

PERANAN HUMAS SEBAGAI *PROBLEM SOLVING* (STUDI DESKRIPTIF KUALITATIF PADA HUMAS PDAM KABUPATEN KUPANG)

Jofna Adrian Boru¹, Mas'amah², Veki Edizon Tuhana³
^{1,2,3} Program Studi Ilmu Komunikasi, FISIP, Universitas Nusa Cendana

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peranan Humas sebagai *Problem Solving Facilitator* Di Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kabupaten Kupang. Penelitian ini merupakan jenis penelitian deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data Wawancara, Dokumentasi, dan Observasi. Informan yang dipilih dalam penelitian ini Kasubag Humas, Staf bagian Humas, dan pelanggan lama PDAM. Adapun teori yang digunakan untuk mengkaji penelitian ini adalah teori manajemen hubungan. Hasil dari Penelitian peranan Humas dalam menanggapi keluhan pelanggan mengenai kemacetan air dan kebocoran pipa antara lain mengidentifikasi masalah atau keluhan pelanggan dan memecahkan masalah secara langsung membuka ruang konsultasi dengan pelanggan terkait keluhan masing-masing memberikan informasi terkait kebijakan melalui media. Peranan Humas sebagai *Problem Solving Facilitator Di PDAM Kabupaten Kupang* terlihat dari aktivitas dalam lingkup PDAM Kabupaten Kupang yang berhubungan dengan memecahkan masalah keluhan pelanggan terkait kemacetan air dan kebocoran pipa atau kerusakan pipa yaitu peran dalam mengidentifikasi masalah terlebih dahulu dan menyelesaikan masalah secara langsung, menggunakan media sebagai wadah informasi dengan pelanggan agar tercapainya kepuasan bersama antara pelanggan dan juga Perusahaan Daerah Air Minum Kabupaten Kupang.

Kata Kunci: Peran Humas, Pemecah Masalah, Pelanggan.

THE ROLE OF PRIVATE RELATIONSHIP AS A PROBLEM SOLVING FACILITATOR IN PDAM KUPANG DISTRICT (QUALITATIVE DESCRIPTIVE STUDY OF PDAM PR KUPANG DISTRICT)

ABSTRACT

This study aims to determine the role of Public Relations as a Problem Solving Facilitator in the Regional Drinking Water Company (PDAM) in Kupang Regency. This research is a type of qualitative descriptive research with data collection techniques of interviews, documentation and observation. The selected informants in this study were the Head of Public Relations Subdivision, Public Relations Staff, and old PDAM customers. The theory used to examine this research is Relationship Management Theory. The results of research on the role of Public Relations in responding to customer complaints about water jams and pipe leaks include identifying customer problems or complaints and solving problems directly by opening a consulting room with customers regarding their respective complaints, providing policy-related information through the media. The Role of Public Relations as a Problem Solving Facilitator at PDAM Kupang Regency can be seen from the activities within the scope of PDAM Kupang Regency related to solving customer complaints related to water jams and pipe leaks or pipe damage, namely the role of identifying problems first and solving problems directly, using the media as a forum for information with customers in order to achieve mutual satisfaction between customers and also the Regional Water Company of Kupang Regency.

Keywords: *Public Relations Role, Problem Solving, Customer.*

Korespondensi: Jofna Adrian Boru. Universitas Nusa Cendana, Jl. Adisucipto – Penfui, Kec. Maulafa, Kota Kupang-Nusa Tenggara Timur. 85111. Email: adyoehandi@gmail.com

PENDAHULUAN

Dalam mendukung kesejahteraan masyarakat, pemerintah mengelola perusahaan milik daerah yaitu Perusahaan Daerah Air Minum yang biasa lebih dikenal masyarakat dengan PDAM. Perusahaan daerah Air Minum PDAM tersebar luas diseluruh daerah di Indonesia termasuk Kabupaten Kupang Nusa Tenggara Timur Indonesia yang merupakan perusahaan milik Kabupaten Kupang penyedia air bersih dan higienis bagi masyarakat Kabupaten Kupang.

Tugas yang harus di jalankan oleh perusahaan daerah air minum Kabupaten Kupang (PDAM) adalah menyelenggarakan pengelolaan air bersih untuk masyarakat dan juga untuk meningkatkan kemakmuran dan kesejahteraan masyarakat yang mencakup berbagai aspek sosial, kesehatan dan pelayanan umum. Dalam menjalankan tugas pokok tersebut PDAM berfungsi sebagai penyelenggara pelayanan jasa penyelenggara pemanfaatan umum dan pendapatan untuk menambah pendapatan asli perusahaan daerah air minum (PDAM).

Perusahaan Daerah Air Minum Kabupaten Kupang menurut catatan Badan Pusat Statistik Provinsi Nusa Tenggara Timur jumlah pelanggan PDAM dengan cakupan wilayah Perusahaan Daerah Air Minum Kabupaten Kupang yang sangat luas

dimana wilayah yang merupakan daerah cakupan PDAM Kabupaten yaitu Oelamasi, Oesao, Tarus , Kota Raja, Oepura, Kupang Kota dan juga Bolok, dengan luasnya wilayah PDAM semakin bertambah begitupula dengan jumlah pelanggan. Jumlah pelanggan PDAM yang terhitung pada tahun 2015- 2020 berjumlah 24 583,00 Ribu Pelanggan dimana pada tahun 2015 18 200,00 Ribu . Kemudian pada tahun 2018 pelanggan PDAM bertambah menjadi 23 805,00 Ribu pelanggan dan pada tahun 2020 pelanggan PDAM bertambah lagi menjadi 24 583,00 Ribu pelanggan yang sudah menjadi bagian dari Perusahaan Daerah Air Minum Kabupaten Kupang

Ketidakpuasan atau keluhan pelanggan PDAM Kabupaten Kupang biasanya menggolongkan keluhan-keluhan tersebut menjadi dua sesuai dengan beratnya masalah yang diterima dari pelanggan yaitu masalah yang dapat ditangani secara langsung dan pending (menunggu). Masalah yang dapat langsung ditangani yaitu misalnya kebocoran pipa dan masalah yang harus menunggu atau pending terjadi karena misalnya dalam suatu kelurahan terdapat 40 rumah dan yang mengalami kemacetan pada aliran air 5-6 rumah maka dari pihak PDAM harus melakukan survey dan pengecekan terlebih dahulu sehingga dilakukannya pemotongan

pipa untuk mengetahui sumber masalah yang ada pada aliran air tersebut.

Humas PDAM memiliki peran penting dalam menunjang berjalannya PDAM Kabupaten Kupang peranan humas tentu tidak lepas dari fungsi, yang berarti kegunaan suatu hal. Dozier & Broom dalam (Rosady, 2005), mengemukakan peranan *public relations* dalam suatu organisasi dapat dibagi menjadi empat kategori salah satunya adalah *facilitator* proses pemecahan masalah (*problem solving process facilitator*) peranan praktisi *public relations* dalam proses pemecahan persoalan *public relations* ini merupakan bagian dari tim manajemen. Hal ini yang dimaksudkan untuk membantu pimpinan organisasi baik sebagai penasehat (*adviser*) hingga mengambil tindakan eksekusi (keputusan) dalam mengatasi persoalan atau krisis yang tengah dihadapi secara rasional dan profesional.

Public relations atau kadang disebut dengan istilah hubungan masyarakat telah berkembang dengan pesat di Indonesia pasca era orde baru. Perkembangan *public relations* mempunyai hubungan yang erat dengan kemajuan dalam masyarakat di berbagai bidang. Kemajuan yang sekaligus merupakan kekuatan dalam masyarakat, memisahkan manusia kedalam berbagai kelompok atau golongan, yang mempunyai tujuan sendiri

dan berusaha mencapai tujuan itu dengan sebaik-baiknya. Untuk mencapai suatu tujuan dibutuhkan kerja sama demi kepentingan bersama, *public relations* merupakan hal yang dibutuhkan dalam suatu organisasi untuk menciptakan kerja sama yang baik dengan publik internal maupun publik eksternal (Prayudi, 2012)

Dalam penelitian kali ini peneliti menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan studi deskriptif untuk mendeskripsikan dan menjabarkan hasil penelitian secara lengkap dengan mengeksplorasi dan mengklarifikasi akan suatu fenomena yang berlangsung secara transparan, spesifik dan mendalam berdasarkan pada teori juga konsep yang telah dibangun.

METODE PENELITIAN

Paradigma penelitian yang digunakan adalah paradigma konstruktivisme. Paradigma konstruktivisme menjelaskan identitas akan suatu benda, di hasilkan dari sudut pandang bagaimana kita membicarakan objek tersebut, termasuk penggunaan bahasa yang dapat mengungkap konsep atau cara-cara suatu kelompok sosial menyesuaikan diri dengan pengalaman yang dilalui (Moleong, 2009). Paradigma ini juga menganggap konstruksi kebenaran akan

suatu realitas sosial bersifat relatif, dimana dalam pengamatan nanti seorang peneliti tidak dapat mengeneralisasikan temuan yang didapati, (Creswell, 2015).

Jenis penelitian deskriptif kualitatif yang digunakan bertujuan untuk mengetahui bagaimana peranan *public relations* sebagai *problem solving facilitator* dalam menanggapi masalah keluhan pelanggan mengenai kebocoran pipa, water meter dan kemacetan air di PDAM Kabupaten Kupang. Peneliti menggunakan jenis penelitian ini karena dalam penelitian ini peneliti menemukan gambaran atau deskripsi Perusahaan Daerah Air Minum Kabupaten Kupang dengan mengutamakan kualitas data yang ditemukan peneliti secara langsung di lapangan. Dalam penelitian ini objek penelitiannya adalah yang terkait dengan proses pemecahan masalah pada HUMAS PDAM Kabupaten Kupang.

Penelitian ini menggunakan dua teknik pengumpulan data yaitu melalui wawancara dengan petunjuk umum dan dokumentasi dengan tahapan teknik analisis datanya yaitu pengolahan data, penyajian data, interpretasi data dan penarikan kesimpulan atau verifikasi (Denzin, 2009).

HASIL DAN PEMBAHASAN

HASIL PENELITIAN

Untuk mencapai tujuan dari penelitian ini yaitu mendapatkan informasi untuk mengetahui peranan Humas sebagai *problem solving facilitator* di PDAM Kabupaten Kupang. Peneliti melakukan penelitian ini dengan menggunakan teknik pengumpulan data berupa wawancara, dokumentasi dan observasi terkait dengan “PERANAN HUMAS SEBAGAI *PROBLEM SOLVING FACILITATOR* DI PDAM KABUPATEN KUPANG”

Kehadiran Humas dalam suatu organisasi sebagai *Problem solving facilitator* dimana seorang praktisi Humas membantu organisasi baik sebagai penasehat hingga mengambil Tindakan dalam mengatasi persoalan yang dihadapi perusahaan secara rasional dan professional. Menurut Dozer dan Broom (Mulyana, 2008). Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan melalui observasi dan wawancara Peranan HUMAS sebagai *problem solving facilitator* di PDAM Kabupaten Kupang berperan sangat penting dalam mengatasi permasalahan pipa bocor dan kemacetan air yang berhubungan dengan pelanggan, sehingga PDAM Kabupaten Kupang tetap dipercaya oleh masyarakat sebagai jasa air bersih yang digunakan untuk memenuhi

kebutuhan air bersih dan higienis masyarakat setiap hari. karena pentingnya peranan HUMAS PDAM sebagai *problem solving facilitator* maka sebagai seorang HUMAS di PDAM Kabupaten Kupang harus berani mengambil langkah yang tepat dalam menjalankan peranannya. sehingga pelanggan tetap betah dan tidak kecewa terhadap pelayann PDAM

Mengidentifikasi masalah merupakan salah satu hal yang harus dilakukan oleh suatu perusahaan karena dengan begitu kita bisa mengetahui opini dan fakta yang terjadi dengan permasalahan. Humas disini memiliki kemampuan *problem solving* atau kemampuan pemecahan masalah dengan baik, untuk menyelesaikan masalah dibutuhkan proses dimana kita harus mengidentifikasi terkait permasalahan yang terjadi apakah dapat diselesaikan secara langsung atau harus menunggu (*pending*).

Masalah yang dikeluhkan oleh konsumen berbeda-beda dan masyarakat di Kota Kupang watak mereka sangat keras dimana pada saat mereka melakukan pengaduan mereka menuntut agar masalah mereka segera diselesaikan secepat mungkin tanpa memikirkan bahwa permasalahan tersebut harus dilakukan survey terlebih dahulu oleh PDAM apakah dapat diselesaikan secara langsung atau tidak.

Sesuai dengan fungsi manajemen Humas dalam suatu perusahaan atau organisasi seharusnya masuk didalam direksi karena salah satu tugasnya adalah mengorganisasi seluruh kegiatan komunikasi perusahaan baik secara internal maupun eksternal. sehingga untuk memecahkan suatu masalah di perusahaan dibutuhkannya manajemen hubungan agar dapat melakukan pendekatan-pendekatan terlebih dahulu terhadap pelanggan sehingga sehingga untuk proses komunikasi mengenai permasalahan tersebut mendapatkan solusi bersama.

Keberadan Humas dalam suatu perusahaan sangatlah dibutuhkan karena Humas merupakan profesi yang mengurus hubungan antara suatu perusahaan dengan publiknya yang menentukan citra perusahaan itu sendiri dalam hubungannya dengan public bisa mendapatkan nilai baik atau tidak tergantung cara kerja Humas suatu perusahaan. Sama seperti perusahaan daerah air minum (PDAM) Kabupaten Kupang yang membutuhkan Humas dalam memanejemen Hubungan dengan pelanggannya agar dalam proses pemecahan masalah mengenai keluhan pelanggan dapat berjalan secara baik dan harmonis sehingga hubungan perusahaan dengan pelanggan lebih baik dan meningkatkan kerja sama.

Media sosial sangat berperan penting dalam penyebaran informasi bagi masyarakat luas. Sejak awal dibangun, media sosial diperuntukkan sebagai wadah bagi para penggunanya agar dapat dengan mudah berpartisipasi, berbagi, bertukar informasi. karena cukup bermodalkan ponsel berbasis internet yang mudah digunakan dimasa kini dan dapat digunakan dimanapun informasi jadi lebih mudah dicari dan disebarluaskan. Maka tidak heran media sosial sangat berperan penting dalam suatu organisasi yang berhubungan penyebaran informasi bagi publiknya.

Hal tersebut digunakan oleh Humas PDAM dimana Media sosial dimanfaatkan sebagai wadah informasi Humas PDAM Kabupaten Kupang hal ini dilakukan perusahaan agar dapat mempermudah konsumen dalam hal menyampaikan berbagai keluhan yang dialami oleh karena itu dari PDAM menggunakan media sosial Facebook dengan akun @Pdam Kabupaten Kupang dan juga mempermudah PDAM Kabupaten Kupang dalam menyebarkan informasi mengenai kebijakan atau penjadwalan pengaliran air yang berhubungan dengan perusahaan dan pelanggannya. Disini dibuka ruang untuk seluruh pelanggan dapat menyampaikan segala keluhan selain itu PDAM Kabupaten

Kupang juga menggunakan Radio dalam menyampaikan informasi dari PDAM .

PEMBAHASAN

Peranan Humas PDAM sebagai *problem solving* akan bertindak sebagai sumber informasi, aktivitas Humas di PDAM Kabupaten Kupang sehari-hari adalah menyelenggarakan komunikasi timbal balik antara perusahaan dengan publik yang bertujuan agar hubungan antara perusahaan dengan publik dapat terjalin lebih baik lagi dan juga menciptakan saling pengertian dan dukungan agar tercapainya tujuan tertentu, kegiatan pelayanan jasa dan kebijakan demi berkembangnya perusahaan berdasarkan hal tersebut maka Humas PDAM Kabupaten Kupang diharapkan dapat menjalankan fungsinya dengan baik agar setiap pelayanan yang dilakukan dapat menguntungkan kedua pihak bersama tidak saja perusahaan tetapi juga pihak pelanggan sehingga hubungan antara perusahaan dengan pelanggan jadi lebih baik.

Trimonologi *relations management* merujuk pada proses hubungan manajemen antara organisasi dengan publik internal dan eksternal. dalam kontekasi ini, Jhon Ledingham dalam (Ardianto, 2001) mendefinisikan organisasi dan hubungan dengan publik sebagai pernyataan keberadaan antara organisasi dengan publik-

publik. Peran *Public Relations* begitu kuat dalam perkembangan strategi komunikasi pemasaran terpadu (*atiointegrated merketing communions*) perusahaan dalam upaya memasarkan produk (barang atau jasa) perusahaan. Mengembangkan pesan dalam bentuk program-program *public relations*.

Dalam upaya membangun baik dengan masyarakat tidak terpisahkan dari aktivitas yang dijalankan praktisi *Public Relations*. Sementara sebelum sebuah produk dibeli oleh konsumen, aktivitas *Public Relations* dikembangkan untuk membangun kepercayaan dan pemahaman terhadap produk dibenak konsumen (Phillips & Young, 2009).

Manajemen hubungan masyarakat secara umum diartikan sebagai fungsi manajemen yang khas antara PDAM Kabupaten Kupang dengan pelanggan. Manejemen hubungan dan *public relations* pada dasarnya bertujuan menciptakan dan memberikan dampak positif PDAM Kabupaten Kupang di masyarakat. Menurut Muis (Abdul, 2022) bahwa hubungan masyarakat adalah kegiatan untuk menanamkan dan memperoleh pengertian, dukungan, kepercayaan, serta penghargaan pada dan dari suatu badan pada khususnya dan masyarakat pada umumnya. Pentingnya informasi menjadikan kerjasama PDAM

Kabupaten Kupang dengan pelanggan sebagai kebutuhan dasar. Kerjasama tersebut dimaksudkan untuk menangani masalah yang dihadapi pelanggan.

Inti tugas *Public Relations* adalah sinkronisasi antara informasi dari perusahaan dengan reaksi dan tanggapan publik sehingga mencapai suasana akrab, saling mengerti, dan muncul suasana yang menyenangkan dalam interaksi perusahaan dengan publik. Penyesuaian yang menciptakan hubungan yang harmonis dimana satu sama lain saling memberi dan menerima hal-hal yang bisa menguntungkan kedua belah pihak (Suyani, 2018). Humas PDAM Kabupaten Kupang melakukan tugas-tugas dalam menangani masalah yang terjadi di PDAM Kabupaten Kupang. Salah satu tugas Humas yang dilakukan di PDAM Kabupaten Kupang adalah menangani masalah terkait keluhan pelanggan yaitu pipa bocor dan kemacetan air. Humas memiliki peran penting dalam membantu menginformasikan pada pelanggan dengan menyediakan informasi akurat dalam format yang muda dimengerti sehingga tidak menimbulkan terjadinya kekeliruan pelanggan dan Humas PDAM Kabupaten Kupang (Thua et al., 2022).

Sesuai dengan fungsi manajemen Humas dalam suatu perusahaan atau organisasi seharusnya masuk didalam direksi

karena salah satu tugasnya adalah mengorganisasi seluruh kegiatan komunikasi perusahaan baik secara internal maupun eksternal. sehingga untuk memecahkan suatu masalah di perusahaan dibutuhkannya manajemen hubungan agar dapat melakukan pendekatan-pendekatan terlebih dahulu terhadap pelanggan sehingga sehingga untuk proses komunikasi mengenai permasalahan tersebut mendapatkan solusi bersama.

Media sosial sangat berperan penting dalam penyebaran informasi bagi masyarakat luas. Sejak awal dibangun, media sosial diperuntukkan sebagai wadah bagi para penggunanya agar dapat dengan mudah berpartisipasi, berbagi, bertukar informasi (Delviani et al., 2022).

Hal tersebut digunakan oleh Humas PDAM dimana Media sosial dimanfaatkan sebagai wadah informasi Humas PDAM Kabupaten Kupang hal ini dilakukan perusahaan agar dapat mempermudah konsumen dalam hal menyampaikan berbagai keluhan yang dialami oleh karena itu dari PDAM menggunakan media sosial Facebook dengan akun @Pdam Kabupaten Kupang dan juga mempermudah PDAM Kabupaten Kupang dalam menyebarkan informasi mengenai kebijakan atau penjadwalan pengaliran air yang berhubungan dengan perusahaan dan

pelanggannya. Di sini dibuka ruang untuk seluruh pelanggan dapat menyampaikan segala keluhan selain itu PDAM Kabupaten Kupang juga menggunakan Radio dalam menyampaikan informasi dari PDAM.

SIMPULAN

Upaya Humas dalam menanggapi keluhan pelanggan. Dalam menanggapi keluhan pelanggan Humas melakukan upaya dimana jika pelanggan melakukan komplain akan berhadapan langsung dengan Humas dimana Humas akan melakukan konsultasi terlebih dahulu dengan pelanggan terkait apa penyebab yang terjadi dan memberikan solusi yang terbaik kepada pelanggan kemudian dari pihak Humas akan melakukan pembuatan laporan yang akan diantarkan ke bagian terkait yaitu bagian teknis. Mengidentifikasi Masalah.

Mengidentifikasi terkait permasalahan yang menjadi pemicu komplain dari pelanggan terhadap perusahaan, apa yang menjadi obyek keluhan pelanggan yang ada kaitannya dengan PDAM Kabupaten Kupang yang berpontesi membuat reputasi kinerja kerja perusahaan PDAM Kabupaten Kupang menjadi tidak baik dalam pelayanannya.

DAFTAR PUSTAKA

Abdul, M. (2022). *Manajemen Hubungan*

- Masyarakat di Sekolah Menengah Kejuruan Islam Al-Mursyidiyah Mayang-Jember Tahun 2021/2022.* Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
- Ardianto, E. (2001). Public Relations on the Net: Sebuah Perspektif Baru Humas. *Ilmu Komunikasi*, 2(1).
- Creswell, J. W. (2015). Penelitian Kualitatif dan Desain Riset: Memilih di Antara Lima Pendekatan. In *Pustaka Pelajar*.
- Delviani, G. A., Mandaru, S. S. E., & Tuhana, V. E. (2022). KOMUNIKASI PEMASARAN PADA PERUSAHAAN UNTUK MENARIK MINAT BELI PELANGGAN SELAMA PANDEMI COVID-19:(Studi Deskriptif Kualitatif Pada La Moringa East Nusa Tenggara Selama Bulan April 2021-Juli 2021). *Deliberatio: Jurnal Mahasiswa Komunikasi*, 2(2), 273–283.
- Denzin, N. K. (2009). The elephant in the living room: Or extending the conversation about the politics of evidence. *Qualitative Research*, 9(2), 139–160.
- Moleong, J. (2009). Lexy. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, 107–108.
- Mulyana, D. (2008). Ilmu Komunikasi Komunikasi Suatu Pengantar. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Phillips, D., & Young, P. (2009). *Online public relations: A practical guide to developing an online strategy in the world of social media*. Kogan Page Publishers.
- Prayudi, P. (2012). *Public Relation Stratejik*. Komunikasi UPN Press.
- Rosady, R. (2005). Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi Konsepsi dan Aplikasi. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Suyani, E. (2018). Peranan Public Relations Dalam Meningkatkan Pelayanan Masyarakat Pada Kantor Wilayah Kementerian Hukum Dan Hak Asasi Manusia Provinsi Sumatera Utara. *Network Media*, 1(1).
- Thua, E. F., Daga, L. L., & Tuhana, V. E. (2022). Strategi Digital Marketing di Masa Pandemi Covid-19:(Analisis Media Siber Pada Facebook Kharisma Home & Kitchen Kupang Periode Januari-Maret 2022). *Deliberatio: Jurnal Mahasiswa Komunikasi*, 2(2), 262–272.