STRATEGI KOMUNIKASI PROGRAM PROMO AIR BERSIH PDAM TIRTA LAWU KARANGANYAR DALAM RANGKA MENINGKATKAN JUMLAH PELANGGAN
(Studi Program Air Bersih PDAM TIRTA LAWU Karanganyar Unit Matesih)

Lina Darwanti, Alvika Hening Perwita, Djoko Tri Siswadi

Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Komunikasi dan Manajemen
Universitas Sahid Surakarta

ABSTRACT

This Research took the title " Strategy of Communication for Promo Water PDAM TIRTA LAWU Karanganyar Programme in order to Increase Number of Customers " (Study of Case of Clean Water Promo PDAM Karanganyar Unit Matesih Programme) . This research was conducted in the PDAM Karanganyar office . In the implementation of increasing the number of customers need strategies to plan and disseminate information with target to society . strategy of communications made to streamline the dissemination activities information by approaching directly , face to face and also media such as brochures .

Strategy implementation are used to disseminate information directly to society . this research aims to determine directly the task relationships in the subscription increase the number of customer PDAM TIRTA LAWU Karanganyar .

The research method used descriptive qualitative research is research which describes in detail by describing all the problems associated with what is being studied that is about strategy of communications made by the client relationships in order to improve number of customers.

After conducted the research , it can be concluded that in the dissemination of information in order to attract public interest required communication strategies for more streamline activities dissemination informations, as provide a more detailed explanation of the easy in obtaining clean water by using the services of PDAM . subscription required on the relationship delivery of information to the public should be clear and easy to understand so that people can understand and not wrong to use the services of one of the PDAM.

Keywords : Strategi komunikasi, strategi pesan, strategi media dan strategi tatap muka / face to face.

PENDAHULUAN

Seluruh makhluk hidup yang ada di bumi pasti membutuhkan air. Air merupakan salah satu sumber kehidupan. Banyak manfaat yang diberikan air di antaranya mengatur suhu tubuh. Dengan menggunakan air secukupnya khususnya minum tubuh akan selalu segar dan kesehatan tetap terjaga. Proses pengelolaan dan pengadaan air minum merupakan tanggung jawab manusia. Sejak dahulu kala masyarakat telah mengadakan usaha pengadaan air minum secara tradisional baik secara sendiri maupun kolektif dengan memanfaatkan sumber daya alam yang ada. Walaupun demikian mengingat keterbatasan-keterbatasan yang ada seperti kesulitan air bersih, keringnya sumur, jauh dari mata air maka diperlukan usaha untuk pengadaan air minum tersebut dari pihak pemerintah. Salah satu usaha tersebut di antaranya dengan memberikan pelayanan air minum melalui suatu perusahaan daerah yang disebut dengan Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) yang dapat dinikmati semua lapisan masyarakat.

Dengan mengacu pada pelayanan yang wajib diberikan oleh PDAM kepada masyarakat maka pelayanan merupakan kunci keberhasilan dari berbagai kegiatan usaha. Pelayanan adalah suatu kegiatan atau urutan kegiatan yang terjadi dalam interaksi langsung antara seseorang dengan orang lain secara fisik dalam mencapai kepuasan pelanggan. Pelayanan yang didambakan oleh pelanggan adalah sebagai berikut: (1) adanya kemudahan dalam penanganan masalah dengan cepat dalam arti tanpa hambatan yang kadang dibuat-buat (2) adanya perolehan pelayanan tanpa gerutu, sindiran atau untaian kata lain yang nadanya mengarah pada permintaan sesuatu baik dengan alasan untuk dinas atau alasan untuk kesejahteraan (3) adanya pelayanan yang sama dalam penanganan kepentingan (4) adanya pelayanan yang jujur dan terus terang artinya apabila ada hambatan karena sesuatu hal yang tidak diinginkan.

Promo air bersih adalah suatu program yang berkaitan dengan jasa pelayanan yang dilaksanakan oleh perusahaan dalam upaya meningkatkan jumlah pelanggan dalam menggunakan jasa PDAM TIRTA LAWU Kabupaten Karanganyar. Tujuan promo air bersih itu sendiri yaitu agar PDAM TIRTA LAWU Kabupaten Karanganyar dapat bergerak lebih cepat dalam meningkatkan jumlah pelanggan. Di dalam pelaksanaan kegiatan untuk menunjang keberhasilan peranan Hubungan Langganan membutuhkan suatu strategi komunikasi yang nantinya dapat digunakan di dalam kegiatan penyebarluasan informasi. Penyusunan strategi komunikasi ini tentu saja tidak lepas dari perencanana pesan, perencanaan media dan perencanaan pelaksanaan sebagai komponen pokok dari kegiatan komunikasi.

Rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu, bagaimana strategi komunikasi Promo Air Bersih Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM Unit Matesih Kabupaten Karanganyar) dalam rangka meningkatkan jumlah pelanggan?

Strategi Komunikasi

Strategi yang diterapkan humas di dalam mendukung kegiatan untuk tercapainya tujuan suatu organisasi adalah dengan melakukan survei (*fact finding*) secara berkesinambungan agar organisasi tersebut dapat menganalisis perubahan yang terjadi di lingkungannya. Dalam usaha pencapaiaan strategi yang dilakukan oleh Hubungan Langganan dalam kegiatan penyebarluasan informasi kepada msyarakat yang kemudian diimplementasikan ke dalam strategi proses perencanaan program humas.

Di dalam suatu perusahaan strategi merupakan suatu hal yang penting sebelum melakukan kegiatan. Hal ini dikarenakan di dalam mengambil suatu keputusan kita tidak bisa terburu-buru semua harus di rancang sesuai dengan strategi perencanaan manajemen agar dapat mencapai suatu tujuan yang di inginkan. Salah satu kegiatan yang dilakukan oleh hubungan langganan dalam pelaksanaan tugasnya adalah kegiatan penyebarluasan informasi kepada masyarakat sebagai bagian dari perwujutan tugas humas pada instansi pemerintah. Penyebarluasan informasi dalam hal ini dapat dipahami sebagai "Penyebaran pesan yang berisikan fakta dan data yang sesuai dengan kenyataan". Penyebarluasan informasi dapat dikategorikan kedalam dua arti yaitu dalam arti sempit sebagai pemberian informasi kepada yang membutuhkan dan yang kedua dalam arti luas dimana dipahami sebagai kegiatan dalam rangka memberikan informasi yang prosesnya mulai dari riset, merencanakan, melaksanakan, pengecekan, tanggapan publik, mengevaluasi dan penyempurnaan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif-kualitatif. Hal ini sejalan dengan pendapat Lexi dalam Moleong (1986: 3) yang menyatakan "metodologi kualitatif" sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Dengan kata lain, penelitian ini disebut penelitian kualitatif karena merupakan penelitian yang tidak mengadakan perhitungan. Penelitian ini mengambil lokasi di PDAM TIRTA LAWU Karangayar khususnya Unit Matesih. Alasan penulis memilih PDAM TIRTA LAWU Karanganyar sebagai obyek penelitian karena sebagai salah satu perusahaan yang bergerak di bidang jasa air bersih. PDAM TIRTA LAWU Karanganyar dituntut untuk bisa meningkatkan dan menerapkan strategi promo air bersih yang efektif dan efisien guna meraih pelanggan baru dan mempertahankan loyalitas pelanggan. Sumber data ini berupa orang, benda atau tempat yang dapat memberikan data sebagai bahan penyusunan informasi bagi penelitian yang dilakukan oleh penulis. Menurut Lexi J. Moleong (1986: 47) sebagaimana yang dikutip oleh bahwa sumber data utama dalam penelitian kualitatif ialah kata-kata dan tindakan selebihnya adalah data tambahan seperti dokumen dan lain-lain.

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatakan data.

Untuk memperoleh data yang dibutuhkan dalam penelitian ini digunakan metode sebagai berikut dimana data hasil penelitian didapatkan melalui dua sumber data, yaitu data primer dengan wawancara dan observasi, sedangkan untuk data sekunder berupa dokumen. Dalam validitas data, peneliti menggunakan triangulasi sumber dengan sumber PDAM Tirta Lawu Karanganyar dengan membandingkan dan mengecek baik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda. Dan triangulasi metode dengan pengecekan derajat kepercayaan penemuan hasil penelitian beberapa teknik pengumpulan data, pengecekan derajat kepercayaan beberapa sumber data dengan metode yang sama.

Metode analisis data yang peneliti gunakan adalah metode analisis data deskriptif, karena penelitian ini bertujuan untuk merumuskan model strategi promo air bersih pada PDAM Karanganyar khususnya Unit Matesih. Metode analisis deskriptif adalah suatu analisis yang mendeskripsikan data yang berkaitan dengan pokok permasalahan yang sudah dirumuskan baik berupa kondisi atau hubungan yang ada, pendapat yang sedang tumbuh, proses yang sedang berlangsung, akibat yang sedang terjadi dan kecenderungan yang telah berkembang. Data yang diperoleh dan dikumpulkan berasal dari berbagai sumber kemudian ditelaah dalam upaya meningkatkan pemahaman terhadap obyek yang diteliti. Menurut Moleong (1986: 103) mengenai pekerjaan analisa data di sini adalah mengatur, mengurutkan, mengelompokkan, memberi kode, dan mengkategorikannya.

HASIL PENELITIAN

Kegiatan mempromosikan air bersih kepada masyarakat tidaklah mudah untuk dilakukan walaupun kegiatan tersebut dilaksanakan di suatu daerah kabupaten. Hal itu dikarenakan masing-masing masyarakat pada suatu daerah mempunyai karakteristik yang berbeda-beda sehingga PDAM khususnya Hubungan Langganan harus dapat melaksanakan kegiatan promo air bersih dengan memahami masyarakat yang menjadi sasaran dari kegiatan tersebut. PDAM dalam hal ini diwakili oleh Hubungan Langganan, oleh karena itu Hubungan Langganan haruslah dapat merancang pesan atau kegiatan mempromosikan sesuai dengan karakteristik masyarakat yang akan diberi suatu penyuluhan. Karakteristik masyarakat yang dimaksud bisa dilihat melalui tingkat pendidikan, pekerjaan ataupun status sosial masyarakat tertentu.

Dari hasil penelitian dapat diketahui dilakukan bagaimana pemikiran dan cara kerja hubungan langganan dalam mengimplementasikan konsep kedalam pelaksanaan. Data langganan selanjutnya di peroleh melalui observasi dan perolehan data melalui dokumen yang ada sehingga dapat digunakan sebagai data pendukung dalam laporan penelitian. Observasi yang dilakukan adalah dengan melihat bagaimana perancangan kegiatan penyebarluasan informasi yang akan dilakukan. Sedangkan fokus penelitian yang dilakukan oleh peneliti difokuskan kepada strategi komunikasi dalam mempromosikan air bersih kepada masyarakat dengan pesan dan media yang digunakan serta bagaimana pelaksanaan strategi

komunikasinya.

Pada penelitian ini yang dijadikan pedoman untuk merumuskan strategi komunikasi serta perpaduan antara perencanaan, pelaksanaan serta evaluasi terhadap para konsumen baik dalam hal pemahaman sikap, tindakan dan analisis SWOT yang hasilnya akan merevisi, menambah dan mengembangkan database. Analisis SWOT adalah salah satu bentuk analisis dalam manajemen dengan menggunakan prinsip SWOT (*Strenght, Weaknesses, Opportunities, and Threats*). Analisis SWOT digunakan untuk melihat kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang akan dihadapi oleh perusahaan. Dengan melihat kekuatan yang dimiliki serta mengembangkan kekuatan tersebut dapat dipastikan bahwa perusahaan akan lebih maju dibanding pesaing yang ada. Demikian juga dengan kelemahan yang dimiliki harus diperbaiki agar perusahaan bisa tetap eksis. Peluang yang ada harus dimanfaatkan sebaik-baiknya oleh perusahaan agar volume pelanggan dapat meningkat dan ancaman yang akan dihadapi oleh perusahaan haruslah dihadapi dengan mengembangkan strategi promo yang baik.

Analisis SWOT merupakan kekuatan yang dimiliki oleh perusahaan beserta kelemahannya. Dengan adanya evaluasi berdasarkan analisis SWOT ini diharapkan dapat memperhatikan kebutuhan dan keinginan publik serta meningkatkan kualitas pelayanan sebagai usaha untuk meningkatkan jumlah pelanggan. Tujuan analisis SWOT adalah memisahkan masalah pokok dan memudahkan pendekatan strategis. *Strenght*, setiap perusahaan perlu menilai kekuatan dan kelemahannya. PDAM Kabupaten merupakan perusahan yang terorganisir terutama dalam pembagian ruangan sesuai dengan struktur organisasi yang telah di susun serta hubungan yang terjalin erat antara kepala bagian dan staff. Hal ini yang menjadikan PDAM Kabupaten Karanganyar selalu bertahan dan harmonis sampai sekarang serta selalu kompak dalam menangani semua permasalahan yang ada dan meningkatkan jumlah pelanggan. Selain itu PDAM Kabupaten Karanganyar juga mendapat dukungan penuh dari Bupati Karanganyar. *Weaknesses*, PDAM Karanganyar memiliki beberapa kelemahan SDM terutama pada jumlah karyawan. Saat ini strategi yang dilakukan untuk meningkatkan kualitas SDM-nya diantaranya dengan melaksanakan program pendidikan structural dan fungsional. Dalam hal ini pegawai dengan level pendidikan SLTA dibiayai untuk meningkatkan level pendidikannya, begitu juga dengan upaya meningkatkan pegawai yang berpendidikan strata-2 lebih banyak lagi yang saat ini sudah berjumlah 4 orang (1,9%). Dengan mempertimbangkan tingkat dan jenis pendidikan, PDAM Tirta Lawu masih memerlukan karyawan dengan keahlian di tehnik lingkungan dan akuntansi. Karyawan PDAM Tirta Lawu sebanyak 210 orang berada dalam rentang usia 29 tahun sampai 55 tahun. Kondisi ini menunjukkan rentang 5 tahun ke depan terdapat 6 orang karyawan PDAM Tirta Lawu yang memasuki perna tugas.

Selain itu sampai dengan tahun 2013 PDAM Kabupaten Karanganyar masih mengalami kesulitan sumber air baku. Oleh karena itu PDAM Karanganyar memanfaatkan 24 sumber air baku yang terdiri dari : mata air 13 buah dan sumur 11 buah hal ini di harapkan dapat meningkatkan sumber air baku. *Opportunites*, PDAM

Kabupaten Karanganyar memiliki banyak peluang dalam meningkatkan jumlah pelanggan. Seperti adanya keinginan dari masyarakat untuk mengggunakan jasa PDAM Kabupaten Karanganyar dalam memenuhi kebutuhan air bersih. Oleh karena itu PDAM Karanganyar melakukan strategi komunikasi promo air bersih untuk menarik masyarakat lebih banyak lagi menggunakan jasaPDAM Karanganyar. Sedangkan *Threats*, Tantangan yang harus diperhatikan oleh PDAM Karanganyar dalam hal ini adalah adanya tuntutan dari masyarakat yang komplek dan beranekaragam serta kondisi lingkungan yang kurang mendukung. Oleh karena itu PDAM Karanganyar haruslah sigap dalam menangani permasalahan ini semua agar tidak terjadi kemerosotan pendapatan / jumlah pelanggan.

Didalam menangani ancaman tersebut PDAM Karanganyar senantiasa memberikan pengertian dan penyuluhan secara langsung kepada masyrakat mengenai apa yang menjadi kendala. Oleh karena itu PDAM melakukan strategi dengan lebih memberikan peluang bagi masyarakat untuk memberikan pendapat / keluhan mereka secara langsung atau tatap muka. Hal ini bertujuan agar apa yang menjadi kendala atau permasalahan pada masyarakat dapat segera di atasi dan dapat ditemukan solusi sesuai dengan yang diinginkan oleh masyarakat.

KESIMPULAN

Dari hasil penelitian dan pembahasan Strategi yang digunakan PDAM Tirta Lawu Karanganyar dalam meningkatkan jumlah pelanggan berupa Strategi Pesan, Strategi Media dan Strategi Pelaksanaan. Dari Strategi yang yang telah dilakukan, maka dapat diambil kesimpulan bahwa strategi promo air bersih yang dilakukan oleh PDAM TIRTA LAWU Kabupaten Karanganyar berjalan sesuai yang diharapkan dan jumlah pelanggan meningkat dari Juni 2010 dengan jumlah pelanggan awal 92 Sambungan Rumah (SR) kemudian meningkat menjadi 562
Sambungan Rumah (SR) data bulan Mei 2013.

REFERENSI

Cutlip.Center. 1994. *Effective Public Relations*. new jersey

Effendi ,Onong. 1986. *Hubungan Masyarakat Suatu Studi Komunikasi*. Bandung. Remaja Rosdakarya.

Effendi 2003. *Ilmu Komunikasi teori dan praktek*. Bandung: remaja rosdakarya

Jefkins 1992. *Public Relations*. Erlangga: Jakarta. PT. Raja Grafindo Persada.

Josep A.Devito. 2003. *Komunikasi Interpersonal* . Jakarta: penerbit kanisius

Joko Subagyo 1983, Metode Penelitian, Jakarta CV.Rajawali

Moleong , Lexi. J. 1986. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung. PT Remaja Rosda karya.

Rosadi , Roslan. 1998. *Manajemen Humas dan Manajemen Komunikasi*. Jakarta. PT. Raja Grafindo Persada.

S.M. Siahaan. 1994. *Ilmu Hubungan Masyarakat*. Jakarta. PT. Grasindo Sunarjo

Djunaesih. 2005. *Teori Komunikasi*. Jogjakarta. Media Wacana

Sutejo. 2002. *Analisis Swot*. Semarang Kajian Manajemen Strategi.

Sutopo, 1982. *Pengantar Penelitian Kualitatif*. Surakarta Puslit UNS.

Widjaya , AW 1986. *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat*.Jakarta. PT. Bina Aksara

Di dalam suatu perusahaan strategi merupakan hal terpenting sebelum melakukan

REFERENSI

Cutlip.Center. 1994. *Effective Public Relations*. new jersey

Effendi ,Onong. 1986. *Hubungan Masyarakat Suatu Studi Komunikasi*. Remaja Rosdakarya. Bandung.

Effendi 2003. *Ilmu Komunikasi teori dan praktek*. Bandung: remaja rosdakarya Jefkins 1992.

Public Relations. Erlangga: Jakarta. PT. Raja Grafindo Persada. Josep A.Devito. 2003. *Komunikasi*

Interpersonal . Jakarta: penerbit kanisius Joko Subagyo 1983, Metode Penelitian, Jakarta

CV.Rajawali

Moleong , Lexi. J. 1986. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung. PT Remaja Rosda karya.

Rosadi , Roslan. 1998. *Manajemen Humas dan Manajemen Komunikasi*. Jakarta. PT. Raja Grafindo Persada.

S.M. Siahaan. 1994. *Ilmu Hubungan Masyarakat*. Jakarta. PT. Grasindo Sunarjo dan Djunaesih.

2005. *Teori Komunikasi*. Jogjakarta. Media Wacana Sutejo. 2002. *Analisis Swot*. Semarang

Kajian Manajemen Strategi.

Sutopo, 1982. *Pengantar Penelitian Kualitatif*. Surakarta Puslit UNS. Widjaya , AW 1986.

Komunikasi dan Hubungan Masyarakat.Jakarta

PT. Bina Aksara