

LAMPIRAN

INTERVIEW GUIDE

Informan : Kepala Seksi Kehumasan Perusahaan Daerah Air Minum Batang, Ibu Rona Septiani

1. Apa visi misi Perusahaan Daerah Air Minum Batang?
2. Bagaimana jobdes Perusahaan Daerah Air Minum Batang?
3. Apa slogan Perusahaan Daerah Air Minum Kab. Batang?
4. Bagaimana tujuan Perusahaan Daerah Air Minum Kab. Batang dalam memberikan pelayanan penyediaan air bersih?
5. Apa saja pelayanan yang diberikan Perusahaan Daerah Air Minum Batang kepada pelanggan?

INTERVIEW GUIDE

Informan : Kepala *Customer Relations* Perusahaan Daerah Air Minum Batang, Bapak Dumadi

1. Apa pentingnya *customer relations* bagi Perusahaan Daerah Air Minum Batang?
2. Bagaimana fungsi *customer relations* bagi Perusahaan Daerah Air Minum Batang?
3. Bagaimana media pengguna *customer relations* untuk menerima/menampung keluhan yang dihadapi oleh pelanggan Perusahaan Daerah Air Minum Batang?
4. Apa saja alat-alat yang digunakan *customer relations* untuk memperkenalkan dan menempatkannya dalam Perusahaan Daerah Air Minum Batang?
5. Bagaimana menggunakan periklanan dalam *customer relations* Perusahaan Daerah Air Minum Batang? Mengapa?
6. Bagaimana menggunakan *lobbying* dalam *customer relations* Perusahaan Daerah Air Minum Batang? Mengapa?
7. Bagaimana menggunakan keagenan pers dalam *customer relations* Perusahaan Daerah Air Minum Batang? Mengapa?
8. Bagaimana menggunakan promosi dalam *customer relations* Perusahaan Daerah Air Minum Batang? Mengapa?

9. Bagaimana menggunakan publisitas dalam *customer relations* Perusahaan Daerah Air Minum Batang? Mengapa?
10. Apa saja media iklan yang digunakan Perusahaan Daerah Air Minum Batang?
11. Bagaimana proses Perusahaan Daerah Air Minum Batang dalam merencanakan *customer care*? Mengapa?
12. Bagaimana kegiatan *customer gathering* yang dilakukan Perusahaan Daerah Air Minum Batang? Mengapa?
13. Bagaimana tahap pelaksanaan program komunikasi yang dilakukan Perusahaan Daerah Air Minum Batang kepada *customer*?
14. Bagaimana evaluasi dari proses kegiatan *customer relations* yang dilakukan Perusahaan Daerah Air Minum Batang?
15. Bagaimana penerapan evaluasi dari kegiatan *customer relations* tahun 2016 yang menjadi rekomendasi untuk tahun selanjutnya?

INTERVIEW GUIDE

Informan : Pelanggan Perusahaan Daerah Air Minum Batang

1. Dari mana Anda mendapatkan informasi tentang Perusahaan Daerah Air Minum Batang?
2. Informasi seperti apa yang didapat dari *customer relations* tentang Perusahaan Daerah Air Minum Batang?
3. Apa yang menarik perhatian Anda tentang Perusahaan Daerah Air Minum Batang?
4. Seberapa menarikkah informasi dari *customer relations* di Perusahaan Daerah Air Minum Batang?
5. Apa yang membuat Anda kemudian menentukan untuk mendaftar menjadi pelanggan baru Perusahaan Daerah Air Minum Batang?

TRANSKIP WAWANCARA

Informan : Ibu Rona Septiani

(Kepala Seksi Kehumasan Perusahaan Daerah Air Minum Batang, hasil wawancara pada tanggal 6 Juli 2017)

1. Apa visi misi Perusahaan Daerah Air Minum Batang?

”Visinya, menjadi PDAM Yang dicintai masyarakat. Filosofi Visi tersebut adalah PDAM mengedepankan menjadi bagian yang penting dalam masyarakat, diterima keberadaanya, bahkan dicintai. Dengan diterima dan dicintainya PDAM maka secara langsung merefleksikan kualitas layanan. Keberhasilan meraih visi tersebut harus dimulai dari dalam perusahaan. Faktor budaya perusahaan yang positif yang mendukung proses internal bisnis yang unggul serta dioperasionalkan oleh SDM yang berkualitas akan lebih menjamin suksesnya perusahaan. Kalo misinya, meningkatkan kinerja perusahaan, meningkatkan kesejahteraan karyawan, meningkatkan sumber daya manusia, meningkatkan kontribusi PAD, Menjaga kelestarian sumber air, membantu program pemerintah mewujudkan masyarakat yang sehat dan sejahtera”.

2. Bagaimana jobdes Perusahaan Daerah Air Minum Batang?

“Jadi jobdes Perusahaan Daerah Air Minum Batang itu untuk kepala bagian hubungan langganan, melaksanakan administrasi di bagian hubungan pelanggan, melaksanakan penyusunan Program dan rencana kerja di bidang langganan, mengkoordinasikan dan mengendalikan tugas-tugas pelayanan

pelanggan, pengelolaan rekening, penyelenggaraan pemasaran dan pengelolaan data pelanggan untuk tagihan, merencanakan daerah pengembangan pelayanan, mengawasi dan mengevaluasi tata kerja subbag pelayanan pelanggan, subbag rekening, subbag penagihan, dan subbag pemasaran, melaksanakan pembinaan organisasi dan tata laksana subbag pelayanan pelanggan, subbag rekening, subbag penagihan, dan subbag pemasaran, melaksanakan tugas-tugas lain yang diberikan oleh direktur, dalam melaksanakan tugas kepala Bagian Hubungan pelanggan bertanggung jawab kepada direktur. Untuk jobdes Kasubbag di bagian hubungan langganan, kasubbag pelayanan pelanggan melaksanakan administrasi subbag pelayanan pelanggan, menyusun program dan rencana kerja subbag pelayanan pelanggan, menyelenggarakan pelayanan pelanggan dan mengurus pengaduan, menyelenggarakan tugas-tugas pelayanan pengelolaan rekening dan pengelolaan data pelanggan, menyelenggarakan fungsi pengawasan meter air dan administrasi meter air, melakukan pemeriksaan data penggunaan air berdasarkan meter air, memeriksa kebenaran pencatatan meter air oleh petugas pencatat meter dan sewaktu-waktu mengadakan peninjauan di lapangan, melaksanakan kegiatan penertiban pelanggan, mencatat dan menampung laporan dan keluhan para pelanggan. Sedangkan kasubag rekening, melaksanakan administrasi subbag rekening, menyusun program dan rencana kerja subbag rekening, menerima dan mengolah data hasil pembacaan meter air sebagai bahan pembuatan rekening pelanggan, membuat, mengolah, dan

mengatur, rekening pelanggan, membuat daftar rekening yang ditagih, mempertanggung jawabkan terhadap rekening yang diproduksi, melaksanakan tugas-tugas lain yang diberikan oleh atasan, dalam menjalankan tugas bertanggung jawab kepada kabag hubungan langganan. Selain itu untuk kasubbag penagihan, menghimpun data tunggakan rekening air dan rekening non air dan dibuat surat tagihan serta menyampaikan surat tagihan kepada pelanggan yang menunggak, setiap akhir bulan merekapitulasi surat tagihan yang dikeluarkan kepada pelanggan untuk mengetahui pelanggan yang belum membayar berdasarkan surat tagihan, berwenang untuk melaksanakan penutupan terhadap pelanggan yang tidak memenuhi surat tagihan, melaksanakan tugas-tugas lain yang diberikan atasan, dalam melaksanakan tugas bertanggung jawab kepada kabag hubungan langganan. Untuk jobdes kasubbag pemasaran, merencanakan kegiatan yang berhubungan dengan pemasaran, mencari calon pelanggan di daerah yang berpotensi untuk menggunakan air bersih, mengadakan promosi di daerah-daerah yang belum menjadi daerah pelayanan PDAM, melaksanakan tugas-tugas lain yang diberikan atasan, dalam pelaksanaan tugas bertanggung jawab kepada kabag hubungan langganan”.

3. Apa slogan Perusahaan Daerah Air Minum Kab. Batang?

“Slogannya ya mas, sloannya itu “Bersatu, Kompak, Jaya Selalu” yang artinya Perusahaan Daerah Air Minum Batang bersatu untuk memberikan pelayanan terbaik bagi pelanggan, kompak dalam menyelesaikan setiap permasalahan

yang dikeluhkan oleh pelanggan dan jaya selalu Perusahaan Daerah Air Minum Batang setiap tahunnya”.

4. Bagaimana tujuan Perusahaan Daerah Air Minum Kab. Batang dalam memberikan pelayanan penyediaan air bersih?

“Tujuannya ya untuk mempertahankan para pelanggan agar pelanggan merasa puas atas pemberian pelayanan penyediaan air bersih, begitu mas”.

5. Apa saja pelayanan yang diberikan Perusahaan Daerah Air Minum Batang kepada pelanggan?

“Ya memberikan air bersih tentunya mas terus menyelenggarakan, menyempurnakan dan mengawasi pemakaian air bersih secara merata. Habis itu melayani keluhan yang disampaikan oleh pelanggan”.

TRANSKIP WAWANCARA

Informan : Bapak Dumadi

(Kepala *Customer Relations* Perusahaan Daerah Air Minum Batang, hasil wawancara pada tanggal 22 Mei 2017)

1. Apa pentingnya *customer relations* bagi Perusahaan Daerah Air Minum Batang?

“Customer Relations penting bagi Perusahaan Daerah Air Minum Batang dalam perencanaan membantu dan mendukung manajemen dalam membuat serta mengambil keputusan. Kita bekerja secara tim membuat program komunikasi dengan divisi-divisi yang lain. Dalam perencanaan akan suatu program selalu didiskusikan mengenai jumlah informasi dan keluhan dari pelanggan oleh semua bagian yang ada di Perusahaan Daerah Air Minum Batang baik dalam mengambil keputusan secara bersama sehingga disetujui oleh semua pihak yang merencanakan”.

2. Bagaimana fungsi *customer relations* bagi Perusahaan Daerah Air Minum Batang?

“Mengenai fungsi ya mas, customer relations itu untuk menunjang aktivitas utama manajemen dalam mencapai tujuan bersama, membina hubungan yang harmonis antara organisasi dengan khalayak sasaran”.

3. Bagaimana media pengguna *customer relations* untuk menerima/menampung keluhan yang dihadapi oleh pelanggan Perusahaan Daerah Air Minum Batang?

“Mediannya ini kayak facebook, whatsapp, line, sms, call center, instagram, twitter, email, dan website. Ada juga media yang sering digunakan customer relations mas seperti broadcast, e-mail, internet, surat”.

4. Apa saja alat-alat yang digunakan *customer relations* untuk memperkenalkan dan menempatkannya dalam Perusahaan Daerah Air Minum Batang?

“Alat-alatnya tu seperti advertising, lobbying, press agentry, dan publicity”.

5. Bagaimana menggunakan periklanan dalam *customer relations* Perusahaan Daerah Air Minum Batang? Mengapa?

“Ya melalui media periklanan Perusahaan Daerah Air Minum Batang ini dapat mempengaruhi organisasi tertentu atau mempengaruhi pelanggan baru untuk menggunakan air dari Perusahaan Daerah Air Minum Batang”.

6. Bagaimana menggunakan *lobbying* dalam *customer relations* Perusahaan Daerah Air Minum Batang? Mengapa?

“Dengan lobbying, perusahaan dapat melobi atau merayu (bahasa mudahnya ya mas) para pelanggan untuk menggunakan produk dari Perusahaan Daerah Air Minum Batang”.

7. Bagaimana menggunakan keagenan pers dalam *customer relations* Perusahaan Daerah Air Minum Batang? Mengapa?

“Supaya promosi yang digunakan Perusahaan Daerah Air Minum Batang ini dapat mencapai publisitas yang menyenangkan mas”.

8. Bagaimana menggunakan promosi dalam *customer relations* Perusahaan Daerah Air Minum Batang? Mengapa?

“Ya agar aktivitas atau peristiwa yang direncanakan untuk menjamin dukungan serta pengakuan tentang produk, lembaga atau gagasan”.

9. Bagaimana menggunakan publisitas dalam *customer relations* Perusahaan Daerah Air Minum Batang? Mengapa?

“Menggunakan publisitas itu tu mas merupakan suatu teknik untuk menjamin pengertian diantara individu-individu. Jadi individu ini dapat mengerti atas produk daari perusahaan”.

10. Apa saja media iklan yang digunakan Perusahaan Daerah Air Minum Batang?

“Medianya itu mas seperti media cetak di majalah, brosur, koran, kalender dan media interaktif berupa website. Sedangkan brosur biasanya di berikan ke customer, baik yang datang langsung ke kantor Perusahaan Daerah Air Minum. Brosur digunakan sebagai salah satu cara untuk menyampaikan informasi mengenai produk-produk Perusahaan Daerah Air Minum kepada masyarakat. Koran pada Perusahaan Daerah Air Minum Batang menampilkan kegiatan positif yakni kegiatan sosial, dengan kegiatan tersebut masyarakat dapat mengetahui kegiatan positif yang dilakukan Perusahaan Daerah Air Minum Batang. Kalender Perusahaan Daerah Air Minum Batang dengan menampilkan gambar berupa sosialisasi yan telah dilakukan seperti penyesuaian tarif baru, hari jadi Perusahaan Daerah Air Minum Batang dan prestasi yang diperoleh Perusahaan Daerah Air Minum Batang, kalender tersebut nantinya akan diedarkan kepada relasi perusahaan, seluruh karyawan dan pelanggan. Website Perusahaan Daerah Air Minum Batang berisikan seluruh informasi mengenai

perusahaan, mulai dari profil perusahaan, produk, sumber daya manusia, alamat kantor, hingga laporan jumlah pelanggan per-tahunnya sehingga pelanggan dapat lebih mudah mengetahui informasi tentang perusahaan”.

11. Bagaimana proses Perusahaan Daerah Air Minum Batang dalam merencanakan *customer care*? Mengapa?

“Untuk merencanakan customer care ini prosesnya perusahaan mendengarkan keluhan dari para pelanggan dulu melalui surat, telepon dan e-mail atau konsumen datang langsung ke Perusahaan Daerah Air Minum, setelah itu perusahaan khususnya customer relations memberikan solusi dari permasalahan tersebut, begitu mas”.

12. Bagaimana kegiatan *customer gathering* yang dilakukan Perusahaan Daerah Air Minum Batang? Mengapa?

“Customer gathering ini dilakukan ya sebagai wujud nyata perusahaan untuk menjalin keakraban dan hubungan yang harmonis dengan pelanggan”.

13. Bagaimana tahap pelaksanaan program komunikasi yang dilakukan Perusahaan Daerah Air Minum Batang kepada *customer*?

“Tahapnya ya melalui komunikasi langsung dengan konsumen yang dilakukan customer relations. Akan tetapi hubungan komunikasi dengan konsumen dilakukan oleh bagian pemasarannya mas karena pihak manajemen perusahaan meyakini bahwa kegiatan yang menyangkut hubungan dengan konsumen agar lebih efektif dan efisien dilakukan oleh bagian pemasaran karena kaitannya dengan penjualan produk dan jasa”.

14. Bagaimana evaluasi dari proses kegiatan *customer relations* yang dilakukan Perusahaan Daerah Air Minum Batang?

“Ya dari kegiatan customer relations ini bisa dilihat evaluasinya itu perusahaan mengetahui berbagai kegiatan yang dilaksanakan dan dikerjakan oleh setiap bagian. Khususnya yang bertanggung jawab dalam menjalin hubungan dengan pelanggan sebagai mitra kerjanya untuk mengukur keberhasilan atau tidak terlaksananya dari bagian pemasaran perusahaan serta dapat langsung memperbaiki kekurangan dari customer relations itu sendiri”.

15. Bagaimana penerapan evaluasi dari kegiatan *customer relations* tahun 2016 yang menjadi rekomendasi untuk tahun selanjutnya?

“Dari segi pelayanannya sih mas yang bisa menjadi rekomendasi soalnya pelayanan saat ini sudah bagus tinggal ditingkatin lagi agar menciptakan kembali image yang baik bagi masyarakat supaya menghasilkan kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan perusahaan kepada pelanggan”.

TRANSKIP WAWANCARA

Informan : Resti Kartika (28)

(Pelanggan Perusahaan Daerah Air Minum Batang, hasil wawancara pada tanggal 23 Mei 2017)

1. Dari mana anda mendapatkan informasi tentang Perusahaan Daerah Air Minum Batang?

“Saya mendapatkan informasi Perusahaan Daerah Air Minum Batang dari tetangga dan juga dari brosur yang diberikan oleh petugas perusahaan yang disebar kerumah-rumah warga”.

2. Informasi seperti apa yang didapat dari *customer relations* tentang Perusahaan Daerah Air Minum Batang?

“Informasinya seperti untuk menjadi pelanggan baru, penyesuaian tarif baru, produk baru yang ditawarkan”.

3. Apa yang menarik perhatian anda tentang Perusahaan Daerah Air Minum Batang?

“Yang menarik perhatian saya ya dari segi produk dan pelayanannya. Produknya sendiri cukup bagus dengan kualitas air yang jernih serta pelayanannya ramah sehingga saya puas dan tertarik untuk menjadi pelanggan Perusahaan Daerah Air Minum Batang”.

4. Seberapa menarik informasi dari *customer relations* di Perusahaan Daerah Air Minum Batang?

“Sangat menarik, karena saya dapat mengetahui keadaan Perusahaan Daerah Air Minum Batang bila ada perbaikan atau yang lainnya”.

5. Apa yang membuat anda kemudian menentukan untuk mendaftar menjadi pelanggan baru Perusahaan Daerah Air Minum Batang?

“Ya saya tertarik dengan kualitas produknya dan pelayanan yang diberikan Perusahaan Daerah Air Minum Batang, saya sudah sangat percaya kualitas air yang saya gunakan dari Perusahaan Daerah Air Minum Batang jernih dan pelayanan yang diberikan pun begitu ramah dan menjelaskannya secara perlahan sehingga saya dapat memahaminya jadi saya menentukan untuk mendaftar menjadi pelanggan baru”.

Catatan Observasi

Observasi dilakukan selama 3 bulan, terhitung dari tanggal 12 Oktober hingga 12 Desember 2016. Selama 3 bulan tersebut, peneliti telah membuat Laporan Pengelolaan Media Publikasi dan pelayanan yang dilakukan bagian kehumasan Perusahaan Daerah Air Minum Batang khususnya *customer relations*. Selama pembuatan laporan tersebut, ada banyak data yang peneliti dapatkan dan dimasukkan dalam penelitian ini. Rincian catatan observasi dari penulis sebagai berikut :

TANGGAL	AKTIVITAS
13 Oktober 2016	- Peneliti melihat dan mengamati <i>customer relations</i> dari perencanaan untuk membantu dan mendukung manajemen dalam membuat serta mengambil keputusan.
18 Oktober 2016	- Peneliti melihat dan meneliti cara Perusahaan Daerah Air Minum Batang dalam memenuhi harapan dan keinginan melalui peningkatan service pelayanan.

19 Oktober 2016 – 23 November 2016	Mencatat rincian laporan prosentase pelanggan Perusahaan Daerah Air Minum Batang.
24 November 2016 – 12 Desember 2016	Peneliti mengamati kinerja customer relations dalam melayani pelanggan serta melihat cara menangani permasalahan yang dikeluhkan oleh pelanggan Perusahaan Daerah Air Minum Batang.