

**Komunikasi Persuasif Dalam Menangani Keluhan Pelanggan Di
Perusahaan Daerah Air Minum Tirta Bumi Wibawa Kota Sukabumi
(Studi Deskriptif Mengenai Komunikasi Persuasif Pegawai dalam Menangani
Keluhan Pelanggan di Perusahaan Daerah Air Minum Tirta Bumi Wibawa Kota
Sukabumi)**

Yanti Lestari Pujiastuti

Email: yantilp@ummi.ac.id

Universitaas Muhammadiyah Sukabumi

Abstract

Every product or service company that competes in the marketing order is increasingly numerous and diverse, resulting in competition among companies to meet the desires of consumers and provide service satisfaction to consumers. One of the actions to provide satisfaction to consumers is to provide services for consumers preferably because in essence the purpose of the business is to make consumers satisfied. Persuasive communication can be used as a direction of where and how the survival of a company, this is because one of the supports for the progress of a company depends on the balance of internal and external communication of the company. The approach taken in this research is to use a qualitative approach with descriptive methods. In arguing and showing evidence, an employee is required to have good intelligence. One of them is the intelligence of dealing with consumer complaints. Regarding the psychological attractiveness of an employee in customer relations, of course, it is important, such as verbal communication which is an attraction in handling customer complaints. verbal communication used by Company employees is good. In relation to the appeal of credibility in handling customer complaints at the Regional Drinking Water Company Tirta Bumi Wibawa Kota Sukabumi, it is clear and in accordance with the situation in the community, seen from the appearance and responses of customers who have made complaints to the head office and used as informants in this study.

Keywords: Persuasive Communication, Complaints, Customers

Abstrak

Setiap perusahaan produk atau jasa yang berkompetisi dalam tatanan pemasaran semakin banyak dan beranekaragam, sehingga mengakibatkan persaingan diantara perusahaan untuk saling memenuhi keinginan konsumen dan menyediakan kepuasan pelayanan kepada konsumen. Salah satu tindakan untuk memberikan kepuasan kepada konsumen adalah memberikan pelayanan bagi konsumen sebaiknya karena pada hakekatnya dari tujuan usaha adalah untuk membuat rasa puas pada konsumen. Komunikasi persuasif dapat digunakan sebagai penunjuk arah hendak kemana dan bagaimana keberlangsungan hidup sebuah perusahaan, hal ini dikarenakan salah satu penunjang kemajuan sebuah perusahaan bergantung pada keseimbangan komunikasi internal dan eksternal perusahaan. Adapun pendekatan yang dilakukan dalam penelitian ini adalah menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Didalam berpendapat dan memperlihatkan bukti-bukti, seorang karyawan dituntut untuk memiliki kecerdasan yang baik. Salah satunya adalah kecerdasan menghadapi keluhan konsumen. Mengenai adanya daya tarik psikologis seorang pegawai pada hubungan pelanggan tentu saja menjadi hal yang penting, seperti komunikasi verbal yang menjadi daya tarik dalam menangani keluhan pelanggan. komunikasi verbal yang digunakan oleh pegawai Perusahaan sudah baik. Berkaitan dengan daya tarik kredibilitas dalam menangani keluhan pelanggan di Perusahaan Daerah Air Minum Tirta Bumi Wibawa Kota Sukabumi terlihat jelas dan sesuai dengan keadaan di masyarakat, terlihat dari penampilan dan tanggapan para pelanggan yang telah melakukan keluhan kepada kantor pusat dan dijadikan informan dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Komunikasi Persuasif, Keluhan, Pelanggan

Submitted: 24-02-2023 | Accepted: 28-02-2023 | Published: 28-02-2023

1. Pendahuluan

Semua perusahaan produk atau jasa yang berkompetisi dalam pemasaran tatanan yang semakin lama semakin bertambah banyak dan beranekaragam, sehingga mengakibatkan adanya persaingan diantara perusahaan untuk dapat memenuhi hasrat konsumen dan menyediakan kepuasan layanan kepada konsumen. Salah satu tindakan untuk memenuhi kepuasan kepada konsumen adalah memberikan pelayanan yang prima kepada konsumen sebaiknya karena pada intinya tujuan dari bisnis adalah menjadikan konsumen terpuaskan. Komunikasi persuasif dapat digunakan sebagai arahan kemana dan bagaimanakah kelangsungan hidup suatu perusahaan, karena salah satu penunjang untuk kemajuan dalam sebuah perusahaan bergantung pada keseimbangan komunikasi internal dan eksternal perusahaan. Mengenai daya tarik psikologis seorang karyawan dalam customer relations tentunya menjadi hal yang penting, seperti komunikasi verbal yang menjadi

daya tarik dalam menangani keluhan konsumen. komunikasi verbal yang digunakan karyawan Perusahaan sudah baik.

Konsumen yang merasa puas dengan pelayanan yang diberikan kepada perusahaan akan menimbulkan loyalitas pelanggan atau konsumen. Pelayanan yang berkualitas sangat mempengaruhi loyalitas konsumen, saat konsumen memperoleh pelayanan yang baik dari biaya yang dikeluarkan, maka terjadi peningkatan loyalitas konsumen terhadap perusahaan. Konsumen atau pelanggan setia sangat berharga bagi perusahaan. konsumen atau pelanggan yang setia dapat dipertahankan melalui pemeliharaan hubungan kemitraan yang berkelanjutan. mempertahankan kemitraan secara berkesinambungan. Aspek loyalitas konsumen merupakan hal yang penting untuk menjamin kelangsungan suatu usaha atau bisnis.

Pelayanan adalah suatu aktivitas yang dilaksanakan oleh individu kepada orang lain yang dilakukan dengan tujuan untuk memberi manfaat dan keuntungan sehingga diharapkan dapat menjadi suatu kepuasan. Pelayanan pelanggan merupakan elemen terpenting dalam usaha peningkatan kepuasan pelanggan, oleh karena itu perusahaan harus memerhatikan aktivitas pelayanan tersebut dalam memenuhi kebutuhan pelanggan agar tercapai kepuasan pelanggan dalam pelaksanaannya. Kualitas pelayanan ini juga bentuk suatu penilaian konsumen atas tingkat pelayanan (service level) yang diterima dengan tingkat yang diharapkan. Kepuasan pelanggan pada bidang jasa merupakan unsur yang amat penting dan menentukan dalam menumbuhkan perusahaan agar terus eksis menghadapi persaingan dengan perusahaan lain. Tidak dapat disangkal lagi kualitas pelayanan sangatlah berpengaruh kepada keberlangsungan dan perkembangan perusahaan.

Komunikasi persuasif bisa dijadikan sebuah pemetaan arah ke mana dan bagaimana kelangsungan suatu perusahaan, karena faktor penunjang berlangsungnya kemajuan sebuah perusahaan salah satunya bergantung pada keseimbangan komunikasi pihak internal dan eksternal. Sedangkan menurut Devito komunikasi persuasif adalah merupakan teknik yang mampu mempengaruhi benak manusia melalui penggunaan data dan faktafakta psikologis atau sosiologis kepada komunikan yang ingin dipengaruhinya (Devito, 2010:387).

Guna meningkatkan pelayanan kepada masyarakat, Perumda Air Minum Tirta Bumi Wibawa memiliki dua inovasi baru untuk menarik perhatian masyarakat, yaitu

Sambal Goang (Sambungan Langganan Nganggo Angsuran) dan pembayaran tagihan melalui QRIS yang bekerja sama dengan Bank BJB. Kedua inovasi ini diluncurkan oleh Walikota Sukabumi Achmad Fahmi pada hari Selasa, 9 Maret 2021 di Kantor Perumda AM Tirta Bumi Wibawa. Wali Kota Sukabumi menyampaikan bahwa Pemkot Sukabumi menekankan bahwa Pemkot Sukabumi senantiasa mendorong setiap perangkat daerah, termasuk perusahaan umum daerah, agar senantiasa berinovasi meningkatkan dan mempermudah layanan kepada masyarakat.

Mengenai jenis-jenis pelayanan di Perusahaan Daerah Air Minum Tirta Bumi Wibawa Kota Sukabumi, berikut adalah keterangan tentang jenis-jenis pelayanan, sebagai berikut:

1. Melayani penyambungan baru dari pelanggan baru, yang mana setiap masyarakat apabila ingin mengajukan pemasangan sambungan baru bisa datang secara langsung ke bagian hubungan langganan.
2. Melayani pengaduan gangguan saluran air yang dapat ditangani langsung kepada bagian hubungan langganan yang pelaksanaannya dilaksanakan oleh sub bagian meter air.
3. Melayani sistem pembayaran tagihan yang meliputi pendaftaran pelanggan baru, biaya pemasangan, pembayaran rekening bulanan yang mesti dilaksanakan oleh pelanggan.

Berikut peneliti cantumkan tabulasi mengenai rekapitulasi pengaduan pelanggan Perumda Air Minum Tirta Bumi Wibawa Kota Sukabumi 2021.

Tabel 1
Rekapitulasi Pengaduan Pelanggan PDAM Tirta Bumi Wibawa Kota Sukabumi

No	Bulan	Sukabum i1	Sukabum i2	Sukabum i3	Sukabum i4	Jumlah
1.	Januari	33	32	23	19	107
2.	Februari	32	25	19	26	102
3.	Maret	19	19	22	10	70
4.	April	17	14	19	25	75
5.	Mei	13	19	17	14	63
6.	Juni	16	15	27	28	86
7.	Juli	19	30	25	18	92
8.	Agustus	16	9	24	31	80

9.	September	25	29	30	35	119
10.	Oktober	33	34	20	18	105
11.	November	16	20	21	32	89
12.	Desember	32	28	18	38	116
Jumlah		271	274	265	294	1104

Sumber : Perumda Air Minum Tirta Bumi Wibawa Kota Sukabumi 2021

Berdasarkan rekapitulasi data keluhan pelanggan Perumda Air Minum Tirta Bumi Wibawa Kota Sukabumi pada tahun 2021 terkait keluhan pelanggan menempati urutan teratas keluhan pelanggan dalam setahun, yaitu sebanyak 1104. Kondisi ini disebabkan oleh beberapa hal, diantaranya layanan perusahaan yang dirasakan kurang memuaskan, Debit air yang disalurkan kepada masyarakat seringkali menurun atau justru tidak keluar, dan kurangnya sosialisasi kenaikan tarif. Dengan melihat jumlah keluhan masyarakat yang disampaikan, tentunya pihak perusahaan memiliki strategi komunikasi persuasif yang efektif sehingga penyelesaian masalah dengan solusi yang diberikan tepat sasaran.

2. Kajian Pustaka

Kemudian dalam bukunya Devito menjelaskan komunikasi persuasif adalah suatu teknik yang dapat mempengaruhi pikiran manusia dengan cara memanfaatkan data dan fakta psikologis atau sosiologis pada komunikan yang ingin dipengaruhi (Devito, 2010:387). Komunikasi persuasif dalam proses pelayanan menangani keluhan pelanggan mampu meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap produk perusahaan itu sendiri. Perusahaan Daerah Air Minum Tirta Bumi Wibawa Kota Sukabumi, menggunakan teknik komunikasi persuasif guna mempermudah proses penerimaan informasi dan menghambat terjadinya *miss communications*.

Berikut ringkasan manfaat dari komunikasi yang berasal dari fungsi - fungsi tersebut :

- a. Proses Belajar (*Learning Proses*)
- b. Kesadaran Diri (*Self Awarness*)
- c. Interaksi dengan Lingkungan
- d. Membangun Konsep Diri (*Establishing Self-Concept*)
- e. Eksistensi Diri (*Self Existence*)
- f. Kelangsungan Hidup (*Live Continuity*)
- g. Memperoleh Kebahagiaan (*Obtaining Happiness*)
- h. Terhindar dari Tekanan dan Ketegangan (*Free from pressure and Stress*)

Dalam Proses Komunikasi sering kali diperlukan beberapa unsur komunikasi. Di kemukakan oleh Nurudin dalam buku Ilmu Komunikasi Ilmiah dan Populer (2016:41) yaitu :

1. Komunikator
2. Pesan
3. Media
4. Penerima
5. Efek

Secara skematik, prosesnya dijelaskan pada gambar 1 (Maret, 1982).

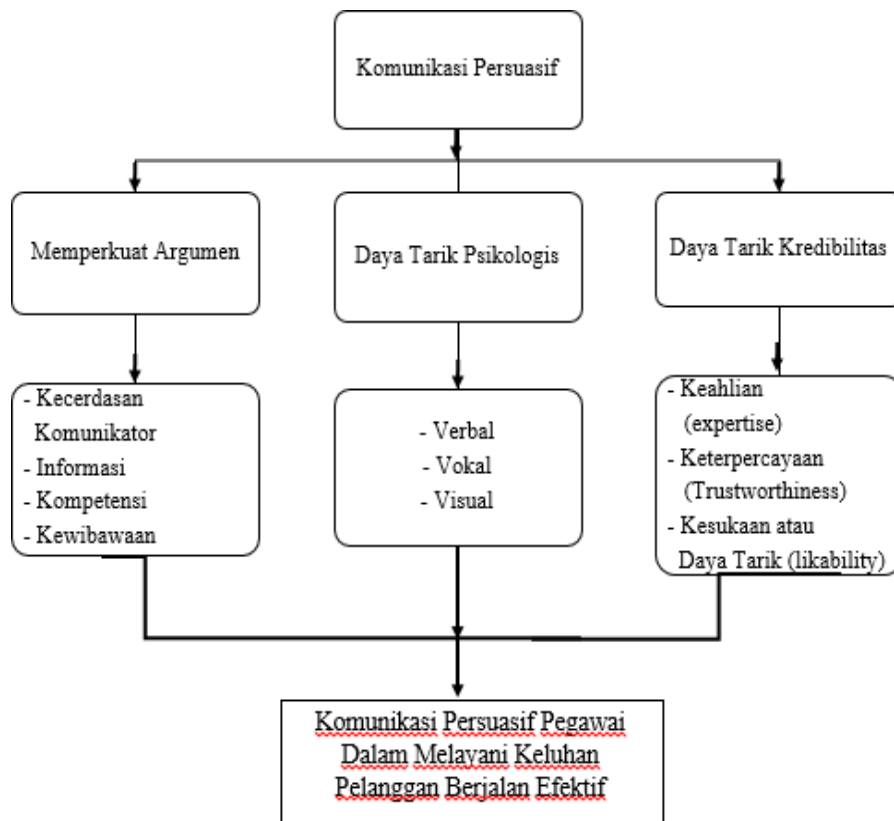
Proses Rasional



Menurut Devito pada buku Ezi Hendri berjudul Pendekatan dan Strategi Komunikasi Persuasif menjelaskan tiga alat utama dalam komunikasi persuasif, yaitu:

- a. Memperkuat argumen dan bukti.
- b. Daya Tarik Psikologis
- c. Daya Tarik Kredibilitas

Melalui pemaparan konsep penelitian, peneliti menggambarkan konsep penelitian sebagai berikut:



Sumber : Hasil olahan peneliti berdasarkan DeVito (2019 : 67)

Gambar 1 Konsep Penelitian

3. Metode Penelitian

Metode Penelitian ini menggunakan pendekatan metode penelitian kualitatif menurut sugiyono (2018), yang dimana indikator penelitian ini membahas dan mendalami komunikasi persuasif di Perusahaan Daerah Air Minum Tirta Bumi Wibawa Kota Sukabumi dalam menangani keluhan pelanggan. Selanjutnya teori yang dipergunakan adalah teori DeVito (2019:67) yaitu komunikasi persuasif dipengaruhi oleh tiga faktor, yaitu:

1. Memperkuat Argumen dan Bukti
 - a. Kecerdasan komunikator
 - b. Informasi
 - c. Kompetensi
2. Daya Tarik Psikologi
 - a. Verbal
 - b. Vokal
 - c. Visual
3. Daya Tarik Kredibilitas

- a. Keahlian
- b. Keterpercayaan
- c. Daya Tarik

Setting informan diambil beberapa orang yang akan dijadikan informan dalam penelitian ini diantaranya sebagai berikut :

1. Kepala sub bagian hubungan langganan (1 Orang)
2. Staf bagian hubungan langganan (2 Orang)
3. Konsumen Perusahaan Daerah Air Minum Tirta Bumi Wibawa Kota Sukabumi (3 Orang)

4. Hasil dan Pembahasan Penelitian

Berikut disampaikan beberapa karakteristik informan yang menjadi objek penelitian ini, sebagai berikut:

No.	Nama	Jenis Kelamin	Usia	Status Jabatan	Pendidikan	Jenis Informan
1.	Asep Apudin	Laki-laki	52	Kepala Hubungan Langganan PDAM	S1	Inti
2.	Untung Margono	Laki-laki	50	Staf Hubungan Langganan	S2	Inti
3.	Yayat	Laki-laki	57	Konsumen	S1	Pendukung
4.	Ady Fauzy Rahmani	Laki-laki	36	Konsumen	S2	Pendukung
5.	Azizah	Perempuan	36	Konsumen	S1	Pendukung

Sumber: Hasil Pengolahan Data Peneliti, 2022

Berdasarkan Tabel 4.1 yang merupakan deskripsi gambaran karakteristik informan, maka peneliti membuat rumusan prosedur dilakukan penelitian yang terdiri dari:

1. Peneliti merumuskan draft pernyataan wawancara disesuaikan dengan rumusan masalah dan indikator penelitian yang ditentukan mengacu pada konsep Devito. Rumusan masalah penelitian ini akan membahas mengenai komunikasi persuasif dalam menangani keluhan pelanggan di Perusahaan Daerah Air Minum Tirta Bumi Wibawa Kota Sukabumi.

2. Peneliti melakukan wawancara dengan informasi pokok yang terdiri dari pihak PDAM yaitu kepala sub bagian hubungan langganan, staf sub bagian hubungan langganan, selanjutnya informan pangkal yaitu konsumen/ pelanggan Perusahaan Daerah Air Minum Tirta Bumi Wibawa Kota Sukabumi.
3. Peneliti mendokumentasikan setiap data sekunder yang dibutuhkan untuk melengkapi hasil deskripsi dan analisis data.
4. Peneliti melakukan proses transkrip wawancara dari audio ke dalam bentuk dokumen.

Analisis Mengenai Argument dan Bukti Pegawai Dalam Menangani Keluhan Pelanggan Di Perusahaan Daerah Air Minum Tirta Bumi Wibawa Kota Sukabumi.

1. Kecerdasan Komunikator

Dalam sebuah perusahaan tentu memiliki seorang customer service. Customer service (CS) adalah pelayanan pelanggan yang penting bagi suatu bisnis, menjadi penghubung antara pelanggan dan perusahaan. Kecerdasan yang dimiliki oleh seorang komunikator dalam mengargumentasikan perkataannya harus memiliki kemampuan komunikasi yang baik, sehingga komunikasi yang dilakukan dapat mudah dipahami oleh para konsumen.

Dari hasil penelitian berbagai informan menunjukkan terdapat pendapat yang berbeda tentang bagaimana kecerdasan komunikator dalam menangani keluhan pelanggan. Peneliti menganalisis bahwa terdapat 2 faktor penting bagaimana untuk meningkatkan kecerdasan pegawai hubungan langganan dalam menerima keluhan pelanggan. Faktor pertama yaitu seorang bagian hubungan langgan harus memiliki kecerdasan emosional karna dalam nenangani keluhan pelanggan yang sedang marah seorang pegawai harus mampu meredakan emosi nya dengan baik bukan malah terpancing emosi nya. Karna dengan mengontrol emosi dalam diri seorang pegawai mampu terciptanya hubungan yang posiif dengan pelanggan.

Hal ini sejalan dengan pendapat Goleman dalam Sulistio (2012) bahwa kecerdasan emosional adalah kemampuan untuk mengenal perasaan sendiri dan orang lain untuk memotivasi diri sendiri dan mengelola emosi dengan baik dalam diri kita. Kecerdasan emosi merupakan kemampuan untuk menggunakan emosi secara efektif dalam mengelola diri sendiri dan mempengaruhi hubungan dengan orang lain secara positif. Untuk meningkatkan kecerdasan pegawai hubungan langganan dalam menerima

keluhan pelanggan, Faktor kedua yaitu tidak hanya kecerdasan emosioanl saja akan tetapi bagaimana seorang komunikator itu mampu menguasai permasalahan yang di laporkan oleh pelanggan. Dengan menguasai permasalahan tentu nya mempermudah pegawai untuk memecahkan masalah tersebut.

2. Informasi

Informasi adalah keterangan, pernyataan, gagasan, dan tanda-tanda yang mengandung nilai, makna, dan pesan, baik data, fakta maupun penjelasannya yang dapat dilihat, didengar, dan disajikan dalam berbagai kemasan dan format sesuai dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi secara elektronik. Dalam menangani keluhan perlanggan seorang pegawai staf yang menjadi seorang komunikator harus memberikan informasi yang jelas tidak bertele-tele Bentuk informasi yang diberikan lengkap dengan data seperti lokasi rumah, tagihan air, dan pemakaian air perbulannya.

Sumber informasi adalah data. Data itu berupa fakta kenyataan yang menggambarkan suatu kejadian-kejadian dan kesatuan nyata. Yang kemudian data tersebut diolah melalui suatu metode untuk menghasilkan informasi, kemudian penerima menerima informasi tersebut, membuat suatu keputusan dan melakukan tindakan, yang kemudian menghasilkan suatu tindakan yang lain yang akan menimbulkan sejumlah data kembali. Data tersebut akan ditangkap sabagai input, diproses kembali lewat suatu model dan seterusnya membentuk suatu siklus.

Dari hasil penelitian berbagai informan menunjukkan bagaimana penyampain sebuah informasi dari pegawai Perusahaan Daerah Air Minum Tirta Bumi Wibawa Kota Sukabumi kepada pelanggan itu sesuai dengan semestinya. Dalam memberikan sebuah informasi tentunya seorang pegawai harus mengumpulkan data, pengolahan data agar informasi yang dibutuhkan oleh pelanggan jelas sumber nya. Menurut Jogiyanto HM., (1999: 692), informasi adalah hasil dari pengolahan data dalam suatu

bentuk yang lebih berguna dan lebih berarti bagi penerimanya yang menggambarkan suatu kejadian - kejadian (event) yang nyata (fact) yang digunakan untuk pengambilan keputusan.

Maka penyampaian informasi oleh pegawai Perumda Air Minum Tirta Bumi Wibawa Kota Sukabumi dalam memberikan informasi itu sesuai dengan data yang sudah di kelola dan jelas sumber nya. Karna kejelasannya informasi yang disampaikan membuat pra pelanggan mengambil keputusan yang tepat.

3. Kompetensi

Kompetensi komunikasi pada dasarnya menggambarkan kemampuan seseorang untuk berkomunikasi dengan efektif kepada orang lain, menggambarkan bagaimana seseorang dapat berinteraksi cukup, tepat, dan dapat mencapai tujuan yang diharapkan. Maka dari itu bentuk kompetensi yang dimiliki pegawai Perumda Air Minum Tirta Bumi Wibawa Kota Sukabumi dalam menangani keluhan harus banyak nya pengetahuan, pengalaman agar tujuan yang diinginkan disetujui kedua belah pihak.

Dari hasil penelitian berbagai informan menunjukkan kompetensi yang ditunjukkan oleh pegawai kepada pelanggan itu berjalan dengan semestinya. Beberapa informan mengatakan bahwa dalam menangani keluhan pelanggan pegawai Perumda Air Minum Tirta Bumi Wibawa Kota Sukabumi begitu baik, pengetahuan yang dimiliki pegawai dan sikap dalam menangani keluhan itu memperlihatkan kompetensi pegawai itu tersebut.

Hal ini pun di sejalan dengan menurut pendapat Wibowo (2012:324) yang menyatakan kompetensi adalah suatu kemampuan untuk melaksanakan atau melakukan suatu pekerjaan atau tugas yang dilandasi atas keterampilan dan pengetahuan serta

didukung oleh sikap kerja yang dituntut oleh pekerjaan tersebut. Dengan demikian kompetensi menunjukkan keterampilan dan pengetahuan yang dicirikan oleh profesionalisme dalam suatu bidang tertentu sebagai sesuatu yang terpenting, sebagai unggulan tersebut.

4. Kewibawaan

Ngalim Purwanto mengemukakan Gezag berasal dari kata Zeggen yang berarti “berkata”. siapa yang perkataannya mempunyai kekuatan mengikat terhadap orang lain, berarti mempunyai kewibawaan atau Gezag terhadap orang lain. Jadi seseorang yang berkata dengan tutur bahasa yang baik akan mampu memberikan pemahaman terhadap orang lain sehingga orang tersebut tunduk dan percaya terhadap orang yang memiliki kewibawaan. (Sumber Ngalim Purwanto, “Ilmu Pendidikan Teoritis dan Praktis)

Hasil dari penelian dari para informan ini adalah pegawai mampu mengontrol emosi pelanggan yang sedang marah, karena jika pelanggan marah terus ditanggapi dengan pegawai yang marah juga kesan nya tidak akan baik. Oleh karena itu kewibawaan seorang pegawai itu betul-betul terlihat bagaimana pegawai itu dalam menerima keluhan pelanggan yang sedang marah, selain itu juga menyampaian nya tepat, efektif dan mudah dicerna sehingga logika pelanggan awalnya marah bisa diredamkan oleh pegawai. Setelah itu kewibawaan yang diperlihatkan nya adalah pegawai mampu memberikan solusi yang tepat kepada pelanggan yang melapor itu.

Analisis Mengenai Daya Tarik Psikologis Dalam Menangani Keluhan Pelanggan Di Perusahaan Daerah Air Minum Tirta Bumi Wibawa Kota Sukabumi.

1. Verbal

Secara umum komunikasi verbal adalah komunikasi yang berbentuk lisan ataupun tulisan, contohnya adalah penggunaan kata-kata. Sehingga komunikasi verbal adalah

komunikasi yang menggunakan kata-kata dari bahasa baik lisan maupun tulisan. Percakapan tatap muka, bertukar pesan di ponsel pintar, hingga berbicara melalui telepon adalah beberapa contoh dari komunikasi verbal.

Dari semua informan data informan pun menunjukkan Pernyataan nya bahwa komunikasi verbal yang digunakan oleh pegawai Perusahaan Daerah Air Minum Tirta bumi Wibawa Kota Sukabumi itu berlangsung baik. Menggunakan bahasa yang baik menjadi tolak ukur keramah bagian pelayanan. Ternyata pelanggan menyukai pelayanan yang bertutur ramah tidak judes atau jutek.

Dari hasil penelitian berbagai informan menunjukkan kesepakatan bahwa komunikasi verbal yang disampaikan oleh pegawai Perumda Air Minum Tirta Bumi Wibawa Kota Sukabumi dalam menangani keluhan pelanggan itu harus benar-benar baik kata dan nada yang tinggi harus dibalas dengan temperature yang ringan. Tidak hanya secara bertatap muka saja akan tetapi secara tulisan pun harus dengan tulisan yang baik.

2. Vokal

Menurut Soeharto (1992 :143) Vokal adalah suara manusia. Dalam mempengaruhi konsumen vocal menjadi salah satu hal perlu diperhatikan, pada dasar nya intonasi yang lemah lembut,ramah, dan tegas biasa nya akan lebih membuat konsumen merasa nyaman karna penyampaian nya yang mudah dipahami.

Hasil dari penelitian ini informan 1 sampai 5 sepakat akan nada bicara yang digunakan oleh pegawai Perumda Air Minum Tirta Bumi Wibawa Kota Sukabumi itu bagus, tidak hanya pemilihan kata saja akan tetapi dalam pelayanan yang sifat nya melayani keluhan pelanggan harus mampu mengontrol vocal nada bicara, karna jika pelayanan nada bicara nya tdiak baik akan menimbulkan ketidak nyamanan pelanggan.

Suara memiliki berbagai fungsi dalam kehidupan baik bagi hewan atau manusia. Pada hewan suara memiliki fungsi dalam mempromosikan dirinya pada lawan jenis dalam rangka mencari serta memilih pasangan, mengintimidasi kompetitor, dan memberikan sinyal tanda bahaya serta hewan menggunakan pendengaran untuk memprediksi karakter dari penghasil suara (Wells Dunn, Sergeant, & Davies, 2009). Sedangkan, suara dalam kehidupan manusia memiliki fungsi yang beragam salah satunya suara seseorang dapat menyampaikan informasi penting dan nada suara pada manusia dikaitan dengan kekuatan dan rasa hormat hubungan interpersonal

(Putsa, Gaulinb & Verdolinic 2006).

Maka dalam pelayanan suara hal penting dalam proses melayani pelanggan, suara seorang pegawai dapat menyampaikan informasi yang baik dan bisa diterima oleh pelanggan. Nada bicara tetap lemah lembut nada suara yang bervariasi dapat mengatasi kebosanan. Variasi suara seperti tinggi, rendah, besar, kecil bertujuan menjadi daya tarik bagi pelanggan sehingga dalam menerima pesan pelanggan begitu menyikapi nya dengan baik.

3. Visual

Komunikasi nonverbal sangat penting untuk membuat suatu informasi bisa disampaikan secara utuh. Gerakan, sentuhan, dan tatapan mata, rambut yang rapih, berpenampilan rapih dan wangi bisa menjadi sumber informasi yang cukup valid saat dua orang berkomunikasi.

Bahasa Tubuh merupakan bagian dari ilmu komunikasi interpersonal. Menurut McDavid dan Harari (Herdiyan & Gumelar, 2013) Komunikasi interpersonal yaitu suatu proses komunikasi yang ber-setting pada objek-objek sosial untuk mengetahui pemaknaan sesuatu stimulus yang berupa informasi atau pesan. Pada hakikatnya dalam ilmu psikologi komunikasi, komunikasi interpersonal adalah komunikasi antara komunikator dengan komunikan, komunikasi antara orang-orang secara tatap muka, yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung baik secara verbal ataupun nonverbal. Komunikasi interpersonal adalah komunikasi yang terjadi pada dua individu, seperti suami istri, dua sejawat, dua sahabat dekat, guru dengan murid, dan sebagainya.

Menurut teori Expectancy Violations Theory (EVT) gaya berpakaian adalah aspek terpenting dari komunikasi yang dapat mempengaruhi persepsi terhadap si pemakai tentang kredibilitas dan kemenarikan pelayanan. Kecenderungan gaya berpakaian masa kini lebih mengarah kepada ketidakformalan (informal) dan formal (formality). (Burgoon&Hale, 1998).

Maka hasil dari penelitian beberapa informan setuju komunikasi visual yang ditunjukkan oleh pegawai PDAM komunikasi visual atau nonverbal berupa kinetik sangat sering digunakan manusia dalam berkomunikasi, baik yang disadari maupun tidak. Gerakan tersebut memiliki makna dan dapat mempertegas atau menggantikan pesan verbal.

Analisis Mengenai Daya Tarik Kredibilitas Dalam Menangani Keluhan Pelanggan Di Perusahaan Daerah Air Minum Tirta Bumi Wibawa Kota Sukabumi.

1. Keahlian

Keahlian adalah satu diantara modal wajib bagi seorang komunikator. Komponen keahlian adalah kesan khalayak tentang kemampuan komunikator berhubungan dengan topik yang dibicarakan. Komunikator dengan keahlian tinggi dianggap cerdas, ahli (mampu), tahu banyak, berpengalaman, dan terlatih. Sebaiknya, jika komunikator tidak berpengalaman dan tidak tahu banyak tentang subjek yang dibicarakannya, tentu komunikasi akan menilai rendah pada keahlian komunikator (Rahmat, 2005). Dengan kata lain komunikator disebut memiliki keahlian tinggi jika tidak mampu menyampaikan ide atau pikiran dengan baik. Pesan itu harus benar-benar dikuasai komunikator sehingga komunikasi mudah memahaminya.

Hasil dari penelitian ini ada 2 informan yang mengungkapkan bahwa keahlian yang harus dimiliki oleh seorang komunikator atau pegawai dalam bidang hubungan langgan selain berkomunikasi yang baik tetapi juga keahlian seorang pegawai Perumda Air Minum Tirta Bumi Wibawa Kota Sukabumi itu adalah harus pandai mengatur emosional pelanggan yang sedang mengadukan permasalahannya dengan emosi yang tinggi. Disini lah keahlian yang menjadi daya tarik kredibilitas seorang pegawai dalam menangani keluhan pelanggan.

Maka dari itu, dari pernyataan yang disampaikan oleh informan dapat disimpulkan bahwa keahlian setiap pegawai Perusahaan Air Minum Tirta Bumi Wibawa Kota Sukabumi itu dapat menyikapi permasalahan pelanggan dengan baik, selain berkomunikasi keahlian yang dimiliki oleh pegawai PDAM adalah dapat mengendalikan emosi pelanggan dengan teknik yang baik. Keahlian pegawai juga mampu memperlihatkan bukti yang jelas kepada pelanggan.

2. Keterpercayaan

Trustworthiness (dapat dipercaya) adalah kesan persuadee tentang persuader berkaitan dengan wataknya seperti jujur, tulus, bermoral, adil, bersikap sopan, berprilaku etis, atau sebaliknya. Keterpercayaan mendukung komunikator untuk melancarkan proses penyampaian pesan. Dengan keterpercayaan, komunikasi tidak akan ragu dalam menerima pesan. Menurut Yukl (2010), komunikator di antaranya harus memiliki ciri, memiliki energy tinggi dan toleransi terhadap tekanan, percaya diri, kendali internal, kestabilan dan kematangan emosional, integritas pribadi,

motivasi kekuasaan, dan orientasi pada keberhasilan.

Dari setiap pernyataan yang disampaikan oleh informan dapat disimpulkan keterpercayaan itu dibangun oleh pegawai Perusahaan Daerah Air Minum Tirta Bumi Wibawa Kota Sukabumi itu sendiri. Dalam menangani keluhan pelanggan tentu nya seorang pegawai mampu mempercayai diri nya sendiri.

Beberapa Informan juga menyampaikan Keterpercayaan ini dibangun dengan menyampaikan informasi sesuai dengan porsi nya difahami oleh pelanggan tidak berbicara ke hal-hal yang lain. Selain itu memberikan solusi dan bukti kepada pelanggan. Faktor yang menjadi pelanggan percaya kepada pegawai hubungan langganan adalah cara menanganinya betul-betul dengan baik, baik secara teknis dan pelaporan keluhan.

3. Kesukaan Atau Daya Tarik

Daya Tarik (likability) mengacu pada seberapa menarik sumber di mata persuadee. Sifat keterus-terangan, humoris dan apa adanya membuat sumber lebih disukai. Dalam interaksi, kita sering menemukan seseorang yang begitu menarik dan menyita perhatian saat berkomunikasi. Tanpa sadar kita terpana, terbuai, terpengaruh oleh kesannya, bahkan kadang-kadang tidak dapat menolak yang dia katakan. Kondisi tersebut sangat lazim dalam persuasi, karena persuader yang menyenangkan dapat mengubah sikap (lihat Cialdini, 2001; Sharma, 1999). Dalam komunikasi persuasif, orang-orang inilah yang dikategorikan memiliki aspek daya tarik.

Jadi berdasarkan wawancara dengan beberapa informan di atas mengenai daya tarik kredibilitas dalam menangani keluhan pelanggan di Perusahaan Daerah Air Minum Tirta Bumi Wibawa Kota Sukabumi dapat dikatakan jelas dan sesuai dengan keadaan di masyarakat, dilihat dari penampilan dan jawaban para pelanggan yang pernah pengadu ke kantor pusat dan menjadi informan dalam penelitian ini. Dengan pernyataan informan dapat disimpulkan bahwa daya tarik kredibilitas itu pegawai mampu menjelaskan dan menyampaikan kepada pelanggan dengan tepat, dengan banyak nya pengalaman itu akan mempermudah untuk menyelesaikan permasalahan dan membantu dalam berkomunikasi dengan pelanggan.

5. Kesimpulan

1. Dari hasil penelitian yang diteliti dalam berargumen dan menunjukkan bukti seorang pegawai Perumda Air Minum Tirta Bumi Wibawa Kota Sukabumi sudah optimal memiliki kecerdasan yang baik. Salah satunya yaitu kecerdasan dalam menangani keluhan pelanggan. Selain itu juga pegawai mampu mengendalikan emosional pelanggan. Kecerdasan itu terlihat ketika bahasa-bahasa yang digunakan itu mudah dimengerti oleh pelanggan. Kemampuan berinteraksi dengan berbagai jenis jenjang. Dalam menangani keluhan pelanggan pegawai bagian hubungan langgan dapat menguasai permasalahan yang di laporkan oleh pelanggan. Dan penguasaan pengetahuan pegawai bagian hubungan langganan sudah memahami setiap permasalahan pelanggan dan tentunya mempermudah pegawai untuk memecahkan masalah tersebut.
2. Berdasarkan hasil penelitian daya tarik psikologis seorang pegawai dalam hubungan langganan sudah optimal. Komunikasi verbal yang digunakan oleh pegawai Perusahaan Daerah Air Minum Tirta bumi Wibawa Kota Sukabumi itu berlangsung baik. Komunikasi visual yang di tunjukan oleh pegawai PDAM dalam berkomunikasi sudah baik. Itu menjadi daya tarik psikologis yang berpengaruh dalam melayani pengaduan pelanggan.
3. Berdasarkan hasil penelitian Daya Tarik Kredibilitas yang di tunjukan oleh pegawai Perusahaan Daerah Air Minum Tirta Bumi Wibawa Kota Sukabumi sudah baik. Mengenai daya tarik kredibilitas dalam menangani keluhan pelanggan di Perusahaan Daerah Air Minum Tirta Bumi Wibawa Kota Sukabumi dapat dikatakan jelas dan sesuai dengan keadaan di masyarakat, dilihat dari penampilan dan jawaban para pelanggan yang pernah pengadu ke kantor pusat dan menjadi

informan dalam penelitian ini'

Daftar Pustaka

Belch, G. E., & Belch, M. A. (2020). Advertising and promotion: An integrated marketing communications perspective. McGraw-Hill Education.

Gass, R. H., & Seiter, J. S. (2019). Persuasion, social influence, and compliance gaining. Routledge.

Hovland, C. I., Janis, I. L., & Kelley, H. H. (1953). Communication and persuasion: Psychological studies of opinion change. Yale University Press.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2021). Principles of marketing. Pearson Education.

Lee, C. W. (2019). Peran Komunikasi Persuasif dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 7(2), 101-110.

Littlejohn, S. W., & Foss, K. A. (2021). Theories of human communication. Waveland Press.

Miller, K. (2020). Communication theories: Perspectives, processes, and contexts. McGraw-Hill Education.

Rogers, E. M. (2019). Diffusion of innovations. Simon and Schuster.

Tirta Bumi Wibawa Kota Sukabumi. (2022). Profil Perusahaan. Diakses pada 28 Februari 2023, dari <http://tirtabumiwibawa.com/profil-perusahaan/>

Wiener, M., & Mehrabian, A. (2019). Language within language: Immediacy, a channel in verbal communication. Psychology Press.