

# Plagiarism Check

*by* Anisa Nurul Hasanah

---

**Submission date:** 08-Jul-2021 01:29PM (UTC+0700)

**Submission ID:** 1617045241

**File name:** 1043-Article\_Text-7687-1-18-20210204.docx (36.55K)

**Word count:** 3077

**Character count:** 20965

## **Strategi Public Relations Pdam Tirtawening Dalam Menanggapi Pengaduan Konsumen Saat Pandemi Covid-19 Melalui Media Sosial (*Twitter*)**

Anisa Nurul Hasanah

<sup>14</sup>  
(Fakultas Ilmu Komunikasi dan Desain, Universitas Adhirajasa Reswara Sanjaya  
(ARS Universitas) Jl. Sekolah Internasional No. 1-2 Bandung 40282, Jawa Barat,  
Indonesia, email : anisanurul777@gmail.com)

### **ABSTRAK**

Dengan terjadinya wabah pandemi Covid-19 ini, terjadi banyak perubahan mulai dari perubahan sosial, tindakan, perilaku masyarakat, hingga perubahan pelayanan-pelayanan publik. Sistem pelayanan publik pada saat pandemi Covid-19 ini dilakukan dengan menggunakan berbagai media sosial, salah satunya dengan media sosial twitter. Tujuan dari penelitian ini yaitu, untuk mengetahui bagaimana strategi Public Relations PDAM Tirtawening dalam menanggapi pengaduan konsumen pada masa pandemi Covid-19. Penelitian ini menggunakan studi deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu observasi, wawancara mendalam dengan informan yang sudah ditentukan oleh peneliti yang terdiri dari 3 orang informan. Dari penelitian ini menemukan fakta bahwa strategi Public Relations PDAM Tirtawening dimasa pandemi Covid-19 yaitu tetap menerima pengaduan, meskipun pengaduan tersebut hanya disampaikan melalui media sosial twitter oleh karena itu PDAM Tirtawening berupaya secepat mungkin untuk menanggapi pengaduan serta masalah.

Kata kunci: *Public Relations, Media Sosial, Covid-19*

### ***ABSTRACT***

the covid-19 pandemic outbreak, there have been many changes ranging from social change, actions, public behavior, to changes in public services. The public service system during the Covid-19 pandemic was carried out using various social media, one of which was with social media twitter. The purpose of this study is to find out how to strategize Public Relations PDAM Tirtawening in response to consumer complaints during the Covid-19 pandemic. This study uses descriptive studies with a skivariate approach. The data collection technique in this study is observation, in-depth interviews with informants that have been determined by researchers consisting of 3 informants. From this study found the fact that the strategy of Public Relations PDAM Tirtawening during the Covid-19 pandemic is to continue to receive complaints, although the complaint is only conveyed through social media twitter therefore PDAM Tirtawening tries as quickly as possible to respond to complaints and problems

Keywords: *Public Relations, Social Media, Covid-19*

## PENDAHULUAN

Keberadaan air bersih sangat penting bagi kesehatan dan kebutuhan hidup setiap manusia, terutama di daerah perkotaan besar salah satunya Kota Bandung. salah satu perusahaan yang mengelola kebutuhan air bersih adalah PDAM Tirtawening Kota Bandung. Pada dasarnya tujuan PDAM yaitu memberikan pelayanan yang terbaik bagi seluruh konsumen pdam itu sendiri, dari segi produksi air dan pendistribusian air berstandar dan berkualitas. Dengan terus berkembangnya jumlah penduduk ke kota, menyebabkan tingginya kepadatan penduduk hingga mencapai 10.899 jiwa dan selaras itu diikuti pula peningkatan permintaan perumahan dengan sarana penunjang diantaranya pemasangan air baru dan pelayanan air PDAM bagi konsumen yang teladan dengan melakukan pembayaran secara rutin. Sebagai perusahaan yang berorientasi pada layanan publik, PDAM harus dikelola dengan baik, sehingga dapat memelihara kelangsungan hidup secara lancar

dalam jumlah yang cukup. Kelancaran proses distribusi

air yang dilakukan oleh PDAM di berbagai wilayah Kota Bandung tak sering juga mendapatkan keluhan dari berbagai konsumen, sehingga kurangnya kepuasan konsumen terhadap pelayanan PDAM. Dalam hal ini Pelayanan yaitu bagian terpenting dari suatu perusahaan, setiap badan usaha yang dikelola oleh pemerintah, baik pusat maupun daerah yang mempunyai tanggung jawab untuk memberikan pelayanan yang baik dan optimal kepada masyarakat. Dalam memberikan suatu pelayanan, perusahaan berusaha agar para konsumen bisa mempercayai visi dari PDAM titawening ini yang mempunyai tujuan meningkatkan pelayanan yang inovatif serta ber *Tekhnologi*. Terkait dengan adanya wabah pandemi *Covid-19*, pemerintah menghimbau kepada masyarakat untuk mematuhi anjuran-anjuran dari pemerintah. PDAM Tirtawening sementara waktu tidak menerima kunjungan serta tamu karena untuk

mengurangi nya resiko penularan Covid-19 dan sesuai peraturan walikota (PERWAL) sosial berskala besar (PSBB) dan agar memutus rantai penularan Covid-19 maka komunikasi, seperti adanya keluhan, pengaduan serta saran dari berbagai konsumendapat dilakukan melalui daring atau media sosial seperti, twitter resmi pdam yaitu @pdamtirtawening yang dikelola langsung oleh public relationpdam.

Oleh karena itu, Pentingnya seorang Public Relation pdam memiliki Strategi Public Relations. Strateg public relationdalam menjalin hubungan baik antara publik eksternaluntuk menjaga keharmonisan dengan publik internal merupakan kewajiban yang harus dilakukan Public Relations.

Hal ini membuktikan bahwa teknologi sangat berperan aktif untuk menyebarkan informasi dan berkomunikasi. Dengan hadirnya teknologi menjadikan salah satu faktor penghubung agar dapat saling berinteraksi dan memberi informasi kepada publik. Dalam penelitian ini, peneliti juga akan memaparkan beberapa teori yang berkaitan

mengenai strategi. Strategi adalah suatu hal yang sangat penting bagi kelangsungan suatu perusahaan untuk mencapai misi dan visinya secara efektif dan efisien. Perusahaan harus mampu menghadapi persoalan-persoalan baik dalam perusahaan maupun diluar perusahaan dan eksekusi dalam waktu yang tertentu.

Teknologi informasi dan komunikasi pertama kali dalam sejarah dimulai dengan tradisi media lisan berkomunikasi dengan cara verbal dan tulisan pada daun-daun ataupun tanah liat. Tradisi cara penyampaian komunikasi dan informasi kemudian berkembang seiring dengan kelangsungan hidup atau yang kemudian dikenal dengan sebutan masyarakat modern. Dengan adanya media sosial yang bisa memudahkan aktivitas yang melibatkan sosialisasi dan jaringan online yang menggunakan kata-kata gambar dan video. Media sosial menegaskan kembali bagaimana kita berhubungan komunikasi satu sama lain sebagai manusia dan bagaimana kita sebagai manusia bisa berhubungan baik dengan suatu

organisasi atau perusahaan yang melayani kita.

Maka apabila media sosial telah mampu mengubah cara komunikasi masyarakat dengan lebih modern maka seorang praktisi public relations pun tidak boleh ketinggalan untuk memanfaatkan media sosial untuk mencapai visi dan misi perusahaan yang diwakilinya. *Public relations* telah mampu memanfaatkan media sosial untuk membangun relasi dan demi terciptanya hubungan yang harmonis antara perusahaan konsumen.

Twitter dapat dimanfaatkan sebagai sebuah media untuk komunikasi, menjaring teman, dan yang paling potensial adalah dapat digunakan untuk memasarkan produk. dalam twitter pengguna twitter (tweeps), tentu tahu bahwa jumlah pengikut (followers). Twitter yang digunakan untuk aktifitas pribadi, cukup komunitas teman-teman pengikutnya, namun jika akun twitter merupakan akun untuk web atau untuk toko online, maka membutuhkan lebih banyak pengikut di twitter.

Berdasarkan pemaparan diatas,<sup>33</sup> peneliti tertarik untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi yang dilakukan oleh PDAM, dengan judul penelitian ilmiah “*Strategi Public Relations* PDAM Tirtawening Dalam Menanggapi Pengaduan Konsumen Saat Pandemi COVID-19 Melalui Media Sosial (Twitter)”. Penelitian ini bertujuan untuk:

1. Mengetahui dan menganalisis *public relations* pdam terhadap proses mengidentifikasi masalah keluhan konsumen
2. Mengetahui dan menganalisis *public relations* pdam terhadap proses perencanaan dalam menanggapi keluhan konsumen
3. Mengetahui dan menganalisis *public relations* pdam pada proses mengambil tindakan dan berkomunikasi pada saat menanggapi keluhan konsumen
4. Mengetahui dan menganalisis *public relations* pdam pada proses pelaksanaan evaluasi dalam menanggapi pengaduan keluhan konsumen

## <sup>10</sup> METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan studi deskriptif, yaitu suatu metode penelitian yang dilakukan untuk memperoleh gambaran mengenai keadaan yang terjadi pada masa sekarang

### <sup>26</sup> Teknik Pengumpulan Data dan Sumber Data

Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data dengan cara, wawancara bersama para informan melalui wawancara secara langsung bertatap muka namun tetap menerapkan protokol kesehatan yang berlaku. <sup>11</sup> Pemilihan informan dalam penelitian ini diperoleh dengan melakukan kegiatan wawancara yang dilakukan terhadap 3 informan kunci, yaitu 2 orang dari divisi pdam dan 1 orang konsumen PDAM di wilayah timur

### <sup>20</sup> Metode Analisis Data

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan Analisis Data menurut Miles Dan Huberman,

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian ini merupakan gambaran dari masing-

penelitian ini <sup>25</sup> melalui empat tahap yaitu, Pengumpulan data, Reduksi data, Penyajian data, serta Verifikasi atau <sup>5</sup> penyimpulan. Penyajian data yaitu, Penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, dan sejenisnya. Tahap ini peneliti melakukan mendisplaykan data yang telah peneliti temukan.

Verifikasi atau Penyimpulan, <sup>9</sup> Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Tahap ini diuraikan pada bagian pembahasan hasil penelitian. Penelitian ini berlokasi di Kota Bandung. Peneliti mewawancarai sebanyak 3 (tiga) informan yang sesuai dengan kriteria, yaitu Ibu Heni Rahmawati bagian Public Relations PDAM, Bapak Deni Mulyana sebagai Supervisor, serta Zulkifli konsumen wilayah Bandung Timur

masing subjek dengan karakteristik nya, latar belakang subjek dan sebagainya. Dalam melakukan

penelitian ini data yang mendukung yaitu berdasarkan wawancara

mendalam dengan responden dan pertanyaan yang sudah disusun sebelumnya. Penelitian ini dilakukan untuk mendapatkan data kualitatif yang sesuai dengan metode penelitian dan diuraikan secara deskriptif, maka peneliti memaparkan hasil penelitian ini dengan fokus pada suatu masalah yaitu mengenai strategi komunikasi public relations dalam menanggapi pengaduan konsumen melalui media sosial twitter ditengah pandemi covid-19. Dalam tahap penyusunan penelitian ini, penelitian mengkaitkan tahap strategi komunikasi PDAM dengan teori sistem oleh Rachmat Kriyanto

Agar mendapatkan hasil data yang relevan dengan tujuan penelitian yaitu untuk mengetahui “Strategi Public Relations PDAM Tirtawening Dalam Menanggapi Pengaduan Konsumen Saat Pandemi COVID-19 Melalui Media Sosial (Twitter)”. yang dilakukan pada bulan juni juli dan bertempat di

Perusahaan Daerah Air Minum Tirtawening Kota Bandung Jl. Badak Singa No.10, Lb. Siliwangi, Kecamatan Coblong, Kota Bandung, Jawa Barat 40132.

Selanjutnya dalam penelitian ini diambil 3 orang informan yang memenuhi ciri-ciri tertentu sesuai dengan penelitian. Adapun ciri-ciri informan yaitu seorang pegawai PDAM Tirtawening, dan konsumen wilayah Bandung Timur. Mengenai informan yang pertama bernama Ibu Heni Rahmawati, pekerjaan sebagian Public Relations PDAM Tritawening, bertempat tinggal di wilayah Bandung Timur. Informan kedua bernama Bapak Deni Mulyana pekerjaan sebagai Supervisor PDAM Tirtawening, bertempat tinggal di wilayah Bandung Timur. Informan yang ketiga yaitu Zulkifli bekerja sebagai wiraswasta konsumen wilayah Bandung timur.

Pada awal ditemukannya virus Covid-19 di Indonesia, Presiden dan para jajarannya menyampaikan untuk melakukan segala aktivitas di rumah saja, mulai dari sekolah, bermain hingga bekerja

di rumah. Namun pelayanan-pelayanan publik seperti PDAM, harus tetap bertugas dan bekerja untuk melayani berbagai pengaduan serta menanggapi masalah yang terjadi pada konsumen. Oleh karena itu Public Relations dari pihak PDAM membuat akun sosial media @pdamtirtawening sebagai tempat pengaduan para konsumen, pihak PDAM membuat akun @pdamtirtawening agar konsumen tidak perlu untuk pergi keluar rumah di masa wabah Covid-19.

Peneliti melakukan observasi dan wawancara kepada public relations serta Supervisor PDAM Tirtawening. Dalam hal ini peneliti akan memaparkan hasil temuan yang ada dilapangan mengenai proses mendefinisikan problem pihak Public Relations PDAM Tirtawening, Supervisor PDAM Tirtawening. Pertanyaan yang diberikan oleh peneliti yaitu tentang “Bagaimana Public Relationspdam terhadap proses mendefinisikan problem pengaduan dalam menanggapi keluhan konsumen melalui *twitter* ditengah pandemi COVID-19?”, berikut adalah tanggapan Ibu Heni

Rahmawati sebagai Public Relations PDAM Tirtawening “*Menampung terlebih dahulu semua informasi keluhan apa yang dibuat oleh konsumen yang nanti nya akan langsung diberikan kepada bagian lapangan agar cepat tanggap dalam menindak lanjuti perihal pengaduan keluhan tersebut .*” Menurut pemaparan dari Ibu Heni Rahmawati, dapat disimpulkan bahwa sebelum terjun langsung kelapangan, pihak PDAM Tirtawening melakukan pendataaninformasi-informasi, yang berupa pengaduan atau keluhan masalah para konsumen, setelah itu barulah petugas lapangan mendatangi para konsumen.

Setelah informan selesai dengan pertanyaan pertama, selanjutnya peneliti pun melontarkan pertanyaan kedua “Bagaimana *publicrelationspdam* terhadap proses perencanaan dan pemograman masalah pengaduankeluh ankonsumen melalui *twitter* ditengahpa ndemi COVID-19?”, berikut adalah tanggapan Ibu Heni Rahmawati sebagai Public Relations PDAM Tirtawening “*Dalam program dan perencanaan dengan merencanakan*

*pelaksanaan yang akan di buat mengenai pelayanan air untuk diberitahu kepada wilayah lapangan agar bisa dikerjakan keluhan air dari konsumen wilayah tersebut".* Dari jawaban yang diberikan oleh Ibu Heni Rahmawati, dapat disimpulkan bahwa, ketika pihak PDAM Tirtawening menerima pengaduan masalah melalui twitter, pihak PDAM akan bertindak secara langsung dan juga mengkomunikasikannya kepada bagian lapangan agar pihak lapangan dapat bertindak cepat.

Selanjutnya peneliti melontarkan pertanyaan yang ketiga yaitu, *"Bagaimanapublic Relationpdamterhadap proses mengambiltindakan dan berkomunikasiuntukmeresponpengaduankeluhankonsumenmelalui twitter ditengahpandemiCOVID-19 ?"*, berikut adalah jawaban yang diberikan Ibu Heni Rahmawati sebagai Public Relations PDAM Tirtawening *"Merespon dengan cepat melalui twitter sangat mudah , untuk tindakan sendiri melewati terlebih dahulu proses waktu dalam pengerjaan laporan pengaduan*

*keluhan air paling terlambat untuk mengambil tindakan satu hari setelah menerima laporan dari konsumen yang mengeluhkan pelayanan gangguan air."* Dari jawaban yang diberikan oleh Ibu Heni Rahmawati, dapat disimpulkan bahwa, pihak PDAM Tirtawening berusaha agar dapat dengan cepat merespon berbagai pengaduan dari para konsumen, selanjutnya akan di proses dan pihak pdam akan bertindak satu hari setelah mendapatkan laporan pengaduan dari konsumen yang mengeluhkan gangguan air.

Selanjutnya sebagai peneliti melontarkan pertanyaan yang terakhir yaitu, *"Bagaimanapublicrelationspdammelakukan proses pelaksanaanevaluasidalammenanggapi pengaduankeluhankonsumenmelalui twitter ditengahpandemi COVID-19?"*, berikut adalah jawaban yang diberikan Ibu Heni Rahmawati sebagai Public Relations PDAM

Tirtawening “*Evaluasi yang dikerjakan pada saat pekerjaan dilapangan telah selesai maka diinformasikan kembali dan evaluasi dalam pelayanan melalui media sosial akan lebih melayani dengan baik lagi*”. Dari jawaban yang diberikan oleh Ibu Heni Rahmawati, dapat disimpulkan bahwa evaluasi selalu rutin diadakan, agar mengetahui pelayanan yang diberikan oleh PDAM, jika ada terjadi masalah dalam pelayanan, selain itu pihak PDAM juga terus berupaya memberikan yang terbaik untuk kepuasan konsumen, serta pihak PDAM tentunya akan lebih baik lagi dalam melayani masalah pengaduan dari konsumen.

Setelah informan inti sudah di wawancarai, peneliti melanjutkan dengan informan kedua yaitu Supervisor PDAM Tirtawening,

Bapak Deni Mulyana, dan peneliti melontarkan pertanyaan kepada beliau sebagai berikut: “Berapa lamakah penanganan gangguan air setelah pengaduan yang dilontarkan oleh konsumen?”, berikut adalah jawaban yang diberikan Bapak Deni Mulyana, “*Waktu yang dipastikan setelah satu hari setelah pengaduan konsumen masuk kepada pengaduan pelayanan air*”. Jawaban yang disampaikan oleh beliau hampir sama dengan yang diuraikan oleh Ibu Heni Rahmawati dan dapat disimpulkan bahwa pihak PDAM akan melakukan tindakan, setelah satu hari pengaduan.

Selanjutnya peneliti melontarkan pertanyaan yang kedua kepada Bapak Deni Mulyana sebagai berikut: “Kesulitan apa saja yang terjadi saat berada di lapangan?”, berikut adalah jawaban yang

diberikan oleh beliau “*Kesulitan nya disaat pengecekan di lapangan berbeda-beda, tapi kebanyakan kesulitan yang ditemui oleh tim petugas lapangan pada saat mengecek jalur air pada area tersebut ternyata kondisi pendistribusian air nya di gilir sehingga tidak dapat menangani secara maksimal*”. Dari jawaban tersebut dapat disimpulkan bahwa, ketika pihak PDAM turun langsung ke lapangan memiliki kesulitan yang berbeda-beda.

Setelah mewawancarai pihak PDAM Tirtawening, peneliti juga mewawancarai satu orang konsumen, yang bernama Zulkifli seorang wiraswasta, kemudian peneliti melontarkan pertanyaan sebagai berikut: “Apakah pengaduan melalui media sosial twitter efektif di masa covid-19?”, berikut adalah jawaban

Zulkifli terkait pertanyaan tersebut “*Pengaduan melalui twitter itu efektif secara daring karna lebih mudah dan sangat simple untuk mengeluhkan pengaduan gangguan air*”. Dari jawaban Zulkifli, dapat disimpulkan bahwa pengaduan dengan menggunakan bantuan media sosial twitter sangatlah efektif dimasa pandemi covid-19 ini, serta mencegah penularan virus tersebut, sehingga konsumen tidak perlu datang ke kantor pelayanan PDAM.

Peneliti lalu melanjutkan pertanyaan kepada Zulkifli, berikut adalah pertanyaannya: “Apakah pengaduan melalui media sosial twitter cepat di tanggap oleh pihak pdam?”, berikut adalah jawaban Zulkifli terkait pertanyaan tersebut “*Pdam lumayan sangat cepat dalam merespon nya dan memberikan penanganan oleh teknisi dilapangan*

*pun sangat cepat*". Dari jawaban Zulkifli, dapat disimpulkan bahwa terkait respon yang diberikan oleh pihak PDAM kepada para konsumen yang membuat pengaduan melalui twitter, sangat cepat dan konsumen merasa puas dalam pelayanan yang diberikan.

Selanjutnya peneliti melontarkan pertanyaan yang ketiga kepada Zulkifli, pertanyaan yang ditanyakan oleh peneliti sebagai berikut: "Apakah anda merasa terbantu dengan adanya layanan pengaduan online pdam tirtawening?", berikut adalah jawaban Zulkifli mengenai pertanyaan tersebut "*Ya pastinya sangatterbantu sekali, daripada kita harus keluar rumah kan ngeri juga kalo tertular covid-19 jadi kalo ada masalah tinggal tweet aja ke akun twitternya pdam terus tinggal di*

*realisasikan nya yang sangat tanggap lagi dan juga memberikan tindakan lanjutannya secara cepat juga*". Dari jawaban Zulkifli, dapat disimpulkan bahwa dengan adanya media sosial twitter sebagai tempat pengaduan masalah pelayanan air, sangatlah terbantu dimasa pandemi Covid-19.

<sup>1</sup> Hasil dari Penelitian ini mendapatkan fakta bahwa selama adanya pandemi Covid-19 ini mengakibatkan kecemasan semua orang, Namun Pelayanan publik harus tetap berjalan, sehingga hampir semua pelayanan publik menggunakan media daring baik untuk memberikan informasi atau untuk para konsumen melaporkan pengaduan masalah air. Hal ini dikarenakan karena adanya kebijakan dari pemerintah agar menggunakan media daring untuk <sup>38</sup> menghindari penyebaran virus Covid-19. Oleh karena itu banyak pelayanan publik yang menggunakan media sosial guna menanggapi keluhan dari masyarakat atau konsumen. Salah

satu pelayanan publik yang menggunakan media daring untuk menerima pengaduan masalah yaitu, PDAM Tirtawening menggunakan media sosial twitter. Pihak PDAM Tirtawening tetap menerima pengaduan pelayanan melalui media sosial twitter, meskipun para konsumen hanya dapat melaporkan masalahnya melalui media daring, tetapi pihak PDAM Tirtawening berupaya merespon serta menanggapi masalah-masalah yang terjadi dan keluhan masalah yang di laporkan oleh para konsumen, dengan demikian PDAM Tirtawening akan memberikan pelayanan dengan tepat, cepat serta tanggap.

Hal ini diperkuat juga dengan tanggapan yang diberikan oleh pihak *Public Relations* PDAM Tirtawening, pihak PDAM akan bertindak langsung dan mengkomunikasikannya kepada petugas lapangan serta kepada pihak konsumen. Dengan demikian konsumen juga merasa aman dan sangat terbantu oleh pelayanan yang diberikan PDAM Tirtawening.

31

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, untuk mengetahui bagaimana strategi *Public Relations* PDAM Tirtawening dalam menanggapi pengaduan konsumen pada masa pandemi Covid-19. Pada bagian akhir ini peneliti akan memaparkan beberapa kesimpulan yang dapat diambil berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dan dianalisis pada bagian bab empat, maka peneliti menarik kesimpulan, bahwa tidak terjadi perubahan / perbedaan disaat sebelum dan sesudah adanya pandemi covid-19 karena pelayanan akan terus berjalan, meskipun memang tidak secara langsung untuk melakukan pengaduan konsumen pihak pdam tirtawening akan terus tetap melayani dengan sigap. Sebagai mana dikatakan karena kita membutuhkan yang cepat, akurat serta bisa dipertanggung jawabkan menjadikan media sosial ini sebagai salah satu media utama dalam pencarian informasi dan media komunikasi. Karena public relations selalu mengkomunikasikan dengan baik dengan memberikan penjelasan

informasi yang cepat kepada konsumen, lalu juga pihak public relations menghubungi bagian wilayah agar segera di tindak lanjuti atas keluhan konsumen tersebut. Terbukti pula bahwa media sosial sangatlah berpengaruh banyak dalam proses berkomunikasi dengan situasi/kondisi saat ini, <sup>6</sup> sosial media telah merevolusi kecepatan informasi atau berita. Banyak organisasi atau kantor berita yang bergantung pada sosial media untuk mengumpulkan dan membagikan informasi. Kini Twitter telah menjadi sumber utama bagi masyarakat dan juga kita semua untuk mendapatkan berita <sup>18</sup> untuk memberikan pendapat. Dan Siapapun dapat mengetahui apa saja yang sedang terjadi di seluruh dunia secara *real-time* dengan penggunaan sosial media.

#### UCAPAN TERIMAKASIH

Terimakasih juga peneliti sampaikan kepada :

1. Dr. Dasrun Hidayat, M.I.Kom selaku Dekan Fakultas Komunikasi dan Desain ARS University
2. Kedua orangtua Deni Mulyana dan Euis yang selalu mendukung

#### REFERENSI

- Ambarwati, K. (2009). No Title. <sup>36</sup> *Peran Dan Strategi Public Relations Dalam Membangun Citra.*
- Bernays, L. E. (2013). <sup>42</sup> *Public Relations.* University of Oklahoma Press.
- Damayanti, T. (n.d.). No Title. <sup>37</sup> *Pemanfaatan Twitter Sebagai Media Information Sharing Di Perpustakaan.*
- Huberman, M. (1992). *Analisis Data Kualitatif.* Universitas Indonesia.
- Indri, A. (2013). No Title. *Strategi Komunikasi Humas PT.PLN.*
- Mulida, S. S. (2017). No Title. <sup>7</sup> *Strategi Humas Perusahaan Daerah Air Minum PDAM Tirta*

- Kahuripan Dalam Pelayanan Prima Kepada Pelanggan.*
- Mulyani, R. (n.d.). No Title. *Strategi Humas Perusahaan Daerah Air Minum PDAM Tirta Kahuripan Dalam Pelayanan Prima Kepada Pelanggan.*
- Peraturan Walikota. (2020). *Pelaksanaan Pembatasan Sosial Berskala Besar Dalam Penanganan Corona Virus 2019.*
- Putriningrum, Denesia, U. (2015). No Title. *Analisis Strategi Public Relations Dalam Media Relations Dan Community Relations Untuk Membangun Brand Awareness Radio Streaming Dreamers Radio.*
- Rachmat, K. (2014). Teori Public Relations. In *Public Relations Perspektif Barat & Lokal.*
- Rosady, R. (2002). *Manajemen Humas Dan Komunikasi, Konsep dan Aplikasi.* Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Sugiyono. (2005). *Memahami Penelitian Kualitatif.* Bandung: CV. Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kualitatif dan R&D.* Alfabeta.
- Sumantri, Bambang dan Parwinto, H. (2017). *Kualitas Pelayanan Perusahaan Daerah Air Minum PDAM Kabupaten Sragen. Kualitas Pelayanan Perusahaan Daerah Air Minum PDAM Kabupaten Sragen, 1, 11–24.*
- Uchjana, Onong, E. (2009). *Humas Relations & Public Relations.* CV. Mandar Maju.

# Plagiarism Check

---

## ORIGINALITY REPORT

---

28%

SIMILARITY INDEX

28%

INTERNET SOURCES

8%

PUBLICATIONS

11%

STUDENT PAPERS

---

## PRIMARY SOURCES

---

1	<a href="http://www.jurnal-umbuton.ac.id">www.jurnal-umbuton.ac.id</a> Internet Source	3%
2	<a href="http://repository.unpas.ac.id">repository.unpas.ac.id</a> Internet Source	2%
3	<a href="http://id.scribd.com">id.scribd.com</a> Internet Source	2%
4	<a href="http://media.neliti.com">media.neliti.com</a> Internet Source	2%
5	<a href="http://id.123dok.com">id.123dok.com</a> Internet Source	1%
6	<a href="http://promosimediasosial.com">promosimediasosial.com</a> Internet Source	1%
7	<a href="http://repository.iainpurwokerto.ac.id">repository.iainpurwokerto.ac.id</a> Internet Source	1%
8	<a href="http://we-didview.com">we-didview.com</a> Internet Source	1%
9	<a href="http://repo.iain-tulungagung.ac.id">repo.iain-tulungagung.ac.id</a> Internet Source	1%

---

10	<a href="https://repository.upi.edu">repository.upi.edu</a> Internet Source	1 %
11	<a href="https://www.scribd.com">www.scribd.com</a> Internet Source	1 %
12	<a href="https://www.researchgate.net">www.researchgate.net</a> Internet Source	1 %
13	Submitted to Universitas Negeri Jakarta Student Paper	1 %
14	<a href="https://jurnaldiakom.kominfo.go.id">jurnaldiakom.kominfo.go.id</a> Internet Source	1 %
15	<a href="https://jimfeb.ub.ac.id">jimfeb.ub.ac.id</a> Internet Source	1 %
16	<a href="https://eprints.uns.ac.id">eprints.uns.ac.id</a> Internet Source	1 %
17	<a href="https://library.binus.ac.id">library.binus.ac.id</a> Internet Source	1 %
18	<a href="https://www.progresstech.co.id">www.progresstech.co.id</a> Internet Source	1 %
19	<a href="https://bkk.smkbn666.com">bkk.smkbn666.com</a> Internet Source	<1 %
20	Submitted to Universitas Negeri Makassar Student Paper	<1 %
21	<a href="https://repository.utu.ac.id">repository.utu.ac.id</a> Internet Source	<1 %

22	<a href="http://salsabilashaziaariga.blogspot.com">salsabilashaziaariga.blogspot.com</a> Internet Source	<1 %
23	<a href="http://digilib.unila.ac.id">digilib.unila.ac.id</a> Internet Source	<1 %
24	<a href="http://digilibadmin.unismuh.ac.id">digilibadmin.unismuh.ac.id</a> Internet Source	<1 %
25	<a href="http://eprints.hamzanwadi.ac.id">eprints.hamzanwadi.ac.id</a> Internet Source	<1 %
26	<a href="http://repository.uinbanten.ac.id">repository.uinbanten.ac.id</a> Internet Source	<1 %
27	<a href="http://repository.uinjkt.ac.id">repository.uinjkt.ac.id</a> Internet Source	<1 %
28	<a href="http://cucunermi.blogspot.com">cucunermi.blogspot.com</a> Internet Source	<1 %
29	<a href="http://koreascience.or.kr">koreascience.or.kr</a> Internet Source	<1 %
30	<a href="http://hukumclick.wordpress.com">hukumclick.wordpress.com</a> Internet Source	<1 %
31	<a href="http://repository.its.ac.id">repository.its.ac.id</a> Internet Source	<1 %
32	<a href="http://repository.ub.ac.id">repository.ub.ac.id</a> Internet Source	<1 %
33	<a href="http://www.jurnalkommas.com">www.jurnalkommas.com</a> Internet Source	<1 %

34	Submitted to Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya Student Paper	<1 %
35	<a href="http://ojs.unud.ac.id">ojs.unud.ac.id</a> Internet Source	<1 %
36	<a href="http://digilib.uin-suka.ac.id">digilib.uin-suka.ac.id</a> Internet Source	<1 %
37	<a href="http://docobook.com">docobook.com</a> Internet Source	<1 %
38	<a href="http://edukatif.org">edukatif.org</a> Internet Source	<1 %
39	<a href="http://id.berita.yahoo.com">id.berita.yahoo.com</a> Internet Source	<1 %
40	<a href="http://journal-center.litpam.com">journal-center.litpam.com</a> Internet Source	<1 %
41	<a href="http://tatiye.id">tatiye.id</a> Internet Source	<1 %
42	<a href="http://www.acarindex.com">www.acarindex.com</a> Internet Source	<1 %
43	<a href="http://www.slideshare.net">www.slideshare.net</a> Internet Source	<1 %
44	<a href="http://zombiedoc.com">zombiedoc.com</a> Internet Source	<1 %

---

Exclude quotes Off

Exclude matches Off

Exclude bibliography Off