

## *The Public Relations in Handling The Complaints*

**Ardya Viratama Nur Oktyarini\*, Dadan Mulyana**

Prodi Ilmu Hubungan Masyarakat, Fakultas Ilmu Komunikasi,  
Universitas Islam Bandung, Indonesia.

\*ardyaviratamano@yahoo.com, dadanmulyana1962@gmail.com

**Abstract.** The role of public relations in handling the complaints to rising water rate PDAM aims to build the emotional and build a proper relationship with the community kabupaten Bandung so that the process of public relations done by public relations manager junior companies expected to provide understanding and clarity about the rise of water. Research objectives to have a humas done by public relations in handling the peoples complaint about PDAM Tirta Raharja Kabupaten Bandung. To know how the formation of the process humas in handling the peoples complaint about PDAM Tirta Raharja Kabupaten Bandung. To know a occurring in handling the relations the public the peoples complaint about PDAM Tirta Raharja Kabupaten Bandung. To see if PDAM public relations to perform the process humas in handling the peoples complaint about PDAM Tirta Raharja Kabupaten Bandung. Qualitative research methodology perspective case study Robert K. Yin emphasized to design research type 1, in which there is only one case and one unit of analysis using interviews with speakers research, observation, and literaty. Conclusion: Public relations handle complaints of the community towards the rate increase PDAM Tirta Raharja Kab.Bandung to build social contact through, online media build social ties with the telephone service complaints directly through PDAM Tirta Raharja Kab.Bandung building relationships antarpersonal, communication group and building relationships mass communication through a press conference in the newspaper, radio and media social network.

**Keywords:** *The process of public relations, Complaints handling, the Community.*

**Abstrak.** Peran public relations dalam menangani keluhan masyarakat terhadap kenaikan tarif air PDAM bertujuan untuk membangun ikatan emosional dan membangun hubungan yang baik dengan masyarakat Kab. Bandung sehingga dengan adanya proses public relations yang dilakukan oleh manajer junior Humas PDAM diharapkan dapat memberikan pengertian dan kejelasan perihal kenaikan air bersih tersebut. Tujuan penelitian untuk mengetahui proses public relations yang dilakukan oleh Humas dalam penanganan keluhan masyarakat terhadap kenaikan tarif PDAM Tirta Raharja Kabupaten Bandung. Untuk mengetahui cara pembentukan proses public relations dalam penanganan keluhan masyarakat terhadap kenaikan tarif PDAM Tirta Raharja Kabupaten Bandung. Untuk mengetahui hambatan yang terjadi pada proses public relations dalam penanganan keluhan masyarakat terhadap kenaikan tarif PDAM Tirta Raharja Kabupaten Bandung. Untuk mengetahui mengapa Humas PDAM harus melakukan proses public relations dalam penanganan keluhan masyarakat terhadap kenaikan tarif PDAM Tirta Raharja Kabupaten Bandung. Metode penelitian kualitatif dengan perspektif studi kasus Robert K. Yin yang lebih ditekankan kepada desain penelitian tipe 1, di mana hanya ada satu kasus dan satu unit analisis dengan menggunakan wawancara dengan narasumber penelitian, observasi, dan studi kepustakaan. Kesimpulan: Public relations menangani keluhan masyarakat terhadap kenaikan tarif PDAM Tirta Raharja Kabupaten Bandung yaitu membangun kontak sosial melalui media online, membangun ikatan sosial dengan telepon secara langsung melalui layanan keluhan PDAM Tirta Raharja Kabupaten Bandung, membangun hubungan komunikasi antarpersonal, komunikasi kelompok, serta membangun hubungan komunikasi massa melalui konferensi pers di surat kabar, radio, dan media jejaring sosial.

**Kata Kunci:** *Proses Public Relations, Penanganan Keluhan, Masyarakat.*

## A. Pendahuluan

Masyarakat berada di kabupaten Bandung merasa kecewa, dan mengeluh dengan adanya kenaikan tarif air PDAM di Kab. Bandung yang mendadak naik tanpa ada pemberitahuan sebelumnya pada bulan Mei 2020. Masyarakat sebagai pelanggan air bersih merasa kecewa kenaikan tarif air dilakukan pada saat ekonomi tidak stabil karena covid-19. Tidak sampai disitu keluhan masyarakat bukan hanya akibat kenaikan saja melainkan kualitas air berbau kaporit yang begitu menyengat mengakibatkan deretan keluhan masyarakat semakin banyak.

Menanggapi keluhan dan rasa kecewa masyarakat tersebut, pihak PDAM Tirta Raharja mengklarifikasi bahwa tidak ada kenaikan tarif mendadak. Hal tersebut persis yang disampaikan oleh Sri Hartati, menjelaskan bahwa semenjak adanya pandemi Covid-19 pada Maret, kenaikan tarif air bersih disebabkan karena adanya perubahan perilaku masyarakat yang terus menerus menggunakan air bersih karena melakukan pola hidup bersih, sehat yang mayoritas masyarakat cenderung tinggal di rumah sesuai dengan kebijakan PSBB atau (Pembatasan Sosial Berskala Besar) dan *lockdown*. Tinggal di rumah selama covid itulah yang mendorong peningkatan penggunaan air bersih sehingga hal tersebut berdampak pada kenaikan tarif air.

Adanya masalah keluhan masyarakat Kab. Bandung dan banyaknya kecewa masyarakat terhadap tarif bayar air, pihak PDAM berusaha mengklarifikasi dan menjelaskan kepada masyarakat Kab. Bandung perihal kenaikan pembayaran air dengan tujuan agar image PDAM Tirta Raharja di mata masyarakat baik dan positif untuk mengembalikan reputasi dan nilai buruk PDAM di mata masyarakat agar tidak terjadi dan mengulangi kesalahpahaman diantara kedua belah pihak.

Menangani kasus itu, pihak PDAM Tirta Raharja yang diwakili oleh Sri Hartati, melakukan strategi dengan menggunakan proses *public relations* dalam menangani keluhan masyarakat Kab. Bandung terhadap kenaikan tarif air PDAM.

*Public relations* sebagai bagian dari penciptaan dan pemeliharaan sikap ataupun tanggapan baik pihak luar bagi lembaga, perusahaan instansi dan lain sebagainya yang prosesnya dilakukan dengan kegiatan yang dilakukan baik secara individu maupun organisasi (Anggoro, 2000: 4).

Pengertian di atas mengasumsikan bahwa, perpektif *public relations* PDAM Kab. Bandung dalam penanganannya, selalu berusaha untuk menjaga hubungan baik dengan masyarakat yang mengeluh akibat kenaikan tarif air yang melonjak. Menjaga hubungan baik tersebut diikuti dengan pemberian sikap serta memberikan suatu tanggapan masyarakat dengan apik yang membuat masyarakat tidak kecewa pada saat sedang membayar air PDAM dan tidak kecewa lagi dikemudian harinya.

Berdasarkan uraian permasalahan tersebut penulis tertarik untuk meneliti proses *public relations* dalam penanganan keluhan masyarakat terhadap kenaikan tarif PDAM Tirta Raharja Kabupaten Bandung. Melalui permasalahan tersebut maka pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana cara *public relations* dalam menangani keluhan masyarakat terhadap kenaikan tarif PDAM Tirta Raharja Kabupaten Bandung?
2. Bagaimana hambatan yang terjadi pada proses *public relations* dalam penanganan keluhan masyarakat terhadap kenaikan tarif PDAM Tirta Raharja Kabupaten Bandung?
3. Mengapa humas PDAM harus melakukan pemulihan *image* dalam penanganan keluhan masyarakat terhadap kenaikan tarif PDAM Tirta Raharja Kabupaten Bandung?

## B. Metodologi Penelitian

Jenis dan pendekatan penelitian menggunakan metodologi kualitatif dengan pendekatan studi kasus yang berupaya memetakan teknik *single case analysis* pada proses *public relations* dalam penanganan keluhan masyarakat terhadap kenaikan tarif PDAM Tirta Raharja Kabupaten Bandung.

Studi kasus adalah suatu inquiri empiris yang mengidentifikasi fenomena dalam konteks kehidupan nyata. Sebagaimana batas-batas antar fenomena dan konteks yang tak tampak dengan tegas, serta multi sumber bukti yang dimanfaatkan. Sebagai suatu inquiri studi kasus tidak harus dilakukan dalam waktu yang lama dan tidak pula harus tergantung pada data etnografi atau

observasi partisipan (Yin, 2011: 18).

Penelitian tentang proses *public relations* dalam penanganan keluhan masyarakat terhadap kenaikan tarif PDAM Tirta Raharja Kabupaten Bandung, penulis menggunakan desain *single case – single level analysis* (Satu kasus, satu unit analisis atau Tipe 1), di mana penulis hanya meneliti satu kasus dan satu unit analisis yang berupa wawancara dengan narasumber.

### C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Berlandaskan hasil temuan penelitian yang telah dijelaskan sebelumnya, tahapan selanjutnya menganalisa hasil pembahasan yang berfokus pada “proses *public relations* dalam menangani keluhan masyarakat Kab. Bandung terhadap kenaikan tarif air PDAM” yang diantaranya sebagai berikut:

#### **Cara *Public Relations* Menangani Keluhan Masyarakat terhadap Kenaikan Tarif PDAM Tirta Raharja Kabupaten Bandung**

Berlandaskan temuan penelitian cara *public relations* dalam menangani keluhan masyarakat terhadap kenaikan tarif PDAM Tirta Raharja Kabupaten Bandung ialah membangun kontak sosial dimana dalam prosesnya pihak humas PDAM melakukan interaksi sosial melalui media *online*, WA, direct message pada *e-mail, facebook, twitter, instagram*, dan *website* PDAM Tirta Raharja Kabupaten Bandung. serta menggunakan telepon secara langsung melalui layanan keluhan PDAM Tirta Raharja Kabupaten Bandung. Sementara cara lain berupa membangun hubungan komunikasi yang dimana pihak humas PDAM membangun komunikasi antarpersonal yang bersifat terbuka, empati, dukungan, sikap positif, kesamaan dalam menyikapi kenaikan air minum PDAM Tirta Raharja Kabupaten Bandung. Salah satunya membangun hubungan komunikasi antarpersonal yang baik diantara PDAM Tirta Raharja Kabupaten Bandung dengan masyarakat komplek dengan cara membagikan pulsa, kouta, dan masker gratis pada setiap masyarakat yang komplain.

Membangun hubungan komunikasi interpersonal (kelompok) dengan tujuan menaikkan kesejahteraan, membangun suasana diskusi yang santai dan menghindari dari konflik. Membantu masyarakat agar tidak marah dan bersikap melanggar hukum. Serta membangun hubungan komunikasi massa dengan tujuan agar bisa mengkomunikasikan kenaikan air minum PDAM melalui konferensi pers, menginformasikan masalah kenaikan tarif air minum Tirta Raharja Kabupaten Bandung melalui media massa seperti cetak, dan media konvergensi (memposting di media jejaring sosial *facebook, instagram, twitter* dan *website* PDAM Tirta Raharja Kabupaten Bandung).

#### **Hambatan Proses *Public Relations* dalam Penanganan Keluhan Masyarakat terhadap Kenaikan Tarif PDAM Tirta Raharja Kabupaten Bandung**

Berlandaskan temuan penelitian tersebut, dapat dijelaskan bahwa

hambatan yang terjadi pada proses *public relations* dalam penanganan keluhan masyarakat terhadap kenaikan tarif PDAM Tirta Raharja Kabupaten Bandung terjadi karena Hambatan dari pengiriman pesan tentang kenaikan PDAM sebelumnya tidak diinformasikan, kenaikan PDAM mendadak dan membuat masyarakat kaget dan kecewa, serta Kurangnya informasi yang jelas tentang kenaikan air minum PDAM di masa covid-19. Hambatan penggunaan bahasa dimana penggunaan bahasa humas PDAM kurang jelas sehingga menimbulkan keluhan dan complain, serta penggunaan bahasa yang digunakan humas PDAM rumit dan sebagian kurang dimengerti masyarakat. Hambatan terakhir terjadi karena hambatan dari penerima pesan yang dimana masyarakat berperasangka buruk atas kenaikan air minum PDAM, serta masyarakat tidak memahami informasi yang disampaikan oleh humas.

#### **Mengapa Humas PDAM Melakukan Pemulihan *Image* dalam Penanganan Keluhan Masyarakat terhadap kenaikan tarif PDAM Tirta Raharja Kabupaten Bandung**

Alasan humas PDAM harus melakukan pemulihan *image* dalam penanganan keluhan masyarakat terhadap kenaikan tarif PDAM Tirta Raharja Kabupaten Bandung karena pihak humas ingin membangun sikap dan tindakan positif yang diantaranya melakukan klarifikasi tentang kenaikan tarif air minum PDAM di media online seperti pemberitaan online, jejaring

sosial seperti instagram, twitter, facebook, WA, website PDAM Tirta Raharja Kabupaten Bandung, membangun ikatan emosional secara langsung dengan masyarakat salah satunya membagikan pulsa, kouta, dan masker gratis pada setiap masyarakat yang mengeluh dan komplain, serta melakukan Tanyajawab dengan masyarakat yang komplek melalui komentar dan penjelasan di jejaring sosial.

Alasan lain mengapa humas PDAM harus melakukan pemulihan *image* Membangun kesadaran masyarakat, di sini berupa membangun komunikasi humas PDAM untuk menyadarkan masyarakat dengan cara menciptakan klarifikasi melalui media massa (cetak, dan konvergensi) yang diantaranya, humas PDAM ingin memberikan pesan tentang kenaikan tarif air minum PDAM pada bulan Juni 2020 masa covid-19, humas juga ingin memberikan pesan keniakan tarif PDAM dengan informasi yang akurat, serta humas juga ingin memberikan pesan yang dapat membentuk opini positif masyarakat.

Sementara alasan humas PDAM membangun isu pesan dikarenakan ingin membangun isu pesan kenaikan tarif sebagai salah satu bentuk tanggungjawab seorang humas PDAM dalam membangun komunikasi sebagai media tanggungjawab perusahaan atas keterlambatan informasi, diantaranya: menjelaskan dan menginformasikan kenaikan tarif air minum PDAM Tirta Raharja Kabupaten Bandung di masa PSBB covid-19 selama tiga bulan yang mewajibkan masyarakat harus beraktivitas di rumah.

#### D. Kesimpulan

temuan dan pembahasan penelitian yang sebelumnya, telah dianalisis pada Bab IV. Lebih jelasnya sbb:

Cara *public relations* menangani keluhan masyarakat terhadap kenaikan tarif PDAM Tirta Raharja Kabupaten Bandung yaitu membangun kontak sosial melalui media *online*, membangun ikatan sosial melalui telepon secara langsung melalui layanan keluhan PDAM Tirta Raharja Kabupaten Bandung, membangun hubungan komunikasi antarpersonal, membangun hubungan komunikasi interpersonal (kelompok), serta membangun hubungan komunikasi massa melalui konferensi pers di surat kabar, radio, dan media jejaring sosial.

Hambatan yang terjadi pada proses *public relations* dalam penanganan keluhan masyarakat terhadap kenaikan tarif PDAM, berawal dari keterlambatan pesan informasi kepada masyarakat yang komplain sehingga menciptakan rasa kecewa adanya kenaikan tarif PDAM di tengah situasi covid-19 tersebut.

Alasan *public relations* PDAM harus melakukan pemulihan *image* dalam penanganan keluhan masyarakat terhadap kenaikan tarif PDAM, agar terbangun tindakan positif dengan cara klarifikasi kenaikan tarif air minum, baik di media *online*, ataupun berkomunikasi secara langsung dengan masyarakat melalui layanan keluhan PDAM Tirta Raharja Kabupaten Bandung.

#### Daftar Pustaka

- [1] Anggoro, M. Linggar, 2000. Teori dan Profesi Kehumasan serta Aplikasinya di Indonesia. Jakarta: Bumi Aksara.
- [2] A Shofura, M Chatamallah, 2019 “Implementasi Pendekatan New-Corporate Relation dalam Membina Hubungan dengan Stakeholder” dalam Jurnal Prosiding Hubungan Masyarakat.
- [3] Cutlip, Scoot M., Allen H. Center, dan Glen M. Broom. 2011. Effective Public. Relations, Edisi Kesembilan. Jakarta: Kencana.
- [4] I Pratiwi, N Yulianita, 2021 “Hubungan Implementasi Strategi Public Relations dengan Citra Merek” ” dalam jurnal Prosiding Hubungan Masyarakat
- [5] Moleong, Lexy J. 2014. Metodologi Penelitian Kualitatif. Edisi Revisi. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- [6] Morissan. A.M, 2010. Periklanan komunikasi pemasaran terpadu, Jakarta : Penerbit Kencana.
- [7] SL Nursyam, T Wiwitan, 2019 “Kajian Strategi Marketing Public Relations dalam Membangun Citra” dalam jurnal Prosiding Hubungan Masyarakat

- [8] TK Giovany, M Chatamallah, 2019 “Makna Hijrah Bagi Komunitas Pemuda Hijrah (Studi Fenomenologi Komunikasi Makna Hijrah Bagi Jamaah Di Lingkungan Masjid TSM Bandung dalam Jurnal Prosiding Hubungan Masyarakat.
- [9] Yin, Robert K. 2011. Studi Kasus Desain dan Metode. Jakarta PT Raja Grafindo Persada.
- [10] Soenar, Hainun Mardhiyyah. 2021. Analisis Jaringan Komunikasi dan Eksistensi dalam Komunitas X Kota Bandung. Jurnal Riset Public Relation Universitas Islam Bandung. Volume 1, nomor 2, Tahun 2021.