

Analisis Komunikasi Eksternal Dalam Menangani Keluhan Pelanggan Pada Perumda Air Minum Tirta Kahuripan Kabupaten Bogor

Alya Raihanah^{1*}, Yusmawati², Muherni Asri Utami³

^{1,2,3}Universitas Bina Sarana Informatika, Fakultas Komunikasi dan Bahasa, Program Studi Ilmu Komunikasi, Indonesia

E-mail : alyaaraihanah10@gmail.com¹, yusmawati.ymw@bsi.ac.id², muherni.mai@bsi.ac.id³

Abstract

This study was conducted to determine the external communication used by the Tirta Kahuripan of Regional Water Company (Perumda) in Bogor City in handling customer complaints. External communication is a crucial aspect in establishing effective relationships between the company and the public, particularly in responding to customer issues. This study used a descriptive qualitative approach with data collection techniques including interviews, observation, and documentation. The key informants were the Customer Relations Assistant Manager and several customers who had submitted complaints. The results indicate that the implemented external communication strategy included understanding the audience, formulating clear messages, selecting appropriate communication methods, implementing information repetition (redundancy), and approaching customer characteristics (canalization). Implementation still faces obstacles such as limited human resources and a lack of customer psychological adjustment. Effective and communicative complaint handling has been shown to influence customer satisfaction and trust in the services provided by Perumda Tirta Kahuripan.

Keywords: *External Communication, Customer Complaints, Communication Strategy, Public Service, Perumda Air Minum.*

Abstrak

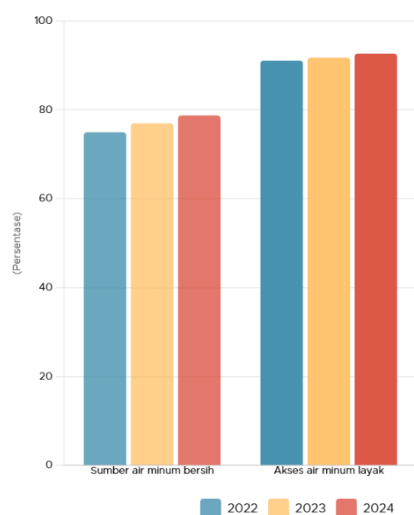
Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui komunikasi eksternal yang dilakukan oleh Perusahaan Umum Daerah (Perumda) Air Minum Tirta Kahuripan Kabupaten Bogor dalam menangani keluhan pelanggan. Komunikasi eksternal menjadi aspek penting untuk menjalin hubungan yang efektif antara perusahaan dan masyarakat, terutama dalam merespons permasalahan yang dialami pelanggan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara, observasi, dan dokumentasi. Informan utama dalam penelitian ini adalah Asisten Manajer Hubungan Pelanggan serta beberapa pelanggan yang pernah menyampaikan keluhan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi eksternal yang diterapkan mencakup pemahaman terhadap audiens, perumusan pesan yang jelas, pemilihan metode komunikasi yang tepat, penerapan pengulangan informasi (*redundancy*), serta pendekatan yang sesuai dengan karakter pelanggan (*canalizing*). Dalam pelaksanaannya masih terdapat hambatan seperti keterbatasan sumber daya manusia, dan kurangnya penyesuaian psikologis pelanggan. Penanganan keluhan yang efektif dan komunikatif terbukti berpengaruh terhadap tingkat kepuasan dan kepercayaan pelanggan terhadap layanan yang diberikan oleh Perumda Air Minum Tirta Kahuripan.

Kata Kunci : *Komunikasi Eksternal, Keluhan Pelanggan, Strategi Komunikasi, Pelayanan Publik, Perumda Air Minum.*

PENDAHULUAN

Air merupakan kebutuhan dasar yang memiliki peran vital dalam menopang keberlangsungan hidup manusia dan seluruh makhluk hidup. Ketersediaan air bersih tidak hanya berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan fisiologis, tetapi juga menjadi indikator kesejahteraan, kesehatan lingkungan, dan kualitas hidup masyarakat. Pemerintah memiliki tanggung jawab untuk menjamin akses terhadap air minum yang layak sebagai bagian dari pelayanan publik dasar yang wajib diselenggarakan. Salah satu bentuk implementasinya diwujudkan melalui pendirian Badan Usaha Milik Daerah (BUMD) seperti Perusahaan Umum Daerah Air Minum (Perumda) yang bertugas menyediakan layanan air bersih bagi masyarakat secara berkelanjutan.

Perumda Air Minum Tirta Kahuripan Kabupaten Bogor merupakan salah satu BUMD yang memiliki peran strategis dalam memenuhi kebutuhan air bersih bagi masyarakat di wilayah Kabupaten Bogor. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (2024), sebanyak 76,57% rumah tangga di Kabupaten Bogor telah memiliki akses terhadap sumber air minum layak. Angka ini menunjukkan kemajuan, namun masih menyisakan tantangan dalam pemerataan layanan air bersih yang optimal.



Dalam pelaksanaannya, Perumda Tirta Kahuripan menghadapi berbagai kendala seperti gangguan aliran air, debit air yang tidak stabil, kualitas air yang sesekali keruh, serta keterlambatan dalam penanganan keluhan teknis dan ketidaksesuaian tagihan pelanggan. Permasalahan tersebut memunculkan keluhan dari masyarakat yang menuntut penanganan cepat, tanggap, dan komunikatif.

Sebagai instansi pelayanan publik, Perumda Air Minum Tirta Kahuripan dituntut tidak hanya memberikan pelayanan teknis, tetapi juga membangun komunikasi yang efektif dengan pelanggan. Dalam konteks inilah, komunikasi eksternal memegang peranan penting sebagai jembatan antara perusahaan dan masyarakat. Komunikasi eksternal yang baik mampu membentuk hubungan timbal balik yang harmonis antara organisasi dan publik eksternal, serta berperan dalam menjaga kepercayaan dan citra positif perusahaan di mata masyarakat. Menurut Hussein Umar (2008), komunikasi eksternal merupakan proses interaksi lintas batas organisasi dengan pihak luar, seperti pelanggan dan masyarakat, yang bertujuan menciptakan pemahaman dan kerja sama yang saling menguntungkan.

Penanganan keluhan pelanggan menjadi salah satu wujud nyata penerapan komunikasi eksternal. Keluhan yang disampaikan pelanggan merupakan bentuk umpan balik terhadap layanan yang diterima. Apabila ditangani dengan baik, keluhan dapat menjadi sarana evaluasi bagi perusahaan untuk memperbaiki kinerja, meningkatkan kualitas layanan, serta memperkuat hubungan jangka panjang dengan pelanggan. Sebaliknya, penanganan yang lambat atau kurang responsif dapat menurunkan tingkat kepercayaan publik dan menimbulkan citra negatif terhadap perusahaan. Oleh karena itu, diperlukan strategi komunikasi eksternal yang efektif, sistematis, dan adaptif dalam menghadapi dinamika kebutuhan dan ekspektasi pelanggan.

Menurut Suprpto (2011), strategi komunikasi eksternal yang efektif mencakup lima komponen utama, yaitu memahami audiens, merumuskan pesan, menentukan metode, menerapkan *redundancy* (pengulangan pesan), dan melakukan *canalizing* (pengarahan pesan sesuai kondisi psikologis audiens). Dalam konteks pelayanan publik, pemahaman terhadap audiens berarti mengenali kebutuhan, karakter, serta harapan pelanggan terhadap informasi yang cepat dan transparan. Pesan yang disusun harus memuat penjelasan yang jelas tentang penyebab gangguan, langkah penanganan, serta estimasi waktu penyelesaian. Selanjutnya, pemilihan media komunikasi seperti media sosial, *call center*, dan *website* menjadi sarana utama untuk menjangkau pelanggan secara luas dan efisien. *Redundancy* digunakan untuk memastikan pesan tersampaikan dengan baik melalui berbagai saluran, sementara *canalizing* diterapkan untuk menyesuaikan gaya komunikasi dengan kondisi emosional pelanggan agar tercipta hubungan yang empatik dan solutif.

Divisi Hubungan Pelanggan (Hublang) pada Perumda Air Minum Tirta Kahuripan memiliki peran sentral dalam mengelola komunikasi eksternal, khususnya dalam menangani keluhan masyarakat. Divisi ini bertanggung jawab menerima, menanggapi, dan

menindaklanjuti setiap laporan pelanggan melalui berbagai kanal komunikasi. Kinerja divisi ini tidak hanya mencerminkan efektivitas sistem pelayanan, tetapi juga menjadi representasi citra perusahaan di mata publik. Oleh karena itu, kemampuan petugas dalam berkomunikasi secara profesional, empatik, dan solutif menjadi faktor penentu keberhasilan dalam menjaga kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan.

Beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa efektivitas komunikasi eksternal memiliki pengaruh signifikan terhadap citra organisasi dan kepuasan pelanggan. Penelitian yang dilakukan oleh Rizqie et al. (2025) di PT KAI Divisi Regional III Palembang, misalnya, menunjukkan bahwa komunikasi yang cepat, jelas, dan relevan mampu meningkatkan loyalitas pelanggan serta memperkuat kepercayaan terhadap institusi. Sementara itu, studi oleh Aras dan Yuliani (2024) menegaskan bahwa strategi komunikasi eksternal yang proaktif, transparan, dan berorientasi pada kepuasan publik berkontribusi besar dalam menciptakan hubungan harmonis antara perusahaan dan masyarakat.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis bagaimana penerapan komunikasi eksternal dalam penanganan keluhan pelanggan di Perumda Air Minum Tirta Kahuripan Kabupaten Bogor. Fokus penelitian diarahkan pada strategi komunikasi yang diterapkan oleh bagian Hubungan Pelanggan dalam membangun interaksi dengan masyarakat serta hambatan yang dihadapi dalam pelaksanaannya. Dengan demikian, hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis terhadap pengembangan ilmu komunikasi, khususnya dalam kajian komunikasi eksternal di sektor pelayanan publik, serta memberikan manfaat praktis bagi perusahaan dalam meningkatkan efektivitas pelayanan dan kepercayaan pelanggan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan **kualitatif deskriptif** yang bertujuan untuk menggambarkan secara mendalam bentuk dan proses komunikasi eksternal dalam penanganan keluhan pelanggan pada Perumda Air Minum Tirta Kahuripan Kabupaten Bogor. Pendekatan ini dipilih karena mampu memberikan pemahaman yang komprehensif mengenai fenomena sosial yang terjadi di lapangan, khususnya terkait strategi komunikasi yang diterapkan oleh perusahaan dalam menjalin hubungan dengan pelanggan serta mengelola keluhan yang muncul.

Proses pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui tiga teknik utama, yaitu **wawancara mendalam, observasi partisipatif, dan dokumentasi**. Wawancara mendalam dilakukan dengan informan kunci dan informan pendukung. Informan kunci dalam penelitian ini adalah Asisten Manajer Hubungan Pelanggan Perumda Air Minum Tirta Kahuripan Kabupaten Bogor. Sementara itu, informan pendukung terdiri dari beberapa pelanggan yang pernah menyampaikan keluhannya.

Selain wawancara, peneliti juga melakukan **observasi partisipatif** terhadap proses penanganan keluhan pelanggan di lapangan. Observasi ini dilakukan dengan terjun langsung ke lapangan untuk memahami secara nyata bagaimana komunikasi berlangsung antara petugas dan pelanggan dalam situasi pelayanan publik, baik dalam konteks penyampaian informasi, pemberian solusi, maupun respon terhadap emosi pelanggan. Selanjutnya, **dokumentasi** digunakan sebagai pelengkap data primer, yang meliputi arsip laporan bulanan, dokumen internal perusahaan, serta berbagai data pendukung yang relevan dengan fokus penelitian.

Data yang telah diperoleh dari berbagai sumber kemudian dianalisis menggunakan **model analisis interaktif Miles dan Huberman**. Model ini terdiri dari tiga tahapan utama, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan atau verifikasi. Tahap **reduksi data** dilakukan dengan menyeleksi, menyederhanakan, dan mengorganisasi data mentah agar fokus pada aspek yang relevan dengan tujuan penelitian. Selanjutnya, pada tahap **penyajian data**, informasi yang telah direduksi disusun secara sistematis dalam bentuk narasi sehingga memudahkan peneliti dalam memahami hubungan antar kategori data. Tahap terakhir yaitu **penarikan kesimpulan dan verifikasi**, di mana peneliti menafsirkan makna dari data yang telah disajikan dan memverifikasi temuan untuk memastikan kesahihan hasil analisis.

Untuk menjaga keabsahan dan kredibilitas temuan, penelitian ini menerapkan **teknik triangulasi sumber**, yaitu dengan membandingkan informasi yang diperoleh dari berbagai sumber data, baik dari informan kunci, informan pendukung, hasil observasi, maupun dokumen perusahaan. Dengan demikian, hasil penelitian diharapkan mampu memberikan gambaran yang akurat dan mendalam mengenai praktik komunikasi eksternal yang diterapkan Perumda Air Minum Tirta Kahuripan Kabupaten Bogor dalam menangani keluhan pelanggan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti mengumpulkan data, salah satunya dengan cara melakukan wawancara. Proses wawancara yang dilakukan oleh peneliti dengan Ibu Rahma, selaku Asisten Manajer Hubungan Pelanggan sebagai informan kunci dan juga melakukan wawancara pelanggan sebagai informan pendukung yang mana data-data tersebut untuk mengecek keabsahan data pada penelitian ini.

Informan Kunci

Ketepatan dalam memilih metode penyampaian komunikasi sangat menentukan efektivitas penanganan keluhan pelanggan.

“Semuanya harus punya persuasif, edukatif. Supaya pelanggan itu bisa kooperatif sama kita, dan kita bantu mengedukasi juga bahwa ada hak dan kewajiban yang bisa diterima sama pelanggan, haknya pelanggan apa, kewajiban pelanggannya apa, kayak misalkan kan ada aja yang sebenarnya dia marah terhadap kewajibannya dia yang dia tidak penuhi, kayak misalkan marah pembayaran gitu kan, padahal sudah ada ketentuannya 3 bulan kena denda, tapi tetap marah juga sedangkan itu kewajiban dia yang sudah disepakati itu kan berarti kita harus mengedukasi dia kan, mengedukasi lagi, mengingatkan lagi bahwa ini kewajibannya dia. Banyaknya sih tapi kalau pengaduan kita edukasi, kayak misalkan bocor pelanggan kita edukasi bahwa pelanggan itu sebenarnya bisa loh ngecek kebocoran secara mandiri, kayak gitu lebih banyak edukasi. Kalau persuasinya ya paling kalau ada promo, kayak gitu yaudah bu mau pasang lagi egak, paling kayak gitu. Terus udah gitu kita memecahkan suatu masalah dengan pilihan, kayak misalkan pelanggannya harus milih nih, ibu maunya seperti apa gitu kan penanganannya yang seperti ini gitu kan, kayak bu kalau denda ini bisa dicicil loh, kayak persuasif kan akhirnya dia punya jalan keluar sama permasalahan dendanya itu gitu kan. “

Setiap jenis keluhan atau kondisi pelanggan membutuhkan metode komunikasi yang berbeda-beda.

“Iya ada, metode komunikasinya pasti berbeda. berdasarkan situasi ketika ada kendala air mati, berarti metode komunikasinya lebih ke informatif atau informasi ke pelanggan. Kalo berdasarkan keluhan ya tentunya beda, kalo pelanggannya keluhannya hanya menanyakan informasi tentu berbeda dengan pelanggan yang keluhannya air mati, pasti lebih emosional yang air matikan.”

Efektivitas pesan tidak hanya ditentukan oleh kontennya saja, tetapi juga bergantung pada cara penyampaian, isi dan tujuan pesan tersebut.

“Fokus kesemuannya, karena semua penting, cara penyampaian yang baik tentu agar isi dan tujuan dari pesan yang disampaikan bisa dimengerti pelanggan. Kayak contohnya kalau ada pelanggan yang ngeluh tagihannya tiba-tiba tinggi, biasanya kita cek dulu histori pemakaiannya di sistem. Kadang ada juga kasus keliru input atau staf salah catat. Kalau memang ada kesalahan dari kami, ya kita sesuaikan tagihannya. Tapi kalau ternyata pemakaiannya memang tinggi, ya kita jelaskan rinci ke pelanggan biar paham.”

Perumda Air Minum Tirta Kahuripan Cabang Ciomas menggunakan berbagai bentuk konten komunikasi untuk merespons keluhan maupun menyampaikan informasi penting.

“Kayak yang sudah tadi saya bilang juga diatas, dalam bentuk flyer-flyer ya. Pusat yang buat untuk pemberitahuan misalnya pemberitahuan teknis umumnya disampaikan kalau akan ada gangguan pelayanan, kayak mau ada perbaikan jaringan, kebocoran pipa, atau pemeliharaan sistem. Di dalam isi flyernya, biasanya dijelasin penyebab gangguan nya apa terus perkiraan waktu layanan akan kembali normal nya kapan.”

Informan Pendukung

Informasi yang mudah dipahami akan membantu pelanggan memperoleh pemahaman yang tepat tanpa perlu memberikan penjelasan tambahan, pelanggan akan lebih mudah memahami informasi.

Informan 1 : “Iya, jadi saya bisa langsung nangkep gitu apa yang disampaikan, gak usah nanya-nanya lagi.”

Informan 2 : “Penyampaiannya mudah dipahami kok, soalnya bahasa penyampaiannya jelas.”

Pesan harus disampaikan dengan jelas dan relevan kepada pelanggan agar informasi dapat diterima secara efektif dalam komunikasi eksternal.

Informan 1 : “Iya, penjelasan yang di kasih sesuai sama apa yang saya butuhkan.”

Informan 2 : “Iya sudah cukup jelas.”

Penyampaian pesan yang disampaikan oleh Perumda Air Minum Tirta Kahuripan Cabang Ciomas dengan cara yang jelas.

Informan 1 : “Gak pernah, selalu jelas informasi yang dikasih.”

Informan 2 : “Kalau bingung sih gak pernah ya.”

Seberapa baik informasi diterima dan dipahami oleh pelanggan, terutama dalam menangani masalah atau keluhan, sangat bergantung pada seberapa efektif suatu instansi berkomunikasi.

Informan 1 : “Gak pernah, selalu jelas.”

Informan 2 : “Selama saya beberapa kali komplain sih sudah cukup jelas ya kalau ada masalah stafnya menjelaskan dengan baik jadi saya bisa paham.”

Pengulangan informasi dianggap sangat berpengaruh, terutama jika berkaitan dengan informasi penting. Ini karena pengulangan informasi dapat berfungsi sebagai pengingat bagi pelanggan untuk memperhatikan hal-hal yang tidak dapat mereka lakukan.

Informan 1 : “Iya jelas jadi pengingat buat kita sebagai pelanggan.”

Informan 2 : “Iya bener, apalagi kalau informasinya penting, kayak pemberitahuan air mati.”

Kemampuan staf untuk memberikan penjelasan yang sesuai dengan situasi dan tingkat pemahaman pelanggan sangat penting untuk membangun komunikasi yang efektif.

Informan 1 : “Iya sesuai sama kondisi saya, kadang staf pakai contoh biar saya bisa paham.”

Informan 2 : “Sudah cukup baik, tapi kadang masih ada staf yang perlu penyesuaian. Kalau bisa, penjelasan dari staf dibuat lebih sederhana dan mudah dimengerti, supaya gak bikin bingung pelanggan.”

Pembahasan

Penelitian ini menganalisis penerapan strategi komunikasi eksternal dalam penanganan keluhan pelanggan pada **Perumda Air Minum Tirta Kahuripan Kabupaten Bogor Cabang**

Ciomas dengan menggunakan teori Suprpto (2011) yang mencakup lima komponen utama: *memahami audiens, merumuskan pesan, menentukan metode, redundancy, dan canalizing*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kelima aspek tersebut telah diterapkan dalam aktivitas komunikasi eksternal perusahaan, meskipun masih terdapat beberapa hambatan di lapangan.

Memahami Audiens

Pemahaman terhadap audiens menjadi dasar utama dalam membangun komunikasi yang efektif antara perusahaan dan pelanggan. Hasil wawancara menunjukkan bahwa bagian Hubungan Pelanggan (Hublang) berupaya memahami karakter pelanggan melalui interaksi langsung di loket pelayanan, media sosial, maupun laporan pengaduan. Staf dilatih untuk menyesuaikan cara komunikasi dengan kondisi emosional dan tingkat pemahaman pelanggan.

Misalnya, pelanggan yang lebih tua atau kurang memahami informasi teknis diberikan penjelasan secara bertahap dan sabar, sementara pelanggan yang datang dengan emosi tinggi ditenangkan terlebih dahulu sebelum diberikan solusi. Strategi ini sejalan dengan pandangan Suprpto (2011) bahwa keberhasilan komunikasi eksternal harus dimulai dengan pemahaman menyeluruh terhadap audiens agar pesan dapat diterima dan dimaknai dengan benar. Dengan memahami karakteristik sosial dan psikologis pelanggan, perusahaan dapat membangun komunikasi dua arah yang empatik dan solutif.

Merumuskan Pesan

Dalam penanganan keluhan, pesan yang disampaikan kepada pelanggan dirancang agar jelas, transparan, dan mudah dipahami. Pesan tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga menenangkan dan membangun kepercayaan. Staf Hublang menyusun pesan berdasarkan konteks permasalahan yang dihadapi pelanggan, seperti gangguan aliran air, lonjakan tagihan, atau perbaikan jaringan. Dalam wawancara, informan menyatakan bahwa pesan disampaikan dengan bahasa sederhana untuk menghindari kesalahpahaman. Pendekatan ini selaras dengan teori Schramm (1954) mengenai pentingnya kesamaan pengalaman antara komunikator dan audiens agar pesan dapat dipahami dengan baik.

Dengan demikian, penyusunan pesan yang disesuaikan dengan kondisi emosional dan tingkat literasi pelanggan berperan penting dalam meredam ketegangan serta membangun komunikasi yang humanis dan efektif.

Menentukan Metode Komunikasi

Pemilihan metode komunikasi menjadi faktor krusial dalam menjangkau pelanggan secara cepat dan tepat sasaran. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Perumda Tirta Kahuripan Cabang Ciomas menggunakan berbagai saluran komunikasi, seperti **tatap muka di kantor cabang, panggilan telepon, media sosial (Instagram dan Facebook), website resmi, serta WhatsApp.**

Pemilihan saluran disesuaikan dengan tingkat urgensi dan karakter pelanggan. Keluhan yang bersifat teknis ditangani melalui komunikasi langsung agar respons lebih cepat, sementara informasi umum disebarluaskan secara digital untuk efisiensi.

Selain itu, perusahaan juga menerapkan pendekatan **edukatif dan persuasif**. Dalam komunikasi edukatif, pelanggan diberikan pemahaman tentang cara membaca meter air dan menghemat penggunaan, sedangkan dalam komunikasi persuasif, staf berupaya meyakinkan pelanggan bahwa setiap keluhan ditindaklanjuti dengan serius dan transparan. Strategi ini memperkuat kepercayaan publik terhadap profesionalitas perusahaan.

Redundancy (Pengulangan Pesan)

Perumda Tirta Kahuripan menerapkan *redundancy* atau pengulangan pesan untuk memastikan seluruh pelanggan menerima dan memahami informasi yang disampaikan. Informasi terkait gangguan distribusi air atau perbaikan jaringan disebarkan melalui berbagai kanal, seperti media sosial, dan pesan WhatsApp.

Beberapa pelanggan yang diwawancarai menyatakan bahwa mereka menerima pemberitahuan lebih dari satu kali, sehingga meminimalkan risiko kesalahpahaman. Pengulangan informasi juga dilakukan ketika terjadi pembaruan data, misalnya perubahan jadwal perbaikan atau wilayah terdampak. Strategi ini memperkuat kejelasan dan konsistensi pesan, serta meningkatkan transparansi perusahaan di mata publik.

Canalizing (Pengarahan Pesan)

Canalizing menjadi aspek penting dalam mengarahkan sikap dan persepsi pelanggan terhadap perusahaan. Perumda menerapkan pendekatan canalizing dengan cara memberikan pengarahan yang solutif dan edukatif kepada pelanggan. Misalnya, pelanggan yang mengeluhkan denda keterlambatan tidak hanya diberitahu kewajibannya, tetapi juga diarahkan untuk memahami mekanisme pembayaran atau

mengajukan keringanan. Dalam kasus lain, pelanggan yang mengalami kebocoran diarahkan untuk melakukan pengecekan mandiri sebelum mengajukan laporan.

KESIMPULAN

Permasalahan utama penelitian ini adalah bagaimana Perumda Air Minum Tirta Kahuripan Cabang Ciomas merespons keluhan pelanggan melalui strategi komunikasi eksternal. Keluhan yang tidak ditangani dengan tepat berpotensi menimbulkan ketidakpuasan dan menurunkan kepercayaan publik, sehingga strategi komunikasi yang efektif menjadi penting.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Perumda menerapkan prinsip komunikasi eksternal yang baik, meliputi: memahami audiens, menyusun pesan yang edukatif, persuasif, dan komunikatif, memilih metode komunikasi sesuai jenis keluhan, melakukan pengulangan informasi, serta menggunakan strategi canalizing untuk mengarahkan persepsi pelanggan. Strategi ini membantu membangun pemahaman, meredam emosi, dan menjaga hubungan yang positif dengan pelanggan.

Meskipun strategi berjalan cukup efektif, masih ada tantangan, seperti perbedaan pandangan antara petugas dan pelanggan serta keterbatasan dalam menjangkau masyarakat melalui media digital. Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa strategi komunikasi eksternal yang sistematis mampu memperkuat hubungan harmonis antara lembaga publik dan masyarakat, khususnya dalam penanganan keluhan pelanggan.

SARAN

Peneliti menyarankan agar Perumda Air Minum Tirta Kahuripan Cabang Ciomas menambah staf khusus hubungan pelanggan untuk mempercepat respons dan menjaga kelancaran komunikasi dengan masyarakat. Strategi komunikasi eksternal juga perlu ditingkatkan dengan pendekatan yang lebih fleksibel, berkesinambungan, dan empatik, terutama dalam menghadapi pelanggan yang emosional atau tidak puas. Selain itu, penelitian berikutnya diharapkan melibatkan lebih dari satu cabang atau kantor pusat serta menggunakan metode survei kuantitatif agar hasilnya lebih komprehensif dalam menilai efektivitas komunikasi eksternal.

DAFTAR PUSTAKA

- Pasmawati E, Yuliana R, Saputra T. Pentingnya air bersih bagi kesehatan masyarakat. *J Kesehatan Lingkungan*. 2023;12(2):67–75.
- Beno Y, Rahman A, Lestari D. Akses air minum layak sebagai indikator kesejahteraan masyarakat. *J Kesehatan Masyarakat Nasional*. 2022;17(3):178–85.
- Wahyuni L. Peran PDAM dalam penyediaan layanan air bersih. *J Infrastruktur dan Lingkungan*. 2024;8(2):54–63.
- Nazli Irfan AAF. Indikator kesenjangan rakyat 2024. Jakarta: Badan Pusat Statistik; 2024.
- Adisthira R. Peran BUMD dalam penyediaan layanan publik. Jakarta: Prenadamedia Group; 2021.
- Risang Hanggoro Y. Keluhan pelanggan sebagai masukan organisasi publik. *J Pelayanan Publik*. 2023;10(2):145–56.
- Kurniasih N. Komunikasi eksternal dalam pelayanan publik. *J Komunikasi dan Administrasi Publik*. 2021;8(1):21–30.
- Basten R, Nugroho P, Sari M. Standar layanan publik dan komunikasi eksternal. *J Administrasi Publik Indonesia*. 2024;9(2):112–24.
- Astrid G. Meningkatkan citra perusahaan melalui optimalisasi komunikasi eksternal hubungan masyarakat PT. KAI Divisi Regional III Palembang. *J Komunikasi Publik*. 2025;12(1):45–57.