

# Hubungan Antara Sosialisasi Rembug Air dengan Kepuasan Pelanggan PDAM di Kelurahan Loa Bakung Kota Samarinda

Rendy Wicaksono<sup>1</sup>

## Abstrak

*Hubungan antara Sosialisasi Rembug Air dengan Kepuasan Pelanggan PDAM di Kelurahan Loa Bakung Kota Samarinda. Dibawah bimbingan selaku Ibu Prof. Dr. Hj. Nur Fitriyah, M.S Dosen Pembimbing I dan selaku Bapak Drs. Sugandi. M.Si Dosen Pembimbing II.*

*Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah terdapat Hubungan antara Sosialisasi Rembug Air dengan Kepuasan Pelanggan PDAM di Kelurahan Loa Bakung Kota Samarinda.*

*Jenis penelitian ini adalah asosiatif atau hubungan yaitu menjelaskan Hubungan Antara Sosialisasi Rembug Air dengan Kepuasan Pelanggan PDAM di Kelurahan Loa Bakung Kota Samarinda. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan ukuran korelasi Rank Spearman. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan angket serta populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat di kelurahan Loa Bakung Kota Samarinda dengan jumlah sampel sebanyak 55 orang.*

*Berdasarkan analisis dan pengujian hipotesis dapat diketahui bahwa kedua variabel yakni sosialisasi rembug air ( $x$ ) dan kepuasan pelanggan ( $y$ ) memperoleh empiris sebesar 0,305 sedangkan  $r_s$  tabel untuk jumlah responden 55 adalah sebesar 0,266 dengan tingkat  $\alpha = 0,05$  untuk tes dua sisi sehingga jika diamati akan terlihat bahwa harga  $r_s$  empiris lebih besar dari harga  $r_s$  tabel yaitu  $= 0,305 > 0,266$ . Maka dapat disimpulkan bahwa  $H_1$  diterima  $H_0$  ditolak, artinya terdapat hubungan antara sosialisasi rembug air dengan kepuasan pelanggan PDAM di Kelurahan Loa Bakung Kota Samarinda.*

**Kata Kunci:** Sosialisasi, “Rembug Air”, Kepuasan Pelanggan

## Pendahuluan

Air merupakan kebutuhan yang sangat penting bagi kehidupan makhluk hidup. Keberlangsungan makhluk hidup di bumi tergantung pada ketersediaan air. Air bersih merupakan komponen utama aktivitas manusia, baik untuk air minum, kebutuhan rumah tangga serta aktivitas pendukung kehidupan lainnya. Karena pentingnya air bagi kehidupan manusia, pemerintah menjamin kebutuhan air warga negaranya seperti yang tertuang dalam Pasal 5 BAB I Undang-undang Republik Indonesia No. 7 tahun 2004.

Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Samarinda sebagai salah satu perusahaan yang bergerak dibidang dalam distribusi air bersih yang berstatus Badan Usaha Milik Daerah (BUMD) dalam upaya memberikan pelayanan terhadap masyarakat dituntut untuk memberikan kepuasan, karena dengan demikian masyarakat akan semakin percaya dengan badan usaha ini dimana sebagai mitra usahanya. Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Samarinda memiliki jumlah pelanggan sebanyak 7.408 dari tahun 2013-2014 yang mana tugas PDAM merupakan abdi masyarakat dalam memberikan pelayanan diharapkan mempunyai sikap mental, tekad dan semangat, ketaatan dan kedisiplinan

Kenyataannya, pelayanan yang diberikan dinilai masih belum memenuhi tuntutan dan harapan masyarakat. Berbagai keluhan baik yang disampaikan melalui media massa maupun yang disampaikan kepada institusi pengawasan yang ada merupakan bukti akan hal tersebut. Dengan pelayanan yang bisa dikatakan belum memuaskan masyarakat, hal ini mengakibatkan banyaknya keluhan-keluhan yang terjadi di masyarakat terkait tentang pelayanan tersebut sehingga membuat masyarakat yang menjadi pelanggan PDAM menjadi kurang percaya dengan kinerja dan pelayanan yang diberikan oleh PDAM. Salah satunya terjadi di daerah kelurahan Loa bakung RT 18 di Kota samarinda.

Masyarakat Samarinda khususnya di kelurahan Loa Bakung mengalami beberapa keluhan mengenai kinerja atau pelayanan yang diberikan oleh PDAM. Dalam rangka menindaklanjuti keluhan masyarakat yang ada di kelurahan Loa Bakung, PDAM langsung mengadakan sosialisasi yang bernama Sosialisasi Rembug Air. Dalam program kerja Sosialisasi Rembug Air yang dilakukan di Kelurahan Loa Bakung, PDAM mengadakan jalan sehat dan sekaligus mengunjungi rumah warga secara acak untuk mengetahui keluhan mereka tentang air. Dengan dilakukannya sosialisasi rembug air, yang bertujuan untuk bisa mengetahui keluhan - keluhan apa saja yang terjadi di masyarakat dan dengan tindakan yang bagaimana sehingga keluhan tersebut bisa diatasi

## **Kerangka Dasar Teori**

### ***Sosialisasi***

Menurut Mc Qual (2005:503) sosialisasi adalah sebagai “pengajaran nilai-nilai dan norma-norma yang dibangun dengan cara memberi ganjaran dan imbalan simbolik untuk berbagai jenis perilaku. “ Sosialisasi dimaksudkan juga pula sebagai proses pembelajaran dimana kita mempelajari harapan-harapan yang seiring dengan suatu peran atau status tertentu dalam masyarakat.

Menurut Soerjono Soekasnto (1982:104) dalam buku berjudul “Sosiologi Suatu Pengantar” menjelaskan bahwa sosialisasi adalah suatu proses interaksi sosial yang merupakan kunci dari semua kehidupan sosial.

Berdasarkan definisi sosialisasi diatas, dapat disimpulkan bahwa sosialisasi merupakan proses dimana seseorang mempelajari pola-pola hidup dalam masyarakat sesuai dengan nilai nilai, norma dan kebiasaan yang berlaku untuk berkembang sebagai anggota masyarakat dan sebagai individu.

### ***Kepuasan Pelanggan***

Soeratman (2002:32) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan setelah membandingkan kinerja yang dihasilkan dengan harapan. Menurut Babin dan Griffin (Barnes, 2000:61) kepuasan pelanggan merupakan perasaan emosional sebagai hasil dari penilaiannya terhadap suatu pelayanan.

Dari kajian teori di atas dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan merupakan respon atas suatu kondisi yang ditunjukkan oleh pelanggan setelah menggunakan produk atau pelayanan jasa pada suatu perusahaan. Apabila kebutuhan pengguna terpenuhi

### ***Komunikasi Interpersonal***

Joseph A. Devito yang dikutip oleh Nurani Soyomukti (2010:142) mendefinisikan komunikasi interpersonal sebagai proses pengiriman dan penerimaan pesan antara dua orang atau diantara sekelompok kecil orang-orang dengan beberapa efek dan beberapa umpan seketika.

Mulyana (2002:73) menyatakan komunikasi interpersonal sangat potensial untuk menjalankan fungsi instrumental sebagai alat untuk mempengaruhi atau membujuk orang lain, karena kita dapat menggunakan kelima alat indera kita untuk mempertinggi daya bujuk pesan yang kita komunikasikan kepada komunikan kita.

### ***Teori S-O-R***

Pengertian S-O-R adalah sebagai singkatan dari Stimulus-organism-respon. Ini semua berasal dari psikologi. Hovland (dalam Effendy,2003:255) beranggapan bahwa perubahan sikap adalah serupa dengan proses belajar. Teori ini mendasarkan asumsi bahwa penyebab terjadinya perubahan perilaku tergantung kepada kualitas rangsang (stimulus) yang berkomunikasi dengan organisme.

### ***Hipotesis***

- H<sub>0</sub> : Tidak ada hubungan antara sosialisasi rembug air dengan kepuasan pelanggan PDAM
- H<sub>1</sub> : Ada hubungan antara sosialisasi rembug air dengan kepuasan pelanggan PDAM

### ***Definisi Konsepsional***

Definisi konseptual merupakan konklusi dari beberapa definisi variabel-variabel di dalam penelitian ini, antara lain:

1. Sosialisasi adalah sebuah proses penanaman atau transfer kebiasaan atau nilai dan aturan dari satu generasi ke generasi lainnya dalam sebuah kelompok atau masyarakat.
2. Rembug air bertujuan untuk mengetahui apa saja keluhan warga tentang air dan bagaimana cara mengatasinya dan untuk mengetahui mengenai kinerja atau pelayanan PDAM dimasyarakat

1. Kepuasan Pelanggan adalah perasaan pelanggan membandingkan pelayanan yang diterima dengan harapan pelanggan.

## **Metode Penelitian**

### ***Jenis Penelitian***

Jenis penelitian ini menggunakan metode penelitian eksplanatif kuantitatif. Metode ini digunakan untuk meneliti sejauh mana variasi pada suatu variabel berkaitan dengan variabel-variabel yang lain (Rakhmat, 2009:27). Metode ini bertujuan untuk menemukan ada atau tidaknya hubungan antara variabel dan menguji hipotesis yang diajukan sebelumnya.

### ***Definisi Operasional***

Dalam definisi operasional ini akan diberikan gambaran secara jelas mengenai indikator-indikator yang digunakan dalam penelitian ini. Adapun definisi operasional dalam penelitian ini adalah :

- A. Sosialisasi Rembug Air ( Variabel X)
  - A. Credibility (Kredibilitas)
  - B. Context (Kondisi Saat Berkomunikasi)
  - C. Content (Isi Pesan)
  - D. Clarity (Pesan yang Jelas)
  - E. Continuity and Consistency (Konsisten dan berkesinambungan)
  - F. Capability of Audience (Komunikator Mengerti)
  - G. Channels of Distribution (Media)
- B. Kepuasan Pelanggan ( Variabel Y)
  - a. Komunikasi
  - b. Keinginan Pribadi dan Pelanggan
  - c. Pengalaman Masa Lalu
  - d. Komunikasi Eksternal

### ***Populasi, Sampling dan Sampel***

populasi penelitian ini adalah seluruh kepala keluarga dari RT 18 di Kota samarinda kelurahan Loa bakung yang berjumlah 193 warga. Sehingga dalam penelitian ini, maka sampel diambil dengan menggunakan rumus Slovin yang dikemukakan oleh Kriyantono (2008:162) karena ukuran sampel yang diketahui jumlahnya. Rumusnya seperti berikut :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$
$$n = \frac{123}{1 + 123(0,10)^2}$$
$$n = \frac{123}{2,23}$$
$$n = 55,15695$$
$$n = 55 \text{ orang}$$

Keterangan :

- n : Ukuran Sampel
- N : Ukuran Populasi
- E : Kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang dapat ditolerir. Dalam penelitian ini penulis menggunakan 10% yang kemudian e dikuadratkan.
- 1 : Bilangan konstan

Dari jumlah kepala keluarga RT 18 di kelurahan Loa Bakung yang keseluruhan berjumlah 120 orang dan ditemukan sebanyak 55 orang dengan menggunakan rumus Slovin. Kemudian akan digunakan teknik Sampling Random Sederhana yang akan memberi peluang yang sama untuk menjadi sampel dengan cara memberi nomor pada seluruh anggota populasi, lalu mengundinya/mengacak sampai mendapatkan jumlah sampel yang dibutuhkan.

### ***Metode Pengumpulan Data***

Metode pengumpulan data adalah teknik atau cara-cara yang dapat digunakan periset untuk mengumpulkan data.

1. Data Primer
  - a. Kuisisioner
  - b. Observasi
  - c. Wawancara
2. Data Sekunder: Sumber-sumber tertulis.

### ***Alat Pengukuran Data***

Dalam penelitian ini pertanyaan yang akan diajukan akan berupa pertanyaan dengan kriteria atau skor menurut Riduwan, (2010 : 86) masing-masing penelitian ada yang menggunakan jenjang 3 (1,2,3), jenjang 5 (1,2,3,4,5), dan jenjang 7 (1,2,3,4,5,6,7). Dalam penelitian ini penulis mengelompokkan jawaban responden dalam nilai skala 5 jenjang dengan masing-masing diberikan nilai yaitu :

1. Sangat Setuju (Skor 5)
2. Setuju (Skor 4)
3. Ragu-ragu (Skor 3)
4. Tidak Setuju (Skor 2)
5. Sangat Tidak Setuju (Skor 1)

### ***Teknik Analisis Data***

Korelasi Rank Spearman dapat digunakan untuk mengetahui korelasi (hubungan) antara dua variabel (Sugiyono, 2009:107)

$$r_s = 1 - \frac{6 \cdot \sum di^2}{N^3 - N}$$

Rumus statistik koefisien korelasi rank spearman jika ditemukan data kembar (sama)

$$r_s = \frac{\sum x^2 + \sum di^2}{2\sqrt{\sum x^2 \cdot \sum y^2}}$$

$$\sum x^2 = \frac{N^3 - N}{12} - \sum TX$$

$$\sum y^2 = \frac{N^3 - N}{12} - \sum TY$$

$$T = \frac{t^3 - t}{12}$$

Keterangan :

$r_s$  = Koefisien Korelasi rank spearman

$\sum di^2$  = Jumlah keseluruhan  $di^2$ , dimana merupakan harga masing-masing subyek yang diperoleh dari selisih antara ranking x dan y

x = Variabel Sosialisasi Rembug Air (independent variabel)

y = Variabel Kepuasan Pelanggan (dependent variabel)

N = Jumlah sampel (responden)

T = Banyaknya observasi data kembar pada ranking variabel x dan y

t = Faktor Korelasi

12 = Bilangan Baku

Pengujian Signifikansi Koefisien korelasi, selain dapat menggunakan table, juga dapat dihitung dengan uji t yang rumusnya adalah:

$$t = \sqrt{\frac{n - 2}{1 - r_s^2}} \text{ (Siegel, 1992: 263)}$$

Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka hubungannya signifikan

Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka hubungannya tidak signifikan

### **Lokasi dan Jadwal Penelitian**

Penelitian ini akan dilaksanakan di RT 18 kelurahan Loa Bakung. Waktu penelitian direncanakan pada bulan januari 2017 s/d Febuari 2017.

### **Hasil Penelitian Dan Pembahasan**

untuk menganalisis data digunakan koefisien korelasi Rank Spearman ( $r_s$ ), namun sebelumnya harus terlebih dahulu dicari  $X^2$  dan  $Y^2$  pada masing-masing variabel serta harga-harga kritis dan nilai yang berangka sama atau kembar (T) dengan rumus sebagai berikut :

$$\sum_x 2 = \frac{N^3 - N}{12} - \sum Tx$$

$$\sum_y 2 = \frac{N^3 - N}{12} - \sum Ty$$

$$T = \frac{t^3 - t}{12}$$

Keterangan :

- x : Variabel Sosialisasi Rembug Air (independent variabel)
- y : Variabel Kepuasan Pelanggan (dependent variabel)
- N : Jumlah sampel (Responden)
- T : Banyaknya observasi data kembar pada ranking variabel x dan y
- t : Faktor Korelasi
- 12 : Bilangan Baku

Dari lampiran tabel E nilai masing-masing variabel yang berangka sama dapat kita ketahui  $\sum Tx = 168$  sedangkan  $\sum Ty = 363$  setelah diketahui harga  $\sum Tx$  dan  $\sum Ty$ , maka  $\sum X^2$  dapat diketahui melalui perhitungan dibawah ini :

$$\begin{aligned}\sum x^2 &= \frac{N^3 - N}{12} - \sum TX \\ &= \frac{55^3 - 55}{12} - 168 \\ &= 13860 - 168 \\ \sum x^2 &= 13692\end{aligned}$$

Selanjutnya untuk  $\sum y^2$  adalah :

$$\begin{aligned}\sum y^2 &= \frac{N^3 - N}{12} - \sum TY \\ &= \frac{55^3 - 55}{12} - 363 \\ &= 13860 - 363 \\ \sum y^2 &= 13497\end{aligned}$$

Dari perhitungan diatas dapat diketahui bahwa nilai untuk  $\sum x^2 = 13692$  dan  $\sum y^2 = 13497$  sedangkan  $\sum d^i = 10808$  dengan demikian dimasukkan kedalam perhitungan Rank Spearman ( $r_s$ ) nya sebagai berikut :

$$\begin{aligned}r_s &= \frac{\sum x^2 + \sum y^2 - di^2}{2\sqrt{\sum x^2 \cdot \sum y^2}} \\ &= \frac{13692 + 13497 - 10808}{2\sqrt{13692 \cdot 13497}} \\ &= \frac{16381}{2 \cdot 13594,150} \\ &= \frac{16381}{27188,3} = 0,602\end{aligned}$$

Berdasarkan hasil perhitungan diatas diperoleh  $r_s$  hitung sebesar 0,602 sedangkan  $r_s$  tabel untuk jumlah responden 55 adalah sebesar 0,266 dengan tingkat signifikansi 0,05 berdasarkan tes dua sisi. Sehingga terlihat nilai  $r_s$  hitung lebih besar dari  $r_s$  tabel yakni  $0,602 > 0,266$  maka  $H_1$  diterima  $H_0$  ditolak. Dengan demikian terdapat hubungan antara sosialisasi rembug air dengan kepuasan pelanggan PDAM di kelurahan Loa Bakung Kota Samarinda.

Selanjutnya untuk melihat tinggi rendahnya koefisien korelasi (Sugiyono 12:2012), yaitu sebagai berikut :

- 0,00 - 0,199 : hubungan sangat rendah
- 0,200 - 0,399 : hubungan rendah

0,400 – 0,599 : hubungan sedang

0,600 - 0,799 : Hubungan yang kuat

0.800 – 1,000 : Hubungan yang sangat kuat

Hasil perhitungan menunjukkan telah terjadi hubungan dengan kekuatan yang kuat. Angka 0,602 menunjukkan hubungan yang kuat karena terletak di interval 06020 – 0,799 pada interval koefisien. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang kuat antara sosialisasi rembug air dengan kepuasan pelanggan PDAM di Kelurahan Loa Bakung Kota Samarinda.

Untuk pengujian signifikansi suatu  $r_s$  yang kita hasilkan dapat diuji dengan rumus sebagai berikut :

$$\begin{aligned} t &= \sqrt{\frac{n-2}{1-r_s^2}} \\ &= \sqrt{\frac{55-2}{1-0,305^2}} \\ &= \sqrt{\frac{53}{0,637}} = 9,121 \end{aligned}$$

Jika  $T_{hitung} > T_{tabel}$  maka hubungannya signifikan

Nilai kritis untuk signifikansi 0,05 dan  $df = N-2 = 53$  adalah 0,271. Karena nilai  $t$  hasil pengamatan lebih besar dari 0,271. Maka dapat disimpulkan hubungan antara hubungan antara sosialisasi rembug air dengan kepuasan pelanggan PDAM di Kelurahan Loa Bakung Kota Samarinda adalah hubungan yang signifikan. Dengan  $t_{hitung} = 9,121 > t_{tabel} = 0,271$ .

Kesimpulan pada penelitian ini adalah terdapat hubungan yang kuat serta signifikan antara hubungan antara sosialisasi rembug air dengan kepuasan pelanggan PDAM di Kelurahan Loa Bakung Kota Samarinda.

### ***Komunikasi Interpersonal***

Berikut peneliti akan bahas satu per satu :

#### 1. Komunikator

Komunikator merupakan individu yang menciptakan, memformulasikan dan menyampaikan pesan. Dalam indikator credibility, presentase menunjukkan bahwa sebanyak 90% pelanggan atau masyarakat yang hadir dalam sosialisasi rembug air percaya dengan apa yang disampaikan oleh Pimpinan PDAM dalam sosialisasi rembug air.

#### 2. Encoding

Encoding adalah tindakan komunikator dalam memformulasikan isi pikiran kedalam simbol-simbol, kata-kata dan sebagainya sehingga komunikator merasa yakin dengan pesan yang disusun dan cara penyampaiannya. Hal ini terlihat di indikator Clarity dengan presentase menunjukkan sebesar 58% masyarakat setuju.



3. Pesan

Pesan dalam sosialisasi rembug air adalah memberikan informasi kepada masyarakat tentang bagaimana menggunakan air secara hemat, informasi pemasangan air, penjelasan mengenai hambatan dalam pendistribusian air kerumah-rumah warga. Hal ini terlihat pada indikator content, yaitu dengan sebesar 63% menjawab sangat setuju.

4. Saluran/Media

Penyampaian pesan yang dilakukan pada sosialisasi rembug air ini dilakukan secara tatap muka atau face to face. Dalam komunikasi interpersonal, komunikasi dilakukan secara tatap muka atau face to face sangat efektif karena dapat mengetahui secara langsung respon masyarakat mengenai pesan yang diberikan. Jadi saluran atau media yang digunakan dalam sosialisasi rembug air ini adalah secara visual, seperti mengadakan jalan sehat dan coffe time bersama masyarakat.

5. Komunikan

Komunikasikan dalam sosialisasi rembug air ini adalah pelanggan atau masyarakat yang menggunakan jasa PDAM yaitu sebanyak 55 responden.

6. Decoding

Decoding dalam hal ini adalah bagaimana pelanggan atau masyarakat memaknai pesan yang disampaikan Pimpinan PDAM dalam sosialisasi. Masyarakat memaknai pesan yang disampaikan dengan jelas dan paham. Hal ini terlihat jelas dari hasil penelitian pada indikator *Capability of audience* yaitu masyarakat memahami pesan yang disampaikan oleh pimpinan PDAM dengan presentase sebanyak 69,1% menjawab setuju.

7. Umpan Balik/Respon

Hal ini diketahui ketika peneliti melakukan wawancara secara acak mengenai sosialisasi rembug air. Rata-rata dari masyarakat menyenangi dengan dilakukannya sosialisasi rembug air. Karena dengan dilakukannya sosialisasi ini mereka dapat secara langsung menyampaikan keluhan mereka. Mereka juga merasa dihargai dan puas karena keluhan yang mereka sampaikan dijawab langsung oleh Pimpinan PDAM.

8. Gangguan/Hambatan

Adapun hambatan yang dialami oleh masyarakat yaitu ketika melakukan sesi tanya jawab. Ada beberapa masyarakat yang tidak semua menyampaikan keluhan mereka mengenai pelayanan yang mereka terima dikarenakan malu bertanya atau pun menyampaikan keluhan mereka. Mereka lebih memilih menyampaikan keluhan mereka melalui sosial media atau call center yang telah disediakan oleh PDAM

9. Konteks Komunikasi

Dalam penelitian ini, konteks komunikasi berlangsung dalam ruang sosial, yaitu menyediakan waktu tertentu untuk berkumpul bersama dan saling berdiskusi. Komunikasi yang berlangsung meliputi konteks ruang,

waktu dan nilai. Kontek ruang yaitu duduk bersama-sama antara Pimpinan PDAM dengan masyarakat sambil menyantap kopi dan kudapan yang telah

disediakan. Kontek waktu yaitu kapan waktu berkomunikasi yaitu Jumat pagi, sebelum mengadakan sosialisasi rebug air, PDAM mengajak masyarakat untuk jalan sehat bersama guna untuk saling mendekatkan antara PDAM dengan masyarakat. Konteks nilai yaitu nilai sosial. Komunikasi Interpersonal yang berlangsung antara PDAM dengan masyarakat dilakukan di teras rumah ketua RT 18.

### ***Teori S-O-R***

Respon atau perubahan sikap bergantung pada proses terhadap individu. Stimulus yang merupakan pesan yang disampaikan kepada komunikan dapat diterima atau ditolak, komunikasi yang terjadi dapat berjalan apabila komunikan memberikan perhatian terhadap stimulus yang disampaikan kepadanya. Sampai pada proses komunikan tersebut memikirkannya sehingga timbul pengertian dan penerimaan atau mungkin sebaliknya.

Adapun keterkaitan model S-O-R dalam penelitian ini adalah :

- a. Stimulus : Pesan yang disampaikan dalam Sosialisasi Rebug Air
- b. Organisme : Pelanggan atau masyarakat yang hadir dalam Sosialisasi Rebug Air
- c. Respon : Kepuasan pelanggan setelah menghadiri Sosialisasi Rebug Air

### ***Kepuasan Pelanggan***

Masyarakat dikatakan merasa terpuas kan dengan diadakannya Sosialisasi Rebug Air ini. Hal ini dapat dilihat dari hasil kuisisioner yang telah diisi oleh responden, yaitu :

1. Indikator *Credibility*, Sebanyak 2,7% responden menjawab sangat percaya, 90,9% responden menjawab percaya itu menandakan responden percaya dengan apa yang disampaikan oleh Direksi Utama PDAM dalam Sosialisasi rebug air.
2. Indikator *Channel of Distribution*, Sebanyak 3,6% responden menjawab sangat setuju, 76,4% responden menjawab setuju. Ini menandakan responden merasa terbantu dan memudahkan responden menyampaikan keluhan menggunakan call center.
3. Indikator *Capability of Aundience*, Sebanyak 16,4% responden menjawab sangat setuju, 69,1% responden menjawab setuju. Ini menandakan bahwa responden mengerti dengan informasi apa saja yang disampaikan serta mengikuti semua saran-saran yang diberikan dalam sosialisasi rebug air.
4. Indikator *Content*, Sebanyak 14,1% responden menjawab sangat setuju, 63,2% responden menjawab setuju. Ini menandakan responden merasa

informasi yang disampaikan dalam sosialisasi rembug air berguna dan sesuai dengan apa yang terjadi dengan kehidupan sehari-hari.

5. Indikator *Clarity*, Sebanyak 14,5% responden menjawab sangat setuju, 58,2% responden menjawab setuju. Ini menandakan apa yang disampaikan langsung oleh Direksi Utama PDAM dirasa sangat jelas tidak membosankan dan menarik oleh responden.
6. Indikator *Countinuity an Consintency*, Sebanyak 16,4% responden menjawab sangat setuju, 57,3% responden menjawab setuju. Ini menandakan responden berharap sosialisasi ini dilakukan secara rutin sehingga mengurangi keluhan yang terjadi dimasyarakat.
7. Indikator *Context*, Sebanyak 12,7% responden menjawab sangat setuju, 54,5% responden menjawab setuju. Ini mendakan sosialisasi yang dilakukan oleh PDAM tidak membosankan Karena disajikan dalam jalan sehat dan coffe time yang dihadiri langsung oleh Direksi Utama PDAM.

### **Penutup**

#### **Kesimpulan**

Berdasarkan pada penyajian data dan analisis data yang telah diuraikan sebelumnya, maka dapat dikemukakan kesimpulan antara lain :

1. Terdapat hubungan antara sosialisasi rembug air dengan kepuasan pelanggan PDAM di Kelurahan Loa Bakung Kota Samarinda, dimana dibuktikan dengan uji korelasi Rank Spearman ( $r_s$ ) sebesar  $r_s$  hitung  $(0,305) > (0,266)$   $r_s$  tabel artinya hipotesis  $H_0$  ditolak dan hipotesis  $H_1$  diterima, dengan tes dua sisi artinya terdapat hubungan yang signifikan.
2. Berdasarkan hasil penelitian bahwa sosialisasi rembug air yang dilakukan di Kelurahan Loa Bakung Kota Samarinda sudah berjalan dengan baik, hal ini dibuktikan dengan tingginya nilai jawaban responden mengenai 7 indikator dalam sosialisasi rembug air yaitu, indikator *credibility* dengan 90% responden menjawab percaya, indikator *context* dengan 54,55% responden menjawab setuju, indikator *content* dengan 61,82% responden menjawab setuju, indikator *clarity* dengan 58,18% responden menjawab setuju, indikator *continuity and consistency* dengan 55,45% responden menjawab setuju, indikator *capability of audience* dengan 70% responden menjawab setuju, indikator *channel of distribution* dengan 78,18% responden menjawab setuju.
3. Berdasarkan hasil penelitian bahwa kepuasan pelanggan yang diberikan kepada masyarakat di Kelurahan Loa Bakung Kota Samarinda bisa dikatakan berhasil. Hal ini dibuktikan dengan tingginya nilai jawaban responden mengenai 4 indikator dalam kepuasan pelanggan yaitu, indikator komunikasi dengan 60% responden menjawab setuju, indikator keinginan pribadi pelanggan dengan 48,18% responden menjawab sangat setuju, indikator pengalaman masa lalu dengan 65,45% responden menjawab setuju dan indikator komunikasi eksternal dengan 61,21% responden menjawab setuju..

#### **Saran**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai hubungan antara sosialisasi rembug air dengan kepuasan pelanggan PDAM di Kelurahan Loa Bakung Kota Samarinda, maka penulis mengemukakan saran-saran sebagai berikut :

1. Berdasarkan penelitian ini, sosialisasi yang dilakukan PDAM di Kelurahan Loa Bakung, diharapkan penyuluhan yang dilakukan oleh PDAM kepada masyarakat dilakukan lebih sering karena memberikan pengetahuan serta manfaat bagi kehidupan sehari-hari masyarakat. Jadi kegiatan seperti ini harus terus dijalankan bahkan harus ditingkatkan guna untuk terpenuhinya kepuasan pelanggan.
2. Berdasarkan penelitian ini, kepuasan pelanggan yang didapat dari hasil sosialisasi rebug air yang dilakukan di Kelurahan Loa Bakung Kota Samarinda, diharapkan hendaknya PDAM dapat mempertahankan kepuasan pelanggan tersebut. Dengan melakukan sosialisasi rebug air hal ini membuat hubungan antara PDAM dengan masyarakat semakin dekat, mendengarkan langsung keluhan masyarakat serta keluhan tersebut direspon langsung saat itu juga oleh pimpinan PDAM membuat masyarakat merasa senang dan dihargai dalam menyampaikan keluhan. Hal ini yang harus dipertahankan oleh PDAM bahkan ditingkatkan lagi sehingga kepuasan pelanggan dapat terjaga dan terpenuhi.

### **Daftar Pustaka**

- Akdon & Riduwan, 2010, *Rumus dan Data Dalam Analisis Statistika*, Cet 2, Alfabeta
- Arikunto, Suharsimi. 1991. *Manajemen Penelitian*, Rineka Cipta, Jakarta
- Az. Nasution, 2004, *Hukum Perliindungan Konsumen*, Suatu Pengantar, Diadit Media, Jakarta
- BarnerG. James , 2000 *Secret of Customer Relatioanship Management (Rahasia Manajemen Hubungan Pelanggan)*. Yogyakarta : ANDI
- Barnes, James G. 2003. *Secrets of Customer Relationship Management* (Terjemahan Andreas Winardi). Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Cangara, Hafield. 2014. *PENGANTAR ILMU KOMUNIKASI*. Jakarta PT RajaGrafindo Persada
- Chandra, G. Tjiptono, F. Chandra, Y. (2004). *Pemasaran Global : Internationalisasi dan Intetisasi*. Yogyakarta : Penerbit Andi.
- Cohen Bruce J, 2009, *Peranan, Sosiologi Suatu Pengantar*, Rineka Cipta, Jakarta.
- Cutlip, Scout M. Allen H, Center. Broom, Glen M. 2005. *Effective Public Relation*. Adisi 8. Jakarta. PT Indeks Kelompok Gramedia
- Dirdjosisworo, Soedjono. 1985. *Asas-asas Sosiologi*. Penerbit: Armico, Bandung.
- Effendy, Onong Uchjana. 1986. *Dimensi-Dimensi Komunikasi*. Bandung. : Alumni.
- Kotler, Philip 1996. *Marketing*. Jilid 1 (Edisi Bahasa Indonesia dari *Marketing Essentials*). Diterjemahkan Oleh : Herujati Purwoto. Jakarta : Penerbit Erlangga.
- Kotler, Philip. 1999. *Manajemen Pemasaran*. Jilid II. Edisi Milenium. Jakarta: PT. Prenhallindo.
- Kriyantono R, 2008. *Tekhnik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta : Kencana Prenada.
- Kriyantono, Rachmat. 2009. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Perdana Media Group.
- Loudon, David and J. Della Bitta. (1993). *Consumer Behaviour : Concept and Applications*. 4<sup>th</sup> Edition. New York : Mc. Graw Hill.
- McQuail, Dennis. 1987. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Erlangga.

- 
- Hubungan Sosialisasi Rembug Air dengan Kepuasan Pelanggan PDAM (Rendy)  
Mulyana, Dedy. 2002. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung : Remaja Rosdakarya
- Mulyana, Dedy. 2010. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung : Remaja Rosdakarya
- Ni Nyoman Yuliarmi dan Putu Riyasa. 2007. Analisis Faktor - Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Terhadap pelayanan PDAM kota Denpasar.
- Rakhmat, Jalaluddin. 1991. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Rakhmat, Jalaluddin. 2009. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Soekanto, Soerjono, 2002, *Teori Peranan*, Jakarta, Bumi Aksara. Widjaja,
- Soekanto, Soerjono, 1982. *Sosiologi Suatu Pengantar*, CV. Rajawali, Jakarta.
- Soeratman,L., 2002, “ Dinamika Wirausaha Multi Level Marketing”, *Journal Sains Pemasaran Indonesia*, Vol.1 No.3
- Soyomukti, Nuraini. 2010. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Yogyakarta : Ar-Ruzz Media
- Sugiyono, 2009. *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono, 2007. *Statistika Untuk Penelitian*, Alfabeta, Bandung.
- Suranto, Aw. 2011. *Komunikasi Interpersonal*. Yogyakarta : Graha Ilmu
- Tjiptono, Fandi. 1996, *Manajemen Jasa*, Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandi.1998. *Strategi Pemasaran*. Edisi Kedua. Yogyakarta: Andi
- Wijaya Tony, 2011. *Management Kualitas Jasa*, Jakarta :PT Indeks