

**PERENCANAAN PESAN BISNIS PERUMDA AIR MINUM MUARA TIRTA  
KOTA GORONTALO****Tineke Wolok<sup>1</sup>, Adinda Bakari<sup>2</sup>, Sri Dewi Lestari<sup>3</sup>, Revalina Usulu<sup>4</sup>, Desi  
Puspitasari<sup>5</sup>, Dwi Cahya Latif<sup>6</sup>**

Program Studi Manajemen, Universitas Negeri Gorontalo

E-mail korespondensi: [tsridewilestari@gmail.com](mailto:tsridewilestari@gmail.com)**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perencanaan pesan bisnis dalam perusahaan penyedia air minum seperti PDAM (Perusahaan Daerah Air Minum) memiliki peranan penting dalam membangun komunikasi yang efektif antara perusahaan dan pelanggan. Tujuan utama dari perencanaan pesan bisnis ini adalah untuk menyampaikan informasi yang jelas dan tepat sasaran mengenai layanan, kebijakan, dan inovasi yang diterapkan oleh PDAM. Dalam perencanaan pesan bisnis yang disusun bertujuan positif yang dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, serta memperkuat hubungan yang harmonis antara perusahaan dan masyarakat. Proses perencanaan pesan melibatkan analisis kebutuhan informasi pelanggan, pemilihan saluran komunikasi yang tepat, dan penyesuaian cara berkomunikasi yang baik kepada pelanggan atau masyarakat. Melalui strategi komunikasi yang efektif, PDAM dapat memperbaiki pemahaman masyarakat mengenai pentingnya pengelolaan air yang baik serta meningkatkan kesadaran dan keberlanjutan sumber daya air. Dengan demikian, perencanaan pesan bisnis yang matang menjadi faktor penting dalam mencapai tujuan organisasi dan menciptakan interaksi yang lebih baik antara PDAM dan pelanggannya.

**Kata kunci:** Perencanaan pesan bisnis, Komunikasi perusahaan, PDAM, Kepuasan pelanggan, Pengelolaan air.

**Article history**

Received: Mei 2025

Reviewed: Mei 2025

Published: Mei 2025

Plagirism checker no 80

Doi : prefix doi :

[10.8734/musytari.v1i2.365](https://doi.org/10.8734/musytari.v1i2.365)**Copyright : author****Publish by : musytari**

This work is licensed under a [creative commons attribution-noncommercial 4.0 international license](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

## ABSTRACT

This study aims to determine the business message planning in drinking water supply companies such as PDAM (Regional Drinking Water Company) has an important role in building effective communication between the company and customers. The main purpose of this business message planning is to convey clear and targeted information about services, policies, and innovations implemented by PDAM. In the business message planning that is prepared, the aim is positive which can increase customer satisfaction, and strengthen harmonious relations between the company and the community. The message planning process involves analyzing customer information needs, selecting the right communication channels, and adjusting good communication methods to customers or the community. Through an effective communication strategy, PDAM can improve public understanding of the importance of good water management and increase awareness and sustainability of water resources. Thus, mature business message planning is an important factor in achieving organizational goals and creating better interactions between PDAM and its customers.

**Keyword:** *Business message planning, Corporate communication, PDAM, Customer satisfaction, Water management.*

## PENDAHULUAN

Perencanaan pesan bisnis adalah salah satu hal penting dalam kegiatan komunikasi organisasi, termasuk dalam perusahaan penyedia layanan publik seperti PDAM (Perusahaan Daerah Air Minum). PDAM memiliki tanggung jawab yang besar dalam menyediakan air bersih yang layak dan memenuhi kebutuhan dasar masyarakat. Dalam mencapai tujuan yang baik, penting bagi PDAM untuk memiliki strategi komunikasi yang efektif, sehingga informasi terkait layanan, kebijakan, dan pengelolaan air dapat tersampaikan dengan jelas dan tepat kepada pelanggan.

Perencanaan pesan bisnis di PDAM tidak hanya berfokus pada penyampaian informasi mengenai kualitas air dan tarif, tetapi juga pada upaya untuk membangun hubungan yang baik antara PDAM dan pelanggan. Komunikasi yang efektif dapat mempengaruhi persepsi publik terhadap kinerja PDAM, menciptakan kepercayaan,

serta meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan. Selain itu, melalui perencanaan pesan yang baik, PDAM juga dapat memberikan informasi kepada masyarakat mengenai pentingnya pengelolaan air yang berkelanjutan, serta mengajak mereka untuk lebih berpartisipasi dalam program-program yang bertujuan untuk menjaga kelestarian sumber daya air.

Proses perencanaan pesan bisnis ini melibatkan beberapa langkah penting, mulai dari analisis audiens, pemilihan pesan yang sesuai, hingga pemilihan saluran komunikasi yang tepat. Dengan mempertimbangkan berbagai faktor, permasalahan yang dihadapi, serta perkembangan teknologi informasi, PDAM dapat menyusun pesan yang tidak hanya informatif tetapi juga mudah dipahami dan relevan dengan kebutuhan masyarakat. Oleh karena itu, perencanaan pesan bisnis yang efektif di PDAM akan mencapai tujuan jangka Panjang bagi perusahaan dan meningkatkan kualitas pelayanan kepada masyarakat.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara metode ini dipilih karena dalam metode ini menjelaskan suatu fenomena yang berfokus pada pengumpulan data yang telah didapatkan dari riset lapangan. Data yang dibutuhkan didapat dari hasil penelitian lapangan, sehingga hasil dari riset lapangan sangat dibutuhkan dalam setiap melakukan penelitian.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Penyusunan pesan bisnis dan alur kerja PDAM**

Dalam perencanaan pesan bisnis PDAM ini sendiri memiliki beberapa penyusunan pesan bisnis dan alur kerja yang dimana terdapat poin-poin penting didalam nya seperti:

- 1.SOP pemasaran sambungan baru
- 2.SOP pendaftaran sambungan baru-survey
- 3.SOP survey pemasangan baru
- 4.SOP penanganan pengaduan pelanggan
- 5.SOP pengaduan melalui media telfon
- 6.SOP pemutusan atas permintaan sendiri(APS)-copy
- 7.SOP pemutusan sambungan langganan

## **Kanal dan media komunikasi yang digunakan dalam perencanaan pesan bisnis PDAM**

Untuk kanal dan media komunikasi yang digunakan oleh perumda air minum muara tirta kota Gorontalo itu menggunakan media sosial seperti WA grup, Telegram bahkan Perusahaan ini memiliki portal aplikasi Perusahaan daerah air minum muara tirta kota Gorontalo yang digunakan untuk menyampaikan informasi kepada pelanggan atau masyarakat yang menggunakan PDAM apabila terjadi masalah atau hal lainnya.

## **Tantangan dan Langkah yang di ambil untuk mengatasi dalam perencanaan pesan bisnis PDAM**

Tantangan yang dihadapi dalam perencanaan dan penyampaian pesan bisnis yang di alami oleh Perusahaan PDAM itu terjadi apabila masyarakat mengalami masalah dengan penggunaan air bersih yang kemungkinan, air yang tiba-tiba mati atau air tiba-tiba menjadi kotor itulah tantangan PDAM ini sendiri untuk segera memperbaikinya sehingga Masyarakat atau pengguna PDAM tidak merasa kesal.

## **KESIMPULAN**

Perencanaan pesan bisnis bertujuan untuk memastikan komunikasi yang jelas dan efektif kepada pelanggan, dan masyarakat mengenai layanan, kualitas air, kebijakan tarif, serta inovasi dan perkembangan Perusahaan. Penyampaian pesan yang efektif melalui berbagai saluran komunikasi, seperti media sosial, situs web, dan layanan pelanggan, akan meningkatkan kepercayaan dan kepuasan Masyarakat atau pelanggan. Selain itu, dalam menghadapi gangguan pada PDAM perlu merencanakan pesan yang dapat memberikan solusi dan penjelasan yang cepat kepada pelanggan. Secara keseluruhan, perencanaan pesan bisnis yang matang akan mendukung keberlanjutan layanan PDAM dan menciptakan hubungan yang baik dengan masyarakat serta menjaga citra positif perusahaan.

## **UCAPAN TERIMA KASIH**

Terimakasih kepada Ibu dosen Tineke Wolok S.T M.M selaku dosen pengampu matakuliah Komunikasi Bisnis yang mana beliau telah memberikan tugas mengenai perencanaan pesan bisnis yang kami sudah lakukan di Perusahaan PDAM kota Gorontalo, sehingga kami dapat mengetahui dengan jelas perencanaan pesan bisnis yang di gunakan dalam perusahaan ini.

## **DAFTAR PUSTAKA**

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management (15th ed.)

- Indonesia. (2014). Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah. Jakarta: Kementerian Sekretariat Negara Republik Indonesia.
- Indonesia. (2017). Peraturan Pemerintah Nomor 54 Tahun 2017 tentang Badan Usaha Milik Daerah. Jakarta: Kementerian Sekretariat Negara Republik Indonesia.
- Indonesia. (2015). Peraturan Pemerintah Nomor 122 Tahun 2015 tentang Sistem Penyediaan Air Minum. Jakarta: Kementerian Sekretariat Negara Republik Indonesia.
- Indonesia. (2010). Peraturan Menteri Kesehatan Nomor 492/MENKES/PER/IV/2010 tentang Persyaratan Kualitas Air Minum. Jakarta: Kementerian Kesehatan Republik Indonesia.
- Guffey, M. E., & Loewy, D. (2018). *Business Communication: Process & Product* (9th ed.). Cengage Learning.
- Guffey, M. E., & Loewy, D. (2018). *Business Communication: Process & Product* (9th ed.). Cengage Learning.
- Indonesia. (2017). Peraturan Pemerintah Nomor 54 Tahun 2017 tentang Badan Usaha Milik Daerah. Jakarta: Kementerian Sekretariat Negara Republik Indonesia.
- Indonesia. (2015). Peraturan Pemerintah Nomor 122 Tahun 2015 tentang Sistem Penyediaan Air Minum. Jakarta: Kementerian Sekretariat Negara Republik Indonesia.
- Bovee, C. L., & Thill, J. V. (2021). *Business Communication Today* (15th ed.).