

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang Masalah

Model komunikasi Harold D. Lasswell menyatakan bahwa cara terbaik untuk menerangkan proses komunikasi adalah dengan menjawab pertanyaan: *Who, says what, in which channel, to whom and with what effect*. Model tersebut menggambarkan proses komunikasi, sering digunakan dalam proses komunikasi massa. Model ini mengisyaratkan bahwa lebih dari satu saluran dapat membawa pesan (*in which channel*). Dari model ini dapat dilakukan penelitian pada setiap unsur komunikasi. Unsur *Who*/sumber yang meneliti mengenai penguasaan pesan. Unsur *says what*/pesan berkaitan dengan analisis isi, *in which channel*/saluran. Unsur *to whom*/ penerima. Unsur *with what effect*/ efek yang di timbulkan.(Effendy, 2003: 253-254). Subyek dari penelitian ini adalah anggota *fanspage facebook* PDAM Surya Sembada Surabaya, obyeknya adalah tingkat pengetahuan mengenai informasi gangguan pelayanan air, teori yang digunakan adalah teori Lasswell dan teori tingkat pengetahuan Engel, metodenya adalah metode kuantitatif dengan melakukan survei pada anggota *fanspage facebook* PDAM Surya Sembada Surabaya.

Merujuk pada model komunikasi Harold D. Lasswell, *who*/sumbernya adalah humas PDAM Surya Sembada Surabaya, *Says what*/pesannya adalah informasi gangguan air, *in which channel*/salurannya adalah media online yakni *facebook*, *to whom*/penerimanya adalah anggota *fanspage facebook* PDAM Surya Sembada Surabaya, serta *with what effect*/pengaruh yang ditimbulkan adalah efek kognitif, proses komunikasi yang di kaji yakni efek yang di

hasilkan yakni efek kongnitif. Efek kognitif yang di hasilkan berupa pengetahuan dari anggota *fanspage facebook* PDAM Surya Sembada Surabaya mengenai informasi gangguan pelayanan air yakni pengetahuan mengenai penyebab gangguan air, waktu dan tempat terjadinya gangguan air, serta akibat yang di timbulkan dari gangguan air tersebut. Oleh Engel (1994: 337) tingkat pengetahuan di definisikan sebagai seberapa banyak informasi yang tersimpan dalam ingatan ketika seseorang menerima informasi, apakah tinggi, sedang, dan rendah.

Publikasi merupakan bagian dari aktivitas, *Public Relations*, dalam usahanya untuk membantu perusahaan mencapai tujuannya, seperti yang di paparkan oleh Ruslan (2006: 58) publikasi merupakan alat penting, baik dalam bauran promosi (*Promotion Mix*) maupun dalam bauran PR (*Public Relation Mix*) karena publikasi merupakan salah satu relasi komponen yang cukup berperan banyak untuk menunjang keberhasilan dalam promosi dan publikasi khususnya dalam publikasi informasi. Menurut Ruslan (2006: 15) bahwa setiap fungsi dan tugas *Public Relation* adalah menciptakan komunikasi dua arah timbal balik, dan mengatur arus informasi, publikasi serta pesan dari badan/organisasi ke publiknya atau sebaliknya, demi tercapainya citra positif bagi kedua belah pihak. Dalam hal ini tugas, *Public Relations Officer* adalah melakukan komunikasi kepada massa dengan cara publikasi melalui media cetak, elektronik dan online.

PDAM Surya Sembada Surabaya adalah suatu perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa pelayanan distribusi air bersih bagi masyarakat. yang terletak di jalan Jl. Mayjend Prof. Dr. Moestopo 2, Jawa Timur Surabaya. Dalam menginformasikan pada publiknya eksternalnya yakni dengan menggunakan internet atau media sosial. Hal ini

dikarenakan banyaknya pengguna media sosial atau online serta PDAM Surya Sembada Surabaya ingin menyosor kalangan muda yang banyak menggunakan media online seperti *Facebook* dan *Twitter*, selain keberadaan masyarakat luas dan beragam, karakter serta kebiasaan masyarakat tersebut dalam menerima dan mencari informasi juga beraneka macam oleh karena itu PDAM Surya Sembada Surabaya harus selektif dan tepat dalam memilih media apa saja yang digunakan untuk menpublikasikan informasi selain itu, media yang di pilih PDAM Surya Sembada Surabaya juga harus bersifat menyeluruh, media tersebut harus dapat juga berkerja secara serentak, mengingat keanekaragaman masyarakat dalam mengakses informasi hal ini juga di karenakan, kecenderungan masyarakat yang selalu menyesuaikan penerimaan informasi dengan karakteristik media itu sendiri. Berdasarkan wawancara dengan Rahmat Humas PDAM Surya Sembada Surabaya

“saat ini banyak yang menggunakan media sosial atau online selain itu kami juga ingin menyosor kalangan muda yang banyak menggunakan media online seperti *Facebook* dan *Twitter*,” (Senin 29 Febuari 2016)

Disini PDAM Surya Sembada Surabaya menggunakan internet karena sifatnya yang interaktif dan jangkauannya luas. Hal inilah menjadi terciptanya E-PR atau *Electronic Public Relation*. Kegiatan *Public Relations* yang dilakukan melalui internet atau media sosial dinamakan E-PR merupakan cara yang dilakukan oleh humas untuk menjalin hubungan dengan khlayaknya dengan menggunakan media internet. E-PR adalah penerapan dari perangkat ICT (*Information and Communication Technologies*) yang digunakan untuk keperluan tugas kehumasan. Perangkat ini bertujuan mempercepat penyampain informasi dan untuk memberikan respon yang cepat terhadap permasalahan yang muncul. Di

Indonesia E-PR sering dikenal dengan istilah *Cyber Public Relations* atau *online Public Relations*. Fokus utama E-PR adalah membidik media online dan mengadakan kerja sama dengan mereka untuk menyampaikan pesan-pesan dari perusahaan (Betty, 2012: 64)

Media online yang di bidik oleh E-PR adalah media online yang sifatnya lokal, regional, maupun internasional. Tujuannya untuk memperluas publik. Melalui media online PR dapat menyampaikan pesan-pesannya dalam bentuk *press realese*, *advertorial*, informasi tentang produk atau jasa yang dihasilkan oleh perusahaan tempat PR itu berada maupun informasi tentang bisnis perusahaan tersebut pada khalayak. Hal ini di karenakan pada dasarnya internet atau media sosial diperuntukan sebagai sarana publikasi, sehingga pengetahuan kalayak tentang informasi yang berasal dari perusahaan menjadi semakin bertambah. (Betty, 2012: 64)

Dengan menggunakan situs dalam internet ini merupakan media khusus yang dapat memudahkan pers dan khalayak dalam mengakses informasi yakni dengan menyediakan *online resources*, yang memnungkinkan pers lebih sering mengakses situs perusahaan untuk memperoleh informasi yang akurat, aktual dan informasi khusus yang tidak diperoleh dari sumber yang lain. penggunaan *website* perusahaan atau *home page* adalah tempat pertama yang mewakili penglihatan publik sebagi respon informasi. (Soemirat, 2015 : 196)

Dengan adanya keterbukaan informasi publik kepada khalayak melalui media sosial dapat membuktikan bahwa pemerintah berkomitmen untuk melindungi dan menjamin hak publik atas berbagai informasi publik. Meskipun demikian, disadari atau tidak hal tersebut telah

memposisikan pemerintah ke dalam dilemma, yakni antara menjaga citra instansi dan memenuhi hak publik atas informasi publik.

Secara umum informasi publik adalah informasi yang berhubungan dengan kepentingan publik, berkaitan dengan pertanggungjawaban pengelola dana yang bersumber dari publik, serta berkaitan dengan penyelenggara negara. (Betty, 2012: 95) .

Penggunaan media sosial sebagai layanan informasi publik oleh PDAM Surya Sembada Surabaya telah dilakukan sejak tahun 2011, layanan informasi yang di publikasikan di media sosial PDAM Surya Sembada Surabaya adalah informasi gangguan air, informasi pelanggan, pelayanan pelanggan, pengumuman informasi yang berasal dari perusahaan, dan lain-lain. hal ini dimaksudkan untuk membina hubungan dengan publik eksternalnya yakni pelanggan (*customer*), khalayak sekitar (*community*), instansi pemerintah (*government*), pers dan lain-lain kelompok di luar organisasi (Effendy, 1993 :150).

Dengan kelompok-kelompok tersebut harus senantiasa diadakan komunikasi dalam rangka memelihara dan membina hubungan yang harmonis dengan mereka. Hubungan yang baik dengan mereka sama pentingnya dengan hubungan dengan publik internal yakni turut menentukan sukses tidaknya tujuan yang dicapai oleh suatu organisasi. Salah satu publik eksternal yang penting untuk menjalin hubungan dengan perusahaan yakni dengan pelanggan.

Hal ini di karenakan sukses yang besar yang di peroleh suatu perusahaan ialah mendapatkan pelanggan oleh karena itu pelanggan harus selalu “di pegang” jangan sampai pindah perhatiannya dan menjadi pelanggan perusahaan lain. dalam pada itu pelanggan yang yang baru satu dua kali membeli harus diusahakan agar menjadi pelanggan tetap. Sedangkan mereka yang belum pernah sama sekali mencoba haru digerakan agar menjadi pelanggan tetap. Itulah salah satu tugas publik relation dengan melakukan komunikasi yang baik dengan cara publisitas atau periklanan. Publik pelanggan yang jumlahnya banyak dan tempatnya tersebar luas itu. Hanya dicapai melalui media massa. Dengan cara publisitas dan periklan, *Public Relation* dapat mempublikasikan kegiatan dan perkembangan perusahaanya (Effendy,1993: 150-151)

Secara umum tujuan dari penggunaan media sosial sebagai sarana publikasi oleh PDAM kota surabaya adalah untuk memberikan informasi kepada para pelanggannya yakni 525.609 pelanggan¹ selain itu tujuan khusus tujuan dari penggunaan media sebagai sarana publikasi oleh pihak PDAM Surya Sembada Surabaya adalah untuk menciptakan citra positif kepada khalayak serta membangun hubungan baik dengan publik eksternalnya. Berikut ini adalah media publikasi yang di miliki oleh PDAM Surya Sembada Surabaya sebagai dalam meninformasikan pada publik eksternalnya : website <http://www.pdam-sby.go.id>, pada website PDAM Surya Sembada Surabaya yang berisikan mengenai informasi dari perusahaan kepada publiknya baik internal maupun eksternal yakni terdiri dari inforamsi umum yaitu informasi pelanggan, publikasi kegiatan yang di lakukan PDAM Surya Sembada Surabaya, profil perusahaan yang

¹(http://www.pdamsby.go.id/page.php?get=tampil_berita&id=480001&bhs=0#.VsRvHTGoY3A)

terdiri dari visi dan misi perusahaan, informasi tentang kualitas air di PDAM Surya Sembada Surabaya serta informasi gangguan air yakni pemberitahuan kepada pelanggan PDAM Surya Sembada Surabaya mengenai adanya gangguan pelayanan air seperti perbaikan pipa bocor, pergantian pipa baru, instalasi pipa baru, dan lain-lain serta mengimbau agar warga Surabaya mengantisipasi gangguan air tersebut. Berikut tampilan *website* PDAM Surya Sembada Surabaya

Gambar I.1: Halaman *Website* PDAM Surya Sembada Surabaya



Sumber : <http://www.pdam-sby.go.id>

Media publikasi berikutnya adalah Facebook dan Twitter, berdasarkan hasil wawancara dengan humas PDAM Surya Sembada Surabaya, Rahmat pada tanggal 29 febuari 2016, media sosial Facebook dan Twitter di pilih karena banyak yang memakai kedua media tersebut, serta kedua media tersebut juga di pakai untuk merespon keluhan dan pertanyaan dari para pelanggan PDAM Surya Sembada Surabaya. menurut beliau untuk website pihak PDAM Surya Sembada Surabaya hanya menjadikan media tersebut sebagai sarana menginformasikan pada

para pelanggannya sementara untuk kedua media onlie seperti *facebook* dan *twitter* di pakai bukan hanya untuk meninformasikan tetapi juga untuk membalas atau memberikan *feedback* keluhan dan pertanyaan dari para pelanggan. Beberapa keluhan dan pertanyaan yang ada dari para pelanggan terkait dengan gangguan air seperti ketidaklancaran distribusi air dan mampetnya air atau air tidak keluar sama sekali pada daerah rumah para pelanggan. Sementara pada media publikasi *online twitter* PDAM Surya Sembada Surabaya menginformasikan secara singkat atau garis besar informasi yang akan mereka publikasikan. Berikut tampilan facebook : PDAM Surya Sembada dan Twitter : @PDAMSurabaya

Gambar I.2: Halaman *Facebook* PDAM Surya Sembada Surabaya



Sumber : *facebook* : PDAM Surya Sembada Surabaya

Gambar I.3: Halaman *Twitter* PDAM Surya Sembada Surabaya



Sumber : *Twitter*: @PDAM Surabaya

Serta email : Email: humas@pdam-sby.go.id. melalui media online tersebut perusahaan PDAM Surya Sembada Surabaya (pebanyak menginformasikan hal-hal yang berkaitan dengan perusahaan seperti profil perusahaan, *press realese*, laporan keuangan, dan informasi publik yang bersifat penting seperti gangguan pelayanan air yang akhir-akhir ini banyak di keluhkan oleh masyarakat Surabaya.

Gangguan pelayanan air adalah sesuatu hal yang mengganggu distribusi air, berdasarkan peraturan walikota Surabaya nomor 29 tahun 2011 tentang pengelolaan dan penyediaan air minum perusahaan daerah air minum surya sembada yakni pasal 18 ayat 2 gangguan pelayanan air atau gangguan air antara lain berupa: (1) pencemaran air baku, (2) ketersediaan air baku, (3) pemadaman listrik (4) pemasangan/perluasan jaringan (5) pemerlihaaran/perbaikan teknis, (6) bencana alam, (7) huru-hara. Berdasarkan wawancara dengan Aditya Humas PDAM Surya Sembada Surabaya

“gangguan air itu seperti terganggunya distribusi air kepada pelanggan yang disebabkan karena adanya perbaikan pipa, entah itu keluarnya sedikit atau tidak keluar sama sekali. Dan juga bisa gangguan air disebabkan oleh pemadaman listrik, pemasangan atau perluasan jaringan, perbaikan teknis, bencana alam dan masalah lainnya,” (Jumat, 11 maret 2016)

Sedangkan informasi gangguan pelayanan air adalah informasi mengenai gangguan air yang terdiri dari informasi mengenai tempat yang terkena dampak dari gangguan air, waktu dan estimasi dari gangguan air, penyebab dari gangguan air, himbauan atau saran dari PDAM Surya Sembada Surabaya untuk menampung air, akibat dari gangguan air serta informasi lanjut yang dapat di sampaikan oleh pelanggan ke perusahaan. Berdasarkan wawancara dengan Rahmat Humas PT PDAM Surya Sembada Surabaya

“isi dari informasi gangguan air itu terdiri dari informasi mengenai tempat, waktu, penyebab, dan himbuan dari kami kepada pelanggan untuk menampung air dan apabila tidak ada ketidak jelasan informasi dapat di adukan melalui layanan informasi yang tertera,” (Jumat, 11 maret 2016)

Meskipun telah di umumkan tentang informasi publik seperti gangguan pelayanan air di Surabaya akan tetapi banyak masyarakat yang tidak tahu mengenai informasi pelayanan gangguan air tersebut yang telah di umumkan oleh PDAM Surya Sembada Surabaya hal ini dibuktikan dengan banyaknya komentar dan halaman kiriman pengunjung yang ada pada halaman *facebook* PDAM Surya Sembada Surabaya.

Berikut bukti publikasi informasi tentang gangguan pelayanan air pada *facebook* PDAM Surya Sembada Surabaya.

Gambar I.4: Halaman informasi gangguan pelayanan air melalui *Facebook* PDAM Surya Sembada Surabaya



Sumber : *facebook* PDAM Surabaya

Peneliti juga menanyakan kepada dua responden yakni ibu Wiwik dan ibu Arsih yang berprofesi sebagai ibu rumah tangga dan bertempat tinggal di Surabaya pusat dan Surabaya barat yang juga anggota *fanpage facebook* PDAM Surya Sembada Surabaya, kedua responden tersebut sama-sama memiliki masalah yang sama yakni gangguan air berupa air selalu tidak hidup pada siang hari.

Sama halnya dengan keluhan dari kedua responden diatas, beberapa akun *facebook* berikut juga mengeluhkan hal yang sama terkait dengan informasi gangguan air yang disebarakan melalui media publikasi *facebook* pada tanggal 20 November 2016 salah satu akun yang bernama Lia Amai memberikan komentar pada halaman *facebook* PDAM Surya Sembada Surabaya.

“Daerah manukan masih mati total. Sore tadi keluar dikit. Tapi air sangat kotor dan keruh. Bagaimana ini, esok hari masih banyak aktivitas yang sangat membutuhkan air bersih. Mohon pihak PDAM Surya Sembada Surabaya ambil tindakan secepatnya sebelum masyarakat surabaya akan bertindak” (Minggu, 20 November 2016).

Serta beberapa akun yang juga menanyakan hal serupa yakni : akun dengan *username* Gagas Refiandy Satrya yang mengirimkan komentar mengenai gangguan air di daerah manukan. Padahal PDAM Surya Sembada Surabaya telah menginformasikan akan adanya gangguan pelayanan air yang disebabkan oleh pemerkerjaan pemuliharaan saluran yang di lakukan oleh PLN dan untuk normalisasi pendistribusian air ke pelanggan di lakukan secara bertahap, informasi tersebut telah di publikasikan pada tanggal 19 November 2016.

Gambar I.5: Keluhan Pelanggan pada halaman *facebook* PDAM Surya Sembada Surabaya



Sumber : *Facebook* PDAM Surya Sembada Surabaya

Dari penjelasan-penjelasan di atas yang menjadi alasan membuat peneliti merasa perlu melakukan mengenai tingkat pengetahuan anggota *fanspage facebook* PDAM Surya Sembada Surabaya mengenai informasi gangguan pelayanan air pada salah satu media publikasi PDAM Surya Sembada Surabaya yakni media publikasi *Facebook*. Hal ini berdasarkan banyaknya komplain mengenai informasi gangguan pelayanan air yang tidak di ketahui oleh masyarakat berdasarkan data yang peneliti dapat dari hasil wawancara dengan bapak rahmat selaku humas PT PDAM Surya Sembada Surabaya dari bulan januari sampai febuari 2016 yakni :

Febuari	Januari
E-mail : 26 keluhan	Email : 41 keluhan
Facebook : 62 keluhan	Facebook : 63 keluhan
Twitter : 38 keluhan	Twitter : 55 keluhan

Sumber : wawancara dengan humas PDAM Surya Sembada Surabaya
 ,Rahmat dari bulan januari sampai Febuari2016

Dari data keluhan dari pelanggan tersebut sehingga dapat menimbulkan kesan bahwa pihak PDAM Surya Sembada Surabaya tidak menginfokan atau tidak memberikan informasi pada masyarakat mengenai informasi gangguan pelayanan air padahal pihak PDAM Surya Sembada Surabaya telah mempublikasikan informasi tersebut pada media-media yang mudah di akses oleh masyarakat seperti media sosial yakni *website*, *facebook*, dan *twitter*. Disini peneliti memilih media publikasi milik PDAM Surya Sembada Surabaya yakni *facebook*, hal ini di karenakan media publikasi tersebut memiliki banyak anggota *fanpage* atau pengikut yakni 7.422 di bandingkan dengan media publikasi milik PDAM Surya Sembada Surabaya yang lainnya yakni *twitter* memiliki *followers* atau pengikut yakni 6,444. Dan *website* yang telah di kunjungi atau di lihat sebanyak 1,283,928 selain itu dalam media publikasi *Facebook* terbatap *feedback/* timbal balik yang berupa ucapan terimakasih, pertanyaan, dan komentar. Dan juga media publikasi tersebut juga di gunakan oleh perusahaan PDAM Suya Sembada Surabaya untuk membalas keluhan-keluhan dari para pengikut *facebook* dan pelanggan PDAM Surya Sembada Surabaya.

Berdasarkan fenomena di atas peneliti ingin meneliti bagaimana tingkat pengetahuan anggota *fanspage facebook* PDAM Surya Sembada Surabaya mengenai informasi gangguan pelayanan air pada salah satu media publikasi di PDAM Surya Sembada Surabaya yaitu *Facebook*. Peneliti memilih tingkat pengetahuan anggota *fanspage facebook* PDAM Surya Sembada Surabaya mengenai informasi gangguan pelayanan air pada media publikasi saat ini merupakan aspek yang paling menentukan keberhasilan dalam mensosialisasikan isi sebuah pesan. PDAM Surya Sembada Surabaya di pilih karena media publikasi yang di lakukan oleh pihak PDAM Surya Sembada Surabaya tergolong masih baru yakni sejak tahun 2011 perusahaan memilih media sosial atau online untuk mempublikasikan informasi pada para pelanggannya akan tetapi, banyak masyarakat khususnya para pelanggan PDAM Surya Sembada Surabaya tidak mengetahui adanya publikasi yang di lakukan oleh perusahaan melalui media online sementara pada perusahaan lainya seperti PLN memberitahukan adanya gangguan melalui telepon langsung dengan pelanggan.

Pada penelitian ini peneliti mengambil subyek penelitian anggota *fanspage facebook* PDAM Surya Sembada Surabaya yang dimana pemilihan sampel yakni *purposive random sampling*. Oleh karena itu, Subyek dari penelitian ini adalah anggota *fanspage facebook* PDAM Surya Sembada Surabaya, obyeknya adalah tingkat pengetahuan mengenai informasi gangguan pelayanan air, teori yang digunakan adalah teori Lasswell dan teori tingkat pengetahuan Engel, metodenya adalah metode kuantitatif dengan melaukkn survei pada anggota *fanpage facebook* PDAM Surya Sembada Surabaya.

I.2 Rumusan Masalah.

Melalui latar belakang di atas, maka penulis membuat rumusan masalah sebagai berikut :

“ bagaimana tingkat pengetahuan anggota *fanspage facebook* PDAM Surya Sembada Surabaya mengenai informasi gangguan pelayanan air melalui media publikasi *Facebook?*”

I.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui tingkat pengetahuan anggota *fanspage facebook* PDAM Surya Sembada Surabaya mengenai informasi gangguan pelayanan air

I.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat, baik secara praktis maupun akademis sebagai berikut:

1. Manfaat Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan tentang ilmu komunikasi, khususnya konsentrasi studi korporasi, melalui penelitian tentang tingkat pengetahuan anggota *fanspage facebook* PDAM Surya Sembada Surabaya mengenai informasi gangguan pelayanan air

2. Manfaat Praktis

A. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran terkait tingkat pengetahuan anggota *fanspage facebook* PDAM Surya Sembada Surabaya mengenai informasi gangguan pelayanan air

I.5 Metode Penelitian

a. Sampel Penelitian

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah anggota *fanspage facebook* PDAM Surya Sembada Surabaya Sumber Data

Penelitian ini menggunakan data yang dikumpulkan melalui kuesioner. Adapun jumlah responden yang dapat digunakan dalam penelitian ini adalah 400 responden

I.6 Batasan Penelitian

a. Subyek

Subyek dari penelitian ini adalah anggota *fanspage facebook* PDAM Surya Sembada Surabaya yang berjumlah 400 responden.

B. Obyek

Obyek yang di teliti pada penelitian ini adalah tingkat pengetahuan anggota *fanspage facebook* PDAM Surya Sembada Surabaya mengenai informasi gangguan pelayanan air

C. Kurun Waktu

Penelitian ini di lakukan dalam kurun waktu sampai Ujian akhir semester.
