenai strategi komunikasi yang dilakukan oleh PDAM Kota Gorontalo dalam memberikan informasi kepada pelangg

Dalam memecahkan masalah, peneliti mengacu pada Teori Strategi Komunikasi oleh Anwar arifin( 2008:75) yang bertujuan untuk mengetahui perumusan beberapa strategi komunikasi .

Teori ini digunakan untuk memecahkan permasalahan yang diteliti yang membahas tentang Strategi Komunikasi PDAM Kota Gorontalo dalam Memberikan informasi kepada pelanggan di PDAM Kota Gorontalo.

Mengenal khalayak ialah salah satu langkah dalam strategi komunikasi oleh perusahaan. Khalayak merupakan sekelompok individu yang menjadi sasaran kegiatan komunikasi yang dilakukan oleh pelaku komunikasi yang dalam hal ini memiliki kepentingan yang sama dengan komunikator atau penyampai pesan. Khalayak yang dimaksud oleh PDAM Kota Gorontalo yaitu calon pelanggan,pelanggan. Selain itu, PDAM Kota Gorontalo tidak hanya memberikan informasi kepada pelanggan tetapi juga kepada pegawai internal perusahaan,pegawai lapangan hingga pemerintah kota gorontalo melalui media sosial atau melalui turun langsung ke lapangan.

PDAM Kota Gorontalo menggunakan strategi komunikasi berdasarkan menyusun pesan. Pesan yang dimaksud merupakan isi atau konten informasi yang digunakan yang ditujukan kepada khalayak sasaran. PDAM Kota Gorontalo mempunyai beberapa bidang yang berfokus memberikan informasi kepada pelanggan. Adapun beberapa bagian tersebut yaitu Hubungan langganan yang memberikan penerangan kepada pelanggan , *Customer service* yang bertugas menampung dan menyelesaikan pengaduan pelanggan, hingga Humas yang bertugas mengelola informasi secara timbal balik. Adapula bagian cek meter, penagihan hingga penertiban yang turun langsung dilapangan untuk menerangkan informasi terkait penggunaan Air bersih. Tenaga humas PDAM Kota Gorontalo berperan memberikan pelayanan berupa penyebaran informasi mengenai informasi kegiatan direktur,program kerja hingga informasi umum perusahaan kepada masyarakat secara langsung maupun melalui penggunaan media. Selain itu terdapat bagian Hubungan langganan memberikan pelayanan dengan cara

memberikan respon cepat dan solusi terkait keluhan yang diajukan dari masyarakat. Selain itu bagian Hubungan langganan juga saling berkoordinasi dengan setiap bidang di dalam perusahaan untuk mengatasi setiap keluhan yang masuk dari pelanggan.

Lebih lanjut PDAM Kota Gorontalo mempunyai bidang *Customer Service* yang memberikan pelayanan dengan cara menanggapi keluhan pelanggan. kemudian mengarahkan ke bidang yang bertanggung jawab sesuai dengan keluhan yang diajukan. Setiap pengaduan yang diajukan akan diberikan waktu kerja 3 hari sesuai Standar operasional perusahaan. Namun jika dalam waktu 3 hari belum ada perubahan pihak *Customer Service* akan melakukan *Follow-Up* atau tindak lanjut.

Selain itu Strategi Komunikasi berdasarkan menyusun pesan yang Digunakan oleh PDAM Kota Gorontalo yaitu melalui program kerja untuk menunjang keberhasilan dalam memberikan informasi kepada pelanggan.Salah satu Program kerja PDAM Kota Gorontalo yaituberupa program layanan telepon yang disediakan untuk pelanggan dan masyarakat yang ingin mengadukan keluhan ataupun bertanya informasiyang tersedia selama 24 jam.Program ini dijalankan oleh tenaga humas yang bekerja sama dengan *Customer Service*. Program ini dibuka untuk umum . dimana mereka dapat mengadukan masalah air atau pelayanan air bersih melalui nomor telepon Humas dan *Customer Service* yang tersedia. kemudian diedarkan oleh tenaga humas di berbagai media sosial.Hal ini dapat memudahkan pelanggan untuk memperoleh pelayanan informasi melalui sumber resmi yang terpercaya.

Lebih lanjut berdasarkan hasil wawancara bersama narasumber diperoleh, terdapat berbagai respon positif oleh pelanggan terkait informasi yang diberikan oleh PDAM Kota Gorontalo. Dalam hal ini selaku pelanggan mengakui informasi yang diperoleh sudah sangat mudah dan cepat. Dengan adanya program layanan telepon 24 jam oleh humas dan *Customer Service*, pelanggan dapat secara langsung menghubungi nomor telepon humas dan *Customer Service* yang disediakan.

Selain itu, dalam menjalankan strategi komunikasi PDAM Kota Gorontalo memanfaatkan media dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat. Media yang digunakan diantaranya Media cetak, dan Media *online*. Media online yang digunakan seperti *Facebook*, *Instagram*, *Twitter* Hingga aplikasi bertukar pesan *Whatsapp*. sedangkan melalui Media cetak PDAM Kota Gorontalo menggunakan koran, baliho hingga pamflet yang berisi informasi pelayanan air yang dipasang dibagian loket. Penggunaan media bertujuan agar informasi berupa produk/jasa yang dipasarkan oleh perusahaan dapat dikenal dan lebih dipahami pelanggan sehingga meningkatkan kepercayaan dan meningkatkan citra baik perusahaan.

Selain itu, program kerja oleh humas dan *Customer Service* disebarluaskan melalui media sosial *Facebook*, dan aplikasi *Whatsapp*. Dalam Proses komunikasinya, PDAM Kota Gorontalo menggunakan media dalam hal ini media sosial untuk memperoleh kecepatan dalam memberikan pelayanan informasi. Media sosial terbukti akan keefektifan dan kecepatan penyampaian informasi. Selain itu, PDAM Kota Gorontalo menggunakan aplikasi *Facebook*

dengan secara rutin memberikan informasinya karena dipercaya aplikasi *Faebook* banyak digunakan oleh seluruh banyak kalangan.

Lebih lanjut, pelanggan menuai berbagai respon positif terkait pelayanan informasi menggunakan sosial media *Facebook* oleh PDAM Kota Gorontalo. Banyak informasi yang diperoleh masyarakat melalui laman akun *Facebook* PDAM Muara Tirta.

Pemanfaatan media sosial sebagai medium penyebaran informasi oleh PDAM, harus dilakukan secara rutin. karenakan media sosial adalah media interaktif dimana dapat dimanfaatkan oleh perusahaan untuk dapat lebih dekat dengan pelanggan.

Selain itu, PDAM Kota Gorontalo memanfaatkan media sosial *Whatsapp* dalam memberikan informasinya. Dalam hal ini PDAM Kota Gorontalo tidak hanya menyebarkan informasi kepada pelanggan tetapi juga kepada karyawan internal,karyawan lapangan, hingga pemerintah kota melalui grup-grup yang disediakan oleh tenaga humas menggunakan Fitur bagikan Grup *Whatsapp*. Sehingga pesan yang dikirim melalui grup-grup *Whatsapp* dapat diteruskan dan disebarluaskan luas. Lebih lanjut PDAM Kota Gorontalo mempunyai website resmi yang dimana didalamnya memuat profil perusahaan, pengumuman, informasi umum perusahaan beserta nomor telepon yang dapat dihubungi oleh masyarakat. setiap media yang digunakan oleh PDAM Kota Gorontalo harus berisi konten informasi yang dibutuhkan oleh pelanggan.

Selanjutnya, PDAM Kota Gorontalo menetapkan metode dalam memberikan informasi kepada pelanggan yang merupakan langkah dalam merumuskan strategi

komunikasi.ada beberapa metode yang digunakan PDAM Kota Gorontalo yaitu metode informatif yakni dengan memberikan penerangan kepada masyarakat berdasarkan data,fakta yang terjadi dilapangan hal ini terlihat ketika bagian Hubungan langganan yang memberikan penerangan beserta solusi dengan menggunakan pompa *booster* pada wilayah tertentu yang berdampak tidak lancarnya air sehingga yang dirasakan oleh pelanggan yang berdampak jauh berkurang. Selain itu PDAM Kota Gorontalo menggunakan metode edukatif yaitu memberikan informasi berdasarkan fakta,data dan kondisi yang terjadi dilapangan, sehingga dapat mempengaruhi perubahan tingkah laku pelanggan. Hal ini terlihat ketika bagian Cek meter menjelaskan penyebab permasalahan mengenai air yang sering macet atau sering mati.penyebabnya ialah sering terjadi endapan air dari sungai pusat yang secara tidak langsung mempengaruhi mesin di berbagai instalasi tidak berfungsi dengan baik.

Selain itu, PDAM Kota Gorontalo juga menggunakan metode komunikasi *Redundancy (Repetition)* dimana pesan-pesan yang disampaikan dikirim melalui sosial media *Whatsapp* dan dikirim secara berulang-ulang. Dengan menggunakan fitur *Forwarded messages* atau terusan pesan, informasi yang dikirimkan dapat dikirim secara berulang dan terus-menerus. Sehingga pesan tersebut dapat tersebar luas ke sesama pengguna dalam jangkauan yang luas.

Lebih lanjut, PDAM Kota Gorontalo menggunakan evaluasi dalam sebuah program kerja. Hal ini berguna untuk menilai apakah program kerja yang dijalankan berhasil mencapai tujuan yang diinginkan atau belum. Hal ini dibuktikan oleh tenaga humas yang menggunakan evaluasi dalam program

kerjanya. Tenaga humas menilai pelayanan telah mencapai 90 persen dalam 1 tahun 3 bulan sejak tahun 2021 terakhir.

PDAM Kota Gorontalo berperan memberikan informasi dan memberikan penerangan terkait keluhan yang dihadapi pelanggan, secara akurat dalam format yang mudah dimengerti. sehingga kesalah pahaman atau perbedaan opini yang muncul dari pelanggan dapat diatasi dengan penjelasan, pemahaman dan pengertian.

## **BAB V**

### **KESIMPULAN**

#### **5.1.Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh peneliti mengenai bagaimana strategi komunikasi PDAM Kota Gorontalo dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat, peneliti menyimpulkan bahwa strategi komunikasi PDAM Kota Gorontalo dapat dilihat dari beberapa langkah yaitu : (1) Mengenal Khalayak; Khalayak yang dimaksud adalah target atau penerima informasi dari perusahaan.dalam hal ini perusahaan memberikan informasi kepada calon pelanggan dan pelanggan (2) Menyusun pesan ;Pesan yang dimaksud ialah berupa produk jasa yang ditawarkan perusahaan berupa penjualan air bersih kepada calon pelanggan hingga informasi terkait keluhan yang diajukan pelanggan mngenai berbagai masalah teknis yang terjadi. PDAM Kota Gorontalo memberikan penerangan,dan edukasi yang dibutuhkan oleh pelanggan. (3) Penggunaan Media ; Media sosial banyak digunakan sebagai alat dalam memberikan informasi kepada pelanggan . karena kecepatan dan kemudahan dalam proses komunikasinya. PDAM Kota Gorontalo juga memanfaatkan media cetak seperti koran,baliho dan pamflet. (4) Menetapkan metode ; Ada beberapa metode dalam menyampaikan pesan yang digunakan oleh PDAM Kota Gorontalo yaitu *Redundancy* metode penyampaian pesan secara berulang, Edukatif metode penyampaian pesan dengan cara menerangkan pesan disesuaikan dengan fakta,data yang terjadi dilapangan, dan Metode informatif berupa penerangan dan pemahaman yang diberikan oleh perusahaan sehingga dapat merubah tingkah laku khalayak perusahaan.

## 5.2.Saran

Berdasarkan Kesimpulan yang peneliti jabarkan di atas, peneliti menyampaikan saran kepada beberapa pihak terkait antara lain :

1. Sebaiknya PDAM Kota Gorontalo memiliki beragam program kerja yang fokus memberikan informasi kepada pelanggan sehingga dapat menunjang keberhasilan pelayanan informasi kepada masyarakat
2. Sebaiknya PDAM Kota Gorontalo dapat memaksimalkan pesan-pesan dan programnya melalui sosialisasi dan turun langsung di lapangan, lebih baik di agendakan dan dilakukan secara rutin supaya humas dikenal luas oleh publik sehingga pengelolaan informasi oleh humas tersebar rata.
3. Pelanggan seharusnya dapat lebih peka dan hati-hati dalam mengamati informasi yang beredar. Sebaiknya masyarakat memperoleh informasi hanya melalui situs resmi perusahaan atau dari sumber yang terpercaya. Misalnya dari humas atau sumber resmi perusahaan lainnya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Budi, Rayudaswati. 2010.*Pengantar Ilmu Komunikasi*. Makassar: Kretakupa.
- Cangara, Hafied. 2013. *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo
- Dakir. 2018. *Manajemen Humas di Lembaga Pendidikan Era Global*. Yogyakarta: K-Media.
- E. Kusumadmo.2013.*Manajemen Strategik Pengetahuan*. Yogyakarta: Cahaya Atma Pustaka.
- Efendy, Onong Uchana.2008.*Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Fajri,Choiril Dkk. 2019. *Public Relations dan Periklanan Menghadapi Revolusi Industri*. Yogyakarta: Buku Litera Yogyakarta.
- Febriana, Ajeng Iva Dwi.2018. “*Determinisme Teknologi Komunikasi Dan Tutupnya Media Sosial Path*.Jurnal Lontar,Vol.6 no. 2, 2018.Universitas Jayabaya Jakarta,. Diakses 13 Nov. 2021.
- Husein Umar. 2013. Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis. Jakarta: Rajawali
- Iriyanti, Dita Rahmawati. 2014. *Peran Humas Dalam Memberikan Pelayanan Kepada Pelanggan di Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Tirtamarta Yogyakarta.Skripsi*. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.
- Juwito. 2008.*Public Relations*.Surabaya: Unesa UP
- Kasali,Rhenald.2005.*Manajemen Public Relations*.Jakarta: PT Pustaka Utama Grafiti
- Lestari, Nurcahyani Putri. 2016. *Strategi Komunikasi Dalam Meningkatkan Ketertiban Lalu Lintas Pada Satlantas Polresta Kota Palembang. Skripsi*. Palembang: Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang.
- Mulyana,Deddy. 2016. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nesia, Andin. 2014. *Dasar-Dasar Humas*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Prasojo, Lantip Diat. 2018. *Manajemen Strategi*. Yogyakarta: UNY Press.
- Putri, Intantya. 2015. *Strategi Komunikasi Hubungan Masyarakat dan Keterbukaan Informasi Publik. Skripsi*.Yogyakarta: Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga.
- Febriyanti. 2020. *Strategi Komunikasi Pada Pelayanan Kesehatan Masyarakat Umum Pada Rumah Sakit Sultan Daeng Radja Bulukumba. Skripsi*. Makassar: Universitas Muhammadiyah Makassar.

- Ginting, Grashella Br Yana. 2017. *Strategi Komunikasi Internal PDAM Kota Salatiga Dalam Mengatasi Keluhan Pelanggan ( Studi Kasus : Humas PDAM Kota Salatiga).* Artikel Ilmiah. Salatiga : Universitas Kristen Satya Wacana Salatiga.
- Rohim,Syaiful. 2016. *Teori Komunikasi, Ragam dan Aplikasi.* Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Roskina, Sitti. 2020. *Komunikasi Dalam Organisasi (Teori dan Praktek).* Gorontalo: UNG Press.
- Rumanti, Maria Assumpta. 2005. *Dasar-Dasar Public Relations.* Jakarta: PT Grasindo.
- Saputra, Wahidin dan Rulli Nasrullah.2011.*Teori dan Praktik Public Relations.* Depok: Gramata Publishing.
- Siyoto,Sandu. 2015. *Dasar Metodologi Penelitian.* Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Sobur,Alex. 2004. *Semiotika Komunikasi.* Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Soemirat, dan Ardianto. 2008.*Dasar-Dasar Public Relations.* Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

## Lampiran

### PEDOMAN WAWANCARA UNTUK INFORMAN

NAMA : DKD

JABATAN: HUMAS PDAM KOTA GORONTALO

TANGGAL : 18 Oktober 2021

TEMPAT : Ruangan Humas

1. Apa saja kegiatan yang dilakukan oleh humas pdam dalam mengelola informasi perusahaan kepada masyarakat?
2. Informasi apa saja yang disampaikan perusahaan kepada masyarakat oleh humas/ *Public Relations*?
3. Bagaimana informasi tersebut dapat sampai kepada masyarakat luas?
4. Media apa saja yang digunakan oleh humas dalam mengelola informasi?
5. Siapa saja yang perlu menerima informasi yang disampaikan oleh humas?
6. Faktor-Faktor apa saja yang mempengaruhi proses pengelolaan informasi oleh humas?
7. Bagaimana evaluasi program tersebut?

NAMA : FR,EI

KETERANGAN : Masyarakat Sekaligus Pengguna Air PDAM

TANGGAL : 15 FEBRUARI 2022

1. Informasi apa saja yang diperoleh masyarakat dari HUMAS/PUBLIC RELATIONS?
2. Melalui media apa saja anda mendapatkan informasi?
3. Apakah informasi melalui humas telah tersampaikan dengan baik?
4. Apakah ada harapan Untuk PDAM kedepannya?

NAMA : IT

KETERANGAN : BAGIAN CEK METER

TANGGAL : 22 FEBRUARI

1. informasi apa saja yang sering ditanyakan masyarakat kepada petugas lapangan?

2. informasi apa saja yang anda berikan?

NAMA : KF

JABATAN : KEPALA SEKSI PERSONALIA

RUANGAN : RUANGAN PERSONALIA

1. Mengapa perlu adanya humas di pdam kota gorontalo?

2. Siapa saja bagian yang berfokus mengelola informasi kepada masyarakat selain humas?

3. Kapan terbentuknya humas khususnya di pdam kota gorontalo?

**LAMPIRAN**  
**DOKUMENTASI BERSAMA INFORMAN**



**GAMBAR 1.** Wawancara dengan Humas PDAM Kota Gorontalo Bapak (DKD)



**GAMBAR 2.** Wawancara dengan staff cek meter PDAM Kota Gorontalo Bapak IT



**GAMBAR 3.** Wawancara dengan Kepa Bagian Personalia Bapak KF.



**GAMBAR 4.** Wawancara dengan masyarakat pelanggan Air ibu FR.



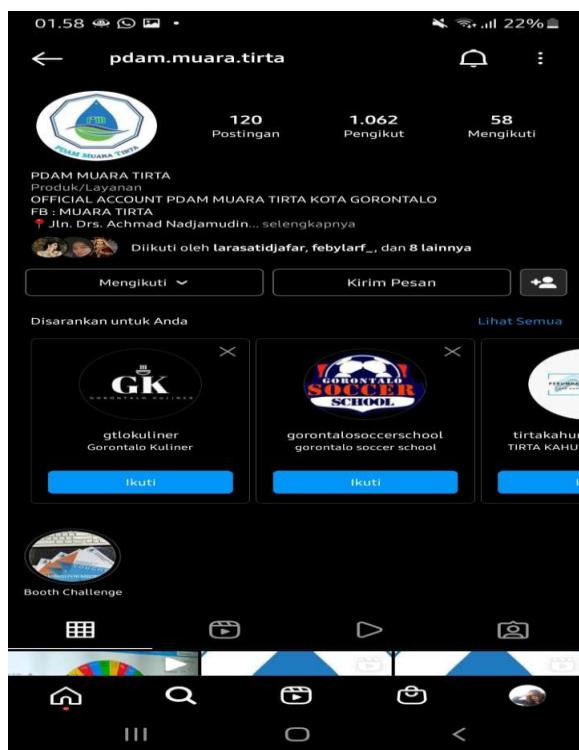
**GAMBAR 5.** Wawancara dengan masyarakat pelanggan Air ibu EI.



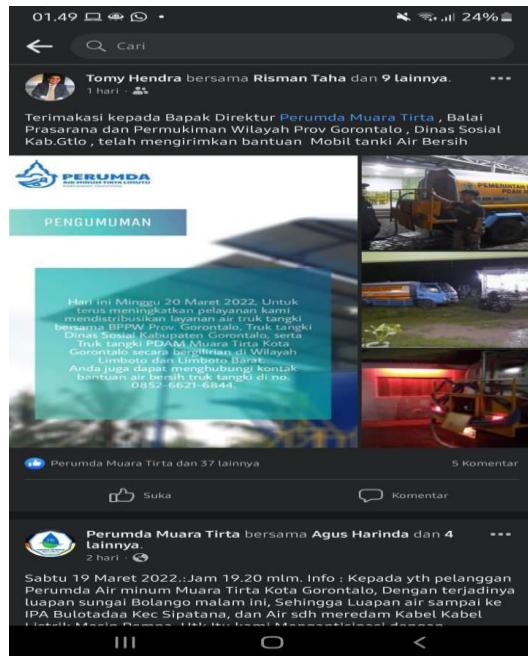
**GAMBAR 6.** Strategi Komunikasi Humas PDAM Kota Gorontalo dalam bentuk Saluran Media Cetak brosur.



**GAMBAR 7.** Strategi Komunikasi Humas PDAM Kota Gorontalo dalam bentuk Program Layanan Telepon oleh Humas dan *Customer Service*.



**GAMBAR 8.** Strategi Komunikasi Humas PDAM Kota Gorontalo dalam bentuk Saluran Media Sosial *Instagam*



**GAMBAR 9.** Strategi Komunikasi Humas PDAM Kota Gorontalo dalam bentuk Saluran Media Sosial *Facebook*



Similarity Report ID: oid:25211:15997918

PAPER NAME

Skripsi\_S2218036\_Putri Anggreany Pakaya\_Strategi Komunikasi Humas PDAM Kota Gorontalo dalam pengelol

AUTHOR

S2218036 Putri Anggreany Pakaya

WORD COUNT

10777 Words

CHARACTER COUNT

72207 Characters

PAGE COUNT

67 Pages

FILE SIZE

116.6KB

SUBMISSION DATE

Apr 14, 2022 1:31 PM GMT+8

REPORT DATE

Apr 14, 2022 1:35 PM GMT+8

● 7% Overall Similarity

The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

- 7% Internet database
- Crossref database
- 0% Submitted Works database
- 1% Publications database
- Crossref Posted Content database

● Excluded from Similarity Report

- Bibliographic material
- Small Matches (Less than 25 words)

Summary



Similarity Report ID: oid:25211:15997918

● 7% Overall Similarity

Top sources found in the following databases:

- 7% Internet database
- Crossref database
- 0% Submitted Works database
- 1% Publications database
- Crossref Posted Content database

TOP SOURCES

The sources with the highest number of matches within the submission. Overlapping sources will not be displayed.

1	encangsaepudin.wordpress.com	<1%
	Internet	
2	nanopdf.com	<1%
	Internet	
3	effendiiedfriends.blogspot.com	<1%
	Internet	
4	etheses.iainponorogo.ac.id	<1%
	Internet	
5	eprints.uny.ac.id	<1%
	Internet	
6	repository.iainpare.ac.id	<1%
	Internet	
7	digilib.uin-suka.ac.id	<1%
	Internet	
8	repositori.unsil.ac.id	<1%
	Internet	



Similarity Report ID: oid:25211:15997918

9	journal.ithb.ac.id Internet	<1%
10	repository.uin-suska.ac.id Internet	<1%
11	hanny8mardiana.wordpress.com Internet	<1%
12	mafiadoc.com Internet	<1%
13	bumd.lomboktimurkab.go.id Internet	<1%
14	nonosun.staf.upi.edu Internet	<1%

[Sources overview](#)

### Lembar Konsultasi Pembimbing

Nama Mahasiswa : Putri Anggreany M. Pakaya

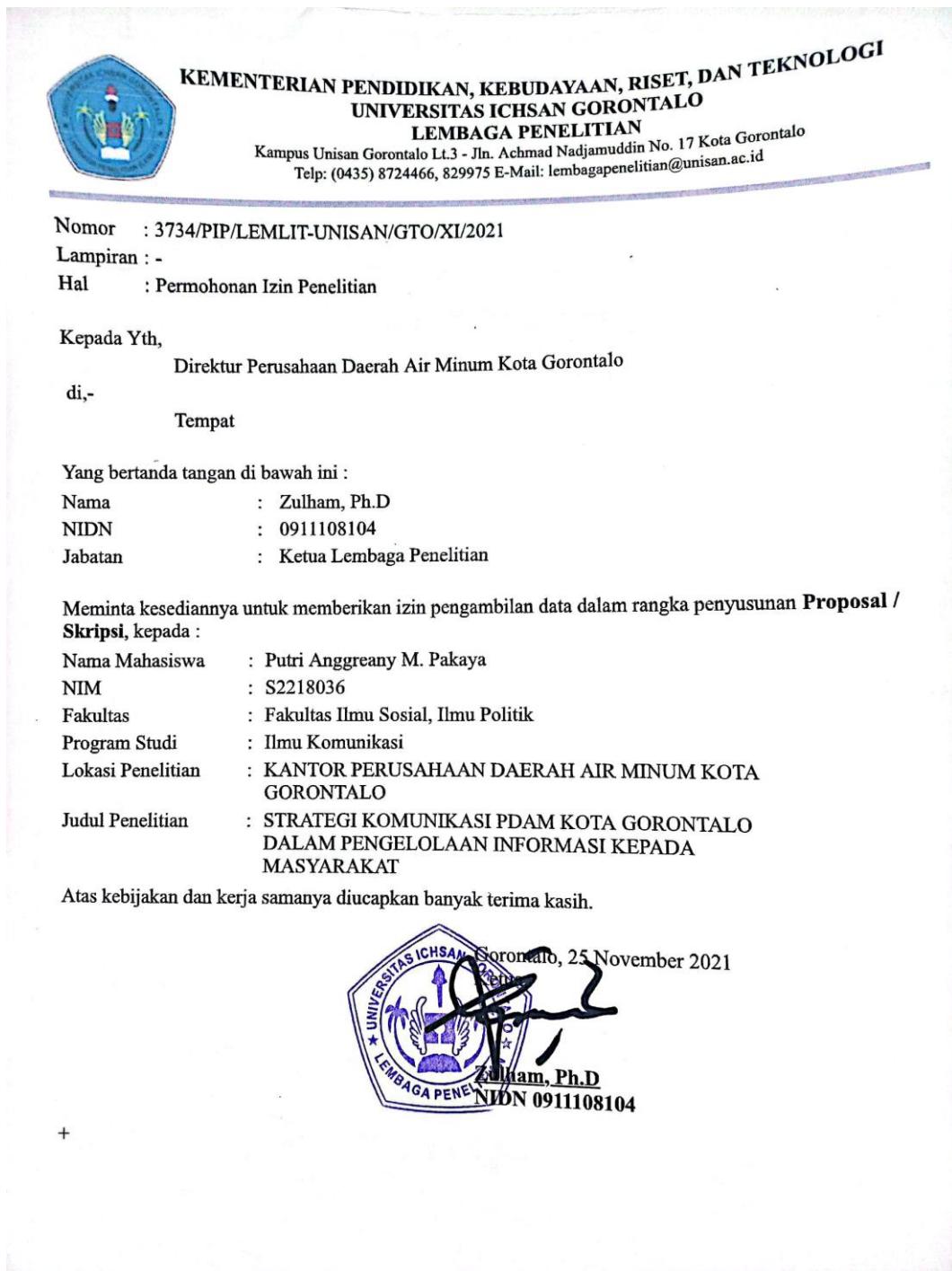
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Humas PDAM Kota Gorontalo Dalam Pengelolaan Informasi Kepada Masyarakat.

Nim : S2218036

Pembimbing : 1. Dr.Andi Subhan, M.Pd

2. Dwi Ratnasari, S.Sos, M.I.Kom

Pembimbing 1				Pembimbing 2			
No	Tanggal	Koreksi	Paraf	No	Tanggal	Koreksi	Paraf
1	10/03/22	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Informasi tambahan dipertimbangkan.</li> <li>• Pengucian kata/ istilah yang digunakan.</li> <li>• Penegasan setiap hal yang maknanya kurang jelas.</li> <li>• Tidak ada teori pada bab Hasil Penelitian &amp; Ciri hanya disebutkan pada bab I.</li> <li>• Perhatikan perbedaan antara hasil penelitian dan pembahasan</li> <li>• Penulisan ditata kembali sesuai dengan arahan</li> <li>• Lanjutkan ke Bab V</li> <li>• Perhatikan Daftar pustaka</li> </ul>	(P)	1	23/3/22	<p>penulisan huruf lebih besar</p> <p>perbaikkan abstrak</p> <p>Perbaikan daftar pustaka</p>	(P)
	17/03/22						
	19/03/22						





## **PEMERINTAH KOTA GORONTALO**

**PERUSAHAAN DAERAH AIR MINUM MUARA TIRTA KOTA GORONTALO**

Jln Drs. Achmad Nadjamuddin Kec. Kota Tengah Kota Gorontalo No. (0435) 824428 - 825198 - 826700 Fax (0435) 825398

### **SURAT KETERANGAN SELESAI PENELITIAN**

Nomor : 17 /Kepeg/PDAM-GTO/I/2022

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : ADNAN MANUNU, S.Mn  
 NPP : 74 98 111  
 Jabatan : Kepala Bagian Administrasi Umum & Keuangan

Dengan ini menerangkan bahwa Mahasiswa yang beridentitas :

Nama : Putri Anggreany M. Pakaya  
 Jurusan : Ilmu Komunikasi  
 Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
 Universitas : Universitas Ichsan Gorontalo

Telah selesai melakukan penelitian di Perusahaan Daerah Air Minum Muara Tirta Kota Gorontalo, untuk memperoleh data dalam rangka penyusunan Karya Ilmiah (Skripsi) dengan judul "**Strategi Komunikasi Public Relations Dalam Pengelolaan Informasi Kepada Masyarakat di Perusahaan Daerah Air Minum Muara Tirta Kota Gorontalo**".

Demikian surat keterangan ini dibuat dan diberikan kepada yang bersangkutan untuk digunakan seperlunya dan atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Gorontalo, 26 Januari 2022



## ***ABSTRACT***

***PUTRI ANGGREANY M. PAKAYA. S2218036. THE COMMUNICATION STRATEGY IN PROVIDING INFORMATION TO CUSTOMERS AT THE REGIONAL WATER COMPANY OF GORONTALO CITY***

*This study aims to find the communication strategy carried out by the Regional Water Company of Gorontalo City in providing information to customers. This study uses a qualitative descriptive research method. Data collection in this study is through observation, interviews, and documentation to obtain information in the field. The results of this study indicate that the Regional Water Company of Gorontalo City has implemented some communication strategies, namely: 1) Recognizing the audience. The company's audience targeted focuses on potential customers as information receivers. 2) Composing messages. The message here means information by the company regarding customer complaints submitted and general information required by customers. 3) Use of media. Social media is widely used as a tool for information aimed at customers due to communication speed and ease. The Regional Water Company of Gorontalo city also utilizes print media such as newspapers, billboards, and pamphlets. 4) Method determination. Several methods employed by Regional Water Company of Gorontalo city in providing information are (1) redundant method, which is a method of delivering messages repeatedly, and (2) educative method, namely a method of delivering messages by explaining the message following the facts and data occurring in the field, and (3) informative method, meaning that the information and knowledge are provided by the company so that it can change the behavior of the company's audience.*



*Keywords:* communication strategy, public service

## ABSTRAK

### **PUTRI ANGGREANY M. PAKAYA. S2218036. STRATEGI KOMUNIKASI PDAM KOTA GORONTALO DALAM MEMBERIKAN INFORMASI KEPADA PELANGGAN**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi yang dilakukan oleh PDAM (Perusahaan Daerah Air Minum) Kota Gorontalo dalam memberikan informasi kepada pelanggan. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui observasi, wawancara, serta dokumentasi untuk memperoleh informasi yang terjadi di lapangan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa PDAM Kota Gorontalo telah menerapkan strategi komunikasi, yaitu melalui: (1) Mengenal Khalayak; Khalayak sasaran perusahaan difokuskan kepada calon pelanggan, pelanggan sebagai target penerima informasi. (2) Menyusun pesan; Pesan yang dimaksud ialah berupa penerangan oleh perusahaan terkait keluhan pelanggan yang diajukan hingga informasi umum yang dibutuhkan oleh pelanggan. (3) Penggunaan Media; Media sosial banyak digunakan sebagai alat dalam memberikan informasi kepada pelanggan karena kecepatan dan kemudahan dalam proses komunikasinya. PDAM Kota Gorontalo juga memanfaatkan media cetak seperti koran, baliho, dan pamflet. (4) Menetapkan metode ; Beberapa metode yang digunakan oleh PDAM Kota Gorontalo dalam memberikan informasi yaitu *redundancy*; yaitu metode penyampaian pesan secara berulang, edukatif; yaitu metode penyampaian pesan dengan cara menerangkan pesan disesuaikan dengan fakta dan data yang terjadi di lapangan. Dan metode informatif; yaitu penerangan dan pemahaman yang diberikan oleh perusahaan sehingga dapat merubah tingkah laku khalayak perusahaan.



Kata kunci: strategi komunikasi, pelayanan publik



**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,  
RISET DAN TEKNOLOGI,  
UNIVERSITAS IHSAN GORONTALO  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
SURAT KEPUTUSAN MENDIKNAS RI NOMOR 84/D/O/2001  
Jl. Achmad Nadjamuddin No. 17 Kota Gorontalo Telp. (0435) 829975**

**SURAT REKOMENDASI BEBAS PLAGIASI**  
No. 053/SK/FISIP-UIG/IV/2022

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama	:	Minarni Tolapa, S.Sos.,M.Si
NIDN	:	0922047803
Jabatan	:	Ketua Program Studi

Dengan ini menerangkan bahwa :

Nama Mahasiswa	:	Putri Anggreany M. Pakaya
NIM	:	S2218036
Program Studi	:	Ilmu Komunikasi
Fakultas	:	Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Judul Skripsi	:	Strategi Komunikasi Public Relations Dalam Pengelolaan Informasi Kepada Masyarakat di Perusahaan Daerah Air Minum Kota Gorontalo

Sesuai hasil pengecekan tingkat kemiripan skripsi melalui aplikasi **Turnitin** untuk judul skripsi di atas diperoleh hasil **Similarity** sebesar **7 %**, berdasarkan Peraturan Rektor No. 32 Tahun 2019 tentang Pendekripsi Plagiat pada Setiap Karya Ilmiah di Lingkungan Universitas Ihsan Gorontalo dan persyaratan pemberian surat rekomendasi verifikasi calon wisudawan dari LLDIKTI Wil. XVI, bahwa batas kemiripan skripsi maksimal 30%, untuk itu skripsi tersebut di atas dinyatakan **BEBAS PLAGIASI** dan layak untuk diujiankan.

Demikian surat rekomendasi ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.



Terlampir:  
Hasil Pengecekan Turnitin

## **BIODATA MAHASISWA**

### **IDENTITAS PRIBADI**

NAMA	: Putri Anggreany M.Pakaya
NIM	: S2218036
Tempat, Tanggal Lahir	: Tomohon, 13 Februari 2001
Alamat	: Jln, Taman Anggrek Kec. Kota Utara
Fakultas	: Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi	: Ilmu Komunikasi
Jenjang	: S1 (STRATA SATU)
No. Hp	: 082339448886
Judul Skripsi	: Strategi Komunikasi Perusahaan Daerah Air Minum (Pdam) Kota Gorontalo Dalam Memberikan Informasi Kepada Pelanggan



### **LATAR BELAKANG PENDIDIKAN**

1. MI AL-KHAIRAAAT GORONTALO : TAHUN 2006 – TAHUN  
2012
2. SMP NEGERI 1 KOTA GORONTALO : TAHUN 2012 – TAHUN  
2015
3. SMA NEGERI 1 KOTA GORONTALO : TAHUN 2015- TAHUN  
2016
4. MAN MODEL 1 KOTA MANADO : TAHUN 2016 – TAHUN 2018
5. UNIVERSITAS ICHSAN GORONTALO : TAHUN 2018- TAHUN  
2022