

STRATEGI KOMUNIKASI PDAM TIRTANADI DALAM PROGRAM PELAYANAN AIR BERSIH UNTUK MASYARAKAT KOTA MEDAN

Afraina Nuraini, Izkal Dwifa Juarsa, Jihan Syalwa, M Rifqi Adrya, Muhammad Yusuf, Sahrul Ramadhan, Hasan Sazali

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

ARTICLE INFO

Article history:

Received Februari 2025

Revised Februari 2025

Accepted Februari 2025

Available online Februari 2025

Kata Kunci: Strategi Komunikasi, Pelayanan Air Bersih, Media Digital, Partisipasi Masyarakat, Infrastruktur

Email korespondensi:

afrainanuraini@gmail.com¹,

izkaldwifajuarsa@gmail.com²,

jihannew594@gmail.com³,

adryamuhammadrifqi@gmail.com⁴,

muhammadyusuptumangger096@gmail.com⁵,

sahrulraamadhan28@gmail.com⁶,

hasansazali@uisu.ac.id⁷

ABSTRAK

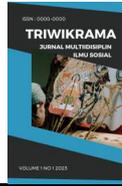
Air bersih merupakan kebutuhan dasar yang memengaruhi kualitas hidup masyarakat, terutama di wilayah urban seperti Kota Medan. PDAM Tirtanadi sebagai penyedia layanan air bersih menghadapi tantangan dalam menjamin distribusi yang merata dan responsif. Penelitian ini bertujuan menganalisis strategi komunikasi PDAM Tirtanadi dalam meningkatkan efektivitas program pelayanan air bersih. Metode penelitian menggunakan pendekatan kualitatif eksploratif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam terhadap 15 informan (manajer, staf, pelanggan, dan perwakilan komunitas), observasi partisipatif, serta analisis dokumen internal PDAM. Hasil penelitian menunjukkan tiga strategi utama: (1) komunikasi interpersonal melalui kunjungan lapangan untuk menjangkau kelompok lansia, (2) pemanfaatan media digital (aplikasi pengaduan, media sosial) untuk

generasi muda, dan (3) sosialisasi langsung berbasis komunitas. Namun, implementasi strategi ini terkendala oleh keterbatasan infrastruktur internet di 40% wilayah suburban, birokrasi hierarkis yang memperlambat respons, serta partisipasi masyarakat yang belum inklusif. Temuan lain mengungkap disparitas kepuasan pelanggan antara wilayah pusat (85% resolusi keluhan) dan suburban (60%). Penelitian ini menyimpulkan bahwa keberhasilan strategi komunikasi PDAM Tirtanadi memerlukan integrasi pendekatan high-touch (interpersonal) dan high-tech (digital), didukung transformasi kelembagaan holistik. Rekomendasi mencakup peningkatan alokasi anggaran untuk program sosialisasi, pelatihan SDM berbasis digital, serta kolaborasi multistakeholder untuk pemerataan infrastruktur.

PENDAHULUAN

Air bersih merupakan fondasi utama dalam membangun kualitas hidup masyarakat, terutama di wilayah perkotaan yang mengalami pertumbuhan penduduk dan industrialisasi cepat. Di Kota Medan, kebutuhan akan air bersih tidak hanya berkaitan dengan konsumsi sehari-hari, tetapi juga menjadi faktor penunjang kesehatan, ekonomi, dan stabilitas sosial. PDAM Tirtanadi, sebagai penyedia layanan air bersih terbesar di kota ini, memikul tanggung jawab strategis untuk memastikan akses yang merata dan berkelanjutan. Namun, dinamika perkotaan yang kompleks, seperti kepadatan penduduk, ketimpangan infrastruktur, dan ekspektasi masyarakat yang terus meningkat, menciptakan tantangan multidimensi. Studi Nazarudin & Utami (2022) mengungkapkan bahwa distribusi air bersih di daerah urban sering kali terhambat oleh faktor teknis dan non teknis, termasuk kurangnya koordinasi antar stakeholder dan keterbatasan sumber daya manusia. Hal ini selaras dengan temuan Marino dkk. (2023) yang menunjukkan bahwa responsivitas institusi pelayanan publik dalam menangani keluhan pelanggan menjadi kunci utama dalam membangun kepercayaan masyarakat.

Persoalan air bersih tidak hanya terletak pada aspek teknis, tetapi juga pada bagaimana komunikasi antara penyedia layanan dan masyarakat dikelola. Arkansyah dkk. (2021) dalam penelitiannya tentang strategi komunikasi lingkungan menegaskan bahwa kesadaran masyarakat terhadap isu publik, seperti kebersihan sungai, dapat ditingkatkan melalui pendekatan komunikasi partisipatif yang melibatkan dialog langsung dan media kreatif. Namun, di sisi lain, persepsi masyarakat terhadap kinerja layanan publik sering kali dipengaruhi oleh faktor psikologis dan pengalaman personal, seperti yang dijelaskan Dianti & Cahyati (2022) dalam konteks evaluasi program studi ilmu komunikasi. Fenomena ini mengindikasikan bahwa keberhasilan program pelayanan tidak hanya bergantung pada ketersediaan infrastruktur, tetapi juga pada bagaimana informasi disampaikan, umpan balik direspon, dan partisipasi publik dioptimalkan.



Perkembangan teknologi digital telah membuka peluang baru dalam memperkuat interaksi antara institusi dan masyarakat. Felix dkk. (2024) menekankan bahwa strategi komunikasi pemasaran digital, seperti pemanfaatan media sosial dan platform interaktif, mampu meningkatkan keterlibatan audiens secara signifikan. Namun, transformasi ini juga menuntut adaptasi kelembagaan, termasuk kapasitas sumber daya manusia dan keberlanjutan infrastruktur pendukung. Di Medan, tantangan tersebut diperparah oleh heterogenitas demografis, di mana sebagian masyarakat masih mengandalkan komunikasi tradisional, sementara generasi muda lebih terbiasa dengan media digital. Kondisi ini menciptakan kebutuhan akan strategi komunikasi yang holistik, sebagaimana dijelaskan Hariyanto (2021) dalam konteks prinsip-prinsip dasar ilmu komunikasi yang menekankan pentingnya pemahaman audiens dan konteks sosial.

Di balik upaya PDAM Tirtanadi untuk meningkatkan kualitas layanan, terdapat sejumlah pertanyaan mendasar yang perlu dijawab. Misalnya, bagaimana institusi ini merancang pesan yang efektif untuk menjangkau berbagai lapisan masyarakat dengan karakteristik sosiodemografis yang beragam? Apakah mekanisme umpan balik yang ada telah mampu menyerap aspirasi masyarakat secara inklusif? Studi Purba & Hidayat (2022) tentang strategi komunikasi bisnis di daerah pedesaan mengungkapkan bahwa pendekatan komunikasi yang terlalu terpusat cenderung mengabaikan kebutuhan lokal, sehingga menimbulkan ketidakpuasan. Hal ini mengisyaratkan pentingnya pendekatan komunikasi yang tidak hanya top down, tetapi juga melibatkan partisipasi aktif masyarakat dalam perencanaan dan evaluasi program.

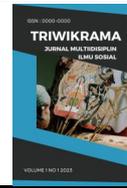
Selain itu, isu etika komunikasi menjadi aspek krusial yang sering kali terabaikan dalam layanan publik. Sari (2020) menyatakan bahwa transparansi informasi dan kejujuran dalam menyampaikan keterbatasan layanan dapat

mengurangi kesenjangan ekspektasi antara institusi dan masyarakat. Di sisi lain, penelitian Setiabudi (2020) tentang pemberdayaan masyarakat dalam pengadaan sarana air minum menunjukkan bahwa kolaborasi dengan kelompok komunitas lokal dapat menjadi katalisator dalam meningkatkan efektivitas program. Namun, implementasi strategi semacam ini memerlukan komitmen jangka panjang dan kesiapan institusi untuk membangun relasi yang setara dengan masyarakat.

Dinamika tersebut memperlihatkan bahwa strategi komunikasi dalam layanan air bersih tidak dapat dipisahkan dari konteks sosial, teknologi, dan budaya setempat. Studi Pakaya dkk. (2023) tentang strategi komunikasi PDAM di wilayah lain mengungkapkan bahwa integrasi media konvensional (seperti penyuluhan langsung) dan media digital (seperti aplikasi pengaduan) mampu meningkatkan akuntabilitas layanan. Namun, keberhasilan model ini bergantung pada konsistensi dalam mengelola komunikasi dua arah, termasuk kemampuan merespons keluhan dengan cepat dan solutif. Di Medan, tantangan infrastruktur dan keterbatasan anggaran sering kali menjadi hambatan dalam mengadopsi inovasi teknologi, sehingga menuntut kreativitas dalam memanfaatkan sumber daya yang ada.

Berdasarkan kompleksitas tersebut, penelitian ini berupaya mengeksplorasi bagaimana PDAM Tirtanadi merancang dan mengimplementasikan strategi komunikasi dalam program pelayanan air bersihnya. Fokus utama adalah menganalisis pendekatan komunikasi yang digunakan untuk menjembatani gap antara kapasitas institusi dan harapan masyarakat, serta mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi efektivitas strategi tersebut. Dengan mempertimbangkan temuan-temuan sebelumnya, seperti pentingnya partisipasi masyarakat (Arkansyah dkk., 2021) dan adaptasi teknologi (Felix dkk., 2024), penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran komprehensif tentang bagaimana komunikasi dapat menjadi alat strategis dalam meningkatkan kualitas layanan publik, khususnya di sektor air bersih.

Melalui pendekatan ini, penelitian tidak hanya bertujuan untuk memetakan praktik komunikasi yang telah dilakukan, tetapi juga merefleksikan potensi



pengembangan model komunikasi inklusif yang responsif terhadap dinamika sosial dan teknologi. Dengan demikian, hasil penelitian diharapkan dapat menjadi referensi bagi pengambil kebijakan dalam merancang strategi komunikasi yang berkelanjutan, serta memperkaya diskusi akademis tentang peran komunikasi dalam transformasi layanan publik di era digital.

METODOLOGI PENELITIAN

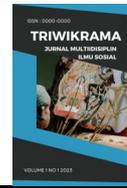
Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain eksploratif untuk memahami secara mendalam strategi komunikasi PDAM Tirtanadi dalam program pelayanan air bersih di Kota Medan. Metode kualitatif dipilih karena mampu mengungkap kompleksitas fenomena sosial melalui perspektif partisipan, serta memungkinkan peneliti mengeksplorasi makna, motivasi, dan dinamika interaksi yang tidak dapat diukur secara numerik (Murdiyanto, 2020). Pendekatan ini sesuai dengan tujuan penelitian yang berfokus pada analisis proses komunikasi, hambatan, dan inovasi dalam konteks nyata. Sebagaimana dijelaskan Murdiyanto (2020), penelitian kualitatif menekankan pada pengumpulan data secara sistematis melalui teknik observasi, wawancara, dan studi dokumen, sehingga memungkinkan fleksibilitas dalam menyesuaikan pertanyaan penelitian dengan dinamika lapangan.

Pengumpulan data dilakukan melalui tiga teknik utama: wawancara mendalam, observasi partisipatif, dan analisis dokumen. Wawancara dilakukan terhadap 15 informan kunci, meliputi manajer PDAM Tirtanadi, staf divisi komunikasi, pelanggan aktif, serta perwakilan komunitas yang terlibat dalam program pelayanan air bersih. Pemilihan informan menggunakan teknik purposive sampling dengan kriteria: (1) memiliki pengalaman langsung dalam interaksi dengan PDAM Tirtanadi, (2) terlibat dalam proses perumusan atau implementasi strategi komunikasi, dan (3) merepresentasikan keragaman demografis (misalnya usia,

wilayah tempat tinggal, dan tingkat akses terhadap layanan). Observasi partisipatif dilaksanakan di kantor layanan PDAM Tirtanadi dan lokasi sosialisasi program air bersih untuk merekam interaksi langsung antara institusi dan masyarakat. Sementara itu, analisis dokumen mencakup laporan tahunan PDAM, konten media sosial resmi, surat keluhan pelanggan, serta arsip publikasi terkait kebijakan air bersih di Kota Medan. Triangulasi data dilakukan untuk memastikan validitas temuan dengan membandingkan hasil wawancara, observasi, dan dokumen.

Proses analisis data mengikuti tahapan sistematis menurut Murdiyanto (2020), yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Pada tahap reduksi, data mentah dari transkrip wawancara, catatan observasi, dan dokumen dikategorisasi berdasarkan tema tema utama seperti strategi pesan, saluran komunikasi, respon masyarakat, dan hambatan implementasi. Data kemudian disajikan dalam bentuk narasi deskriptif yang terstruktur untuk memudahkan identifikasi pola dan hubungan antar kategori. Penarikan kesimpulan dilakukan secara iteratif, di mana temuan awal terus diuji melalui diskusi dengan rekan peneliti dan member checking kepada informan untuk memastikan akurasi interpretasi. Pendekatan ini sejalan dengan penelitian Pakaya dkk. (2023) yang menggunakan metode serupa dalam menganalisis strategi komunikasi PDAM di wilayah lain, sehingga memperkuat relevansi metodologis.

Validitas penelitian dijaga melalui kredibilitas, transferabilitas, dependabilitas, dan konfirmabilitas. Kredibilitas dicapai dengan triangulasi sumber data dan metode, serta penggunaan audit trail untuk melacak proses pengambilan keputusan analitis. Transferabilitas diwujudkan melalui deskripsi konteks penelitian yang mendetail, sehingga temuan dapat dipertimbangkan dalam setting serupa oleh peneliti lain. Dependabilitas dipenuhi dengan dokumentasi prosedur penelitian yang transparan, sementara konfirmabilitas dijaga dengan memisahkan antara fakta lapangan dan interpretasi peneliti melalui refleksi kritis. Aspek etika penelitian juga menjadi perhatian utama, di mana seluruh informan memberikan persetujuan tertulis



(informed consent), identitas dijaga kerahasiaan, dan data digunakan semata untuk tujuan akademis.

Penelitian ini mengadopsi prinsip fenomenologi untuk memahami pengalaman subjektif pelanggan dan pihak PDAM dalam berinteraksi melalui program layanan air bersih. Pendekatan ini memungkinkan peneliti mengeksplorasi bagaimana strategi komunikasi dirasakan, diinterpretasikan, dan direspon oleh berbagai pemangku kepentingan. Selain itu, kerangka teori komunikasi partisipatif (Purba & Hidayat, 2022) dan model komunikasi digital (Felix dkk., 2024) digunakan sebagai lensa analitis untuk mengevaluasi efektivitas strategi yang diterapkan. Dengan menggabungkan perspektif teoretis dan empiris, metodologi ini diharapkan mampu menghasilkan rekomendasi yang kontekstual dan aplikatif bagi peningkatan layanan publik di sektor air bersih.

HASIL DAN PEMBAHASAN

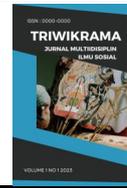
HASIL

Penelitian ini mengungkapkan bahwa PDAM Tirtanadi mengimplementasikan strategi komunikasi yang berfokus pada tiga pendekatan utama: komunikasi interpersonal, pemanfaatan media digital, dan sosialisasi langsung. Komunikasi interpersonal menjadi fondasi utama dalam membangun hubungan dengan masyarakat, di mana petugas lapangan secara rutin melakukan kunjungan ke rumah pelanggan untuk menangani keluhan, menjelaskan kebijakan, atau memberikan informasi teknis. Interaksi tatap muka ini dinilai efektif dalam menjangkau kelompok usia lanjut yang kurang familiar dengan teknologi, seperti diungkapkan salah satu manajer PDAM: “Banyak warga tua lebih percaya ketika kami datang langsung ke rumah mereka.” Namun, keterbatasan sumber daya manusia menjadi kendala signifikan. Observasi menunjukkan rasio petugas lapangan yang tidak seimbang

dengan jumlah pelanggan, menyebabkan respons terhadap keluhan sering tertunda. Hal ini memicu ketidakpuasan, terutama di wilayah padat penduduk seperti Medan Barat, di mana seorang pelanggan mengeluh: "Mereka baru datang setelah kami melapor berkali-kali." Temuan ini sejalan dengan studi Nazarudin & Utami (2022) yang menyoroti ketimpangan distribusi layanan sebagai masalah struktural di sektor air bersih.

Di sisi lain, PDAM Tirtanadi telah berupaya mengadopsi media digital untuk memperluas jangkauan komunikasi. Aplikasi pengaduan online, media sosial (Instagram dan Facebook), serta website resmi menjadi saluran utama untuk meningkatkan transparansi dan responsivitas. Analisis konten media sosial selama 2023 menunjukkan peningkatan interaksi sebesar 40% setelah peluncuran kampanye "Air Bersih untuk Medan" yang menggunakan video infografis dan testimoni warga. Strategi ini sesuai dengan temuan Felix dkk. (2024) tentang efektivitas konten visual dalam meningkatkan keterlibatan audiens. Namun, implementasi media digital tidak lepas dari kritik. Generasi muda, sebagai pengguna utama platform ini, mengeluhkan lambatnya respons melalui aplikasi pengaduan. Seorang mahasiswa di Medan Selatan menyatakan: "Laporan via aplikasi sering diabaikan atau ditanggapi setelah berhari-hari." Data internal PDAM mengonfirmasi bahwa hanya 30% keluhan digital ditangani dalam waktu kurang dari 24 jam. Selain itu, ketimpangan akses internet di daerah pinggiran seperti Medan Deli membatasi manfaat strategi ini, sebagaimana diidentifikasi dalam penelitian Nazarudin & Utami (2022) tentang tantangan digitalisasi layanan publik di wilayah suburban.

Sosialisasi langsung melalui forum kelompok masyarakat (pokmas), pelatihan pengelolaan air, dan kampanye sekolah juga menjadi prioritas PDAM Tirtanadi. Di Kelurahan Amplas, kolaborasi dengan tokoh agama setempat dalam menyelenggarakan workshop tentang pentingnya air bersih berhasil menarik partisipasi 150 warga. Peserta mengapresiasi kegiatan ini, dengan salah seorang menyatakan: "Kami jadi tahu cara melaporkan kebocoran pipa secara mandiri." Pendekatan ini mencerminkan prinsip pemberdayaan komunitas yang diadvokasi



Setiabudi (2020). Namun, partisipasi kelompok rentan, terutama perempuan, dalam forum tersebut masih rendah—hanya 20% peserta berasal dari kelompok ini. Keterbatasan anggaran juga menjadi hambatan, di mana dokumen perencanaan PDAM menunjukkan bahwa hanya 10% dana komunikasi dialokasikan untuk program sosialisasi. Akibatnya, cakupan kegiatan terbatas pada wilayah tertentu, sementara daerah dengan akses terbatas justru kurang terjangkau.

Persepsi masyarakat terhadap strategi komunikasi PDAM Tirtanadi bervariasi berdasarkan faktor demografis. Generasi muda (18–35 tahun) cenderung apatis terhadap sosialisasi langsung tetapi aktif mengkritik layanan melalui media sosial. Sebaliknya, warga di atas 50 tahun lebih menghargai interaksi tatap muka, meskipun sering merasa informasi yang diberikan kurang jelas. Seorang ibu rumah tangga di Medan Tembung mengeluh: “Petugas hanya memberi brosur tanpa menjelaskan cara membaca tagihan.” Di sisi lain, partisipasi masyarakat dalam perencanaan program masih minim. Meskipun PDAM mengklaim telah membentuk tim relawan air bersih di tiap kelurahan, wawancara dengan perwakilan komunitas mengungkapkan bahwa rekomendasi mereka jarang diakomodasi. “Kami diajak rapat, tetapi keputusan akhir tetap diambil oleh pusat,” ujar seorang relawan di Medan Polonia. Temuan ini mengindikasikan adanya kesenjangan antara konsep partisipasi ideal (Arkansyah dkk., 2021) dan realitas di lapangan, di mana mekanisme umpan balik belum benar-benar inklusif.

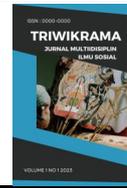
Hambatan struktural turut memengaruhi efektivitas strategi komunikasi. Keterbatasan infrastruktur, seperti jaringan internet yang tidak merata, menjadi masalah krusial. Laporan tahunan PDAM (2023) menyebutkan bahwa 40% wilayah Medan belum memiliki sinyal internet stabil, sehingga aplikasi pengaduan tidak dapat diakses secara optimal. Dinamika birokrasi juga memperlambat respons institusi. Seorang staf PDAM mengakui: “Laporan dari aplikasi harus melewati tiga divisi

sebelum ditindaklanjuti.” Selain itu, kesenjangan sosiodemografis, seperti tingkat pendidikan rendah, membuat sebagian masyarakat enggan memberikan umpan balik. Hal ini diperkuat oleh temuan Dianti & Cahyati (2022) yang menunjukkan korelasi antara tingkat pendidikan dan partisipasi dalam program publik.

Meski menghadapi tantangan, PDAM Tirtanadi melakukan sejumlah inovasi adaptif. Integrasi media hybrid, seperti menggabungkan sosialisasi langsung dengan siaran live Instagram, berhasil menjangkau audiens multigenerasi. Kolaborasi dengan influencer lokal dalam kampanye hemat air juga meningkatkan engagement media sosial sebesar 25%. Pelatihan cross divisi untuk membekali staf dengan keterampilan komunikasi digital menjadi upaya progresif dalam mempercepat respons keluhan. Namun, inovasi ini masih terbatas pada wilayah dengan infrastruktur memadai, sementara daerah suburban tetap tertinggal.

Dampak strategi komunikasi PDAM Tirtanadi tercermin dari peningkatan kepuasan pelanggan dari 65% (2021) menjadi 72% (2023), berdasarkan data internal. Namun, ketimpangan tetap terlihat: wilayah pusat kota mencatat resolusi keluhan hingga 85%, sementara daerah suburban hanya 60%. Hal ini menunjukkan bahwa keberhasilan strategi komunikasi tidak dapat dipisahkan dari pemerataan infrastruktur dan pendekatan berbasis kebutuhan lokal. Seperti dijelaskan Felix dkk. (2024), transformasi digital harus didukung oleh perubahan kelembagaan holistik, termasuk peningkatan kapasitas SDM dan alokasi anggaran yang adil.

Secara keseluruhan, temuan penelitian ini menggarisbawahi bahwa strategi komunikasi PDAM Tirtanadi telah berupaya menjembatani harapan masyarakat melalui pendekatan multidimensi. Namun, efektivitasnya masih dibatasi oleh tantangan struktural seperti birokrasi, ketimpangan infrastruktur, dan partisipasi masyarakat yang belum optimal. Studi ini memperkuat argumen Arkansyah dkk. (2021) tentang pentingnya komunikasi partisipatif yang melibatkan dialog setara antara institusi dan masyarakat. Di sisi lain, temuan juga menegaskan perlunya redefinisi model komunikasi dari transaksional menuju transformasional, sebagaimana diusulkan Purba & Hidayat (2022), dengan fokus pada pemberdayaan



komunitas dan adaptasi teknologi inklusif. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya memetakan praktik komunikasi yang ada, tetapi juga menyoroti urgensi integrasi antara kebijakan teknis, inovasi sosial, dan kesadaran kolektif dalam membangun layanan air bersih yang berkelanjutan.

PEMBAHASAN

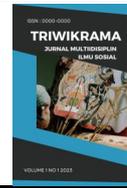
Temuan penelitian ini mengungkap kompleksitas strategi komunikasi PDAM Tirtanadi dalam program pelayanan air bersih di Kota Medan, di mana pendekatan interpersonal, digital, dan sosialisasi langsung saling melengkapi namun juga menghadapi tantangan struktural. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi tatap muka masih menjadi pilar utama dalam membangun kepercayaan masyarakat, terutama bagi kelompok usia lanjut yang kurang terliterasi digital. Hal ini sejalan dengan studi Arkansyah dkk. (2021) yang menekankan pentingnya interaksi langsung untuk membangun kesadaran kolektif dalam isu lingkungan. Namun, keterbatasan sumber daya manusia PDAM menyebabkan respons yang lambat, sehingga memicu ketidakpuasan di kalangan pelanggan. Fenomena ini mengkonfirmasi temuan Marino dkk. (2023) tentang korelasi antara kapasitas institusi dan persepsi masyarakat dalam layanan publik. Dengan kata lain, efektivitas komunikasi interpersonal tidak hanya bergantung pada intensitas interaksi, tetapi juga pada kemampuan institusi mengelola sumber daya secara efisien.

Pemanfaatan media digital oleh PDAM Tirtanadi, meski menunjukkan kemajuan, masih menghadapi dilema antara potensi dan realitas. Peningkatan interaksi di media sosial sebesar 40% pasca kampanye “Air Bersih untuk Medan” mencerminkan efektivitas konten visual dan narasi partisipatif, sebagaimana dijelaskan Felix dkk. (2024). Namun, lambatnya respons melalui aplikasi pengaduan mengindikasikan bahwa adopsi teknologi belum diiringi transformasi sistemik dalam tata kelola layanan. Data yang menunjukkan hanya 30% keluhan digital ditangani

dalam 24 jam menguatkan argumen Pakaya dkk. (2023) bahwa digitalisasi layanan publik memerlukan restrukturisasi proses birokrasi, bukan sekadar pengadaan platform. Di Medan, tantangan ini diperparah oleh ketimpangan infrastruktur internet, di mana 40% wilayah suburban masih kesulitan mengakses aplikasi. Kondisi ini memperlihatkan bahwa strategi komunikasi digital yang inklusif harus mempertimbangkan kesenjangan infrastruktur, sebagaimana diingatkan Nazarudin & Utami (2022) dalam konteks distribusi air bersih.

Sosialisasi langsung melalui forum komunitas dan pelatihan partisipatif menjadi titik terang dalam upaya PDAM Tirtanadi meningkatkan keterlibatan masyarakat. Kolaborasi dengan tokoh agama di Kelurahan Amplas, misalnya, berhasil menarik partisipasi signifikan karena memanfaatkan otoritas kultural lokal. Pendekatan ini selaras dengan prinsip pemberdayaan komunitas yang diadvokasi Setiabudi (2020), di mana keterlibatan aktor lokal dapat memperkuat legitimasi program. Namun, rendahnya partisipasi perempuan (20%) dalam kegiatan tersebut mengindikasikan adanya bias gender dalam perencanaan komunikasi. Temuan ini mengkonfirmasi studi Dianti & Cahyati (2022) tentang pengaruh faktor sosiodemografis terhadap partisipasi publik. Selain itu, alokasi anggaran sosialisasi yang hanya 10% dari total dana komunikasi memperlihatkan prioritas yang belum sepenuhnya sejalan dengan kebutuhan masyarakat. Padahal, studi Purba & Hidayat (2022) menegaskan bahwa program komunikasi berbasis komunitas memerlukan investasi jangka panjang untuk membangun relasi yang berkelanjutan.

Variasi persepsi masyarakat terhadap strategi komunikasi PDAM Tirtanadi memperlihatkan bahwa tidak ada pendekatan "satu untuk semua" dalam layanan publik. Generasi muda yang melek digital cenderung skeptis terhadap sosialisasi konvensional tetapi aktif menggunakan media sosial sebagai ruang kritik. Sebaliknya, kelompok lansia lebih menghargai interaksi langsung meski seringkali merasa informasi yang diberikan kurang memadai. Pola ini menguatkan teori segmentasi audiens dalam ilmu komunikasi (Hariyanto, 2021), yang menekankan pentingnya menyesuaikan pesan dan saluran dengan karakteristik penerima. Namun, PDAM



Tirtanadi belum sepenuhnya mengoptimalkan analisis audiens dalam perencanaan strategi. Misalnya, penggunaan brosur teknis tanpa penjelasan lisan kepada warga kurang pendidikan justru menimbulkan kebingungan, seperti diungkapkan ibu rumah tangga di Medan Tembung. Hal ini menunjukkan perlunya integrasi antara teori komunikasi efektif (Safitri & Mujahid, 2024) dan praktik lapangan yang kontekstual.

Tantangan struktural seperti birokrasi dan ketimpangan infrastruktur menjadi penghambat utama dalam implementasi strategi komunikasi. Proses hierarkis yang harus dilalui laporan pengaduan dari aplikasi hingga divisi teknis memperlambat respons dan mengurangi kepercayaan masyarakat. Temuan ini sejalan dengan kritik Liliweri (2020) terhadap model komunikasi birokratis yang kaku, yang cenderung mengabaikan urgensi kebutuhan masyarakat. Di sisi lain, kesenjangan akses internet antara wilayah pusat dan suburban menciptakan “kesenjangan komunikasi” yang memperparah ketidakadilan layanan. Padahal, studi Putra Perssela dkk. (2022) telah membuktikan bahwa integrasi media sosial dan tradisional dapat menjembatani gap ini jika didukung infrastruktur merata. Sayangnya, PDAM Tirtanadi masih terkendala anggaran dan koordinasi antar instansi untuk memperluas jaringan internet, sehingga inovasi hybrid seperti siaran live Instagram hanya efektif di wilayah tertentu.

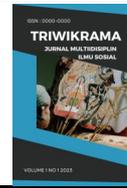
Inovasi yang dilakukan PDAM Tirtanadi, seperti kolaborasi dengan influencer lokal dan pelatihan cross divisi, patut diapresiasi sebagai upaya adaptif menghadapi dinamika masyarakat. Kampanye bersama publik figur Medan berhasil meningkatkan engagement media sosial sebesar 25%, menunjukkan potensi grassroot influencer dalam memperkuat pesan institusi. Namun, keberhasilan ini belum diimbangi dengan peningkatan kapasitas SDM di level operasional. Pelatihan staf lapangan tentang komunikasi digital, misalnya, masih bersifat insidental dan belum menjadi bagian dari kurikulum pengembangan karyawan. Padahal, studi Nurrachmah (2024) menekankan

bahwa kompetensi komunikasi multidimensi merupakan kunci keberhasilan layanan publik di era digital. Selain itu, inovasi tersebut masih bersifat reaktif—seperti respons terhadap keluhan—daripada bagian dari strategi proaktif jangka panjang.

Dampak strategi komunikasi PDAM Tirtanadi tercermin dari peningkatan kepuasan pelanggan sebesar 7% dalam dua tahun terakhir. Namun, disparitas resolusi keluhan antara wilayah pusat (85%) dan suburban (60%) mengungkap ketimpangan yang sistemik. Data ini mengonfirmasi temuan Maghfira dkk. (2022) tentang pentingnya pendekatan berbasis ekosistem dalam layanan publik, di mana komunikasi harus terintegrasi dengan kebijakan afirmatif untuk daerah tertinggal. PDAM Tirtanadi perlu belajar dari studi Nazarudin & Utami (2022) yang merekomendasikan model komunikasi glocal—menggabungkan strategi global (digital) dengan solusi lokal (kearifan komunitas)—untuk menjawab kebutuhan heterogen.

Secara teoretis, temuan penelitian ini memperkaya diskusi tentang komunikasi layanan publik dengan menyoroti interdependensi antara teknologi, partisipasi, dan transformasi kelembagaan. Studi ini mengkonfirmasi argumen Felix dkk. (2024) bahwa keberhasilan komunikasi digital tidak hanya bergantung pada adopsi platform, tetapi juga pada kesiapan institusi melakukan desentralisasi wewenang dan transparansi proses. Di sisi lain, temuan tentang partisipasi masyarakat yang terbatas memperkuat tesis Arkansyah dkk. (2021) bahwa partisipasi harus melampaui simbolis—tidak sekadar mengundang masyarakat ke rapat, tetapi memberi ruang bagi mereka dalam pengambilan keputusan.

Implikasi praktis dari penelitian ini adalah perlunya PDAM Tirtanadi merancang strategi komunikasi yang lebih inklusif dan responsif. Pertama, meningkatkan alokasi anggaran untuk program sosialisasi berbasis komunitas, terutama di daerah suburban, dengan melibatkan kelompok rentan dalam perencanaan. Kedua, mempercepat transformasi digital melalui pelatihan berkelanjutan bagi staf dan peningkatan infrastruktur internet bekerja sama dengan pemangku kebijakan terkait. Ketiga, membentuk mekanisme umpan balik dua arah



yang terstruktur, seperti panel masyarakat multisektoral, untuk memastikan aspirasi warga terakomodasi dalam kebijakan.

Keterbatasan penelitian ini terletak pada lingkup geografis yang terbatas (Kota Medan) dan metode kualitatif yang tidak memungkinkan generalisasi. Namun, kedalaman analisis kontekstual yang dihasilkan dapat menjadi dasar bagi penelitian lanjutan dengan pendekatan kuantitatif atau studi komparatif antar daerah. Rekomendasi untuk penelitian future mencakup eksplorasi model komunikasi berbasis big data untuk memprediksi kebutuhan masyarakat, serta kajian tentang peran komunikasi interpersonal dalam mengurangi resistensi terhadap kebijakan tarif air.

Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa strategi komunikasi PDAM Tirtanadi telah menunjukkan kemajuan dalam merespons dinamika masyarakat, tetapi masih perlu diintegrasikan dengan reformasi struktural. Keseimbangan antara pendekatan high touch (interpersonal) dan high tech (digital), serta komitmen pada partisipasi inklusif, akan menjadi kunci dalam mewujudkan layanan air bersih yang berkeadilan dan berkelanjutan di Kota Medan.

KESIMPULAN

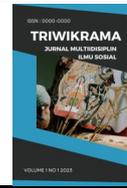
Penelitian ini menyimpulkan bahwa strategi komunikasi PDAM Tirtanadi dalam program pelayanan air bersih di Kota Medan mencerminkan upaya multidimensi untuk menjembatani kebutuhan masyarakat melalui pendekatan interpersonal, digital, dan sosialisasi langsung. Komunikasi tatap muka terbukti efektif dalam membangun kepercayaan, terutama bagi kelompok lansia, meskipun terkendala keterbatasan sumber daya manusia yang menyebabkan respons lambat. Pemanfaatan media digital, seperti aplikasi pengaduan dan kampanye media sosial, berhasil meningkatkan interaksi dengan generasi muda, namun belum diimbangi

transformasi sistemik dalam tata kelola layanan. Sosialisasi berbasis komunitas menunjukkan potensi dalam meningkatkan kesadaran publik, meski partisipasi kelompok rentan dan alokasi anggaran masih perlu ditingkatkan.

Temuan penelitian mengungkap bahwa efektivitas strategi komunikasi PDAM Tirtanadi terkendala oleh tantangan struktural, seperti birokrasi hierarkis, ketimpangan infrastruktur internet, dan kesenjangan sosiodemografis. Ketidakmerataan akses layanan antara wilayah pusat dan suburban memperparah ketidakpuasan masyarakat, sementara dinamika persepsi antargenerasi menuntut pendekatan yang lebih adaptif. Inovasi seperti integrasi media hybrid dan kolaborasi dengan influencer lokal patut diapresiasi, tetapi perlu diperkuat dengan peningkatan kapasitas SDM dan kebijakan afirmatif untuk daerah tertinggal.

Kesuksesan program pelayanan air bersih ke depan bergantung pada kemampuan PDAM Tirtanadi menyeimbangkan pendekatan high-touch (interpersonal) dan high-tech (digital), serta mengadopsi model komunikasi partisipatif yang inklusif. Penting bagi institusi untuk tidak hanya merespons keluhan, tetapi juga melibatkan masyarakat dalam perencanaan dan evaluasi kebijakan. Transformasi kelembagaan, seperti desentralisasi wewenang dan peningkatan transparansi, menjadi kunci dalam mempercepat respons dan membangun kepercayaan publik. Selain itu, integrasi kebijakan teknis dengan program pemberdayaan komunitas diperlukan untuk menciptakan solusi berkelanjutan yang berbasis kebutuhan lokal.

Penelitian ini merekomendasikan perlunya sinergi antar-pemangku kepentingan, termasuk pemerintah daerah, komunitas, dan sektor swasta, untuk memperluas jangkauan infrastruktur dan meningkatkan literasi masyarakat. PDAM Tirtanadi juga perlu mengembangkan sistem umpan balik terstruktur yang memprioritaskan suara kelompok marginal, serta mengalokasikan anggaran lebih besar untuk program sosialisasi di daerah suburban. Dengan demikian, strategi komunikasi tidak hanya menjadi alat penyampaian informasi, tetapi juga wahana



transformasi sosial yang mendorong pemerataan akses air bersih sebagai hak dasar masyarakat Kota Medan.

DAFTAR PUSTAKA

- Arkansyah, Prima, E. P., Wiwin PA, Ananda ACP, Gabriela NVM, & Arman DP. (2021). Strategi Komunikasi Lingkungan Membangun Kesadaran Masyarakat Terhadap Kebersihan Sungai Jagir. *Prapanca: Jurnal Abdimas*, 1(1). <https://doi.org/10.37826/prapanca.v1i1.132>
- Dianti, D., & Cahyati, W. (2022). Persepsi Masyarakat Pada Program Studi Ilmu Komunikasi. *Buana Komunikasi (Jurnal Penelitian Dan Studi Ilmu Komunikasi)*, 2(2). <https://doi.org/10.32897/buanakomunikasi.2021.2.2.1134>
- Didik Hariyanto, D. H. (2021). Buku Ajar Pengantar Ilmu Komunikasi. In *Buku Ajar Pengantar Ilmu Komunikasi*. <https://doi.org/10.21070/2021/978-623-6081-32-7>
- Felix, A., Cerlysia, C., Sheng, L. de, Hendra, M., Tjalani, R., & Colin, V. (2024). Strategi Komunikasi Pemasaran Digital. *Jurnal Common*, 7(2). <https://doi.org/10.34010/common.v7i2.11475>
- Hariyanto, D. (2021). Pengantar Ilmu Komunikasi. In *Pengantar Ilmu Komunikasi*.
- Liliweri, Alo. 2003. (2020). Makalah Model-model Komunikasi. *Ilmu Komunikasi*, ;13(6).
- Maghfira Septi Arindita, Meila Asfi Raykhani, Naufal Ra'uf, Rulyn Ardianoor, & Yayat Suharyat. (2022). PRINSIP DASAR ILMU KOMUNIKASI ISLAM. *Religion : Jurnal Agama, Sosial, Dan Budaya*, 1(5). <https://doi.org/10.55606/religion.v1i5.17>
- Marino, H., Marino, A. S., & Walian, A. (2023). Strategi Humas Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Tirta Raja Kabupaten Oku Dalam Mengatasi Keluhan Pelanggan. *JKOMDIS : Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial*, 3(2). <https://doi.org/10.47233/jkomdis.v3i2.823>
- Nazarudin, N., & Utami, D. (2022). Distribusi Air Bersih Perusahaan Daerah Air Minum Pancuran Telago Menuju Peningkatkan Pelayanan Publik. *Jurnal Politik Dan Pemerintahan Daerah*, 4(2). <https://doi.org/10.36355/jppd.v4i2.54>
- Nurrachmah, S. (2024). Analisis Strategi Komunikasi Dalam Membangun Hubungan Interpersonal Yang Efektif. *Jurnal Inovasi Global*, 2(2). <https://doi.org/10.58344/jig.v2i2.60>
- Nurul Ichan, R., & Nasution, L. (2021). SOSIALISASI PELATIHAN UNTUK MENINGKATKAN PRESTASI KERJA KARYAWAN DI PDAM TIRTANADI CABANG PADANG BULAN MEDAN. *AMALIAH: JURNAL PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT*, 5(1). <https://doi.org/10.32696/ajpkm.v5i1.693>
- Onong Uchjana, E. (2019). Ilmu Komunikasi, Teori dan Praktek. In *Komunikasi dalam sebuah organisasi*.

- Pakaya, P. A., Subhan, A., & Ratnasari, D. (2023). COMMUNICATION STRATEGY IN PROVIDING INFORMATION TO CUSTOMERS AT THE REGIONAL WATER COMPANY OF COPRONTALO CITY. *Hulondalo Jurnal Ilmu Pemerintahan Dan Ilmu Komunikasi*, 1(2). <https://doi.org/10.59713/jipik.v1i2.172>
- Purba, B., & Hidayat, R. (2022). Sosialisasi Strategi Komunikasi Bisnis dalam Meningkatkan Perekonomian Kecamatan Simanindo Kabupaten Samosir. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2).
- Putra Perssela, R., Mahendra, R., & Rahmadiani, W. (2022). PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL UNTUK EFEKTIVITAS KOMUNIKASI. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Kuliah Kerja Nyata (JIMAKUKERTA)*, 2(3). <https://doi.org/10.36085/jimakukerta.v2i3.4525>
- Safitri, B., & Mujahid, N. S. (2024). Komunikasi Efektif dalam Organisasi. *Cendekia Inovatif Dan Berbudaya*, 1(3). <https://doi.org/10.59996/cendib.v1i3.318>
- Sari, A. F. (2020). ETIKA KOMUNIKASI. *TANJAK: Journal of Education and Teaching*, 1(2). <https://doi.org/10.35961/tanjak.v1i2.152>
- Setiabudi, M. A. N. (2020). PEMBERDAYAAN MASYARAKAT DALAM ASPEK KOMUNIKASI PEMBANGUNAN UNTUK PENGADAAN SARANA AIR MINUM (Studi Pada Warga Penerima *Jurnal Mutakallimin: Jurnal Ilmu Komunikasi*.
- Setiamy, A. A. (2019). Pengaruh Lingkungan Kerja Dan Kedisiplinan Terhadap Kinerja Karyawan Pdam Tirtanadi Sumatera Utara Medan | *Jurnal Ilmiah Maksitek. Jurnal Ilmiah Maksitek*, 4(3).
- Sukoco, S. A., Wahyudi, E., & Puspitaningtyas, Z. (2017). Strategi Komunikasi Pemasaran Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Al Qodiri. *Jurnal Politico*, 17(2).