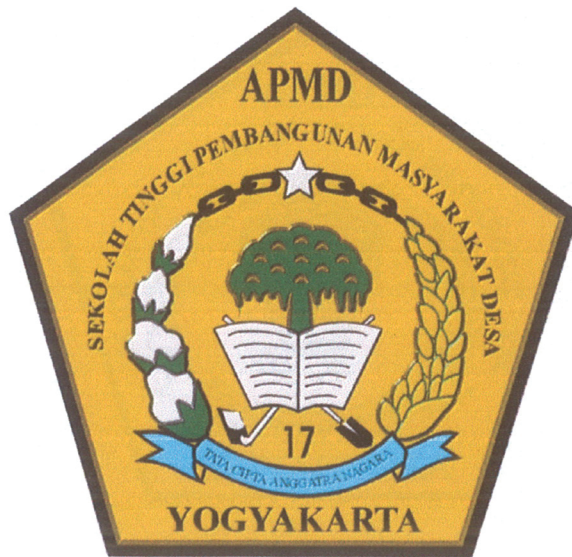


**SKRIPSI**  
**PERAN HUMAS PDAM SLEMAN DALAM MENJALIN**  
**RELASI DENGAN MASYARAKAT**



Oleh :

**BIMA AMARULLAH DEWANDIKA**

**NIM: 19530001**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**  
**SEKOLAH TINGGI PEMBANGUNAN MASYARAKAT DESA "APMD"**  
**YOGYAKARTA**

**2024**



**SKRIPSI**  
**PERAN HUMAS PDAM SLEMAN DALAM MENJALIN RELASI**  
**DENGAN MASYARAKAT**

Diajukan Sebagai Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Pada Program Studi Ilmu  
Komunikasi Sekolah Tinggi Pembangunan Masyarakat Desa “APMD”



Disusun Oleh :

**Bima Amarullah Dewandika**

**19530001**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**  
**SEKOLAH TINGGI PEMBANGUNAN MASYARAKAT DESA “APMD”**  
**YOGYAKARTA**

**2024**

## HALAMAN PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya:

**NAMA : BIMA AMARULLAH DEWANDIKA**

**NIM : 19530001**

**JUDUL SKRIPSI : PERAN HUMAS PDAM SLEMAN DALAM  
MENJALIN RELASI DENGAN MASYARAKAT**

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi sebagai syarat memperoleh gelar sarjana merupakan hasil karya tulis saya sendiri dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka. Saya menyatakan bahwa bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan yang berlaku, apabila dikemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam skripsi.

Yogyakarta, 8 Februari 2024



Bima Amarullah Dewandika




19530001

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini telah diuji dan dipertahankan di hadapan Tim penguji untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar sarjana (S1) Program Studi Ilmu Komunikasi pada Sekolah Tinggi Pembangunan Masyarakat Desa “STPMD APMD” Yogyakarta pada :

Pada hari : Selasa  
Tanggal : 08 Agustus 2023  
Pukul : 10.00 WIB  
Tempat : Ruang Ujian Skripsi STPMD “APMD” Yogyakarta


### TIM PENGUJI

Nama	Tanda tangan
1. Dr. Yuli Setyowati, M.Si Ketua Tim Penguji/Pembimbing	
2. Habib Muhsin, S.Sos, M.Si Penguji Samping I	
3. Fadjarini Sulistyowati, S.I.P, M.Si Penguji Samping II	

Mengetahui,

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



  
Dr. Yuli Setyowati, M.Si

NIY : 170 230 197

## **HALAMAN MOTTO**

**“Jahui orang-orang negative, mereka punya masalah untuk setiap solusi.”**

**(Albert Einstein)**

**“Setiap kesulitan selalau ada kemudahan, setiap masalah pasti ada solusi.”**

**(Bima Amarullah Dewandika)**

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna baik dalam penulisan maupun isinya, hal ini dikarenakan keterbatasan pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki penulis. Penulis berusaha dengan segala upaya untuk dapat menyelesaikan skripsi ini dengan sebaik-baiknya. Penulis mengharapkan kritik dan saran dari berbagai pihak agar dapat memperbaiki kelemahan dan kekurangan dari skripsi ini.

Penulis juga mengucapkan banyak-banyak terimakasih kepada semua pihak yang telah mendukung sehingga skripsi ini terselesaikan. Ucapan terimakasih penulis dikhususkan kepada semua pihak yang membantu dalam penyelesaian skripsi ini, antara lain :

1. Keluarga penulis, Ibu Mudrikah dan bapak Dewandono selaku orang tua yang selalu menasehati, dan kepada mas Dandi dan dek Bilqis yang memberikan semangat kepada penulis.
2. Dewok adik penulis yang berperan penting dalam kelangsungan hidup selama proses penulisan skripsi ini.
3. Tahsyal Rilliani Ekawati yang telah banyak sekali memberi dukungan, support dan semangat untuk mengerjakan skripsi ini. Dan Tahsyal lah yang selalu membuat mood lebih baik ketika sedang banyak pikiran.
4. Teman-teman KKN Tematik Jasem Lor (Tahsyal, Nadin, Hana, dan Juli) yang merupakan pengerak awal mula untuk memulai penulisan skripsi ini.
5. Teman-teman Undercover (om Rafly, Taufik, Dimas, dan Silvy) yang merupakan teman seperjuangan dan senasib selama proses perkuliahan di STPMD “APMD” Yogyakarta.

6. Teman-teman KMJY23 (Mansur, Wily, Fatan, Deden, Furqon, Fatkhun, Rey, Goyan, dan Aup) sebagai teman kost yang selalu membuat penulis tertawa di setiap saat.
7. Terimakasih sebesar-besarnya kepada diri sendiri (Bima) karena telah berusaha semaksimal mungkin dan selalu percaya serta yakin terhadap diri sendiri untuk bisa menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi penulis sendiri dan bagi para pembaca sebagai referensi skripsi.

Yogyakarta, 8 Februari 2024

Bima Amarullah Dewandika

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji syukur ke hadirat Allah SWT., yang telah menganugerahkan nikmat dan pertolongan sehingga skripsi dengan judul PERAN HUMAS PDAM SLEMAN DALAM MENJALIN RELASI DENGAN MASYARAKAT dapat diselesaikan dengan baik.

Penyusunan dan penyelesaian tulisan ini tidak dapat dilepaskan dari banyak pihak yang telah memberikan dukungan dalam segala hal. Oleh karenanya ucapan terimakasih yang tak terhingga penulis sampaikan kepada :

1. Dr. Sutoro Eko, M.Si selaku ketua Sekolah Tinggi Pembangunan Masyarakat Desa “APMD” Yogyakarta.
2. Dr Yuli Setyowati, S.IP., M.Si., selaku ketua progam studi ilmu komunikasi sekaligus dosen pembimbing skripsi yang telah banyak memberi bimbingan, pengarahan, serta bersedia meluangkan waktu, tenaga, dan pikirannya untuk membantu penulisan dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi dimana penulis menimba Ilmu dan Pengalaman yang diberikan beliau.

Yogyakarta, 8 Februari 2024

Bima Amarullah Dewandika



# PERAN HUMAS PDAM SLEMAN DALAM MENJALIN RELASI DENGAN MASYARAKAT

Oleh

Bima Amarullah Dewandika

19530001

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran humas dalam menjalin relasi dengan masyarakat di Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Tirta Sembada Sleman, hambatan yang muncul dari pihak humas dalam menjalin relasi kepada masyarakat, dan upaya humas dalam mengatasi hambatan tersebut. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Subjek penelitian dalam penelitian ini adalah Subbagian Hubungan Langganan, Subbagian Umum, dan Sie Pelayanan. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik keabsahan data yang digunakan adalah teknik triangulasi sumber dan metode. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah Peran Humas menurut Rosady Ruslan yaitu dengan tiga peran utama humas *communicator*, *relationship*, dan *back up managemen*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa peran humas di PDAM Tirta Sembada adalah sebagai komunikator atau pusat kegiatan berkomunikasi dalam memperlancar alur informasi perusahaan, sebagai pihak yang ditunjuk untuk mampu menjalin hubungan baik dengan masyarakat, menunjang kegiatan manajemen di PDAM Sleman karena humas masuk ke dalam lingkup Bagian Hubungan Langganan yang memiliki tugas-tugas yang mendukung fungsi manajemen yaitu POAC (*planning, organizing, actuating, dan controlling*). Hambatan yang dialami oleh kegiatan kehumasan. Upaya yang dilakukan pihak PDAM Tirta Sembada Sleman untuk mengatasi hambatan tersebut.

**Kata kunci: Peran Humas, Relasi, PDAM Sleman**

## DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Halaman Pernyataan.....	ii
Halaman Motto.....	iii
Halaman Persembahan .....	iv
Halaman Kata Pengantar.....	vi
Abstark .....	vii
Daftar Isi.....	viii
Daftar Tabel .....	ix
Daftar Gambar.....	x
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar belakang.....	1
B. Kebaruan Penelitian .....	4
C. Rumusan Masalah .....	8
D. Tujuan Penelitian .....	9
E. Manfaat Penelitian .....	9
F. Kajian Teori .....	10
G. Kerangka Pikir .....	24
H. Metode Penelitian .....	27
1. Jenis/Pendekatan Penelitian .....	27
2. Tempat, Lokasi atau Setting Penelitian .....	27
3. Data dan Sumber Informasi .....	28
4. Teknik Pengumpulan Data.....	29
5. Teknik sampling/Teknik Pemilihan Informan .....	31
6. Teknik Analisis Data.....	32

7. Teknik Triangulasi Data .....	33
BAB II DESKRIPSI WILAYAH PENELITIAN .....	34
A. Sejarah Berdirinya PDAM Sleman .....	34
B. Dasar Hukum.....	36
C. Peraturan-peraturan .....	38
D. Visi Misi dan Tujuan.....	40
E. Kondisi Geografi .....	42
F. Susunan Organisasi dan Tata Kerja .....	44
G. Stakeholder.....	56
BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN.....	60
A. Sajian Data .....	60
B. Analisis Data .....	71
BAB IV PENUTUPAN .....	82
A. Kesimpulan .....	82
B. Saran .....	83
Daftar Pustaka .....	85
Lampiran .....	86

## Daftar Tabel

Matriks Jurnal Penelitian Terdahulu .....	6
---	---

## Daftar Gambar

Skema Kerangka Pikir.....	26
Struktur Organisasi PDAM Tirta Sembada .....	46

## **BAB 1**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. LATAR BELAKANG MASALAH**

Salah satu kawasan di Daerah Istimewa Yogyakarta adalah Kabupaten Sleman, Kabupaten Sleman mempunyai kenaikan jumlah kepadatan penduduk. Populasi masyarakat Daerah Istimewa Yogyakarta pada tahun 2022 mencapai 4 juta jiwa berdasarkan bukti Badan Pusat Statistik (BPS, 2022). 1,2 juta jiwa hampir sepertiga dari jumlah tersebut merupakan masyarakat Sleman. Karena kenaikan jumlah penduduk tersebut pemerintah setempat menyelenggarakan kebijakan pada Kabupaten Sleman dan sekitarnya untuk menunjang kegiatan dalam pelayanan mengembangkan masyarakat yang bisa dilihat dari tambahnya pembangunan perumahan, perkantoran, pabrik, sarana dan prasarana. Dalam pembangunan tersebut munculah konsekuensi yaitu permasalahan perihal pencemaran air oleh masyarakat. Tercemarnya air di lingkungan bisa berupa limbah pabrik, pembuangan saluran air rumah, dan lain sebagainya. Kegiatan masyarakat yang bergantung pada air bersih dapat terganggu oleh pencemaran air.

Semua aktivitas manusia membutuhkan air bersih dan sehat setiap hari, karena air diperlukan untuk kebutuhan keluarga, pengairan, rekreasi, dan industri. Kebutuhan air bersih dan sehat semakin meningkat, Namun, simpanan sumber daya alam berupa air sehat dan bersih mulai berkurang di beberapa daerah Kabupaten Sleman. Hal ini memicu minat banyak masyarakat untuk menetapkan kebijakan di salah satu perusahaan pelaksana penyediaan air sehat dan bersih di Kabupaten Sleman akan bertugas mengelola air yang cukup dan bersih.

PDAM Sleman yang beralamat di Jalan Parasamya Nomor 18, Tridadi, Kecamatan Sleman, Kabupaten Sleman, merupakan organisasi yang turut serta dalam membantu penyediaan air sehat dan bersih bagi masyarakat Sleman. Adanya PDAM Sleman dari website resmi (PDAM Sleman, 2023) diakses 21 maret 2023, Sesuai dengan Peraturan Daerah No. 5 Tahun 1990, BPAM telah berubah menjadi Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) sejak 2 November 1992. Dengan dikeluarkannya Peraturan Daerah Kabupaten Sleman Nomor 10 Tahun 2010 tentang Perusahaan Daerah Air Minum Sleman (PDAM), Pemerintah Kabupaten Sleman menuntut agar PDAM dikelola lebih profesional seiring pertumbuhan perusahaan yang terus berkembang. PDAM Kabupaten Sleman merupakan perusahaan penyedia air bersih bagi masyarakat sesuai dengan peraturan daerah. Pendiariannya dimaksudkan untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat dan menghasilkan pendapatan bagi daerah.

Masyarakat sebagai konsumen atau calon konsumen wajib memahami peraturan yang berlaku di perusahaan dan tata cara berlangganan air bersih di perusahaan daerah air minum (PDAM) Sleman sebagai larangan, pembayaran dan ketentuan umum yang harus diperhatikan. Masih ada kendala yang muncul saat air PDAM terpasang, sehingga calon pelanggan atau pelanggan harus mendapatkan informasi yang jelas dan pelayanan prima. Peraturan perusahaan harus dikomunikasikan kepada masyarakat secara jelas, menyeluruh, dan tepat. Agar informasi tersampaikan diperlukan suatu bagian perusahaan yang dapat membantu perancangan untuk mencapai tujuan perusahaan bagi masyarakat dan konsumen air bersih di perusahaan daerah air minum (PDAM) Sleman. Hubungan Langganan menjalankan peran kehumasan yang merupakan mengurus arus informasi dari perusahaan ke publik.

Memberikan layanan pada masyarakat atau konsumen merupakan bagian peran Humas perusahaan daerah air minum (PDAM) Sleman. Sudah menjadi keseharian bagian Hubungan Langganan bila kedatangan tamu ketika ada keluhan atau pengaduan dari konsumen atau masyarakat baik secara *offline* maupun *online*. Keperluan mereka berkunjung atau menghubungi ke bagian Hubungan langganan memiliki tujuan yang tak sama contohnya seperti menyampaikan pengaduannya karena air yang tiba-tiba menjadi keruh dan air tidak mengalir atau permintaan reparasi maupun permintaan formulir pasang baru bagi calon pelanggan.

Masyarakat Sleman butuh informasi keterangan tentang peralatan yang dipasang perusahaan. Peralatan itu adalah alat-alat yang akan dipasang oleh perusahaan daerah air minum yang perlu dirawat dan diperhatikan oleh masing-masing konsumen. Contohnya seperti pipa jawatan, pipa persil, *water mater*, stop kran, dan kran air. Peralatan tersebut jelas mempunyai kegunaan yang tak sama dan para konsumen harus bisa membedakan alat mana dan apa fungsinya agar mereka tidak salah dalam penghitungan penggunaan air.

Hubungan Langganan sebagai bagian dari peran humas yang menangani langsung tentang keluhan dan pengaduan masyarakat, idealnya sebagai juru bicara organisasi terhadap publik (masyarakat) mesti diberi penjelasan dan informasi sebanyak-banyaknya tentang kebijakan perusahaan. Termasuk juga bagian Hubungan Langanan yang tugasnya adalah menginformasikan publik, menjelaskan, mengoreksi opini atau berita yang tak sesuai. Selain itu unuk melakukan persuasi secara langsung mengubah tindakan dan sikap masyarakat.

Untuk mencari tahu bagaimanakah Hubungan Langganan menjalankan peran Humas atau *Public relations* dalam menjalin relasi kepada masyarakat,



Penulis kemudian termotivasi untuk menyelidiki masalah tersebut dengan judul **“Peran Humas PDAM Sleman Dalam Menjalin Relasi Dengan Masyarakat”**.

## **B. KEBARUAN PENELITIAN**

Sudah banyak penelitian yang mengkaji tentang PDAM Sleman, namun setiap penelitian tentu memiliki tema dan karakteristik yang berbeda. Baik dari pengaruh kualitas pelayanan, evaluasi kinerja, sistem disinfeksi, kualitas air dan lain sebagainya. Selain itu fokus masalah yang di kaji peneliti yakni terkait dengan peran Humas dalam menjalin relasi kepada pelanggan atau masyarakat. Penelitian yang dilakukan oleh Fachri Ardyansyah yang berjudul Evaluasi Kinerja PDAM Sleman di Bidang Operasi dan Pelayanan pada Ibukota Kecamatan Prambanan, Kalasan, Ngemplak, Bimomartani, Condongcatur, dan Depok meneliti tentang permasalahan pada masing-masing indikator kinerja. Masalah utamanya adalah terdapat beberapa tanda skor metrik kinerja yang buruk, misalnya kualitas air pelanggan (Ardyansyah, 2019). Tujuan dari penelitian tersebut adalah mengkaji permasalahan yang berkaitan dengan pelayanan dan pengoperasian sistem air minum 6 unit indikator kinerja kunci (IKK).

Tesis karya tulis ilmiah seorang mahasiswa UNY oleh Dita Rahmawati Iriyanti yang berjudul Peran Humas Dalam Memberikan Pelayanan kepada Pelanggan di Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Tirtamarta Yogyakarta, memiliki substansi pembahasan dan fokus penelitian yang hampir sama. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana kehumasan membantu Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Tirtamarta Yogyakarta melayani pelanggannya. (Iriyanti, 2014). Di penelitian ini penulis akan mengkaji peran Humas yang sama akan tetapi memiliki subjek yang berbeda.

Sama dengan tesis yang berjudul Peran Dan Strategi Humas (*Public Relations*) dalam mempromosikan produk perusahaan, yang ditulis oleh T.E. Ardoyo. Ardoyo menyatakan peran dan tanggung jawab utama humas meliputi: Pembuat gambar (*images maker*), mediator/komunikator (*mediator/communicater*), dan pengelola cadangan (*backup management*). Promosi adalah salah satu variabel dalam bauran pemasaran yang digunakan perusahaan untuk berkomunikasi dengan pasar, pelanggan, atau pembeli potensial mereka. Humas berperan juga dalam memajukan perusahaan (Ardoyo, 2013). Tujuan dari tulisan ini adalah untuk membahas tentang bagaimana produk perusahaan dipromosikan melalui hubungan masyarakat. Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian ini karena kedua pihak sama-sama membahas fungsi peran Humas. akan tetapi perbedaan penelitian tersebut lebih memfokuskan pada peran humas dalam pemasaran, promosi dan produk perusahaan. Untuk membantu pemahaman pembaca tentang hubungan antara jurnal dan penelitian, penulis menyediakan tabel berikut:

### Matriks Jurnal Penelitian Terdahulu

No	Nama, Jurnal, Publikasi	Hasil	Persamaan	Perbedaan
1.	Fachri Ardyansyah, Evaluasi Kinerja PDAM Sleman Di Bidang Operasi Dan Pelayanan Pada Ibukota Kecamatan Prambanan, Kalasan, Ngemplak, Bimomartani, Condong Catur, Dan Depok, Jurnal Teknik Lingkungan, UII, Tahun 2019.	Meneliti tentang permasalahan di setiap indikator kinerja. Tujuan dari penelitian ini adalah mengkaji permasalahan yang berkaitan dengan pelayanan dan pengoperasian sistem air minum 6 unit indikator kinerja kunci (IKK).	Jurnal ini memiliki relevansi atau persamaan dengan penelitian ini karena sama-sama mengkaji tentang pelayanan terhadap pelanggan.	Penelitian oleh penulis lebih kepada peran Humas dalam menjalin relasi kepada masyarakat dan konsumen.
2.	Dita Rahmawati Iriyanti, Peran Humas Dalam Memberikan Pelayanan Kepada Pelanggan Di Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Tirtamarta Yogyakarta, Fakultas Ekonomi Jurnal Pendidikan Administrasi Perkantoran, UNY, Tahun 2014.	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran Humas dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan di Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Tirtamarta Yogyakarta.	Jurnal ini memiliki Relevansi tentang peran Humas dalam pelayanan terhadap pelanggan.	Perbedaannya memiliki tempat wilayah yang berbeda, petugas Humas dan koordinator Humas yang beda dan juga penelitian ini menggunakan peran humas yang lebih luas untuk menjalin relasi kepada masyarakat.

3.	T.E. Ardoyo, Peran Dan Strategi Humas ( <i>Public Relations</i> ) Dalam Mempromosikan Produk Perusahaan, Jurnal Ilmiah WIDYA, Vol 1, tahun 2013.	Tujuan penulisan makalah ini adalah untuk membahas peran dan strategi Humas dalam mempromosikan produk perusahaan.	Persamaan jurnal ini dari peran dan fungsi Humas sangat signifikan dalam mendukung manajemen mencapai tujuan perusahaan melalui strategi komunikasinya.	Perbedaannya jurnal Ardoyo lebih memfokuskan pada Strategi Humas efektif dalam mempromosikan produk perusahaan.
----	--	--	---	---

Evaluasi permasalahan pada aspek pelayanan, operasi system dan promosi pemasaran produk memang sangat penting. Tidak hanya terkait dalam permasalahan pelayanan dan sistem saja. Namun peran humas dalam upaya hambatan-hambatan yang terjadi sangat di perlukan. Penelitian ini lebih memfokuskan pada peran Humas dalam menjalin relasi kepada masyarakat. Bagaimana upaya Hubungan Langganan PDAM Sleman dalam menjalin relasi atau menyampaikan informasi kepada masyarakat dan konsumen tentang kendala-kendala yang terjadi. Dan juga bernilai hipotetik, khususnya melalui hipotesis dan pengujian untuk membantu eksplorasi masa depan dan bernilai bagi kemajuan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang Humas.

### **C. RUMUSAN MASALAH**

Berdasarkan konteks permasalahan di atas yang terdapat pada latar belakang tersebut dapat diketahui bahwa rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana peran Humas Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Sleman dalam memnjalin relasi kepada masyarakat ?
2. Hambatan apa saja yang timbul dari pihak Humas Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Sleman dalam menjalin relasi kepada masyarakat ?
3. Bagaimanakah upaya Humas Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Sleman untuk mengatasi kendala tersebut ?

#### **D. TUJUAN PENELITIAN**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menemukan :

1. Peran Humas Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Sleman dalam menjalin relasi kepada masyarakat.
2. Hambatan yang timbul dari peran Humas Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Sleman dalam menjalin relasi kepada masyarakat.
3. Upaya Humas Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Sleman untuk mengatasi kendala tersebut.

#### **E. MANFAAT PENELITIAN**

Penelitian ini secara langsung dan tidak langsung akan bermanfaat bagi dunia pendidikan berdasarkan tujuan yang diteliti. Keunggulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Secara Teoritis

Diharapkan penelitian ini dapat bermanfaat secara teoritis, khususnya untuk kajian lebih lanjut melalui teori dan analisis, serta bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan khususnya dalam bidang kehumasan.

2. Secara Praktis

- a. Bagi Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Sleman

Diharapkan kajian ini dapat dijadikan bahan pemikiran dalam pengambilan keputusan untuk

mengedukasi masyarakat atau konsumen tentang kebijakan perusahaan.

b. Bagi Masyarakat

Kajian ini diharapkan dapat memberikan informasi kepada masyarakat mengenai prosedur dan peraturan perusahaan dalam berlangganan di PDAM Sleman.

## **F. KAJIAN TEORITIS / TINJAUAN PUSTAKA**

### **1. Tinjauan tentang Humas (*Public Relations*)**

Hubungan masyarakat atau Humas singkatnya merupakan terjemahan dari istilah *Public relations* dalam bahasa Indonesia. Effendy (Iriyanti, 2014) menyatakan bahwa *Public relations* dapat disingkat dengan purl atau PR yang memiliki dua arti yaitu:

- a) *Public relations* adalah metode komunikasi (*method of communication*). *Public relations* atau Humas dalam pengertian *method of communication* adalah urutan atau sistem kegiatan (*order or system of action*), yaitu kegiatan komunikasi dengan cara tertentu (khas).
- b) *Public relations* sebagai keadaan keberadaan (*state of being*). *Public relations* atau Humas dalam artian *state of being* merupakan perwujudan dari komunikasi.

Dalam pengertian ini, metode komunikasi setiap pemimpin organisasi sangat penting, bahkan jika itu hanya untuk melakukan hubungan masyarakat. Berikut ciri-ciri dan aspek-aspek kegiatan komunikasi khusus :

- a) Komunikasi yang dilaksanakan berlangsung dengan dua arah secara timbal balik.
- b) Pelaksanaan kegiatan meliputi sosialisasi atau penyebaran informasi, implementasi persuasi dan penilaian opini publik.
- c) Tujuan yang dicapai adalah tujuan dari organisasi yang sebenarnya.
- d) Sasaran yang direncanakan adalah masyarakat umum di dalam dan masyarakat umum di luar organisasi.
- e) Keharmonisan hubungan yang positif antara organisasi dan publik adalah hasil yang diharapkan.

Adanya hubungan kerja antara organisasi dan humas sebagai sarana komunikasi yang merasionalisasi hubungan masyarakat dengan meningkatkan upaya untuk mencapai tujuan organisasi. Jika dilakukan oleh seorang pemimpin dalam suatu organisasi atau manajer, maka kegiatan yang menunjukkan sifat dan aspek tersebut di atas menunjukkan bahwa ia sudah melakukan hubungan masyarakat yang murni demi kepemimpinan.

Semakin besar organisasi lebih kompleks manajemennya, lingkaran hubungan masyarakat yang lebih luas harus dilakukan oleh seorang manajer organisasi atau pimpinannya. Jika demikian, ini adalah tugas yang besar dan



kompleks yang sulit diselesaikan oleh seorang pemimpin saja. Karena dia bisa membentuk struktur kantor, jabatan, seksi atau bagian dalam anggota organisasi dengan semua alat yang diperlukan untuk menjalankan fungsinya hubungan masyarakat itu.

Terbentuknya komunikasi yang disusun dalam bentuk kantor, seksi atau bagian sebagaimana tersebut yang bersifat umum, itulah hubungan masyarakat (*public relations*) dalam penjelasan *state of being*. Petugas yang ditunjuk untuk menjalankannya disebut *Public Relations Officer* (PRO), biasa disebut di Indonesia kahumas atau kepala hubungan masyarakat.

Ide *public relations* meningkat dari perubahan lingkungan dan masyarakat, yang awalnya sekedar ada komunikasi dua arah saat ini konsep *public relations* bertujuan untuk menguraikan komunikasi dua arah. Secara khusus, komunikasi dua arah bisa dilakukan dengan benar oleh masyarakat umum dengan keahlian dan dorongan publik secara sukarela jika mereka mau. Komunikasi dua arah sungguh praktis digunakan dalam organisasi karena pendapat tidak hanya begitu saja dari atasan, tetapi juga dapat diserap dari bawahan dengan cara ini sehingga menciptakan interaksi yang selaras dalam organisasi.

Fungsi *public relations* sebagai faktor terpenting di organisasi, oleh sebab itu *public relations* juga menerapkan komunikasi dua arah. Menurut Ngurah Putra (Iriyanti, 2014) diwujudkan secara:

- a) Administrasi yaitu *administrator* humas menjadi penjamin bertanggung jawab, yang berarti hubungan masyarakat adalah tanggung jawab karyawan (pendukung) dan fungsi lini (fungsi utama) bertanggung jawab untuk menasihati dan melaksanakan masing-masing kebijaksanaan pada akhirnya akan mempengaruhi penglihatan tersedia untuk umum bagi organisasi.
- b) Fungsional yaitu mempekerjakan praktisi hubungan masyarakat yang terlatih atau fungsional.

Pelaksanaan rancangan *public relations* di beragam instansi secara garis besar dapat dibagi 2 bagian, sebagaimana diusulkan oleh Ngurah Putra (Iriyanti, 2014) yaitu:

- a) Tekankan peran bagian *public relations* sebagai informan organisasi partai di media massa, tekankan peran bagian humas sebagai penulis organisasi kepada publik.
- b) Peran bagian humas sebagai pencari informasi publik untuk dijadikan masukan bagi manajemen dalam mengelola organisasi lebih ditekankan, dengan menitikberatkan pada perannya sebagai penasehat organisasi yang diwakilinya dan ikut serta dalam penyelesaian berbagai manajemen masalah terkait.

#### a. Pemahaman Humas

Hubungan masyarakat sering disingkat humas ialah reaksi komunikasi strategis yang dimanfaatkan oleh suatu organisasi, perusahaan, maupun individu untuk menjalin hubungan yang umumnya menguntungkan dengan daerah setempat. Pada sebuah perusahaan, *public relations* atau

humas adalah bidang dalam organisasi yang bertanggung jawab untuk membuat konsep komunikasi tertentu dengan berbagai cara untuk menciptakan citra yang baik. Mudahnya *public relations* atau humas adalah cara penting untuk menyediakan dan menyebarluaskan informasi tentang suatu organisasi kepada *public* atau masyarakat umum dalam rangka menjaga nama baik organisasi.

*Institute of Public Relations* Anggoro (Iriyanti, 2014) berikan definisi humas secara spesifik “Humas adalah keseluruhan upaya yang dilaksanakan secara terencana dan berkesinambungan dalam rangka menciptakan dan memelihara niat baik dan saling pengertian antara suatu organisasi dengan segenap khalayaknya”. Maka *public relations* atau humas ialah sekumpulan urusan yang diselenggarakan dalam satu program terpadu, dan semua itu terjadi secara terus menerus dan teratur. Kegiatan yang berhubungan dengan kehumasan tidak dapat dilakukan dengan tergesa-gesa atau sembarangan.

Cutlip (Iriyanti, 2014) menyampaikan mengenai pengertian Humas adalah :

“Fungsi manajemen tertentu yang membantu membangun dan menjaga lini komunikasi, pemahaman bersama, penerimaan mutual dan kerja sama antara organisasi dan publiknya; *public relations* melibatkan manajemen problem atau manajemen isu; *public relations* membantu manajemen agar tetap responsif dan mendapat informasi terkini tentang opini publik; *public relations* membantu manajemen tetap mengikuti perubahan dan memanfaatkan perubahan secara efektif, dan *public relations* dalam hal ini adalah sebagai sistem peringatan untuk mengantisipasi arah perubahan (*trends*); dan *public relations* menggunakan riset dan komunikasi yang sehat dan etis sebagai alat utamanya”.

Definisi lain mengenai *public relations* dikemukakan oleh Simoes (Prayoga, 2016) yaitu

- 1) Humas adalah sebuah proses *interaktif*. *Public relations* menghasilkan opini publik sebagai *win-win solution* untuk kedua belah pihak.
- 2) Fungsi manajemen Humas yang membina dan memupuk hubungan positif antara organisasi atau lembaga dengan publiknya, baik secara *internal* maupun *eksternal*, dikenal dengan istilah *public relations*.
- 3) Humas adalah gerakan di berbagai bidang informasi (multidisiplin) periklanan menanamkan pemahaman, memberdayakan inspirasi dan kerja sama publik, untuk membuat kemurahan hati, kepercayaan, akal sehat, informasi dan gambaran yang layak di hati publik.
- 4) *Public relations* adalah bidang praktik profesional, dan memainkan peran penting dalam mencapai tujuan organisasi secara konsisten dan akurat.
- 5) *Public relations* adalah perpaduan dari berbagai disiplin ilmu, *public relations* adalah pelaksanaan strategi dan pelaksanaannya melalui penerjemahan realitas yang peka terhadap kesempatan.

Menurut Seidel (Iriyanti, 2014)

“*Public relations* adalah proses yang kontinu dari usaha-usaha manajemen untuk memperoleh *goodwill* dan pengertian dari para pelanggannya, pegawainya dan publik umumnya; kedalam dengan mengadakan analisa dan perbaikan-perbaikan terhadap diri sendiri, keluar dengan mengadakan pernyataan-pernyataan”.

Dari pernyataan di atas bisa digariskan bahwa humas adalah manajemen komunikasi yang terencana dan berkelanjutan antara organisasi dan publiknya, baik secara internal maupun eksternal, untuk menumbuhkan saling pengertian, rasa hormat, percaya satu sama lain, ciptakan niat baik (*goodwill*), dapatkan dukungan publik untuk membangun citra percaya

kepada perusahaan dicapai melalui pelaksanaan kewajiban sosial untuk mencapai kepentingan bagi kedua belah pihak.

b. Peran Humas

Menurut Ruslan (Iriyanti, 2014) terdapat peran utama humas yaitu:

- 1) Seseorang yang berkomunikasi menghubungkan antara instansi atau organisasi yang diwakilinya.
- 2) Kerja hubungan masyarakat, secara khusus mencoba untuk mendorong asosiasi yang positif dan berharga secara umum dengan daerah setempat.
- 3) Peran manajemen cadangan (*back up management*), yang mendukung fungsi manajemen suatu organisasi atau perusahaan.

Dari penjelasan di atas dapat dijelaskan secara rinci, tiga peran utama Humas (*communicator*, *relationship*, dan *back up management*) tersebut adalah sebagai berikut.

*Pertama*, “bertindak sebagai *communicator* dalam kegiatan komunikasi pada organisasi perusahaan, prosesnya berlangsung dalam dua arah timbal balik (*two way traffic reciprocal communication*)”. Dalam hal ini, selain menjalankan fungsi komunikasi yang melibatkan transmisi informasi, komunikasi juga melibatkan penyebaran pesan dan pembentukan opini publik.

*Kedua*, “membangun atau membina hubungan (*relationship*) yang positif dan baik dengan pihak publik sebagai target sasaran, yaitu publik internal dan eksternal, khususnya dalam menciptakan saling mempercayai

(*mutually understanding*) dan saling memperoleh manfaat bersama (*mutually symbiosis*) antara lembaga/organisasi perusahaan dan publiknya”.

*Ketiga*, “peranan *back up management* yaitu sebagai pendukung dalam fungsi manajemen organisasi atau perusahaan”. Dalam ilmu manajemen menurut Currier & Filley (Iriyanti, 2014) dikatakan istilah fungsional seharusnya mengacu pada suatu tahapan kerja yang jelas dan berbeda, atau bahkan terpisah dari tahapan kerja lainnya. Ini sesuai dengan kemampuan *public relations* yang digambarkan dalam sub-segmen berikut. Hal ini menunjukkan bahwa fungsi manajemen juga terkait dengan fungsi kehumasan. Menurut teori proses manajemen, tahapan yang dikenal sebagai POAC digunakan untuk mencapai tujuan dari fungsi manajemen, yang berarti *planning* (perencanaan), *organizing* (pengorganisasian), *actuating* (penggiatan), dan *controlling* (pengawasan). Berikutnya adalah berbagai komponen yang terkait dengan pelaksanaan korespondensi dua arah untuk membantu jalannya divisi yang berbeda.

c. Fungsi Humas

Canfield (Iriyanti, 2014) yang dalam bukunya *Public Relations: Principles and Problems*, mengemukakan tiga unsur fungsi Humas sebagai berikut :

- 1) *It should serve the public's interest*, (Mengabdikan kepada kepentingan umum)
- 2) *Maintain good communication*, (Memelihara komunikasi yang baik)
- 3) *Stress good morals and manners*. (Menitikberatkan moral dan perilaku yang baik)

Melihat ketiga elemen *Public relations* tersebut, dapat dilihat bahwa *Public relations* merupakan bagian yang memberikan bentuk bantuan kepada semua pihak. Oleh karena itu, menjaga keselarasan korespondensi dengan etika dan perilaku yang baik dalam suatu organisasi atau perusahaan adalah penting. Humas harus siap memberikan informasi kepada seseorang karena komunikasinya intensif atau berkesinambungan.

Menurut Bernay (Iriyanti, 2014) menyebutkan bahwa Humas melayani tiga fungsi utama yaitu :

- 1) Memberikan informasi kepada masyarakat umum.
- 2) Secara langsung mengubah sikap dan tindakan orang melalui persuasi.
- 3) Berusaha mengkoordinasikan sikap dan kegiatan organisasi/instansi sesuai dengan pandangan dan kegiatan masyarakat atau sebaliknya.

Penjelasan kemampuan fungsi *public relations* tersebut menunjukkan bahwa humas adalah pihak yang bertanggung jawab untuk mengarahkan wawasan dan anggapan publik kepada organisasi atau sebaliknya. Hal ini dilakukan untuk menghindari kesalahpahaman antara humas dengan para pihak.

Menurut Cutlip dan Center (Iriyanti, 2014) fungsi humas dapat dinyatakan sebagai berikut:

- 1) Membantu kegiatan manajemen kunci dalam mencapai tujuan bersama (fungsi manajemen yang terkait dengan lembaga dan organisasi).
- 2) Merangsang hubungan yang harmonis antara masyarakat sasaran dengan lembaga atau organisasi.

- 3) Mengenali segala sesuatu yang berhubungan dengan penilaian, penegasan dan tanggapan masyarakat terhadap pendirian atau perkumpulan yang dituju atau sebaliknya.
- 4) Berkontribusi terhadap aspirasi masyarakat dan memberi nasihat kepada manajemen tentang tujuan dan kepentingan bersama
- 5) Membuat perdagangan data dua arah dan menangani perkembangan data, distribusi dan pesan dari perusahaan atau asosiasi ke masyarakat umum atau sebaliknya, untuk mencapai gambaran positif bagi kedua belah pihak.

Fungsi humas yang dirujuk oleh Cutlip and Center menggabungkan peran Humas dari sudut pandang Ruslan, jadi peran Humas memiliki gambaran dari unsur-unsur *public relations*. Seperti yang sudah disebutkan Rosady Ruslan peran Humas meliputi empat peran utama yaitu bagaimana sebagai sarana komunikasi (*komunikator*), membangun relasi (*relationship*) dan sebagai cadangan manajemen (*back up management*) dan keempat membentuk citra perusahaan (*corporate image*).

#### d. Tujuan Humas

Kusumastuti (Iriyanti, 2014) menerangkan beberapa tujuan Humas sebagai berikut:

- 1) Terpelihara dan Terbentuknya Saling Pengertian (*Aspek Kognisi*)  
Tujuan akhir dari *public relations* adalah untuk membangun hubungan antara individu dan lembaga atau organisasi. Sangat menyenangkan mengetahui kebutuhan, minat, asumsi, dan budaya satu sama lain. Dengan cara ini, kegiatan *public relations* harus menunjukkan upaya korespondensi untuk memperoleh informasi dan pemahaman bersama.
- 2) Menjaga dan Membentuk Saling Percaya (*Aspek Afeksi*)  
Ide komunikasi *persuasif* diterapkan dalam hal ini oleh humas. Ia mengajak masyarakat untuk mempercayai organisasi atau lembaga, dan sebaliknya masyarakat mempercayai organisasi atau lembaga tersebut.



- 3) Memelihara dan menciptakan Kerja Sama (*Aspek Psikomotoris*)  
Aspek psikomotor terlihat pada upaya humas eksternal sebagai perwakilan organisasi atau lembaga yang selalu terbuka kepada pers dan mencari fakta. humas tidak boleh mempersulit pekerjaan pers dalam memperoleh informasi dan menghubungi narasumber berita, walaupun memungkinkan. humas juga harus memberikan ide-ide kepada pers (mengambil inisiatif media).

Sebagaimana dapat dilihat dari penjelasan sebelumnya, tujuan humas adalah untuk mencapai tujuan bersama yang dimiliki oleh suatu organisasi atau bisnis. Namun, semua perusahaan atau organisasi mungkin memiliki tujuan yang berbeda-beda tergantung pada bagaimana posisi pekerjaan *public relations* itu sendiri.

#### e. Tugas Humas

Kogan (Iriyanti, 2014) menerangkan bahwa tugas pokok dan tanggung jawab Humas adalah sebagai berikut:

- 1) Memberikan pemahaman yang benar dan akurat kepada masyarakat (publik) tentang keadaan, tujuan, dan kegiatan perusahaan dengan mengkomunikasikan pesan atau informasi perusahaan secara lisan, tertulis, atau visual.
- 2) Mempelajari dan mengevaluasi tanggapan publik terhadap tindakan dan kebijakan perusahaan, serta segala bentuk opini publik yang berdampak pada perusahaan, menyediakan manajer (eksekutif) dengan informasi mengenai penerimaan atau ketidaksetujuan publik terhadap layanan dan metode publik perusahaan.
- 3) Menyampaikan realitas dan perasaan kepada agen untuk membantu mereka menawarkan jenis bantuan yang penting dan memuaskan kepada masyarakat umum.

Tugas humas seperti yang disampaikan oleh Kogan di atas, adalah tugas humas yang diterapkan pada setiap pekerjaan periklanan organisasi untuk mengambil kendali atas usaha menawarkan tenaga kerja dan produk

tertentu. Hubungan *public relations* perusahaan dalam industri jasa berperan dalam memberikan pelayanan yang membuat pelanggan tetap datang kembali karena pelanggan adalah orang yang sering atau rutin menggunakan produk.

f. Media Humas

Merujuk pada buku Jefkins (Badri, 2016), ia mencantumkan hal-hal penting tentang media yang harus diketahui oleh eksekutif Humas :

- 1) Kebijakan editorial; ini adalah pandangan esensial dari media, yang dengan sendirinya berada di belakang pemilihan poin untuk ditampilkan atau didistribusikan.
- 2) Frekuensi publikasi; frekuensi publikasi bervariasi dari publikasi ke publikasi, dan dapat harian, dua mingguan, mingguan, bulanan, triwulanan, atau bahkan tahunan untuk setiap publikasi. Sejumlah tokoh publikasi juga harus diketahui oleh para profesional di bidang kehumasan.
- 3) Tanggal distribusi; kapan tanggal dan waktu terakhir salinan asli harus diserahkan ke korektor untuk publikasi selanjutnya.
- 4) Proses pencetakan; apakah itu pencetakan letterpress atau metode lainnya.
- 5) Area sirkulasi; apakah liputan outlet media bersifat lokal, khususnya di daerah perkotaan dan pedesaan, nasional, atau internasional.

Media Humas merupakan salah satu jenis kegiatan *external public relations* yang bertujuan untuk mendapatkan dukungan dan kepercayaan publik dengan cara memberikan informasi kepada publik dan masyarakat. Membina hubungan positif dengan pers, yang membawahi media cetak (surat kabar dan majalah), media elektronik (radio dan televisi), dan media massa online (koran online, majalah online, radio digital, dan televisi digital), dikenal dengan istilah media relations atau hubungan pers.

## 2. Tinjauan tentang Pelanggan

### a. Pemahaman Pelanggan

Suyetty dkk (Iriyanti, 2014) menyatakan bahwa “pelanggan yaitu orang atau instansi/lembaga yang membeli barang/jasa secara rutin atau berulang-ulang, karena barang/jasa yang dibeli mempunyai manfaat”.

Beberapa konsep lain terhadap pelanggan yang disebutkan oleh Suyetty dkk (Iriyanti, 2014) adalah:

- 1) Pelanggan adalah orang atau organisasi yang memiliki hubungan bisnis yang baik dengan pihak lain.
- 2) Pelanggan adalah orang yang membeli atau menggunakan barang/jasa kami dalam beberapa kali pembelian.
- 3) Pelanggan memainkan peran penting dalam bisnis atau ruang lingkup kita.
- 4) Pelanggan adalah kolega atau mitra yang telah bekerja sama dalam waktu yang lama.
- 5) Raja atau tamu istimewa kita adalah pelanggan. Dengan cara ini, kami harus selalu membangun hubungan yang baik dan sadar dengan pelanggan kami, karena dari pelangganlah kemajuan bisnis kami dapat dicapai.
- 6) Pelanggan adalah orang yang datang kepada kami (staf bisnis atau layanan) dengan tujuan, harapan, dan niat tertentu untuk mendapatkan apa yang mereka inginkan dengan cara yang memuaskan.

Pelanggan atau customer adalah perorangan atau organisasi yang membeli atau menggunakan barang dan jasa yang disajikan oleh suatu perusahaan. Dalam bisnis, pelanggan memainkan peran penting karena mereka adalah sumber pendapatan utama bagi perusahaan.

Kunci sukses sebuah perusahaan adalah menjaga kepuasan pelanggan. Perusahaan dapat mempertahankan dan mengembangkan basis pelanggan, meningkatkan citra perusahaan, dan meningkatkan pendapatan dengan mempertahankan kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, perusahaan perlu melakukan strategi pemasaran yang tepat, seperti memahami kebutuhan dan kecenderungan pelanggan, memberikan produk atau jasa yang berkualitas, dan mengembangkan produk atau jasa lebih lanjut berdasarkan kritik pelanggan. Untuk menjaga kepuasan pelanggan diperlukan komunikasi yang diperankan oleh Humas untuk mencapai tujuan perusahaan bagi masyarakat.

b. Kategori Keluhan Pelanggan

Menurut Suyetty dkk (Asifah, 2016) Ada empat kategori berbeda untuk pengaduan:

- 1) Keluhan mekanikal  
Tuntutan mekanik yang khususnya keluhan pelanggan atas kegagalan salah satu peralatan barang yang dibeli oleh pelanggan.
- 2) Keluhan aneh  
Keluhan pelanggan yang aneh adalah keluhan yang di mata karyawan tidak masuk akal.
- 3) Keluhan akibat pelayanan buruk  
Sebagian besar waktu, pelanggan mengeluh tentang hal-hal yang berkaitan dengan layanan buruk.
- 4) Keluhan akibat sikap petugas  
Biasanya keberatan ini dilontarkan oleh klien karena sikap staf pelayanan yang kurang baik atau buruk dalam melayani klien.

Salah satu aspek penting dalam dunia bisnis adalah keluhan pelanggan. Setiap perusahaan mungkin menghadapi keluhan dari pelanggan, baik itu terkait dengan barang, jasa, atau pengalaman yang kurang memuaskan. Sehingga keluhan pelanggan dapat menjadi indikasi bahwa ada kebutuhan atau harapan yang belum telah terpenuhi.

Keluhan-keluhan semacam ini dapat merugikan reputasi perusahaan jika tidak ditangani seperti yang diharapkan. Oleh karena itu, perusahaan memang harus memiliki strategi yang tepat dalam mengelola keluhan pelanggan dan memastikan konsumen senang dengan solusi yang diberikan.

## **G. Kerangka Pikir**

Penduduk Sleman membutuhkan air bersih untuk membantu aktivitas sehari-hari, akan tetapi persediaan air bersih mulai berkurang karena keterbatasan aset. Untuk kebutuhan air bersih, sebagian masyarakat menggunakan penyedia air minum, bersih dan sehat yang diawasi oleh PDAM Sleman.

Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Sleman adalah perusahaan air minum, bersih dan sehat yang bekerja di industri jasa. Kehadiran perusahaan ini sudah cukup lama memenuhi kebutuhan konsumen atau klien yang membutuhkan akses air sehat dan bersih di beberapa wilayah Kabupaten Sleman. PDAM Sleman menempatkan humas sebagai peran

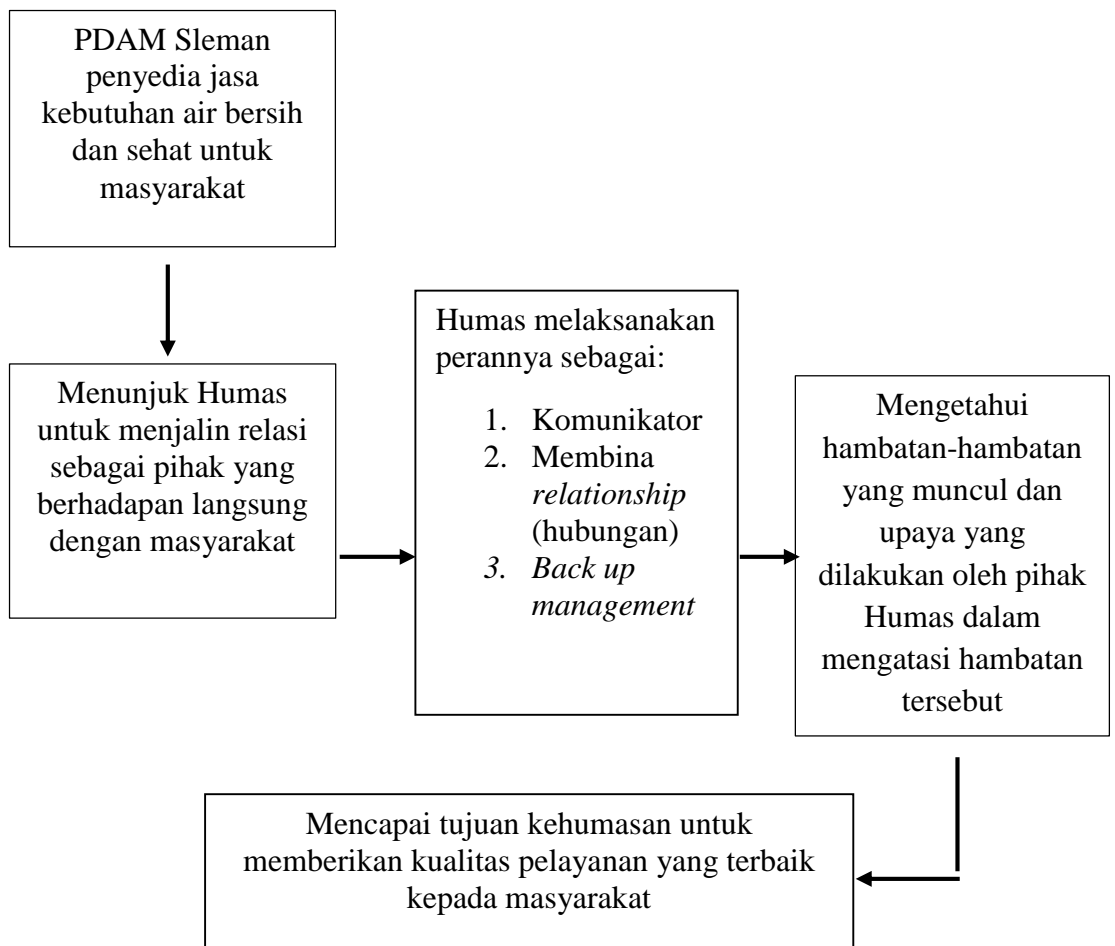
yang mengatur arus informasi kepada publik/masyarakat mengenai berbagai penawaran perusahaan guna memenuhi segala kebutuhan informasi dan pelayanan pelanggan.

Humas adalah upaya komprehensif untuk menumbuhkan dan mempertahankan saling pengertian dan niat baik antara organisasi dan khalayaknya secara terorganisir, terencana, dan berkelanjutan. Di PDAM Sleman Humas berada pada level paling bawah dari struktur organisasi. Berada langsung di bawah Kepala Langganan, sehingga humas bertanggung jawab langsung untuk berhubungan dengan pelanggan.

Sebagai pihak yang menjadi perwakilan perusahaan, Hubungan Langganan PDAM Sleman harus menyampaikan data atau pesan apapun dengan menyampaikan secara gamblang, tepat dan menyeluruh serta mengharapkan hal-hal seperti protes masyarakat. Tiga variabel peran utama Humas yaitu sebagai komunikator, membina hubungan, dan manajemen back-up dapat digunakan untuk mengetahui sejauh mana peran humas dapat menjalin relasi yang diberikan kepada masyarakat. Dengan memanfaatkan ketiga variabel ini, penulis juga mendapatkan beberapa informasi tentang setiap penghalang yang muncul dari pihak Hubungan Langganan dan upaya apa yang dilakukan untuk mengatasi hambatan tersebut. Tujuannya untuk mencapai peran humas dalam menawarkan bantuan dengan kualitas terbaik ke masyarakat dan dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan. Untuk membantu pemahaman pembaca agar dapat menginterpretasikan struktur tersebut, penulis menyediakan bagan berikut:

## Bagan 1

### Skema Kerangka Pikir



## **H. METODE PENELITIAN**

### **1. Jenis / Pendekatan Penelitian**

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan menggunakan pendekatan metode kualitatif. Menurut Sugiyono (Semi, 2021) “metode kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alami yang tidak berusaha untuk mencari pengaruh variabel tertentu terhadap variabel yang lain di mana peneliti adalah sebagai instrumen kunci”. Tinjauan yang niatnya adalah untuk menentukan nilai faktor bebas dari setidaknya satu faktor tanpa membandingkan atau menghubungkan faktor-faktor ini dengan faktor-faktor yang berbeda. Oleh karena itu tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan fakta dan informasi yang diketahui tanpa pengolahan khusus dari data penelitian yang diperoleh.

### **2. Tempat, Lokasi atau Setting Penelitian**

Lokasi penelitian ini dilaksanakan di Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Sleman yang beralamatkan di Jalan Parasamya No. 18, Kalurahan Tridadi, Kapanewon Sleman, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta. PDAM Sleman merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa penyedia air bersih bagi masyarakat, dengan adanya jasa atau layanan perlu melibatkan sejumlah interaksi dengan konsumen atau masyarakat. PDAM Sleman melibatkan hal tersebut kepada peran Humas.



### 3. Data dan Sumber Informasi

Sumber informasi dipisahkan menjadi dua, yaitu informasi primer dan informasi sekunder. Informasi primer adalah informasi yang diperoleh oleh para ahli secara lugas (langsung), sedangkan informasi sekunder adalah informasi yang dikumpulkan oleh peneliti dari sumber yang tersedia sebelumnya.

#### a. Data Primer

Menurut Umar (Adyatma, 2021) data primer adalah: “Data primer merupakan data yang didapat dari sumber pertama baik dari individu atau perseorangan seperti hasil dari wawancara atau hasil pengisian kuesioner yang biasa dilakukan oleh peneliti”.

Menurut Indrianto dan Supono (Adyatma, 2021) data primer adalah: “Data primer merupakan sumber data penelitian yang diperoleh langsung dari sumber asli (tidak melalui media perantara)”. Data dari kuesioner, kelompok fokus, dan panel, serta data dari wawancara dengan peneliti dan informan, merupakan contoh data primer.

Sumber informasi untuk kajian ini adalah mereka yang langsung terlibat dalam kegiatan kehumasan di PDAM Sleman. Bapak Sunardi selaku bagian Hubungan Langgan, Ibu Sri Hartati selaku bagian Umum dan Mas Suryo selaku petugas bagian pelayanan menjadi subjek penelitian. Data dan informasi mengenai

subjek penelitian ini akan dikumpulkan untuk kepentingan penelitian.

b. Data Skunder

Menurut Umar (Syafnidawaty, 2020) data sekunder adalah: “Data sekunder merupakan data primer yang telah diolah lebih lanjut dan disajikan baik oleh pihak pengumpul data primer atau oleh pihak lain misalnya dalam bentuk tabel-tabel atau diagram-diagram”.

Menurut Nur Indrianto dan Bambang Supomo (Syafnidawaty, 2020) data sekunder adalah: “Data sekunder merupakan sumber data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara (diperoleh dan dicatat oleh pihak lain)”.

Penelitian ini menggunakan catatan atau dokumentasi perusahaan berupa laporan pemerintah, data majalah, laporan publikasi perusahaan, dan sebagainya sebagai sumber data sekunder.

#### **4. Teknik Pengumpulan Data**

Untuk mengumpulkan semua data yang diperlukan untuk penelitian ini, berbagai metode digunakan. Metode yang digunakan adalah sebagai berikut:

a. Observasi

Ini adalah persepsi dasar dan pencatatan efek samping yang terjadi di lapangan. Dalam penelitian ini observasi yang disebutkan adalah fakta yang tidak dapat diamati secara partisipatif, khususnya memperhatikan pertemuan yang diperhatikan tanpa menjadi individu dari pertemuan tersebut.

b. Wawancara

Penelitian ini menggunakan wawancara untuk mencoba mencari data, informasi, dan penjelasan dari data penelitian. Wawancara dilakukan dengan melibatkan kaidah-kaidah wawancara yang memuat hal-hal yang menjadi perhatian utama dalam ujian. Strategi temu yang digunakan bersifat bebas terarah, yaitu cara mengajukan pertanyaan yang dikemukakan tanpa hambatan, yang menyiratkan bahwa kalimat-kalimat tidak terfokus pada aturan-aturan wawancara tentang pusat perhatian eksplorasi, kemudian dapat diperpanjang dan diciptakan oleh kondisi lapangan. Kemampuan pemandu rapat sebagai pengatur sehingga tidak ada penyimpangan dari masalah yang dipertimbangkan. Wawancara diarahkan dengan pihak-pihak yang diyakini memiliki data yang dapat diandalkan tentang pekerjaan periklanan dalam menawarkan jenis bantuan kepada klien atau masyarakat umum. Kelompok-kelompok ini adalah

bagian Hubungan Langganan atau petugas yang bertanggung jawab atas masalah yang akan diperiksa.

c. Studi Dokumentasi

Peneliti melakukan pengumpulan data dan dokumentasi sejak berada di lapangan. Data hasil wawancara diperkuat dengan menggunakan strategi ini. Dokumentasi semacam itu mencakup panduan atau area, konstruksi resmi, sejarah, dan kemajuan tempat kerja.

d. Studi Kepustakaan

Kajian ini menggunakan teknik penelitian kepustakaan (*library research*). Studi pustaka merupakan metode mengumpulkan informasi tentang subjek yang diteliti dari sumber tertulis, seperti buku, jurnal, artikel, dan sejenisnya. Studi pustaka ini mengacu pada studi teoritis dan berbagai referensi dari literatur-literatur ilmiah.

## **5. Teknik Sampling/Teknik Pemilihan Informan**

Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. Menurut Sugiyono (Rini, Rusmiwari and Widodo, 2017) Pemeriksaan purposif adalah suatu prosedur pengujian terhadap sumber informasi dengan pertimbangan tertentu, khususnya ilmuwan yang terikat untuk memilih saksi dan dianggap mengetahui permasalahan dan dapat diandalkan untuk menjadi sumber data sehingga akan

memudahkan para ahli untuk menyelidikinya. artikel atau keadaan sosial yang sedang ditinjau.

## **6. Teknik Analisis Data**

Teknik analisis data menggunakan formula dari Miles dan Huberman (Novelita, Luthfie and Fitriah, 2019) yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini dibagi menjadi beberapa langkah. Langkah-langkah analisis dibagi menjadi tiga langkah, yaitu:

### **a. Reduksi Data**

Ini adalah proses menangkap, akuntansi terpusat, dan menyederhanakan, mengabstraksi, dan mengubah data mentah yang ditemukan dalam catatan lapangan tertulis. Pengurangan informasi adalah jenis pemeriksaan yang mengasah, memerintahkan, memandu, menghilangkan hal-hal yang tidak berguna, dan memilah informasi untuk memberdayakan tujuan akhir yang akan ditarik.

### **b. Penyajian Data**

Ini adalah kumpulan terbatas dari data terorganisir yang memberikan peluang potensial untuk mencapai kesimpulan dan bergerak mengambil tindakan. Saat memperkenalkan data, penalaran manusia pada umumnya akan memperbaiki data yang kompleks menjadi unit-unit yang lugas. Penyajian ini harus

dimungkinkan dengan menggabungkan jaringan, diagram atau segmen untuk mengkonsolidasikan data untuk menyelesaikan investigasi subjektif yang sah.

c. Penarikan Kesimpulan

Dalam membuat kesimpulan, peneliti mengumpulkan informasi dari awal dan setelah memperkenalkan informasi, signifikansi dari informasi yang dikumpulkan dicari. Peneliti dapat menawarkan makna, interpretasi, dan argumen, serta mencocokkan informasi dan mencari hubungan antar bagian.

## **7. Teknik Triangulasi Data**

Triangulasi strategi yang digunakan adalah triangulasi sumber dan metode. Dengan membandingkan informasi hasil wawancara dengan subjek penelitian yaitu Kepala Bagian Langgan, Koordinator Humas, dan petugas Humas dilakukan teknik triangulasi sumber. Triangulasi teknik adalah pendekatan untuk melihat informasi dalam pandangan pertemuan, persepsi, dan dokumentasi. Tujuannya agar informasi yang diperoleh diakui kebenarannya dan dapat dipercaya.

## **BAB II**

### **DESKRIPSI WILAYAH PENELITIAN**

#### **A. Sejarah Berdirinya PDAM Sleman**

PDAM Tirta Sembada Sleman memiliki sejarah yang panjang dan berawal dari upaya untuk menyediakan pasokan air bersih kepada masyarakat di wilayah Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta. Perusahaan ini didirikan pada tanggal 1974 dengan nama Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kabupaten Sleman. Pada tahun 1988, nama perusahaan ini diubah menjadi PDAM Tirta Sembada Sleman. PDAM Tirta Sembada Sleman memiliki wilayah kerja yang meliputi 17 kecamatan di Kabupaten Sleman, yaitu Kecamatan Sleman, Kecamatan Gamping, Kecamatan Depok, Kecamatan Mlati, Kecamatan Ngaglik, Kecamatan Berbah, Kecamatan Kalasan, Kecamatan Prambanan, Kecamatan Pakem, Kecamatan Turi, Kecamatan Cangkringan, Kecamatan Sewon, Kecamatan Ngemplak, Kecamatan Godean, dan Kecamatan Tempel.

PDAM Tirta Sembada Sleman memiliki kapasitas produksi air minum sebesar 1.050 liter per detik. Air baku yang digunakan oleh perusahaan ini berasal dari mata air, sungai, dan sumur bor. Air baku tersebut kemudian diolah di Instalasi Pengolahan Air (IPA) yang berada di Kecamatan Sleman dan Kecamatan Depok.

PDAM Tirta Sembada Sleman melayani lebih dari 100.000 pelanggan di Kabupaten Sleman. Perusahaan ini memiliki jaringan perpipaan air minum yang panjangnya mencapai 300 kilometer. PDAM Tirta Sembada Sleman berkomitmen untuk menyediakan air minum yang bersih, sehat, dan aman untuk dikonsumsi oleh masyarakat Kabupaten Sleman. Perusahaan ini juga berkomitmen untuk meningkatkan kualitas pelayanan kepada pelanggan.

Berikut adalah beberapa hal yang telah dilakukan oleh PDAM Tirta Sembada Sleman untuk meningkatkan kualitas pelayanan kepada pelanggan:

1. Meningkatkan kapasitas produksi air minum
2. Memperpanjang jaringan perpipaan air minum
3. Meningkatkan kualitas air minum
4. Meningkatkan kualitas pelayanan pelanggan

PDAM Tirta Sembada Sleman terus berupaya untuk meningkatkan kualitas pelayanan kepada pelanggan. Perusahaan ini yakin bahwa dengan memberikan pelayanan yang berkualitas, perusahaan ini dapat menjadi mitra yang terpercaya bagi masyarakat Kabupaten Sleman. Sejak itu, PDAM Tirta Sembada telah berfokus pada peningkatan infrastruktur penyediaan air minum melalui pembangunan sumur bor baru, instalasi pengolahan air (IPA), jaringan distribusi yang lebih luas, serta sistem



manajemen operasional yang efisien. Upaya-upaya ini bertujuan untuk memastikan ketersediaan air bersih yang memadai kepada pelanggan di wilayah Sleman.

Dalam perjalanannya, PDAM Tirta Sembada Sleman juga terus berupaya meningkatkan pelayanan dan kepuasan pelanggan melalui penggunaan teknologi modern, inovasi dalam manajemen operasional, serta peningkatan kompetensi sumber daya manusia. Selain itu, PDAM Tirta Sembada juga aktif dalam program-program sosial dan lingkungan demi mendukung pembangunan berkelanjutan di wilayahnya.

Sebagai salah satu lembaga pemerintah yang bertanggung jawab atas penyediaan air minum kepada masyarakat, PDAM Tirta Sembada Sleman terus berkomitmen untuk menjaga kualitas layanan dan memberikan kontribusi positif bagi kemajuan daerah. Dengan sejarah panjangnya tersebut, PDAM Tirta Sembada Sleman tetap menjadi mitra penting dalam pemenuhan kebutuhan akan air bersih bagi masyarakat Kabupaten Sleman.

## **B. Dasar Hukum**

Hukum dasar PDAM Tirta Sembada Sleman:

1. Surat Menteri Pekerjaan Umum No.124/KPTS/CK/1981 tanggal 14 Desember 1981, didirikanlah Badan Pengelola Air Minum (BPAM)

Kabupaten Daerah Tingkat II Sleman sebagai pengelola sistem air minum terbangun.

2. Peraturan Daerah Kabupaten Sleman Nomor 5 tahun 1990, maka sejak tanggal 2 November 1992, BPAM beralih statusnya menjadi Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM).
3. UU No. 22 Tahun 1999 tentang Perusahaan Daerah mengatur tentang pendirian, pengelolaan, dan pembubaran perusahaan daerah.
4. Peraturan Daerah Kabupaten Sleman Nomor 1 Tahun 2003 tentang Perusahaan Daerah Air Minum Tirta Sembada Kabupaten Sleman mengatur tentang tugas, fungsi, organisasi, dan tata kerja PDAM Tirta Sembada Sleman.

Berikut adalah beberapa poin penting dari kedua peraturan tersebut:

1. PDAM Tirta Sembada Sleman adalah perusahaan daerah yang bergerak di bidang penyediaan air minum untuk wilayah Kabupaten Sleman, Yogyakarta.
2. PDAM Tirta Sembada Sleman memiliki tugas untuk menyediakan air minum yang bersih, sehat, dan aman untuk dikonsumsi oleh masyarakat Kabupaten Sleman.
3. PDAM Tirta Sembada Sleman memiliki fungsi untuk mengelola, memelihara, dan mengembangkan sistem penyediaan air minum di Kabupaten Sleman.

4. PDAM Tirta Sembada Sleman memiliki organisasi yang terdiri dari Dewan Pengawas, Direksi, dan karyawan.
5. PDAM Tirta Sembada Sleman memiliki tata kerja yang mengatur tentang tugas, fungsi, dan kewenangan masing-masing organ PDAM.

PDAM Tirta Sembada Sleman merupakan perusahaan yang penting bagi masyarakat Kabupaten Sleman. Perusahaan ini menyediakan air minum yang bersih, sehat, dan aman untuk dikonsumsi oleh masyarakat. PDAM Tirta Sembada Sleman juga berperan penting dalam meningkatkan kualitas hidup masyarakat Kabupaten Sleman.

### **C. Peraturan-Peraturan**

Berikut adalah peraturan-peraturan PDAM Tirta Sembada Sleman dan penjelasannya:

1. Peraturan Daerah Kabupaten Sleman Nomor 1 Tahun 2003 tentang Perusahaan Daerah Air Minum Tirta Sembada Kabupaten Sleman.

Peraturan ini mengatur tentang tugas, fungsi, dan organisasi PDAM Tirta Sembada Sleman. PDAM Tirta Sembada Sleman memiliki tugas untuk menyediakan air minum yang bersih, sehat, dan aman untuk dikonsumsi oleh masyarakat Kabupaten Sleman. PDAM Tirta Sembada Sleman juga memiliki fungsi untuk mengelola, memelihara, dan mengembangkan sistem penyediaan air minum di Kabupaten Sleman.

2. Peraturan Bupati Sleman Nomor 16 Tahun 2003 tentang Organisasi dan Tata Kerja Perusahaan Daerah Air Minum Tirta Sembada Kabupaten Sleman.

Peraturan ini mengatur tentang organisasi dan tata kerja PDAM Tirta Sembada Sleman. PDAM Tirta Sembada Sleman dipimpin oleh seorang Direktur Utama yang membawahi beberapa direktur, yaitu Direktur Teknik, Direktur Keuangan, Direktur Komersial, dan Direktur Umum.

3. Peraturan Bupati Sleman Nomor 17 Tahun 2003 tentang Ketentuan Tarif Air Minum Perusahaan Daerah Air Minum Tirta Sembada Kabupaten Sleman.

Peraturan ini mengatur tentang ketentuan tarif air minum yang ditetapkan oleh PDAM Tirta Sembada Sleman. Tarif air minum ditetapkan berdasarkan jenis pelanggan, volume pemakaian, dan lokasi pelanggan.

4. Peraturan Bupati Sleman Nomor 18 Tahun 2003 tentang Retribusi Air Minum Perusahaan Daerah Air Minum Tirta Sembada Kabupaten Sleman.

Peraturan ini mengatur tentang retribusi air minum yang wajib dibayarkan oleh pelanggan PDAM Tirta Sembada Sleman. Retribusi air minum digunakan untuk membiayai operasional dan pengembangan sistem penyediaan air minum di Kabupaten Sleman.

5. Peraturan Bupati Sleman Nomor 19 Tahun 2003 tentang Tata Cara Pelanggan Air Minum Perusahaan Daerah Air Minum Tirta Sembada Kabupaten Sleman.

Peraturan ini mengatur tentang tata cara menjadi pelanggan PDAM Tirta Sembada Sleman. Pelanggan PDAM Tirta Sembada Sleman harus memenuhi persyaratan tertentu, yaitu memiliki tempat tinggal atau tempat usaha yang berada di wilayah pelayanan PDAM Tirta Sembada Sleman, dan bersedia membayar retribusi air minum.

#### **D. Visi Misi dan Tujuan**

Sebuah lembaga atau organisasi pasti memiliki cita-cita, impian atau nilai-nilai inti didalamnya, hal tersebut dinamakan visi yang berupa rangkaian kata untuk tujuan masa depan suatu lembaga atau organisasi. Visi merupakan ide-ide yang ada dalam pikiran para pendiri. Ide-ide ini melukiskan gambaran masa depan organisasi yang ingin dicapai. Ada pula yang berpandangan bahwa visi adalah pandangan tertentu terhadap pengelola lembaga. Hal ini akan menentukan kemana lembaga yang bersangkutan akan melangkah kedepannya. Adanya visi tersebut dipengaruhi oleh pandangan bahwa untuk mencapai keberhasilan, suatu lembaga atau organisasi harus memiliki arah yang jelas. PDAM Sleman merupakan lembaga yang juga memiliki visi demi tujuannya di masa mendatang. Visi PDAM Sleman adalah :

“Menjadi Perusahaan Air Minum yang Sehat, Mandiri dan Terpercaya”

Rangkaian kata tersebut memiliki 3 penjelasan yaitu :

1. Sehat memiliki arti agar perusahaan mencapai tingkat kesehatan sesuai dengan ukuran kinerja menurut Kepmendagri No.47 Tahun 1999 dan BPPSPAM.
2. Mandiri memiliki arti agar perusahaan mampu mencapai kemandirian finansial, tidak sepenuhnya bergantung kepada Pemerintah Daerah.
3. Terpercaya tersebut memiliki arti perusahaan mampu memberikan pelayanan prima (*service excellent*) kepada pelanggan guna meningkatkan kepercayaan masyarakat.

Setelah mengetahui visi adalah tujuan atau arah utama. Jadi dapat dikatakan bahwa misi adalah suatu interaksi atau tahapan yang harus dilalui oleh PDAM Sleman yang sepenuhnya berniat untuk dapat mencapai visi tersebut. Misi PDAM Sleman adalah :

1. Menyediakan kebutuhan air bersih bagi masyarakat Kabupaten Sleman yang memenuhi standar Kuantitas, Kualitas, dan Kontinuitas (K3).
2. Meningkatkan perekonomian daerah, melalui peningkatan PAD dari pelayanan air bersih.

Misi yang diciptakan oleh manajemen PDAM Sleman sesuai dengan maksud dan tujuan pendiri perusahaan sebagaimana dinyatakan dalam Perda No.10 Tahun 2010 Kabupaten Sleman. Motivasi di balik berdirinya PDAM Sleman adalah untuk mendorong peningkatan derajat kesehatan masyarakat dan menghasilkan pendapatan bagi daerah.

Sedangkan tujuan pendirian PDAM Sleman untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat dan sebagai salah satu sumber pendapatan asli daerah. Fungsi Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kabupaten Sleman sebagai lembaga pelayanan penyediaan air bersih melalui :

1. Penyediaan air bersih.
2. Penyaluran air bersih.
3. Penghasil sumber pendapatan asli daerah.

#### **E. Kondisi Geografi**

##### **1. Kondisi Topografi**

Kabupaten Sleman memiliki topografi yang bervariasi, mulai dari dataran rendah hingga pegunungan. Kondisi topografi ini berpengaruh terhadap sistem penyediaan air minum di Kabupaten Sleman. Kondisi topografi yang bervariasi di Kabupaten Sleman menjadi tantangan bagi PDAM Sleman dalam menyediakan air minum yang berkualitas dan terjangkau bagi masyarakat. PDAM Sleman harus membangun infrastruktur yang memadai untuk mengatasi tantangan tersebut, seperti membangun jaringan perpipaan yang panjang dan terintegrasi, serta membangun IPA yang memiliki kapasitas yang besar.

##### **2. Kondisi Klimatologi**

PDAM Sleman berlokasi di Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta. Kabupaten Sleman memiliki iklim tropis yang basah dengan suhu rata-rata tahunan 27 derajat Celcius. Curah hujan di

Kabupaten Sleman rata-rata 2.000 milimeter per tahun. Kondisi klimatologi di Kabupaten Sleman berpengaruh terhadap sistem penyediaan air minum di PDAM Sleman. Pada musim hujan, debit air sungai dan waduk meningkat, sehingga PDAM Sleman dapat meningkatkan produksi air minum. Namun, pada musim kemarau, debit air sungai dan waduk menurun, sehingga PDAM Sleman harus membatasi produksi air minum.

Kondisi klimatologi di Kabupaten Sleman berpengaruh terhadap sistem penyediaan air minum di PDAM Sleman. Pada musim hujan, debit air sungai dan waduk meningkat, sehingga PDAM Sleman dapat meningkatkan produksi air minum. Namun, pada musim kemarau, debit air sungai dan waduk menurun, sehingga PDAM Sleman harus membatasi produksi air minum.

### 3. Kondisi Geologi dan Hidrologi

Kondisi geologi dan hidrologi Kabupaten Sleman sangat mendukung untuk pengembangan sistem penyediaan air minum. Berikut adalah beberapa penjelasannya:

#### a. Geologi

Kabupaten Sleman didominasi oleh batuan gunung api yang bersifat vulkanik. Batuan vulkanik ini memiliki pori-pori yang besar sehingga dapat menyimpan air tanah dalam jumlah yang



besar. Air tanah tersebut dapat menjadi sumber air baku untuk PDAM Sleman.

b. Hidrologi

Kabupaten Sleman memiliki curah hujan yang tinggi, yaitu sekitar 2.000 milimeter per tahun. Curah hujan yang tinggi ini dapat menjadi sumber air permukaan, seperti sungai, danau, dan mata air. Sungai, danau, dan mata air tersebut dapat menjadi sumber air baku untuk PDAM Sleman.

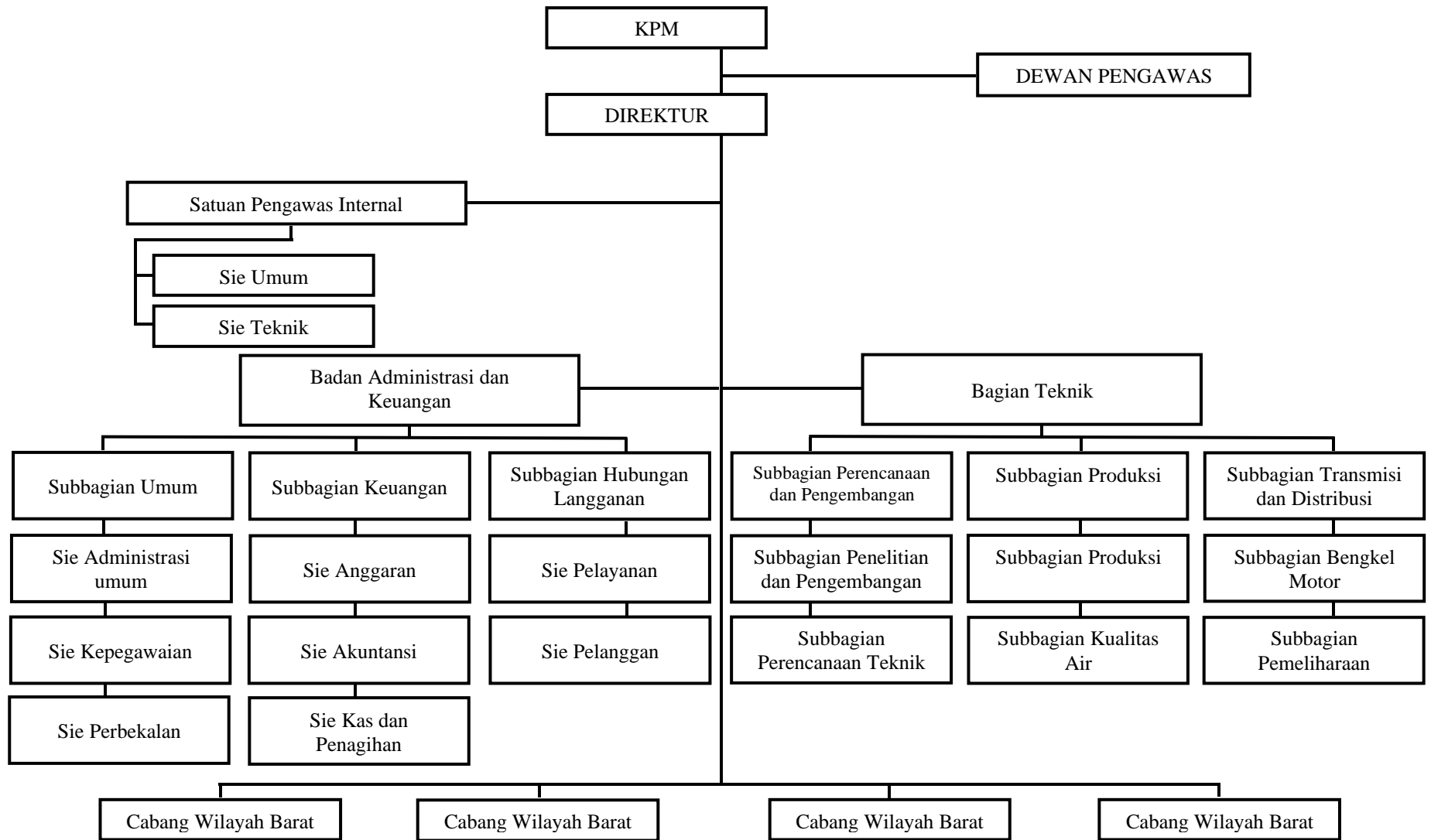
Kondisi geologi dan hidrologi yang baik di Kabupaten Sleman telah dimanfaatkan oleh PDAM Sleman untuk menyediakan air minum yang berkualitas dan terjangkau bagi masyarakat. PDAM Sleman telah membangun beberapa instalasi pengolahan air (IPA) untuk mengolah air baku menjadi air minum yang bersih dan sehat. PDAM Sleman juga telah membangun jaringan perpipaan yang luas untuk mendistribusikan air minum ke seluruh wilayah Kabupaten Sleman.

## **F. Susunan Organisasi dan Tata Kerja**

Struktur organisasi dan Tata Kerja PDAM Tirta Sembada Sleman ditetapkan dengan Surat Keputusan Direktur Nomor: 56/PDAM.TS/SLM/IX/2020

- a. Bahwa untuk menjamin kelancaran operasional perusahaan dan efektivitas pelayanan publik perlu didukung organisasi, kepegawaian, anggaran, dan saranaprasarana yang memadai;
- b. Bahwa berdasarkan Pasal 62 Peraturan Daerah Nomor 1 Tahun 2019 tentang Perusahaan Umum Daerah Air Minum Tirta Sembada, susunan organisasi dan tata kerja PDAM Tirta Sembada dibentuk dan ditetapkan dengan Keputusan Direksi dengan persetujuan Dewan Pegawai;
- c. Bahwa berdasarkan pertimbangan sebagaimana dimaksud dalam huruf a dan huruf b, perlu menetapkan Keputusan Direktur Perusahaan Umum Daerah Air Minum Tirta Sembada tentang Susunan Organisasi dan Tata Kerja PDAM Tirta Sembada Sleman.

## STUKTUR ORGANISASI PDAM TIRTA SEMBADA





Dalam gambar tersebut, dapat dilihat beberapa bagian penting dalam struktur organisasi PDAM Tirta Sembada Sleman. Berikut adalah penjelasan singkat mengenai setiap bagian:

#### 1. Direktur

Direktur adalah pemimpin yang menjalankan PDAM Tirta Sembada sesuai dengan tugas pokok dan fungsinya. Direktur mempunyai tugas:

- a. Menyusun perencanaan, melakukan koordinasi dan pengawasan seluruh kegiatan operasional PDAM Tirta Sembada.
- b. Membina pegawai.
- c. Mengurus dan mengelola kekayaan PDAM Tirta Sembada.
- d. Menyelenggarakan urusan administrasi umum, urusan teknis, dan urusan keuangan.
- e. Menyusun rencana strategis bisnis 5 (lima) tahunan (*business plan/corporate plan*) yang diterapkan oleh Bupati melalui usul Dewan Pengawas.
- f. Menyusun dan menyampaikan rencana bisnis dan anggaran tahunan PDAM Tirta Sembada yang merupakan penjabaran tahunan dari rencana strategis bisnis (*business plan/corporate plan*) kepada Bupati melalui Dewan Pengawas.

- g. Menyusun dan menyampaikan laporan seluruh kegiatan PDAM Tirta Sembada.

## 2. Satuan Pengawas Intern

Satuan Pengawas Intern mempunyai tugas:

- a. Membantu Direktur dalam melaksanakan pemeriksaan operasional dan keuangan, menilai pengendalian, pengelolaan, dan pelaksanaannya, dan memberikan saran perbaikan.
- b. Memberikan keterangan tentang pemeriksaan atau hasil pelaksanaan tugas Satuan Pengawas Intern kepada Direktur.
- c. Memonitor tindak lanjut atas hasil pemeriksaan yang telah di laporkan.

## 3. Bagian Administrasi dan Keuangan

Bagian Administrasi dan Keuangan mempunyai tugas membantu Direktur dalam mengelola kekayaan, keuangan, kepegawaian, pelayanan publik, dan penyelenggaraan administrasi perusahaan.

Bagian Administrasi dan Keuangan dalam melaksanakan tugas mempunyai fungsi:

- a. Perumusan pedoman pengelolaan kepegawaian, kekayaan, keuangan, pelayanan publik, hubungan masyarakat, dan penyelenggaraan administrasi perusahaan.
- b. Penyusunan rencana kegiatan dan anggaran perusahaan.
- c. Pelaksanaan urusan umum, kepegawaian, dan perbekalan.

- d. Pelaksanaan urusan keuangan, perencanaan, dan evaluasi.
- e. Pelaksanaan urusan hubungan masyarakat dan pelayanan publik.
- f. Pelaksanaan tugas lain yang diberikan oleh Direktur sesuai tugas dan fungsinya atau sesuai ketentuan peraturan perundang-undangan.
- g. Evaluasi dan pelaporan pelaksanaan tugas dan fungsi Bagian

#### 4. Subbagian Umum

Subbagian Umum mempunyai tugas melaksanakan urusan kekayaan, kepegawaian, dan penyelenggaraan administrasi perusahaan. Subbagian Umum dalam melaksanakan tugas mempunyai fungsi:

- a. Perencanaan pelaksanaan tugas dan fungsi Subbagian Umum
- b. Pengelolaan persuratan, kearsipan, dan dokumentasi.
- c. Pemeliharaan peralatan dan perlengkapan kantor, dan keamanan kantor, penyediaan akomodasi dan perlengkapan rapat/pertemuan perusahaan.
- d. Pengelolaan administrasi pengadaan, pengangkatan, hak, penghargaan, disiplin, sanksi, pembinaan, dan pengembangan kapasitas, serta pemberhentian pegawai.
- e. Pengadaan, pengelolaan, dan penatausahaan kekayaan.

- f. Evaluasi dan pelaporan pelaksanaan tugas dan fungsi Subbagian Umum.

Subbagian Umum memiliki 3 seksi yaitu :

1) Urusan Administrasi Umum

Urusan Administrasi Umum mempunyai tugas melaksanakan penyelenggaraan administrasi perusahaan. Urusan Administrasi Umum dalam melaksanakan tugas mempunyai fungsi:

- a. Penyelenggaraan persuratan, kearsipan, dan dokumentasi.
- b. Pemeliharaan peralatan dan perlengkapan kantor serta keamanan kantor.
- c. Penyediaan akomodasi dan perlengkapan rapat/pertemuan perusahaan.
- d. Penyiapan dokumen penyusunan kontrak dan kerjasama.

2) Urusan Kepegawaian

Urusan Kepegawaian mempunyai tugas melaksanakan urusan kepegawaian. Urusan Kepegawaian dalam melaksanakan tugas mempunyai fungsi:

- a. Perencanaan kebutuhan, pelaksanaan pengadaan, dan pengangkatan pegawai.
- b. Pelayanan administrasi dan hak-hak pegawai.



- c. Pengelolaan administrasi penggajian pegawai.
- d. Pengelolaan penghargaan, disiplin, sanksi, dan pemberhentian pegawai.
- e. Pembinaan pegawai dan pengembangan kapasitas pegawai.

### 3) Urusan Perbekalan

Urusan Perbekalan mempunyai tugas melaksanakan urusan kekayaan. Urusan Perbekalan dalam melaksanakan tugas mempunyai fungsi:

- a. Penyusunan rencana kebutuhan aset dan perbekalan.
- b. Pengadaan aset dan perbekalan.
- c. Pengelolaan, penatausahaan, dan distribusi aset dan perbekalan.
- d. Pemeliharaan gedung, kendaraan, dan peralatan perkantoran.

### 5. Subbagian Keuangan.

Subbagian Keuangan mempunyai tugas melaksanakan urusan keuangan. Subbagian Keuangan dalam melaksanakan tugas mempunyai fungsi:

- a. Perencanaan pelaksanaan tugas dan fungsi Subbagian Keuangan.
- b. Penyusunan bahan rencana kegiatan dan anggaran perusahaan.

- c. Penilaian atau evaluasi pendapatan, tarif, dan belanja.
- d. Pelaksanaan akuntansi keuangan.
- e. Pengelolaan pendapatan.
- f. Penagihan piutang.
- g. Penyusunan laporan keuangan.
- h. Evaluasi dan pelaporan pelaksanaan tugas dan fungsi Subbagian Keuangan.

Subbagian Keuangan memiliki 3 Seksi yaitu :

1) Urusan Anggaran

Urusan Anggaran mempunyai tugas melaksanakan perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi anggaran. Urusan Anggaran dalam melaksanakan tugas mempunyai fungsi:

- a. Pengoordinasian dan penyusunan rencana kegiatan dan anggaran perusahaan.
- b. Perhitungan pajak perusahaan.
- c. Penilaian / evaluasi pendapatan, tarif, dan belanja.

2) Urusan Akuntansi

Urusan Akuntansi mempunyai tugas melaksanakan akuntansi dan penyusunan keuangan. Urusan Akuntansi dalam melaksanakan tugas mempunyai fungsi:

- a. Pelaksanaan akuntansi keuangan.
- b. Penyusunan laporan keuangan.

### 3) Urusan Kas dan Penagihan

Urusan Kas dan Penagihan mempunyai tugas melaksanakan urusan kas dan penagihan. Urusan Kas dan Penagihan dalam melaksanakan tugas mempunyai fungsi:

- a. Pengelolaan kas.
- b. Pengelolaan administrasi pendapatan.
- c. Pengelolaan administrasi dan pelaksanaan penagihan.

### 6. Subbagian Hubungan Masyarakat.

Subbagian Hubungan Pelanggan mempunyai tugas melaksanakan urusan pelayanan publik. Subbagian Hubungan Pelanggan dalam melaksanakan tugas mempunyai fungsi:

- a. Perencanaan pelaksanaan tugas dan fungsi Subbagian Hubungan Masyarakat.
- b. Pelayanan informasi pelayanan publik.
- c. Promosi dan pemasaran produk perusahaan.
- d. Penyusunan data tagihan pelanggan.
- e. Pemantauan, evaluasi klasifikasi golongan tarif pelanggan.
- f. Pelayanan perubahan klasifikasi tarif golongan pelanggan dan balik nama pelanggan.
- g. Pelayanan keluhan dan pengaduan pelanggan.
- h. Evaluasi dan pelaporan pelaksanaan tugas dan fungsi Subbagian Hubungan Masyarakat.

Dalam Subbagian Hubungan Langgan memiliki 2 seksi yaitu:

1) Urusan Informasi dan Pemasaran

Urusan Informasi dan Pemasaran mempunyai tugas melaksanakan pelayanan pelanggan. Urusan Pelayanan dalam melaksanakan tugas mempunyai fungsi:

- a. Pelayanan informasi publik.
- b. Promosi dan pemasaran produk usaha.
- c. Pemantauan dan evaluasi klarifikasi golongan tarif pelanggan.

2) Urusan Pelayanan Pelanggan

Urusan Pelanggan Pelanggan mempunyai tugas melaksanakan hubungan pelanggan. Urusan Pelanggan Pelanggan dalam melaksanakan tugas mempunyai fungsi:

- a. Pelayanan langganan baru.
- b. Pelayanan perubahan klasifikasi tarif golongan pelanggan dan balik nama pelanggan.
- c. Penyusunan data tagihan pelanggan.
- d. Pelayanan keluhan dan aduan pelanggan.

## Tata Kerja

1. PDAM Tirta Sembada dalam melaksanakan tugas wajib menerapkan prinsip koordinasi, integrasi, sinkronisasi, dan simplifikasi dengan instansi yang secara fungsional mempunyai hubungan kerja.
2. Setiap kepala satuan organisasi dalam melaksanakan tugas wajib menerapkan prinsip koordinasi, integrasi, sinkronisasi, dan simplifikasi baik di lingkungan masing-masing maupun antar satuan organisasi.
3. Setiap kepala satuan organisasi dalam melaksanakan tugas berdasarkan kebijakan yang ditetapkan Direktur secara berjenjang.
4. Setiap kepala satuan organisasi wajib menyampaikan laporan pelaksanaan tugas kepada atasan masing-masing.
5. Setiap kepala satuan organisasi bertugas memimpin, mengoordinasikan, dan memberikan bimbingan serta petunjuk bagi pelaksanaan tugas bawahannya.
6. Setiap kepala satuan organisasi wajib mengawasi pelaksanaan tugas bawahannya dan mengambil langkah yang diperlukan sesuai ketentuan peraturan perundang-undangan.
7. Setiap bawahan dapat memberikan saran dan pertimbangan kepada atasannya.
8. Setiap kepala satuan organisasi dan bawahan wajib mengikuti, mematuhi petunjuk, bertanggung jawab, dan menyampaikan laporan pelaksanaan tugas tepat waktu kepada atasan masing-masing.

9. Setiap laporan dari bawahan yang diterima oleh atasan dapat diolah dan dipergunakan sebagai bahan evaluasi dan pelaporan kinerja.
10. Setiap laporan yang disampaikan kepada atasan dapat disampaikan kepada satuan organisasi lain yang secara fungsional mempunyai hubungan kerja.

## **G. Stakeholder**

Stakeholder adalah pihak-pihak yang memiliki kepentingan dan dapat dipengaruhi atau mempengaruhi suatu organisasi, proyek, atau inisiatif. Mereka memiliki peran dan kepentingan dalam kesuksesan atau kelangsungan operasional suatu entitas. Segmen pasar berperan penting sebagai stakeholder karena mereka merupakan konsumen atau calon konsumen perusahaan. Adapun total pelanggan pada tahun 2019 sebanyak 34.673 unit. Terdiri atas rumah tangga (33.895 unit); sosial (309 unit); instansi (198 unit); niaga/industri (176 unit); dan kran umum (95 unit). PUDAM Tirta Sembada melayani masyarakat di 16 wilayah kecamatan. Dari total 17 kecamatan se-Sleman, kecuali Cangkringan. (pdamsleman.co.id, diakses 9 Februari 2024). Segmen pasar atau masyarakat yang menjadi pelanggan dari PDAM Tirta Sembada Sleman adalah sebagai berikut:

1. Sosial
  - a. Umum, yang termasuk dalam klasifikasi sosial umum adalah kran, kamar mandi, toilet, terminal air minum yang tidak

dikomersilkan. Tarif dasar penetapan 0-10m<sup>3</sup> Rp 2.750,00  
kemudian 10-20m<sup>3</sup> Rp 2.750,00 lebih dari 21m<sup>3</sup> Rp 3.000,00

- b. Khusus, yang termasuk dalam klasifikasi sosial khusus adalah puskesmas, rumah sakit/klinik pemerintah, tempat ibadah, panti asuhan, yayasan sosial, sekolah negeri atau swasta (TK sampai dengan setingkat SMA). Tarif dasar penetapan 0-10m<sup>3</sup> Rp 2.750,00 kemudian 10-20m<sup>3</sup> Rp 2.750,00 lebih dari 21m<sup>3</sup> Rp 3.000,00

## 2. Non Niaga

- a. Rumah tangga (A-1), adalah rumah tangga yang bangunan rumahnya belum permanen/semi permanen dan terletak di wilayah perkampungan yang jalannya hanya dapat dilalui kendaraan roda 2 (dua) dan 1 (satu) kendaraan roda 4 (empat). Tarif dasar penetapan 0-10m<sup>3</sup> Rp 3.400,00 kemudian 10-20m<sup>3</sup> Rp 4.000,00 lebih dari 21m<sup>3</sup> Rp 4.750,00
- b. Rumah tangga (A-2), adalah rumah tangga yang bangunan rumahnya dengan klasifikasi bangunan rumah sederhana yang terletak dalam wilayah perkampungan/perkotaan. Tarif dasar penetapan 0-10m<sup>3</sup> Rp 3.900,00 kemudian 10-20m<sup>3</sup> Rp 4.900,00 lebih dari 21m<sup>3</sup> Rp 5.800,00
- a. Rumah tangga (A-3), adalah rumah tangga dengan bangunan rumah sederhana yang sudah dikembangkan/ditingkatkan,

rumah tangga yang bangunan rumahnya cukup bagus yang terletak dalam wilayah perkampungan/perkotaan, rumah tangga yang bangunan rumahnya terletak dalam lingkungan real estate. Tarif dasar penetapan 0-10m<sup>3</sup> Rp 4.750,00 kemudian 10-20m<sup>3</sup> Rp 5.650,00 lebih dari 21m<sup>3</sup> Rp 6.350,00

- c. Rumah tangga B, adalah rumah tangga yang dipergunakan untuk melakukan kegiatan usaha/untuk mencari keuntungan. Tarif dasar penetapan 0-10m<sup>3</sup> Rp 5.200,00 kemudian 10-20m<sup>3</sup> Rp 6.100,00 lebih dari 21m<sup>3</sup> Rp 6.700,00
- b. Instansi pemerintah, yang termasuk dalam klasifikasi ini adalah kantor pemerintah, kantor TNI/POLRI, sarana instalasi pemerintah, kolam renang umum milik pemerintah, sarana pemerintah, perguruan negeri tinggi negeri/swasta/akademik. Tarif dasar penetapan 0-10m<sup>3</sup> Rp 4.900,00 kemudian 10-20m<sup>3</sup> Rp 6.500,00 lebih dari 21m<sup>3</sup> Rp 8.750,00

### 3. Niaga

- a. Niaga kecil, yang termasuk dalam klasifikasi ini adalah niaga yang diusahakan secara komersial dengan omzet antara Rp 500.000,00 s.d. Rp 1.000.000,00 setiap harinya. Tarif dasar penetapan 0-10m<sup>3</sup> Rp 6.250,00 kemudian 10-20m<sup>3</sup> Rp 6.800,00 lebih dari 21m<sup>3</sup> Rp 8.750,00



b. Niaga besar, yang termasuk dalam klasifikasi ini adalah niaga yang diusahakan secara komersial dengan omzet di atas Rp 1.000.000,00 setiap harinya. Tarif dasar penetapan 0-10m<sup>3</sup> Rp 8.100,00 kemudian 10-20m<sup>3</sup> Rp 9.750,00 lebih dari 21m<sup>3</sup> Rp 12.500,00

#### 4. Industri

a. Industri kecil, yang termasuk dalam klasifikasi ini adalah industri yang diusahakan secara komersial dengan omzet di bawah Rp 1.000.000,00 setiap harinya. Tarif dasar penetapan 0-10m<sup>3</sup> Rp 7.500,00 kemudian 10-20m<sup>3</sup> Rp 8.750,00 lebih dari 21m<sup>3</sup> Rp 11.000,00

b. Industri besar, yang termasuk dalam klasifikasi ini adalah industri yang diusahakan secara komersial dengan omzet di atas Rp 1.000.000,00 setiap harinya. Tarif dasar penetapan 0-10m<sup>3</sup> Rp 8.500,00 kemudian 10-20m<sup>3</sup> Rp 11.000,00 lebih dari 21m<sup>3</sup> Rp 13.000,00

## **BAB IV**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis data, dapat disimpulkan bahwa peran Humas di PDAM Tirta Sembada Sleman sangat penting dalam mendukung aktivitas perusahaan sebagai penyedia jasa air bersih dan sehat. Humas berperan sebagai komunikator, pembangun hubungan, dan dukungan manajemen dalam menjalin relasi yang baik antara perusahaan dan masyarakat. Peran Humas sebagai komunikator di PDAM Tirta Sembada Sleman berperan sebagai perantara dalam menyampaikan informasi antara pelanggan dan perusahaan. Peran Humas dalam membina relasi yang baik antara perusahaan dan pelanggan, PDAM Tirta Sembada Sleman memahami pentingnya keutuhan hubungan tersebut. Melalui berbagai program pengembangan pelayanan, mereka memiliki tujuan untuk membangun saling percaya dan memberikan manfaat bagi kedua belah pihak. Peran Humas menunjang kegiatan manajemen perusahaan, petugas Humas PDAM Tirta Sembada Sleman menjalankan peran mereka dengan baik, terlihat dari tugas rutin yang mereka laksanakan setiap hari. Kegiatan sehari-hari di bagian Humas telah direncanakan dan diorganisir dengan baik.

Berdasarkan analisis data tentang hambatan Humas, dapat disimpulkan bahwa laporan pengaduan yang diterima oleh tim Humas di PDAM Tirta Sembada Sleman tidak dapat langsung diselesaikan semua permasalahan pada hari yang sama. Keterlambatan dalam penyelesaian pengaduan ini membuat beberapa pelanggan merasa bahwa keluhan mereka tidak ditanggapi dengan

baik oleh PDAM Tirta Sembada Sleman. Terutama untuk permasalahan teknis, proses penyelesaiannya membutuhkan waktu hingga dua hari kerja. Meskipun demikian, tim Humas tetap berkomitmen untuk memberikan respon dan menindaklanjuti setiap pengaduan pelanggan dengan sebaik mungkin

## **B. Saran**

Berdasarkan kesimpulan di atas, berikut beberapa saran yang dapat diberikan kepada PDAM Tirta Sembada Sleman:

1. Sebaiknya meningkatkan transparansi dalam proses penyelesaian pengaduan

PDAM Tirta Sembada Sleman dapat meningkatkan transparansi dalam proses penyelesaian pengaduan dengan cara memberikan informasi kepada pelanggan tentang status pengaduan mereka. Informasi tersebut dapat mencakup tanggal pengaduan diterima, tanggal pengaduan diteruskan ke bagian terkait, dan tanggal pengaduan diperkirakan selesai. Dengan demikian, pelanggan dapat mengetahui perkembangan status pengaduan mereka dan memahami alasan keterlambatan penyelesaian pengaduan.

2. Seharusnya meningkatkan efisiensi dalam proses penyelesaian pengaduan

PDAM Tirta Sembada Sleman dapat meningkatkan efisiensi dalam proses penyelesaian pengaduan dengan cara mengurangi jumlah prosedur yang harus dijalani oleh petugas Humas. Hal ini dapat dilakukan dengan mengintegrasikan sistem informasi di berbagai bagian di PDAM Tirta Sembada Sleman. Dengan demikian, petugas Humas dapat langsung menindaklanjuti pengaduan pelanggan tanpa perlu melalui beberapa bagian lagi.

### 3. Sebaiknya meningkatkan kerja sama dengan pelanggan

PDAM Tirta Sembada Sleman dapat meningkatkan kerja sama dengan pelanggan dengan cara memberikan informasi yang jelas dan mudah dipahami tentang cara menyampaikan pengaduan. Informasi tersebut dapat mencakup data-data yang perlu disertakan dalam laporan pengaduan, serta prosedur pengaduan yang berlaku. Dengan demikian, pelanggan dapat menyampaikan pengaduan mereka dengan lebih lengkap dan akurat, sehingga proses penyelesaian pengaduan dapat lebih cepat.

Dengan menerapkan saran-saran di atas, PDAM Tirta Sembada Sleman dapat meningkatkan kepuasan pelanggan terhadap layanan pengaduan yang diberikan.

## Daftar Pustaka

- Adyatma, J.A. (2021) 'Pengaruh Faktor Keamanan, Persepsi Kualitas Dan Faktor Situasional Terhadap Keputusan Pembelian Kuliner Di Objek Wisata Waduk Gajah Mungkur', pp. 1–10.
- Ardhoyo, T.E. (2013) 'Peran dan Strategi Humas dalam Mempromosikan Produk Perusahaan', *Jurnal ILMIAH Widya*, 1(1), pp. 15–21.
- Ardyansyah, F. (2019) *Evaluasi Kinerja PDAM Sleman Di Bidang Operasi Dan Pelayanan Pada Ibukota Kecamatan Prambanan, Kalasan, Ngeplak, Bimomartani, Condong Catur, Dan Depok*. Available at: <https://dspace.uui.ac.id/handle/123456789/16317>.
- Asifah, D.N. (2016) *PENGARUH BAURAN PEMASARAN DALAM UPAYA MENINGKATKAN JUMLAH PELANGGAN PRODUK INDIHOME PADA PT. TELEKOMUNIKASI INDONESIA SITE OPERATION PANAKKUKANG MAKASSAR*. Available at: [https://digilibadmin.unismuh.ac.id/upload/16779-Full\\_Text.pdf](https://digilibadmin.unismuh.ac.id/upload/16779-Full_Text.pdf).
- Badri (2016) *Penulisan Press Release*, negribadri. Available at: <http://www.negeribadri.com/2016/07/ilustrasi-freeepik.html>.
- BPS (2022) *Proyeksi Jumlah Penduduk menurut Kabupaten/Kota di D.I. Yogyakarta (Jiwa), 2020-2022, Badan Pusat Statistik Provinsi D.I. Yogyakarta*. Available at: <https://yogyakarta.bps.go.id/indicator/12/133/2/proyeksi-jumlah-penduduk-menurut-kabupaten-kota-di-d-i-yogyakarta-.html>.
- Iriyanti, D.R. (2014) *PERAN HUMAS DALAM MEMBERIKAN PELAYANAN KEPADA PELANGGAN DI PERUSAHAAN DAERAH AIR MINUM (PDAM) TIRTAMARTA YOGYAKARTA*. Available at: <https://doi.org/http://eprints.uny.ac.id/id/eprint/15211>.
- Novelita, R., Luthfie, M. and Fitriah, M. (2019) 'Komunikasi Budaya Melalui Prosesi Perkawinan Adat Pada Suku Batak Toba', *Jurnal Komunikatio*, 5(2), pp. 35–40. Available at: <https://doi.org/10.30997/jk.v5i2.1752>.
- PDAM Sleman (2023) *Tentang PDAM, PDAM SLEMAN*. Available at: <https://pdamsleman.co.id/tentang-pdam>.
- Prayoga (2016) 'Konsep Dasar PR I'. Available at: [https://repository.unikom.ac.id/31922/1/BAB II KONSEP DASAR PR I.ppt](https://repository.unikom.ac.id/31922/1/BAB%20II%20KONSEP%20DASAR%20PR%20I.ppt).
- Rini, K.S., Rusmiwari, S. and Widodo, H.P. (2017) 'Peran Humas Dalam Meningkatkan Citra Universitas Tribhuwana Tungadewi', *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 6(1), pp. 34–37.
- Semi, M.A. (2021) 'Metoda Penelitian Sastra', p. 146.
- Syafnidawaty (2020) *DATA SEKUNDER, Universitas Raharja*. Available at: <https://raharja.ac.id/2020/11/08/data-sekunder/>.

## **Lampiran**

### **Panduan Wawancara**

1. Gambaran umum profil PDAM Sleman ?
  - a. Sejarah dan lokasi
  - b. Visi dan Misi
  - c. Dasar Hukum
  - d. Peraturan-peraturan
  - e. Struktur perusahaan dan jumlah karyawan
  - f. Tugas masing-masing divisi
  - g. Stakeholder
2. Bagaimana peran humas PDAM Sleman dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat ?
  - a. Peran humas sebagai komunikator
  - b. Peran humas dalam membina relationship (hubungan)
  - c. Peran humas sebagai back up management
3. Apakah hambatan yang dialami humas PDAM Sleman dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat ?
4. Apakah upaya yang dilakukan humas di PDAM Sleman untuk mengatasi hambatan dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat ?

## Lampiran

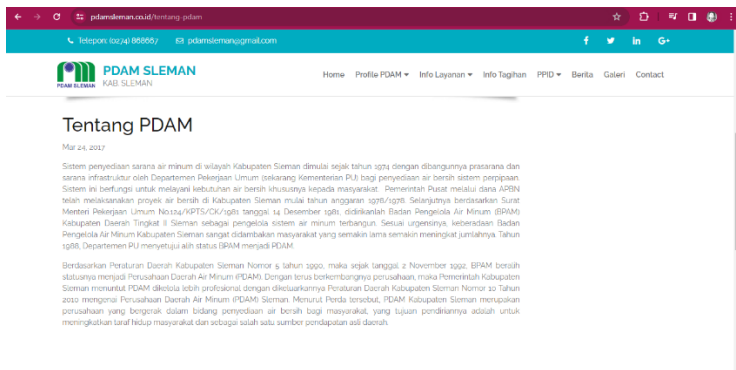
### Lokasi penelitian PDAM SLEMAN



### Laporan aduan melalui media sosial



# Website PDAM Sleman



## Tarif PDAM Sleman

**Penyesuaian kenaikan tarif air minum PDAM Tirta Sembada terhitung Rekening bulan Maret 2022 yang dibayarkan bulan April 2022**

**Contoh simulasi perhitungan pemakaian air**

**Jenis pelanggan Rumah Tangga A1 dengan pemakaian air 22 m<sup>3</sup>**

0 s/d 10 m<sup>3</sup> = 10 x Rp. 3.450 = Rp. 34.500  
 10 s/d 20 m<sup>3</sup> = 10 x Rp. 4.000 = Rp. 40.000  
 >21 m<sup>3</sup> = 2 x Rp. 4.750 = Rp. 9.500  
**Biaya adm & pemeliharaan = Rp. 20.000 +**  
**Jumlah Total = Rp. 104.000**

**Abonemen RTA1 0-10 m<sup>3</sup> sebesar Rp. 54.500**

**Jenis pelanggan Rumah Tangga A2 dengan pemakaian air 22 m<sup>3</sup>**

0 s/d 10 m<sup>3</sup> = 10 x Rp. 3.900 = Rp. 39.000  
 10 s/d 20 m<sup>3</sup> = 10 x Rp. 4.900 = Rp. 49.000  
 >21 m<sup>3</sup> = 2 x Rp. 5.800 = Rp. 11.600  
**Biaya adm & pemeliharaan = Rp. 20.000 +**  
**Jumlah Total = Rp. 119.600**

**Abonemen RTA2 0-10 m<sup>3</sup> sebesar Rp. 59.000**

LAMPIRAN 1  
 PERATURAN BUPATI SLEMAN  
 NOMOR 7 TAHUN 2022  
 TENTANG  
 TARIFF PELAYANAN  
 PERUBAHAN UMUM DAERAH  
 AIR MINUM TIRTA SEMBADA

TARIFF AIR MINUM  
 PERUBAHAN UMUM DAERAH AIR MINUM TIRTA SEMBADA

NO. KELOMPOK PELANGGAN	DASAR PENETAPAN		
	0 - 10 m <sup>3</sup> (Rp)	11 - 20 m <sup>3</sup> (Rp)	> 21 m <sup>3</sup> (Rp)
1. Kelompok I			
a. Sosial Umum	2.750,00	2.750,00	3.000,00
b. Sosial Khusus	2.750,00	2.750,00	3.000,00
2. Kelompok II			
a. Rumah Tangga A1	3.500,00	4.000,00	4.750,00
b. Rumah Tangga A2	3.900,00	4.900,00	5.800,00
3. Kelompok III			
a. Rumah Tangga A3	4.750,00	5.650,00	6.350,00
b. Rumah Tangga A4	4.900,00	5.800,00	6.400,00
c. Rumah Tangga B	5.200,00	6.100,00	6.700,00
d. Instansi Pemerintah dan Non Pemerintah	4.500,00	6.500,00	8.750,00
e. Staga Kecil	6.250,00	6.800,00	8.750,00
f. Industri Kecil	7.500,00	8.750,00	11.000,00
4. Kelompok Khusus			
a. Naga Besar	8.100,00	9.750,00	12.500,00
b. Industri Besar	8.500,00	11.000,00	13.000,00
5. Kelompok Khusus yang Lain			
a. Probukuban Udara	Konektivitas	Konektivitas	Konektivitas
b. Chadra Air Minum	Konektivitas	Konektivitas	Konektivitas
c. Mobil Tangki	Konektivitas	Konektivitas	Konektivitas

BUPATI SLEMAN,  
 (Tanda Tangan)  
 KUSIYATI SRI PURNOMO

## Struktur organisasi PDAM Sleman

