



Strategi Komunikasi Humas PDAM Surabaya Dalam Mengatasi Keluhan Pelanggan Melalui Instagram @pdamsuryasembada

Tugas Akhir Skripsi ini diajukan untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Nama : Abdul Jabbar Garuda Wardhana
NIM : 2110411267



PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL
"VETERAN" JAKARTA

PERNYATAAN ORISINALITAS

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar:

Nama : Abdul Jabbar Garuda Wardhana

NIM : 2110411267

Program Studi : S1 Ilmu Komunikasi

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini maka, saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, Juni 2025

Yang menyatakan,



Abdul Jabbar Garuda Wardhana

LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Abdul Jabbar Garuda Wardhana
NIM : 2110411267
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : SI Ilmu Komunikasi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta Hak Bebas Royalti Non eksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

STRATEGI KOMUNIKASI PDAM SURABAYA DALAM MENGATASI KELUHAN PELANGGAN MELALUI INSTAGRAM @PDAMSURYASEMBADA

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya:

Dibuat di : Jakarta,

Pada tanggal : 3 Juli 2025

Yang menyatakan,



Abdul Jabbar Garuda Wardhana

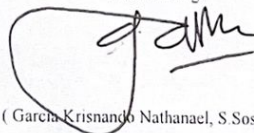
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

NAMA : Abdul Jabbar Garuda Wardhana
NIM : 2110411267
PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi
JUDUL : Strategi Komunikasi Humas PDAM Surabaya Dalam Mengatasi
Keluhan Pelanggan Melalui Instagram @pdamsuryasembada

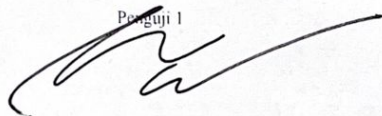
Telah berhasil dipertahankan dihadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta

Pembimbing



(Garcha Krisnando Nathanael, S.Sos., M.Si)

Penguji 1



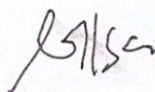
(Yani Hendrayani, S.Sos., M.Si., Ph.D.)

Penguji 2



(Anindita Lintangdesi Afriani, M.Si.)

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi



Uljanatunnisa, S.Sos. MA

Ditetapkan di : Jakarta
Tanggal Ujian : 3 Juli 2025

**STRATEGI KOMUNIKASI HUMAS PDAM SURABAYA DALAM
MENGATASI KELUHAN PELANGGAN MELALUI MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM @pdamsurabaya**

ABDUL JABBAR GARUDA WARDHANA

ABSTRAK

PDAM kota Surabaya merupakan salah satu perusahaan yang mampu mengelola serta melakukan distribusi air bersih pada wilayah kota Surabaya. PDAM harus mempunyai strategi dalam melakukan pelayanan kepada pelanggan terutama strategi komunikasi humas dalam mengatasi keluhan pelanggan melalui media sosial instagram. Penelitian ini memiliki tujuan, untuk mengetahui strategi Humas dalam menangani keluhan pelanggan pada PDAM Kota Surabaya. Metode pada penelitian ini menggunakan kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi kasus. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini yaitu melakukan wawancara serta melakukan observasi yang menggunakan tiga metode analisis data yaitu reduksi data, penyajian data serta penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Humas PDAM mempunyai dua strategi dalam menangani pelanggan. Kesimpulan penelitian merupakan pelanggan mendukung strategi komunikasi Humas yang mengedepankan interaksi secara langsung dengan respon singkat dan transparan.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi, Humas, PDAM, Keluhan Pelanggan, Media Sosial, Instagram

**COMMUNICATION STRATEGY OF PDAM SURABAYA'S PUBLIC
RELATIONS IN ADDRESSING CUSTOMER COMPLAINTS THROUGH
INSTAGRAM @pdamsurabaya**

ABDUL JABBAR GARUDA WARDHANA

ABSTRACT

PDAM Surabaya is one of the companies capable of managing and distributing clean water in the Surabaya city area. PDAM must have a strategy in providing service to customers, especially a public relations communication strategy in addressing customer complaints through social media Instagram. This study aims to determine the Public Relations strategy in handling customer complaints at PDAM Surabaya. The method in this study uses a descriptive qualitative with a case study approach. Data collection techniques in this study include conducting interviews and conducting observations using three data analysis methods: data reduction, data presentation, and drawing conclusions. The results show that PDAM Public Relations has two strategies in handling customers. The conclusion of the study is that customers support the Public Relations communication strategy that prioritizes direct interaction with short and transparent responses.

Keywords: *Communication Strategy, Public Relations, PDAM, Customer Complaints, Social Media, Instagram*

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji dan syukur penulis panjatkan kepada kehadiran Allah SWT dikarenakan atas limpahan rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul “Strategi Komunikasi Humas PDAM Surabaya Dalam Mengatasi Keluhan Pelanggan Melalui Media Sosial Instagram @pdamsuryasembada”. Dengan segala rasa hormat yang mendalam, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang banyak dan tulus kepada:

Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik, Bapak Dr. S. Bakti Istiyanto, M. Si., selaku Dekan FISIP UPN Veteran Jakarta, Bapak Dr. Azwar, SS., M.Si., selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, Mas Garcia Krisnando Nathanael, S.Sos., M.Si. yang telah membantu, mendukung, serta meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan dan arahan kepada penulis dalam proses penyusunan skripsi ini, Orang Tua beserta dengan Iwa yang memberikan dukungan, doa dan mendorong penulis setiap waktu selama proses penyusunan skripsi ini, Kania Puspa Dyah Pitaloka, yang selalu mendengarkan keluh kesah peneliti, setia memenami, memotivasi, dan mendukung penuh usaha penulis untuk menyelesaikan penyusunan skripsi ini, Seluruh pihak dan teman-teman yang telah terlibat dan tidak dapat dituliskan satu-satu oleh penulis yang telah memberikan semangat, motivasi serta dukungan yang sangat membantu peneliti untuk menyelesaikan skripsi ini.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki banyak kelemahan dan keterbatasan. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun untuk pengembangan penelitian yang lebih lanjut.

Jakarta, 1 Juni 2025



Abdul Jabbar Garuda Wardhana

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR TABEL	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	14
1.3 Batasan Masalah.....	14
1.4 Tujuan Penelitian.....	14
1.5 Manfaat Penelitian	14
1.5.1 Manfaat Akademis.....	15
1.5.2 Manfaat Praktis.....	15
1.6 Sistematika Penulisan.....	15
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	15
2.1 Penelitian Terdahulu.....	17
2.2 Konsep dan Teori	24
2.2.1 Strategi.....	24
2.2.2 Hubungan Masyarakat.....	24
2.2.3 Keluhan Pelanggan.....	29
2.2.4 Media Sosial	30
2.2.5 Teori <i>Customer Relationship Manajemen</i> (CRM).....	33
2.3 Kerangka Berpikir	41
BAB III METODE PENELITIAN	42
3.1 Objek Penelitian	42
3.2 Jenis Penelitian.....	42
3.3 Teknik Pengumpulan Data	43
3.3.1 Wawancara.....	43
3.3.2 Observasi	44
3.3.3 Dokumentasi.....	45
3.3.4 Sumber Data	45
3.4 Teknik Analisis Data	46

3.4.1 Teknik Analisis Data.....	46
3.4.2 Keabsahan Data	47
3.5 Jadwal Penelitian.....	49
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	50
4.1 Humas PDAM Kota Surabaya	50
4.1.1 Gambaran Umum Humas PDAM Kota Surabaya	50
4.1.2 Struktur Organisasi Divisi Humas.....	50
4.1.3 Tugas Divisi Humas	51
4.2 Hasil Penelitian	52
4.2.1 Strategi Komunikasi Humas PDAM Dalam Menangani Keluhan Pelanggan	52
4.2.2 Analisis Strategi Customer Relationship Management PDAM Dalam Memberikan Pelayanan Kepada Pelanggan	70
4.3 Pembahasan.....	83
4.3.1 Strategi Komunikasi Humas dalam Menangani Keluhan Pelanggan Melalui Instagram	83
4.3.2 Pandangan Pelanggan Terhadap Kinerja Pelayanan Humas PDAM Kota Surabaya	88
5.1 Kesimpulan	93
5.2 Saran.....	94
5.2.1 Saran Praktis	94
5.2.2 Saran Akademis	94
DAFTAR PUSTAKA	95
RIWAYAT HIDUP	97
LAMPIRAN	98

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Unggahan wali kota Surabaya terkait informasi PDAM	5
Gambar 1. 2 Story Instagram PDAM Surabaya mengenai informasi pembaruan pipa	7
Gambar 1. 3 Highlight dari Instagram PDAM Surabaya	8
Gambar 1. 4 Feed Post dari Instagram PDAM Surabaya	8
Gambar 1. 5 Feed Video Instagram PDAM Surabaya	9
Gambar 1. 6 Keluhan yang diberikan oleh pelanggan pada Instagram	10
Gambar 1. 7 Keluhan yang diberikan oleh pelanggan pada X	10
Gambar 1. 8 Salah satu keluhan pelanggan pada kolom komentar Instagram	12
Gambar 4. 1 Struktur Organisasi Divisi Humas	50
Gambar 4. 2 Konten Gerak Cepat Pada Instagram PDAM Surabaya	72
Gambar 4. 3 Konten Informasi Gangguan Pada Instagram PDAM Surabaya	73
Gambar 4. 4 Keluhan Pelanggan Mengenai Konten Gerak Cepat	78

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	17
Tabel 3. 1 Jadwal Penelitian	49