

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN PROFIL INSTASI

2.1. State Of The Art

NO	Judul	Nama Penelitian dan Tahun Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1.	ANALISIS KUALITAS LAYANAN PERUSAHAAN DAERAH AIR MINUM PADA PELAYANAN AIR BERSIH DI KECAMATAN TIRAWUTA KABUPATEN KOLAKA TIMUR	Fetni, Sudirman Baso, Anis Ribcalia Septiana (2023)	Kualitatif	Kualitas layanan PDAM Tirta Simbune dinilai cukup baik dalam aspek kehandalan (Reliability), ketanggapan (Responsiveness), jaminan (Assurance), dan empati (Empathy). Namun, sarana dan prasarana masih perlu ditingkatkan. Faktor internal (fasilitas, disiplin karyawan, prosedur) dan eksternal (musim, kesadaran masyarakat) mempengaruhi kualitas layanan.
2.	Analisis Kualitas Pelayanan Distribusi Air Bersih PDAM Tirta Bhagasasi Cabang Rawa Tembaga Kabupaten Bekasi Tahun 2022	Hartono, Krishantoro, Siti Nurbaity, Irwan Nurdiansah (2021)	Kualitatif	Fasilitas fisik (loket bersih, area parkir luas) dan teknologi aplikasi PP/Bti mempercepat penanganan keluhan. Namun, terdapat hambatan seperti usia pipa distribusi yang tua dan kekeruhan air baku. Upaya perbaikan meliputi

				pemasangan manometer induk, penambahan dosis PAC, dan pemeliharaan kontinuitas distribusi.
3.	Analisis Kualitas Pelayanan Menggunakan Metode Servqual Dan Importance Performance Analysis (IPA) (Studi Kasus: PDAM Tirta Benua Kutai Timur)	Dirga Febrian Hidayat, La Ode Ahmad Safar Tosungku, Lina Dianati Fathimahhayati (2023)	Kuantitatif	Kualitas layanan PDAM Tirta Benua tidak memenuhi harapan pelanggan (skor $Q = 0,94782 < 1$). Kesenjangan terbesar pada dimensi responsiveness (-0,24) dan reliability (-0,23). Atribut prioritas perbaikan meliputi: kejelasan informasi awal pemasangan, ketanggapan menangani keluhan, dan peningkatan kinerja karyawan. Rekomendasi utama: penambahan staf customer service, pelatihan komunikasi, dan sistem respons cepat.
4.	Evaluasi Efektivitas Sistem Informasi Pengaduan Pelanggan PDAM Tirtanadi Cabang Medan Kota Berbasis Web	Imelda Putri Hutauruka Windi, Nur Nabilab Aina, Furqanc Mhd. (2023)	Kuantitatif	Sistem informasi berbasis web meningkatkan efisiensi penanganan pengaduan pelanggan. Tantangan utama meliputi keamanan data dan pelatihan karyawan. Hasil menunjukkan peningkatan transparansi dan

				akuntabilitas, serta respons lebih cepat terhadap keluhan. Rekomendasi: peningkatan keamanan sistem dan pelatihan SDM.
5.	PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PDAM KOTA PADANG	Ulfa Mailani, Mayliza Riri (2019)	kuantitatif	1. Variabel Signifikan: - Tangible (fasilitas fisik), responsiveness (ketanggapan), empathy (empati), dan kepuasan pelanggan berpengaruh positif-signifikan terhadap loyalitas pelanggan 2. Variabel Tidak Signifikan: - Reliability (keandalan) dan assurance (jaminan) tidak berpengaruh pada loyalitas. 3. Model Regresi: $Y = 1,493 + 0,408X_1 + 0,481X_3 + 0,192X_5 + 0,114X_6$

Tabel 2.1. *State Of The Art*

2.2. Kerangka Teoretis dan Konsep

2.2.1. Theory of Communication Competence

Teori kompetensi komunikasi yang dikembangkan oleh Brian H. Spitzberg dan William R. Cupach menjadi kerangka penting dalam memahami bagaimana individu—termasuk praktisi humas—berinteraksi secara efektif dan sesuai dalam berbagai konteks komunikasi interpersonal.

Spitzberg dan Cupach mendefinisikan kompetensi komunikasi sebagai hasil dari kombinasi antara *skill* (keterampilan), *knowledge* (pengetahuan), dan *motivation* (motivasi), yang dinilai melalui persepsi orang lain terhadap efektivitas dan kesesuaian perilaku komunikasi dalam konteks tertentu (Littlejohn dkk., 2017).

Terdapat tujuh asumsi utama dalam teori ini:

1. Kompetensi dilihat sebagai kombinasi dari efektivitas dan kesesuaian komunikasi.
2. Kompetensi bersifat kontekstual.
3. Kompetensi merupakan spektrum, bukan variabel biner.
4. Kompetensi mencakup aspek mikro (misalnya: tersenyum) dan makro (misalnya: kepemimpinan komunikasi).
5. Kompetensi bersifat fungsional (berorientasi hasil).
6. Kompetensi bersifat interdependen dengan hubungan sosial.
7. Kompetensi merupakan persepsi yang dibentuk oleh pihak lain, bukan bawaan individu.

Komponen utama dalam teori ini dijelaskan sebagai berikut:

- **Keterampilan (*Skills*):** Merujuk pada perilaku komunikatif yang bisa diulang, disengaja, dan dapat diajarkan. Contohnya termasuk pengelolaan interaksi, penggunaan bahasa yang tepat sasaran, serta ekspresi empatik. Humas yang kompeten diharapkan mampu mengelola keluhan pelanggan dengan menampilkan keterampilan seperti mendengarkan aktif, mempertahankan ketenangan, serta merespons dengan bahasa

non-konfrontatif.

- **Pengetahuan (*Knowledge*):** Dibagi menjadi dua: *pengetahuan konten* (misalnya pemahaman tentang konteks sosial, prosedur teknis, dan terminologi air bersih), serta *pengetahuan prosedural* (misalnya kemampuan memilih cara komunikasi yang tepat di media sosial dibandingkan tatap muka). Pengetahuan ini memungkinkan humas menyampaikan informasi secara efektif kepada pelanggan dengan latar belakang dan kondisi yang beragam.

- **Motivasi (*Motivation*):** Berkaitan dengan dorongan atau keinginan internal untuk berkomunikasi secara proaktif. Humas dengan motivasi tinggi akan cenderung melakukan tindakan antisipatif, misalnya memberi pemberitahuan dini terkait gangguan air, serta melakukan tindak lanjut pasca-keluhan secara konsisten.

Dengan menggabungkan ketiga aspek ini, teori ini menyatakan bahwa kompetensi komunikasi hanya dapat diukur berdasarkan persepsi orang lain terhadap hasil interaksi. Oleh karena itu, dalam konteks Perumda Air Minum Sendang Kamulyan, keberhasilan humas tidak hanya ditentukan oleh niat baik, tetapi juga oleh sejauh mana pelanggan menilai bahwa komunikasi tersebut membantu mereka mengatasi masalah atau mendapatkan informasi yang dibutuhkan.

2.2.2. *Excellent Service Theory*

Teori Layanan Prima, yang diusulkan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan

Berry (1985), merupakan kerangka kerja teoritis yang menggambarkan model multifaset untuk menilai kualitas layanan (Parasuraman dkk., 1985). Model seminal ini mengidentifikasi lima dimensi inti yang dianggap sebagai komponen integral dalam evaluasi kualitas layanan. Kelima dimensi ini merupakan dasar fundamental untuk mengevaluasi sejauh mana organisasi mampu memberikan layanan yang memuaskan kepada pelanggannya. Berikut ini adalah penjelasan rinci dari masing-masing dimensi:

1. **Tangibles (Berwujud):** Dimensi ini mencakup semua elemen fisik yang secara langsung dapat diamati oleh pelanggan, termasuk fasilitas fisik, peralatan pendukung, sarana komunikasi, dan penampilan karyawan. Kehadiran elemen-elemen ini menumbuhkan kesan awal yang kuat, sehingga berfungsi sebagai indikator visual dari komitmen organisasi terhadap profesionalisme dan kesiapan layanan.
2. **Reliability (Keandalan):** Istilah ini mengacu pada kemampuan organisasi untuk memberikan layanan secara tepat waktu, akurat, dan konsisten sesuai dengan apa yang telah dijanjikan. Keandalan adalah komponen kunci dari kredibilitas dan integritas penyedia layanan, dan memainkan peran penting dalam menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap kualitas layanan yang diberikan.
3. **Responsiveness (Daya tanggap):** Dimensi ini menunjukkan kecepatan dan ketanggapan penyedia layanan dalam menanggapi permintaan, pertanyaan, atau keluhan pelanggan. Telah dibuktikan bahwa semakin cepat dan proaktif suatu organisasi dalam menanggapi kebutuhan

pelanggan, maka semakin tinggi pula persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan yang diberikan.

4. **Assurance (Jaminan):** Teks yang disebutkan di atas terdiri dari pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan etika karyawan dalam penyediaan layanan. Elemen ini mencakup kapasitas karyawan untuk menimbulkan rasa aman dan kepercayaan pada pelanggan, yang mencakup kompetensi teknis dan interaksi interpersonal mereka.

5. **Empathy (Empati):** Dimensi terakhir ini menggarisbawahi pentingnya memberikan perhatian pribadi yang otentik kepada setiap pelanggan. Empati ditunjukkan oleh komitmen penyedia layanan untuk memahami kebutuhan, harapan, dan keadaan setiap pelanggan secara individual, serta memperlakukan mereka dengan penuh perhatian dan kepedulian.

Ketiga dimensi yang paling relevan dengan konteks penelitian ini adalah *reliability*, *responsiveness*, dan *empathy*. Ketiganya memiliki keterkaitan langsung dengan *communication competence*:

- **Responsiveness** dapat dilihat sebagai aplikasi dari keterampilan dan motivasi dalam merespons keluhan secara cepat.
- **Empathy** berhubungan erat dengan *altercentricism* dalam teori kompetensi, yaitu kemampuan untuk memahami sudut pandang orang lain.
- **Reliability** berakar dari pengetahuan prosedural humas dalam mengelola ekspektasi dan realitas distribusi air bersih.

Integrasi antara teori *Excellent Service* dan *Communication*

Competence menunjukkan bahwa komunikasi yang kompeten bukan hanya meningkatkan efektivitas interaksi, tetapi juga menjadi sarana utama untuk membentuk kepercayaan dan kepuasan pelanggan terhadap pelayanan publik.

2.2.3. Peran Humas dalam Manajemen Keluhan

Peran Humas dalam organisasi publik, terutama seperti Perumda Air Minum, bukan sekadar sebagai juru bicara. Berdasarkan literatur yang relevan dan teori dari (Heath & Ihlen, 2018), fungsi Humas mencakup:

- **Mediator:** Humas menjadi jembatan antara pelanggan dan unit teknis internal, memastikan bahwa suara pelanggan sampai pada pengambil keputusan, sekaligus menyampaikan kondisi teknis secara transparan kepada pelanggan.
- **Problem Solver:** Dengan pendekatan komunikasi yang berorientasi solusi (*solution-oriented communication*), humas mampu mengarahkan komunikasi pada penyelesaian masalah, bukan sekadar klarifikasi pasif.
- **Builder of Trust:** Salah satu kunci dalam meningkatkan kepercayaan publik adalah konsistensi dalam menyampaikan informasi dan tindak lanjut yang sesuai dengan janji. Kepercayaan ini sangat berkaitan dengan *assurance* dan *reliability* dari teori *Excellent Service*.

Dalam studi ini, peran humas dinilai dari seberapa baik mereka mengomunikasikan gangguan distribusi air, menyampaikan penyebabnya, memperkirakan waktu perbaikan, serta mengelola ekspektasi pelanggan

secara transparan. Fungsi ini sangat penting karena pelanggan lebih cenderung menerima kondisi sulit ketika mereka merasa diperlakukan dengan adil dan dihargai secara komunikatif.

2.3. Operasionalisasi Konsep

Berdasarkan teori *Communication Competence*, penelitian ini mengoperasionalkan konsep dalam tiga aspek utama, yaitu keterampilan, pengetahuan, dan motivasi humas dalam merespons keluhan pelanggan. Seluruh indikator tersebut dalam penelitian ini diukur bukan melalui wawancara, tetapi melalui observasi unggahan media sosial resmi, tanggapan terhadap komentar masyarakat, serta analisis isi artikel media lokal dan dokumen digital perusahaan:

1. Keterampilan (Skills)

Humas diamati melalui bagaimana mereka menjelaskan penyebab gangguan secara terbuka kepada publik melalui unggahan di media sosial seperti Instagram @perumdamsendangkamulyan. Unggahan yang menyertakan informasi teknis—seperti penyebab kerusakan atau progres perbaikan—menunjukkan adanya kemampuan komunikasi yang informatif. Selain itu, pemilihan bahasa yang digunakan dalam menanggapi komentar publik juga diamati untuk menilai sejauh mana penggunaan bahasa empatik dan tidak defensif dilakukan. Jika Humas mampu merespons secara solutif dan menjaga suasana dialog tetap profesional di tengah tekanan publik, maka hal itu mencerminkan keterampilan komunikasi yang efektif.

2. Pengetahuan (Knowledge)

Humas dianalisis dari isi unggahan media sosial dan kutipan humas di artikel berita daring yang terbit di media lokal seperti Radar Pekalongan, AyoBatang, dan JawaPos. Fokus pengamatan adalah pada sejauh mana humas menunjukkan pemahaman terhadap prosedur operasional standar (SOP) dalam menangani gangguan air, pengetahuan teknis tentang penyebab gangguan (misalnya kerusakan pipa atau sedimentasi), serta kebijakan kompensasi yang berlaku. Ketika humas mampu menjelaskan secara publik hal-hal tersebut dengan baik, maka dapat disimpulkan bahwa mereka memiliki penguasaan pengetahuan yang dibutuhkan dalam komunikasi krisis.

3. Motivasi (Motivation)

Humas diukur melalui inisiatif mereka dalam memberikan informasi sebelum terjadi keluhan pelanggan. Hal ini ditelusuri dari frekuensi dan ketepatan waktu unggahan atau pengumuman di media sosial. Selain itu, konsistensi dalam memberikan update informasi saat proses perbaikan berlangsung menjadi indikator lain untuk menilai tingkat motivasi humas dalam menjaga komunikasi tetap aktif. Semakin cepat dan konsisten tanggapan terhadap keluhan atau pertanyaan di kolom komentar, maka semakin tinggi pula tingkat motivasi komunikatif yang dimiliki humas tersebut. Keterangan: Kompetensi komunikasi yang dimiliki oleh Humas mendorong terpenuhinya dimensi layanan prima (*Excellent Service*), yang pada gilirannya meningkatkan kepuasan pelanggan terhadap layanan Perumda Air Minum Sendang Kamulyan.

2.4. Profil Instansi

2.4.1. Sejarah Singkat Perumda Air Minum Sendang Kamulyan



Gambar 2.1 Logo Perumda Air Minum Sendang Kamulyan

Sumber: <https://www.sendangkamulyan.co.id/>

Didirikan pada bulan Juli 1985 sebagai Badan Pengelola Air Minum (BPAM) untuk menyediakan air bersih di Kabupaten Batang, Indonesia, entitas ini awalnya merenovasi jaringan air peninggalan Belanda di Kecamatan Bandar. Pada tahun 1993, BPAM berubah menjadi Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) berdasarkan Peraturan Daerah No. 2/1993. Reformasi selanjutnya memperbarui dasar hukumnya melalui Peraturan Daerah No. 25/2000 dan No. 5/2011. Pada tanggal 30 Juli 2020, melalui Peraturan Daerah No. 3/2020, PDAM Batang berganti nama menjadi Perumda Air Minum Sendang Kamulyan Kabupaten Batang, yang mencerminkan perannya yang terus berkembang dalam pengelolaan air minum di bawah pengawasan pemerintah daerah.

2.4.2. Profil Perumda Air Minum Sendang Kamulyan Kabupaten

Batang

Nama Instansi : Perumda Air Minum Sendang Kamulyan

Alamat : Jl. Dr. Wahidin No.50, Kadilangu, Kauman, Kec.
Batang, Kabupaten Batang, Jawa Tengah 51216

Nomor Telp : (0285) 4493111 (Pelayanan)
(0285) 391382 (Administrasi)

Email : humas@sendangkamulyan.co.id

Website : <https://www.sendangkamulyan.co.id/>

2.4.3. Visi dan Misi

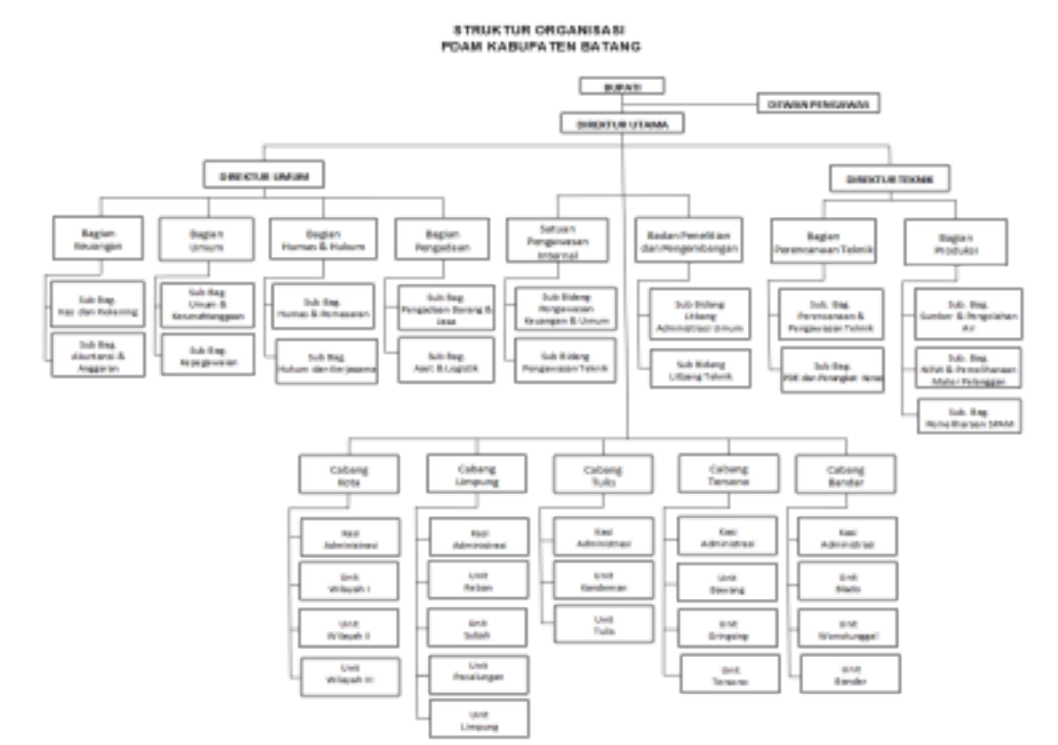
Visi

Menjadi Perumda Air Minum Yang Dicintai Masyarakat

Misi

1. Meningkatkan Pelayanan Prima
2. Meningkatkan Cakupan Pelayanan
3. Menjaga Kelestarian Sumber Air
4. Meningkatkan Kesehatan Masyarakat
5. Meningkatkan Kualitas SDM
6. Meningkatkan Kepedulian Kepada Masyarakat & Lingkungan

2.4.4. Struktur Organisasi



Gambar 2.2 Struktur Organisasi Perumda Air Minum Sendang Kamulyan

Sumber: Peraturan Bupati Batang Nomor 64 Tahun 2020