



STRATEGI HUMAS PERUMDAM TIRTA KERTA RAHARJA KABUPATEN TANGERANG DALAM MENANGANI KELUHAN PELANGGAN

Aina Kusumawati Sagual Putri¹, Mochammad Mirza², Ari Suseno³, Alamsyah⁴

[*ainaksputri@gmail.com*](mailto:ainaksputri@gmail.com)¹, [*m_mirza@unis.ac.id*](mailto:m_mirza@unis.ac.id)², [*arisen23@uiis.ac.id*](mailto:arisen23@uiis.ac.id)³, [*alamsyah@unis.ac.id*](mailto:alamsyah@unis.ac.id)⁴

Program Studi Ilmu Komunikasi^{1,2,3,4} Universitas Islam Syekh Yusuf Tangerang

ABSTRACT

This research examines the public relations strategy of PERUMDAM TKR Tangerang Regency in handling customer complaints and improving service. A fast and precise strategy is needed to handle customer complaints. The purpose of this research is to find out the strategies used by PERUMDAM TKR Tangerang Regency public relations in handling customer complaints. This research uses a descriptive qualitative approach, meaning it provides a thorough and in-depth explanation of the subject matter discussed. Data shows that public relations must understand their primary role in handling customer complaints. This includes handling customer technical and administrative complaints. A public relations strategy is needed to handle customer complaints more efficiently. The results of this research are 1. Public Relations has strategic stages in handling customer complaints, 2. Public Relations does not only handle complaints, but provides company information to customers via social media, 3. Public Relations carries out good two-way communication, 4. The percentage of PR services increases every year, 5. The obstacle in handling customer complaints is that we cannot directly process complaints that go to the PR department.

Keywords : *public relations strategy, customer complaints, public service*

PENDAHULUAN

Perusahaan Daerah Air Minum (PERUMDAM) merupakan salah satu unit milik daerah, yang bergerak dalam distribusi air bersih bagi masyarakat umum. PERUMDAM Tirta Kerta Raharja (TKR) Kabupaten Tangerang banyak menerima keluhan dari pelanggan. Seringkali, keluhan dianggap merusak operasi organisasi, sehingga banyak pihak berusaha menyembunyikannya atau mengabaikannya. Terlepas dari itu, keluhan adalah sinyal yang baik untuk meningkatkan kinerja organisasi. Faktanya, mengelola kritik dan menanggapi dapat menjadi bahan penting dari keberhasilan perusahaan dalam mencapai tujuannya untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, meningkatkan loyalitas pelanggan, dan meningkatkan keuntungan. Keluhan muncul karena pendapat, persepsi, dan harapan yang berbeda antara pengguna layanan dan layanan yang disediakan.



PERUMDAM Tirta Kerta Raharja Kabupaten Tangerang memiliki berbagai *platform* media sosial seperti *Instagram, Email, WhatsApp, Website*, dan lain sebagainya. Media sosial dapat digunakan oleh pelanggan untuk menyampaikan keluhan mereka, mencari tau informasi, atau memberikan informasi kepada perusahaan. Keluhan yang masuk di PERUMDAM TKR Kabupaten Tangerang sangat bervariasi, tetapi keluhan tersebut dibagi menjadi dua golongan, yaitu keluhan teknis dan keluhan administrasi. Keluhan teknis biasanya pelanggan mengadukan keluhan tentang air tidak mengalir, air tekanan kecil, air keruh, air berbau, kebocoran pipa, water meter rusak, dan pemindahan water meter. Sedangkan, keluhan administrasi biasanya yang dikeluhkan oleh pelanggan perubahan nama pemasangan atau balik nama, pemasangan kembali, dan tagihan melonjak.

Salah satu keluhan pelanggan yang dapat di lihat melalui berita liputan6.com PERUMDAM Kabupaten Tangerang mendatangi rumah warga yang mengeluhkan air keruh berwarna coklat. Seperti yang diketahui sebelumnya, keruh nya air PERUMDAM yang mengalir ke rumah warga dikarenakan kualitas air baku Sungai Cisadane sudah menurun akibat musim kemarau. Air keruh terletak di Perumahan Harapan Kita di kecamatan Kelapa Dua, Kabupaten Tangerang. Sepanjang musim kemarau ini, pelanggan Perumahan Harapan Kita telah menggunakan melalui proses filtrasi dan pembubuhan yang telah melebihi dosis.

Dikarenakan banyaknya keluhan masuk, humas ada karena kebutuhan. Untuk membangun hubungan yang positif antara pimpinan manajemen dengan karyawan adalah tugas utama humas. Selain itu, kemampuan berhubungan dan berkomunikasi dengan orang-orang di luar perusahaan juga penting karena merekalah yang pada akhirnya menentukan apakah perusahaan berhasil mencapai tujuan dan citra yang diinginkan.

Humas memiliki peran penting dalam menjalankan tugas dan fungsinya, humas harus memiliki rencana untuk membangun hubungan yang baik dengan masyarakat dan pelanggan PERUMDAM. Tugas dan fungsi humas PERUMDAM TKR yaitu untuk membangun hubungan setiap bagian masyarakat, baik secara langsung maupun melalui media. Fungsi ini memungkinkan PERUMDAM TKR untuk memfasilitasi penyediaan dan penyebaran informasi serta dokumentasi umum untuk mendukung pembentukan citra layanan yang sesuai dengan tuntutan masyarakat dan pelanggan.

Strategi awal humas dalam menangani keluhan pelanggan adalah memeriksa keluhan yang masuk dan mencari tahu apa masalah dari keluhan tersebut. Keluhan masuk dalam kategori keluhan teknis atau keluhan administrasi. Lalu setelah menentukan kategori keluhan, humas melakukan screening dengan memberikan beberapa pertanyaan dasar ke pelanggan untuk proses selanjutnya. Pertanyaannya yaitu nama pelapor, nomer telepon,



nomer sambungan layanan (SL), dan nama pelanggan. Setelah humas menerima jawaban dari pelanggan, humas dapat melanjutkan proses untuk keluhan tersebut.

KAJIAN LITERATUR

Public Relations atau humas adalah fungsi manajemen yang digunakan untuk mencapai tujuan, yang membutuhkan rencana kerja yang menyeluruh, pencarian fakta, perencanaan, komunikasi, dan evaluasi hasil. Fungsi manajemen khusus yang dikenal sebagai humas adalah membangun dan mempertahankan saluran komunikasi, mendorong pemahaman dan kerja sama antara publik perusahaan, melibatkan pemecah masalah dan manajemen masalah, membantu menjaga informasi manajemen dan menanggapi opini publik, menekankan kewajiban manajemen untuk melayani kepentingan publik, membantu manajemen mengikuti perubahan dan memanfaatkan secara afektif, dan berfungsi sebagai sistem peringatan bagi manajemen tentang masalah yang mungkin terjadi.

Salah satu fungsi humas adalah menanggapi opini publik didalamnya banyak keluhan yang disampaikan oleh pelanggan kepada perusahaan, bagaimana keluhan tersebut tidak berdampak negatif bagi perusahaan humas harus mempunyai strategi yang menguntungkan untuk perusahaan. Teori yang dipakai dalam penelitian ini Teori Excellence *Public Relations* (Model Dua Arah Simetris) untuk melihat bagaimana perusahaan menggunakan media sosial untuk menangani keluhan pelanggan. Selain itu, humas dan pelayanan bertanggung jawab untuk melayani pelanggan dan memastikan pelanggan puas atas pelayanan yang diberikannya.

Untuk meningkatkan komunikasi eksternal dan internal, *public relations* atau humas harus memiliki strategi khusus. Karena strategi adalah siklus tindakan yang sistematis dengan tujuan untuk mengetahui masa depan program. kemudian Ruslan menyarankan menggunakan lima indikator strategi hubungan masyarakat, yang pertama strategi operasional, pendekatan persuasif dan edukatif, pendekatan tanggung jawab sosial humas, pendekatan kerja sama, pendekatan koordinatif dan integratif.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, penelitian deskriptif induktif eksploratori, yang menganalisis dan mempelajari fenomena yang menarik perhatian penelitian, khususnya dalam bidang kehumasan. Penelitian kualitatif sendiri bertujuan untuk memahami fenomena yang dialami subjek penelitian melalui deskripsi kata-kata dan bahasa dalam konteks tertentu.



Penelitian dilakukan dalam beberapa tahap. Tahap pertama dimulai dengan pengumpulan informasi dan observasi lokasi penelitian, kemudian analisis induktif melalui studi pustaka dan wawancara dengan narasumber, dan penyusunan laporan akhir penelitian. Penelitian dilakukan di kantor PERUMDAM Tirta Kerta Raharja Kabupaten Tangerang, Jalan Kisamaun No. 204, RT.002/RW.007, Sukasari, Kec. Tangerang, Kota Tangerang, Banten 15118.

Pemilihan narasumber menjadi fokus dan memilih yang relevan, yaitu humas dan hubungan pelanggan PERUMDAM TKR Kabupaten Tangerang. Narasumber penelitian terdiri dari :

1. Fildza Awanis Ghaisani sebagai Staff Sub Hubungan Eksternal dan
2. Jurnalistik.
3. Lulu Dhia Khairunnisa sebagai Kepala Sub Bagian Hubungan Pelanggan.
4. Fina Fitriyanti Sebagai Staff Sub Bagian Hubungan Pelanggan.
5. Isda Isnawangsi Muzakki Sebagai Staff Sub Bagian Hubungan Pelanggan.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Menurut hasil penelitian yang dilakukan dengan menggunakan lima indikator strategi hubungan masyarakat menurut Ruslan, indikator-indikator ini diuraikan sebagai berikut :

1. Strategi operasional yaitu program kemasyarakatan, sosial kultural, dan nilai-nilai yang ada di masyarakat dari opini publik atau keinginan masyarakat terlihat dalam berita, surat kabar, dan lainnya yang tampil di berbagai media massa. Humas PERUMDAM TKR Kabupaten Tangerang selalu mendengarkan opini-opini publik dan keluhan yang masuk, untuk tetap menjaga kualitas pelayanan.
2. Pendekatan persuasif dan edukatif yaitu humas harus mewujudkan komunikasi dua arah, dengan menyampaikan informasi dari perusahaan kepada pelanggan dengan cara pendekatan persuasif. Tujuan dari pendekatan ini agar PERUMDAM TKR Kabupaten Tangerang dan pelanggan adanya saling pengertian, satu pemahaman, rasa saling pengertian, dan sebagainya.
3. Pendekatan tanggung jawab sosial humas yaitu adanya inisiatif kesadaran tanggung jawab sosial dan sasaran yang ingin dicapai, hal ini tidak bertujuan untuk memperoleh keuntungan pribadi bagi masyarakat atau perusahaan, tetapi untuk keuntungan bersama.
4. Pendekatan kerjasama yaitu untuk meningkatkan kerjasama antara PERUMDAM TKR dan pelanggan, membangun hubungan yang harmonis untuk mendapatkan opini publik yang baik dan mengubah perfektif kedua belah pihak.



5. Pendekatan koordinatif dan integratif yaitu unyuk peran humas yang lebih luas membantu program pembangunan dan ketahanan nasional di bidang politik, ekonomi, seni budaya, dan hamkamnas. PERUMDAM TKR Kabupaten Tangerang mewakili dalam bidang ekonomi.

Model Dua Arah Simetris dalam Teori Excellence Public Relations

Penelitian ini menggunakan teori excellence untuk melihat bagaimana PERUMDAM Tirta Kerta Raharja Kabupaten Tangerang dalam menggunakan media sosial untuk menangani keluhan pelanggan. Berfokus pada presentasi Gruning Hunt karena PERUMDAM TKR Kabupaten Tangerang bergerak dalam bidang jasa di mana humas bertanggung jawab atas keberhasilan perusahaan dalam berkomunikasi dengan pihak eksternal dan internal.

Seperti yang telah disampaikan oleh Fildza Awanis Ghaisani sebagai Staff Sub Hubungan Eksternal dan Jurnalistik aplikasi dan media yang paling efektif untuk pelanggan mengadakan keluhan.

“Dalam bidang Humas kami melakukan penanganan pelanggan melalui aplikasi SP4N LAPOR dan Media Sosial kami seperti Instagram, Facebook dan Twitter. Aplikasi SP4N LAPOR adalah aplikasi pengelolaan pengaduan pelayanan publik yang dikelola oleh Kementerian Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi (Kementerian PANRB) sebagai Pembina Pelayanan Publik, Kantor Staf Presiden (KSP) sebagai Pengawas Program Prioritas Nasional dan Ombudsman Republik Indonesia sebagai Pengawas Pelayanan Publik. Lembaga tersebut menjadikan Diskominfo sebagai koordinator penanggung jawab pelayanan pengaduan di seluruh wilayah Kabupaten Tangerang. Pengelolaan pengaduan pelayanan melalui media sosial dengan menggunakan media sosial resmi PERUMDAM TKR Kabupaten Tangerang yaitu melalui Instagram (@perumdamtkr_), Facebook (Humas PERUMDAM TKR Kabupaten Tangerang) dan Twitter (@perumdamtkr).”

Selain itu humas digunakan sebagai media unruk menyampaikan pesan kepada pelanggannya atau sebagai media untuk menyebarluaskan informasi kepada publik agar publik mengetahuinya. Untuk mencapai tujuan mereka dalam menyampaikan informasi kepada publik, humas PERUMDAM TKR Kabupaten Tangerang memiliki beberapa wadah yang dapat digunakan untuk mempermudah tujuannya. Seperti yang telah



disampaikan oleh Fildza Awanis Ghaisani sebagai Staff Sub Hubungan Eksternal dan Jurnalistik strategi PERUMDAM Tirta Kerta Raharja Kabupaten Tangerang mempunyai wadah sebagai berikut:

“Dalam bidang Humas, kami selalu berusaha semaksimal mungkin untuk memberikan informasi terkini melalui media sosial PERUMDAM TKR, menyebarkan informasi atau pengumuman misalnya terkait rencana perbaikan kebocoran pipa melalui group Whatsapp wilayah atau cabang dan bekerjasama dengan FKP (Forum Komunikasi Pelanggan) untuk menyampaikan informasi atau pengumuman yang diberikan oleh perusahaan kami kepada perwakilan pelanggan di masing-masing area.”



Gambar 4.1 Informasi yang diberikan

Sumber: Media Sosial Instagram PERUMDAM TKR

Seperti yang disampaikan oleh Gruning, model komunikasi dua arah simetris adalah model yang dapat memungkinkan penyelesaian yang menguntungkan baik bagi publik atau organisasi. Oleh karena itu, humas tidak dapat secara sembarangan menanggapi keluhan yang disampaikan oleh pelanggan. Fildza Awanis Ghaisani sebagai Staff Sub



Hubungan Eksternal dan Jurnalistik strategi, menjelaskan ada beberapa tahapan yang dilakukan humas dalam menanggapi keluhan pelanggan di media sosial:

1. Membuka Akun Media Sosial PERUMDAM TKR
2. Menganalisis Informasi atau Aduan yang Diberikan oleh Followers Akun
3. Media Sosial PERUMDAM TKR pada Kolom Komentar dan Direct Message
4. Memberikan Informasi Kepada Pelanggan atau Followers PERUMDAM TKR
5. Melalui Kolom Komentar dan Direct Message
6. Menangani Aduan dari Pelanggan atau Followers PERUMDAM TKR yang masuk ke Media Sosial PERUMDAM TKR
7. Mengumpulkan Informasi Aduan dan Mendata Aduan Pelanggan untuk Dibuatkan E-Ticket
8. Koordinasi dengan Bagian Terkait untuk Menindaklanjuti Aduan Pelanggan

Tahapan yang dilakukan humas dalam menanggapi keluhan pelanggan melalui SP4N LAPOR

1. Mendapatkan Notifikasi Pengaduan melalui Group WhatsApp Admin SP4N LAPOR Kabupaten Tangerang
2. Membuka Aplikasi SP4N LAPOR melalui Search Engine
3. Melakukan Log-in pada Aplikasi SP4N LAPOR
4. Masuk ke Panel Admin
5. Menjawab Aduan Pelapor yang Masuk untuk PERUMDAM TKR
6. Melakukan Koordinasi dengan PIC SP4N LAPOR Kabupaten Tangerang

Indikator Keberhasilan pada Teori Excellence

Teori Excellence mempunyai tiga komponen yang menjadi dasar keberhasilan excellence communicatoin, yaitu inti knowledge core (pengetahuan), harapan bersama, dan budaya partisipasi. Penelitian ini menggunakan teori excellence public relations, yang digunakan dalam model dua arah simetris, untuk mengetahui bagaimana strategi humas dalam menangani keluhan pelanggan melalui media sosial. Setelah wawancara mendalam, penelitian akan memaparkan hasil penelitian untuk mengukur efektif teoru tersebut digunakan.

Knowledge Core (Pengetahuan)

Humas PERUMDAM TKR Kabupaten Tngerang memiliki wewenang sepenuhnya untuk mengelola media sosial PERUMDAM TKR, yang berarti humas bertanggung jawab atas apa yang diposting disana. Karena media sosial PERUMDAM TKR juga merupakan



platform online untuk layanan publik, humas PERUMDAM TKR harus memiliki strategi untuk mengelola media sosial dan menangani keluhan pelanggan yang muncul di media sosial.

Humas PERUMDAM TKR Kabupaten Tangerang harus selalu memantau akun sosial media perusahaan untuk mengetahui keluhan pelanggan dan mengetahui apa yang sedang terjadi, selain memantau media sosial humas juga harus aktif dalam memantau keluhan pelanggan yang ada di media massa . Ini dilakukan agar humas dapat menanggapi keluhan pelanggan.



Gambar 4.2 Keluhan pelanggan
Sumber: Wartabanten.id

Seperti yang ditunjukkan pada gambar 4.2 dalam keluhan pelanggan yang disampaikan lalu diposting oleh wartabanten.id. Dalam postingan tersebut humas PERUMDAM TKR Kabupaten Tangerang menanggapi.

“Terkait permasalahan diatas bahwa hal tersebut terjadi pada saat sedang terjadinya kemarau yang berkepanjangan yang menyebabkan kondisi sumber air baku paling besar berasal dari Sungai Cisadane mengalami penurunan kualitas dan sumber air baku di IPA (Instalasi Pengolahan Air) kami mengalami kekeringan dan air yang dialirkan tidak dapat mengalir secara normal. Pihak PERUMDAM TKR juga berupaya melakukan pemerataan aliran air dan memaksimalkan penampungan air kami untuk didistribusikan kepada pelanggan, kami juga memberikan bantuan air bersih yang dapat dilakukan permintaannya melalui masing-masing PIC wilayah atau cabang terkait.”



Shared Expectation

PERUMDAM TKR Kabupaten Tangerang dan pelanggannya memiliki harapan bersama. Karena kemarau yang panjang, banyak keluhan pelanggan muncul baik secara langsung maupun melalui media massa, seperti yang dikatakan oleh Fildza Awanis Ghaisani sebagai Staff Sub Hubungan Eksternal dan Jurnalistik, jika ada krisis yang dihadapi pertama kali yang dilakukan oleh humas yaitu:

“Pihak PERUMDAM TKR akan melakukan diskusi dan mencari solusi dengan direksi dan pihak-pihak terkait untuk membahas sesuai dengan permasalahan yang terjadi, lalu team humas melakukan pemberitaan melalui website kami di www.perumdamtkr.com dan team humas juga bekerjasama dengan team media-media untuk melakukan pemberitaan terkait permasalahan yang sedang dihadapi. Team humas beserta pihak yang berkaitan juga akan melakukan tinjauan ke lapangan dan turun langsung ke lapangan untuk menyelesaikan permasalahan yang sedang terjadi. Dan memeberikan bantuan air ke wilayah-wilayah.”

Participative Culture

Participative culture terdiri dari pengetahuan yang memadai dan harapan yang saling mendukung. Tanpa proses saling mendukung, budaya tidak akan berfungsi dengan baik. PERUMDAM TKR berusaha semaksimal mungkin untuk melayani masyarakat sesuai dengan standar operasional kami, jika ada masyarakat di area tertentu mengalami keluhan atau kendala, petugas kami bersama kepala wilayah atau kepala cabang bahkan sampai direksi kami pun akan turun ke lapangan melakukan pengecekan kondisi yang terjadi di lapangan dan pendekatan dengan pelanggan untuk memberikan penjelasan terkait kendala atau permasalahan yang terjadi di lapangan. Pihak kami juga akan menggiring pelanggan untuk memberikan informasi positif pada media sosial kami dan membantu memberikan informasi terkait apa yang terjadi pada lapangan kepada masyarakat terdampak atau tetangga kanan dan kirinya.



Hambatan Humas Dalam Proses Menangani Keluhan Pelanggan

Dalam bidang Humas, hambatan dalam menangani keluhan pelanggan adalah kami tidak dapat memproses langsung aduan yang masuk ke bagian Humas dikarenakan kami harus mengkoordinasikan kembali ke unit yang mempunyai kewenangan untuk memproses atau menindaklanjuti pengaduan. Bagian Humas juga tidak mempunyai sistem yang dapat langsung terkoneksi kepada wilayah pelayanan atau wilayah cabang lainnya untuk mempercepat proses pelaporan keluhan pelanggan.

Menjalankan komunikasi yang efektif dengan publik adalah salah satu ciri teori excellence. PERUMDAM TKR Kabupaten Tangerang merupakan perusahaan yang bergerak di bidang jasa, dan kemampuan humasnya untuk berkomunikasi dengan baik adalah salah satu kunci keberhasilan perusahaan. Humas berkomunikasi baik dengan eksternal (pelanggan) dan dengan internal (divisi lain).

Humas bertanggung jawab untuk menyampaikan pesan dan informasi perusahaan kepada pelanggan atau sebaliknya. Salah satu platform media sosial yang dimiliki perusahaan adalah *Instagram, Twitter, Facebook*. Selain menyampaikan informasi media sosial juga digunakan sebagai pelayanan publik online, jadi humas harus memiliki pendekatan untuk menangani keluhan pelanggan. Tidak berpilih-pilih dalam menangani keluhan, mengetahui keluhan termasuk katagori teknis atau administrasi, mengkoordinasiin kepada divisi terkait, kemudian, memberi pelanggan informasi sebagai tanggapan atas keluhan mereka.

Inti dari teori excellence ini adalah bahwa perusahaan memantau komunikasi yang ada di media sosial. Humas melakukan pemantauan ini agar humas mengetahui masalah dan dapat mengontrol masalah yang beredar di internet dan media sosial.

Kemudian adanya harapan bersama, beberapa bulan lalu terjadinya kemarau panjang, dengan adanya kejadian tersebut pelanggan sulit untuk mendapatkan air bersih. Humas, jajaran direksi dan pihak-pihak terkait berdiskusi untuk mencari solusi. Team humas beserta pihak yang berkaitan juga akan melakukan tinjauan ke lapangan dan turun langsung ke lapangan untuk menyelesaikan permasalahan yang sedang terjadi. Dan memeberikan bantuan air ke wilayah-wilayah.

Terakhir budaya partisipasi memerlukan pengetahuan yang memadai dan harapan yang saling mendukung. Tanpa proses saling mendukung budaya tersebut tidak akan berfungsi dengan baik. Sesuai standar operasional, Perusahaan akan terus berusaha sebaik mungkin untuk melayani masyarakat.



KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dari pembahasan, humas memiliki strategi dalam proses menangani keluhan pelanggan, dan dengan adanya humas presentase pelayanan meningkat setiap tahunnya.

1. Tahapan strategi yang dilakukan humas ketika menangani keluhan.
 - a. Menganalisis Informasi atau Aduan yang Diberikan oleh Followers Akun
 - b. Media Sosial PERUMDAM TKR pada Kolom Komentar dan Direct Message
 - c. Memberikan Informasi Kepada Pelanggan atau Followers PERUMDAM TKR
 - d. Melalui Kolom Komentar dan Direct Message
 - e. Menangani Aduan dari Pelanggan atau Followers PERUMDAM TKR yang masuk ke Media Sosial PERUMDAM TKR
 - f. Mengumpulkan Informasi Aduan dan Mendata Aduan Pelanggan untuk Dibuatkan E-Ticket
 - g. Koordinasi dengan Bagian Terkait untuk Menindaklanjuti Aduan Pelanggan
2. Humas juga tidak hanya membalas keluhan pelanggan tetapi menyampaikan informasi-informasi perusahaan kepada pelanggan melalui media sosial. Media sosial yang digunakan humas yaitu *Instagram, Facebook, Tiktok, Youtube, Website, Twitter* dan lainnya.
3. Humas melakukan komunikasi dengan baik dalam dua arah, secara internal maupun eksternal. Pada tingkat eksternal, humas harus mempertahankan kepercayaan pelanggan dan memastikan pelanggan terus menggunakan layanan PERUMDAM TKR Kabupaten Tangerang. Humas harus juga terus berkolaborasi dengan internal untuk menjalankan proses menangani keluhan pelanggan yang berkaitan dengan bagian divisi terkait yang akan menanggapi keluhan tersebut.
4. Permasalahan yang sering dilaporkan oleh pelanggan adalah terkait debit air yang berkurang dan permasalahan tagihan yang tidak sesuai dengan pemakaian pelanggan.
5. Hambatan dalam menangani keluhan pelanggan adalah kami tidak dapat memproses langsung aduan yang masuk ke bagian Humas dikarenakan kami harus mengkoordinasikan kembali ke unit yang mempunyai kewenangan untuk memproses atau menindaklanjuti pengaduan. Bagian Humas juga tidak mempunyai sistem yang dapat langsung terkoneksi kepada wilayah pelayanan atau wilayah cabang lainnya untuk mempercepat proses pelaporan keluhan pelanggan.



6. Presentase pelayanan naik setiap tahunnya dan pastinya memiliki target untuk tahun berikutnya.

Uraian	Satuan	Proyeksi Pasar					
		2019	2020	2021	2022	2023	2024
Jumlah Penduduk	Jiwa	3.816.431	3.937.817	4.063.064	4.192.294	4.325.634	4.463.216
Jumlah Pelanggan	Jiwa	1.221.258	1.535.749	1.869.009	2.221.916	2.595.381	2.856.458
Tingkat Pelayanan	%	35.60	38.57	45.10	53.02	60.03	63.91
Kebutuhan Air	Liter/Detik	5.672,99	7.107,63	8.579,59	10.008,87	11.635,41	12.654,17

REFERENSI

- Dewi, M., & Djalaluddin, L. W. (2016). Analisis Strategi Humas PERUMDAM Kota Ternate. *Informasi*, 46, 148.
- Fega Herdini, A. W. (2020). Responsivitas Pelayanan Publik Dalam Menangani Keluhan Pelanggan Di Perusahaan Daerah Air Minum (PERUMDAM) Kabupaten Nganjuk. *Global Health*, 167(1), 1–5.
- Kania Puspa Dyah Pitaloka. (2023). Strategi Humas PERUMDAM Kota Surabaya Dalam Menangani Keluhan Pelanggan Melalui Media Sosial. *Commercium*, 7(2), 28–37.
- Marino, H., Marino, A. S., & Walian, A. (2023). Strategi Humas Perusahaan Daerah Air Minum (PERUMDAM) Tirta Raja Kabupaten Oku Dalam Mengatasi Keluhan Pelanggan. *JKOMDIS : Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial*, 3(2), 486–489.
- Supriyanto, W. (2019). Strategi Komunikasi Internal PERUMDAM Tirta Satria Mengatasi Keluhan Pelanggan. *Warta ISKI*, 2(01), 48–53.