
Strategi Komunikasi Perumdam Tirta Tarum Dalam Mencapai *SDGS No. 6: Clean Water And Sanitation*

Muhammad Wildan Aulia Rachman¹, Rastri Kusumaningrum², Nurkinan³

¹Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Singaperbangsa Karawang

² Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Singaperbangsa Karawang

³ Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Singaperbangsa Karawang

E-mail: mwildan.aul@gmail.com¹, rastri.kusumaningrum@fisip.unsika.ac.id²,
nurkinan@fisip.unsika.ac.id

Article History:

Received: 08 Juni 2025

Revised: 31 Agustus 2025

Accepted: 14 September 2025

Keywords: *Communication Strategy, SDDS No 5, Clean Water And Sanitation*

Abstract: *The purpose of this study aims to describe how Perumdam Tirta Tarum designs a communication strategy in supporting the achievement of SDGs number 6 related to the provision of clean water and sanitation. To describe the process of implementing the SDGs campaign number 6 run by Perumdam Tirta Tarum in an effort to provide access to clean water and sanitation that is decent and sustainable. And to identify factors that support and hinder the implementation of Perumdam Tirta Tarum's communication strategy in achieving SDGs target number 6. This research method uses a qualitative method. Data sources in this study come from two types of data, namely primary data obtained through in-depth interviews and observations. Then secondary data comes from available sources, including PERUMDAM's annual report which contains information about achievements, strategies, and programs related to clean water and sanitation, campaign materials such as brochures, pamphlets, social media content, and official documents and relevant statistics. The results of the study indicate that Perumdam Tirta Tarum's communication strategy in supporting SDGs number 6 is carried out through internal cross-unit coordination, even without formal written documents. Planning is flexible and adaptive, in line with Charles Berger's communication theory. The implementation of communication includes digital media and direct approaches to the community, with regular evaluation through public feedback. Supporting factors for this strategy include rapid response to complaints, an effective social media team, and external policy support. Barriers include limited internet in remote areas and difficulties in conveying technical language to the public.*

Substantially, this strategy supports the achievement of SDGs 6.1 and 6.b through the principles of adaptive, collaborative, and evaluative communication.)

PENDAHULUAN

Perubahan iklim yang semakin ekstrim, ketimpangan sosial yang melebar, dan kerusakan ekosistem yang tak terkendali menggarisbawahi urgensi global untuk mengambil langkah-langkah nyata menuju pembangunan yang berkelanjutan. Untuk menjawab berbagai tantangan tersebut, diperlukan solusi yang bersifat holistik dan terintegrasi guna mencapai pembangunan yang berkelanjutan dan inklusif bagi seluruh lapisan masyarakat. Mengingat urgensi situasi tersebut, pada tanggal 25 September 2015, 193 negara berkumpul di Kantor Pusat Perserikatan Bangsa-Bangsa (*United Nations Headquarters*) di *New York* untuk mendeklarasikan Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (*Sustainable Development Goals* atau *SDGs*). Deklarasi ini bukan sekadar serangkaian tujuan, melainkan sebuah komitmen kolektif yang melanjutkan dan memperkuat upaya sebelumnya melalui Tujuan Pembangunan Milenium (*Millennium Development Goals* atau *MDGs*) yang berlangsung dari tahun 2000 hingga 2015. Dengan harapan yang menggelora, *SDGs* bertujuan untuk menjadi peta jalan bagi semua negara dalam menghadapi tantangan-tantangan global yang kompleks dan menciptakan dunia yang lebih baik untuk generasi mendatang (Alisjahbana & Murniningtyas, 2018).



Gambar 1. SDGs
Sumber: BAPPENAS

Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (*SDGs*) merupakan serangkaian tujuan utama yang mencakup berbagai aspek kehidupan manusia dan lingkungan. Terdapat 17 tujuan utama yang dirumuskan sebagai panduan global untuk mencapai pembangunan yang berkelanjutan: Tidak Ada Kemiskinan (*No Poverty*), Tidak Ada Kelaparan (*Zero Hunger*), Kesehatan yang Baik dan Kesejahteraan (*Good Health and Well-being*), Pendidikan Berkualitas (*Quality Education*), Kesetaraan Gender (*Gender Equality*), Air Bersih dan Sanitasi (*Clean Water and Sanitation*), Energi Bersih dan Terjangkau (*Affordable and Clean Energy*), Pekerjaan Layak dan Pertumbuhan Ekonomi (*Decent Work and Economic Growth*), Industri, Inovasi, dan Infrastruktur (*Industry, Innovation and Infrastructure*), Mengurangi Ketidaksamaan (*Reduced Inequalities*), Kota dan Permukiman yang Berkelanjutan (*Sustainable Cities and Communities*), Konsumsi dan

Produksi yang Bertanggung Jawab (Responsible Consumption and Production), Tindakan Iklim (*Climate Action*), Kehidupan di Bawah Air (*Life Below Water*), Kehidupan di Atas Darat (*Life on Land*), Perdamaian, Keadilan, dan Lembaga yang Kuat (*Peace, Justice and Strong Institutions*), Kemitraan untuk Mencapai Tujuan (*Partnerships for the Goals*). Setiap tujuan *SDGs* menyentuh aspek yang berbeda dan saling terkait.

Salah satu tujuan utama *Sustainable Development Goals (SDGs)* yang memiliki dampak signifikan terhadap kehidupan manusia adalah pemenuhan akses air bersih, yang diwakili oleh *SDGs* nomor 6: "*Clean Water and Sanitation*". Tujuan ini dirancang untuk memastikan bahwa setiap orang memiliki akses yang layak, aman, dan berkelanjutan terhadap air bersih dan sanitasi. Pencapaian *SDGs* No. 6 sangat penting karena tidak hanya meningkatkan kualitas hidup dan kesehatan masyarakat, tetapi juga menjaga kelestarian lingkungan. Akses air bersih dan sanitasi yang memadai merupakan prasyarat utama dalam pembangunan berkelanjutan, karena langsung berkontribusi pada kesejahteraan dan kesehatan manusia (*THE 17 GOALS | Sustainable Development*, 2018).

Di Indonesia, implementasi *SDGs* No. 6 diatur melalui Peraturan Presiden Nomor 59 Tahun 2017 tentang Pelaksanaan Pencapaian Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (Perpres No. 59/2017). Perpres ini mengatur langkah-langkah strategis di tingkat nasional untuk mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan secara komprehensif. Khususnya terkait *SDGs* No. 6, Perpres ini menetapkan mekanisme yang harus diikuti oleh pemangku kepentingan di berbagai sektor, termasuk pemerintah daerah dan swasta, untuk menjamin akses universal terhadap air bersih dan sanitasi. Melalui kebijakan ini, Indonesia menargetkan peningkatan akses terhadap air minum yang aman dan sanitasi yang layak hingga mencapai 100% pada tahun 2030, sesuai dengan target *SDGs* No. 6 (Bappenas, 2017).

Dalam pelaksanaannya, kebijakan nasional terkait *SDGs* No. 6 masih menghadapi berbagai tantangan ketika diterapkan di tingkat daerah. Kabupaten Karawang menjadi salah satu contoh wilayah yang berjuang untuk memenuhi target akses air bersih dan sanitasi yang layak bagi seluruh warganya. Fenomena kekeringan yang melanda sejumlah wilayah setiap musim kemarau memperparah situasi tersebut. Pada tahun 2024, tercatat sepuluh desa di Karawang mengalami krisis air bersih, berdampak pada hampir 8.000 jiwa yang harus mengandalkan bantuan suplai air dari pemerintah daerah (Antara News, 2024). Selain itu, berdasarkan data tahun 2016, meskipun cakupan layanan air minum telah mencapai sekitar 80%, sebagian besar penduduk masih mengandalkan sumber air tanah seperti sumur gali dan sumur bor (Pemerintah Kabupaten Karawang, 2016). Ketergantungan terhadap air tanah ini berisiko menimbulkan dampak ekologis jangka panjang, seperti penurunan kualitas lingkungan dan kerusakan struktur tanah. Dalam praktiknya, persepsi masyarakat terhadap kelayakan air sumur yang masih baik juga menjadi tantangan tersendiri dalam upaya transisi menuju sistem penyediaan air bersih yang lebih aman dan berkelanjutan.

Sebagai badan usaha milik daerah, Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) berperan dalam menjalankan fungsi pelayanan publik melalui penyediaan air minum dan air bersih bagi masyarakat. Sebagai bentuk penyesuaian terhadap ketentuan hukum dan peningkatan profesionalisme pengelolaan, status PDAM mengalami perubahan menjadi Perusahaan Umum Daerah Air Minum (Perumdam). Di Kabupaten Karawang, perubahan ini secara resmi ditetapkan melalui Peraturan Daerah Kabupaten Karawang Nomor 3 Tahun 2021 tentang Perusahaan Umum

Daerah Air Minum Tirta Tarum. Perubahan bentuk kelembagaan ini sejalan dengan amanat Peraturan Pemerintah Nomor 54 Tahun 2017 tentang Badan Usaha Milik Daerah, dan bertujuan untuk memperkuat transparansi, akuntabilitas, dan efektivitas pelayanan. Perumdam memiliki peran strategis dalam mendukung pencapaian Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (*SDGs*) Nomor 6, yaitu menjamin ketersediaan dan pengelolaan air bersih serta sanitasi yang berkelanjutan untuk semua. Melalui lembaga ini, pemerintah daerah dapat melaksanakan berbagai kebijakan dan strategi komunikasi yang mendukung pemerataan akses air bersih serta meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap pentingnya sanitasi.

Penyediaan akses air bersih dan air minum yang aman merupakan tanggung jawab bersama antara pemerintah daerah, pengelola air minum, dan instansi terkait, sesuai dengan pembagian kewenangan antara pemerintah pusat, provinsi, dan kabupaten/kota (Purwanto, 2020). Dalam konteks ini, keberhasilan penerapan *SDGs* di Indonesia tidak hanya bergantung pada kebijakan nasional, tetapi juga sangat ditentukan oleh kapasitas komunikasi di tingkat lokal. Dukungan dan partisipasi aktif masyarakat dalam memahami program-program pembangunan merupakan faktor penting dalam menunjang keberhasilan pencapaian *SDGs* (Aryani & Kusumaningrum, 2023).

Untuk mewujudkan keterlibatan tersebut, pengembangan strategi komunikasi menjadi aspek penting yang tidak dapat diabaikan. Strategi komunikasi merupakan perencanaan terstruktur untuk menyampaikan pesan secara efektif kepada khalayak sasaran. Komunikasi yang strategis akan berperan dalam meningkatkan kesadaran publik mengenai pentingnya konservasi air serta memperkuat dukungan terhadap inisiatif yang dilakukan oleh Perumdam Tirta Tarum.

Berdasarkan pentingnya peran komunikasi dalam mendukung pencapaian tujuan pembangunan berkelanjutan, khususnya *SDGs* nomor 6 yang berkaitan dengan penyediaan air bersih dan sanitasi, maka menjadi relevan untuk meneliti bagaimana strategi komunikasi dijalankan oleh Perumdam Tirta Tarum. Penelitian ini diarahkan untuk mengetahui bagaimana proses perencanaan dan pelaksanaan strategi komunikasi yang dilakukan oleh Perumdam Tirta Tarum, serta bagaimana strategi tersebut merespons faktor-faktor yang mendukung maupun menghambat dalam pencapaian tujuan tersebut. Dengan demikian, penelitian ini berfokus pada tiga permasalahan utama, yaitu bagaimana perencanaan strategi komunikasi dirancang, bagaimana kampanye terkait *SDGs* nomor 6 dilaksanakan, serta bagaimana Perumdam Tirta Tarum mengelola dinamika internal maupun eksternal yang memengaruhi keberhasilan strategi komunikasinya.

LANDASAN TEORI (Times New Roman, size 12) (Jika Ada)

Strategi Komunikasi

Kata "strategi" berasal dari bahasa Yunani klasik, di mana "*stratos*" berarti tentara dan "*agein*" berarti memimpin. Oleh karena itu, strategi pada dasarnya berarti memimpin tentara. Dari sini berkembang istilah "*strategos*" yang merujuk pada pemimpin tentara tingkat tinggi. Dengan demikian, strategi awalnya adalah konsep militer yang dapat diartikan sebagai seni perang para jenderal, atau rencana terbaik untuk memenangkan peperangan. Dalam praktik strategi, terdapat prinsip penting yang harus dipegang, yaitu, "Tidak ada sesuatu yang berarti dari segalanya kecuali mengetahui apa yang akan dikerjakan oleh musuh, sebelum mereka mengerjakannya" (Cangara, 2017).

Dalam perumusan strategi, komunikasi memegang peranan penting. Colin Chery mendefinisikan komunikasi sebagai pembentukan unit sosial yang terdiri dari individu melalui penggunaan bahasa dan simbol. Proses ini menciptakan kesamaan dalam peraturan-peraturan

guna mencapai tujuan bersama. Selain itu, komunikasi berfungsi sebagai kekuatan pendorong dalam proses sosial yang memungkinkan interaksi antara manusia dan menjadikan manusia sebagai makhluk sosial (William L. Rivers, Theodore Peterson, 2003).

Sejalan dengan pandangan tersebut, Effendy menjelaskan bahwa komunikasi adalah kegiatan penyampaian ide oleh manusia. Dengan demikian, komunikasi dapat diartikan sebagai proses di mana pesan, yang mencakup informasi, ide, emosi, keterampilan, dan sebagainya, disampaikan melalui simbol atau lambang. Proses ini menghasilkan dampak berupa perubahan perilaku yang dilakukan melalui berbagai media. Wilbur Schram mengemukakan bahwa komunikasi dan masyarakat adalah dua konsep yang saling bergantung dan tidak bisa dipisahkan. Tanpa komunikasi, pembentukan masyarakat tidak mungkin terjadi, sementara tanpa adanya masyarakat, pengembangan komunikasi oleh manusia tidak dapat berlangsung (Cangara, 2017).

Sustainable Development Goals (SDGs)

Sustainable Development Goals (SDGs) atau Tujuan Pembangunan Berkelanjutan merupakan kesepakatan global untuk pembangunan berkelanjutan yang disahkan oleh PBB (Perserikatan Bangsa-Bangsa) pada 25 September 2015. *SDGs* adalah inisiatif global yang bertujuan untuk mencapai 17 tujuan dan 169 target dalam kurun waktu 15 tahun, dimulai dari tahun 2016 hingga 2030 (Hidayah, 2021).

Tujuan Pembangunan Berkelanjutan adalah kelanjutan dan peningkatan dari Tujuan Pembangunan Milenium (*Millennium Development Goals* atau *MDGs*) yang diterapkan antara tahun 2000 hingga 2015. *SDGs* merupakan penyempurnaan dari Agenda Pembangunan Global sebelumnya, karena komitmen pembangunan tidak hanya terfokus pada perkembangan manusia, tetapi juga mencakup aspek pembangunan ekonomi yang ramah lingkungan dan pelestarian lingkungan hidup. (Alisjahbana & Murniningtyas, 2018)

Sustainable Development Goals bertumpu pada tiga pilar: (1) pilar Sosial, pembangunan manusia dalam ruang lingkup sosial; (2) pilar Ekonomi, pembangunan ekonomi; (3) pilar Lingkungan, termasuk Keanekaragaman hayati. (Alisjahbana & Murniningtyas, 2018).

SDGs No 6 Clean Water And Sanitation

SDGs No. 6 atau "*Clean Water and Sanitation*" merupakan salah satu dari 17 tujuan pembangunan berkelanjutan yang bertujuan untuk menjamin ketersediaan air bersih dan sanitasi yang aman, terjangkau, serta berkelanjutan bagi semua orang. Pencapaian tujuan ini penting untuk meningkatkan kualitas hidup masyarakat, mengurangi kesenjangan sosial, serta melestarikan sumber daya air secara efektif dan efisien (Komnas HAM, 2017). Secara global, tujuan ini juga mencakup pelestarian sumber daya air serta pengelolaan yang efektif untuk mengurangi kesenjangan sosial yang disebabkan oleh ketidakmerataan akses terhadap air bersih. Hal ini juga menjadi penting untuk mendukung keberlanjutan lingkungan dan mengurangi pencemaran air akibat limbah industri dan rumah tangga yang tidak dikelola dengan baik (Bappenas, 2017).

SDGs No. 6 memiliki beberapa target utama yang menjadi acuan untuk mengukur keberhasilan pencapaian tujuan ini, yaitu:

Target 6.1: Menjamin akses universal terhadap air minum yang aman dan terjangkau.

Target 6.2: Menjamin akses terhadap sanitasi yang layak dan kebersihan, dengan perhatian khusus kepada perempuan dan kelompok rentan.

Target 6.3: Meningkatkan kualitas air dengan mengurangi pencemaran, mengolah limbah secara aman, dan mengurangi jumlah bahan kimia berbahaya yang mencemari sumber air

Perusahaan Umum Daerah Air Minum (PERUMDAM)

Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) atau kini dikenal sebagai Perusahaan Umum Daerah Air Minum (PERUMDAM), adalah perusahaan milik pemerintah daerah yang bergerak dalam pelayanan air minum kepada masyarakat. Tujuannya tidak hanya untuk memberikan manfaat bagi perkembangan ekonomi daerah, tetapi juga untuk menyelenggarakan pelayanan umum berupa penyediaan air minum yang bermutu, serta memperoleh keuntungan dengan prinsip pengelolaan yang sehat (Kementerian Keuangan RI, 2024). PERUMDAM Tirta Tarum merupakan lembaga yang beroperasi di Kabupaten Karawang dengan tujuan menyediakan layanan air bersih bagi masyarakat. Selain menyediakan layanan dasar, PERUMDAM Tirta Tarum juga berkontribusi dalam mendukung pencapaian *Sustainable Development Goals (SDGs)* nomor 6 tentang akses air bersih dan sanitasi melalui berbagai program komunikasi dan sosialisasi yang melibatkan pemangku kepentingan dan masyarakat.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif, yang bertujuan untuk memberikan gambaran secara mendalam dan detail mengenai strategi komunikasi yang diterapkan oleh Perumdam Tirta Tarum dalam mencapai *SDGs*, khususnya terkait dengan air bersih dan sanitasi. Pendekatan deskriptif kualitatif memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi bagaimana strategi komunikasi ini dipahami oleh masyarakat, serta bagaimana komunikasi tersebut memengaruhi perubahan perilaku penggunaan air bersih. Penelitian kualitatif deskriptif adalah jenis penelitian yang menyajikan atau menjelaskan temuan penelitian melalui deskripsi yang berbentuk gambar, kata-kata, bukan dalam bentuk angka. (Moleong, 2018).

Sumber Data dalam Penelitian ini berasal dari dua jenis data yaitu data primer di dapat melalui wawancara mendalam dan observasi. Kemudian data sekunder berasal dari sumber yang telah tersedia, termasuk laporan tahunan PERUMDAM yang berisi informasi tentang capaian, strategi, dan program terkait air bersih dan sanitasi, materi kampanye seperti brosur, pamflet, konten media sosial, serta dokumen resmi dan statistik yang relevan.

Objek penelitian ini adalah strategi komunikasi yang diterapkan oleh Perumdam Tirta Tarum dalam mendukung pencapaian Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (*SDGs*), khususnya pada *SDG* nomor 6 yang berfokus pada air bersih dan sanitasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan Strategi Komunikasi Dalam Mencapai *SDGs* Nomor 6

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan, diketahui bahwa pelaksanaan strategi komunikasi di Perumdam Tirta Tarum pada dasarnya sejalan dengan tujuan *Sustainable Development Goals (SDGs)* Nomor 6, meskipun tidak secara eksplisit menggunakan istilah “*SDGs*” dalam praktik keseharian mereka. Fokus utama perusahaan tetap tertuju pada upaya memperluas cakupan layanan air bersih, terutama di wilayah-wilayah yang belum terjangkau dan mengalami kesulitan akses terhadap air bersih. Menurut Pak Acep, komitmen ini diwujudkan melalui program tahunan yang mencakup pemasangan jaringan pipa baru serta pengiriman air bersih menggunakan mobil tangki ke daerah yang terdampak kekeringan musiman.

"Beberapa faktor yang mengarah ke sana (*SDGs*), mungkin kita juga kadang tidak menyadari,

bahwa ini sebenarnya berkelanjutan. Jadi tidak secara spesifik disebut sebagai program keberlanjutan, tapi memang arahnya ke sana." (Wawancara, Pak Acep, 2025)

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa pelaksanaan program air bersih Perumdam Tirta Tarum berangkat dari kebutuhan riil di lapangan, dengan orientasi pelayanan publik yang konsisten. Meski belum menggunakan terminologi formal seperti "kampanye *SDGs*," aktivitas perusahaan tetap relevan dalam kerangka tujuan pembangunan berkelanjutan, terutama dalam menjamin ketersediaan dan akses terhadap air bersih secara aman dan berkelanjutan di Kabupaten Karawang.

Pelaksanaan strategi komunikasi Perumdam Tirta Tarum difokuskan pada penyebaran informasi melalui berbagai kanal, baik digital maupun konvensional. Kanal komunikasi ini menjadi jembatan utama dalam menyampaikan informasi terkait operasional, gangguan layanan, ajakan berlangganan, serta edukasi kepada masyarakat.

Salah satu saluran utama yang digunakan adalah media sosial dan *website* resmi. Tim internal media sosial secara aktif mengelola konten yang berkaitan dengan layanan perusahaan. Informasi penting seperti jadwal pemeliharaan, gangguan aliran air, hingga promosi pemasangan sambungan baru rutin dipublikasikan melalui platform seperti Instagram dan situs resmi perusahaan. Sebagaimana disampaikan oleh Pak Acep:

"Kami ada tim medsos dari internal, bukan dari luar. Kalau ada informasi penting, tinggal kami sampaikan ke tim medsos untuk segera diunggah ke Instagram atau platform lain. Sejak ada tim medsos ini, dampaknya terasa cukup besar."

(Wawancara, Acep, 2025)

Sebelum adanya optimalisasi media sosial, penyampaian informasi layanan seperti gangguan distribusi air harus dilakukan secara manual, yaitu dengan mengunjungi langsung pos-pos mesin pompa, pengurus DKM masjid, hingga ketua RT. Meskipun saat itu sudah tersedia aplikasi perpesanan seperti WhatsApp, efektivitasnya masih terbatas karena belum semua masyarakat menerima pesan secara merata. Kini, dengan semakin meningkatnya penggunaan media sosial, masyarakat dapat menerima informasi hanya melalui gawai mereka.

Perumdam Tirta Tarum tidak hanya fokus pada penyebaran informasi, tetapi juga mengedepankan evaluasi yang terus-menerus untuk menyesuaikan konten komunikasi sesuai kondisi di lapangan seperti yang disampaikan oleh Pak Acep dan Mba Niza:

"Evaluasi dilakukan setelah pelaksanaan program. Bahkan kadang evaluasi dilakukan saat pelaksanaan juga, biar kalau ada yang nggak sesuai bisa langsung diperbaiki." (Wawancara, Pak Acep, 2025)

"Kalau saya pribadi, mengukur keberhasilan itu ketika, misalnya, kita dulu banyak yang komplain di kolom komentar Instagram. Nah, kalau itu udah terminimalisir, menurut saya itu tandanya komunikasi kita ke pelanggan udah berhasil. Apalagi kalau respon kita terhadap pengaduan makin cepat, itu juga indikator. Karena semakin sedikit komentar negatif, menurut saya itu udah menunjukkan keberhasilan komunikasi kita. Kita pantau terus" (Wawancara, Mbak Niza, 2025).

Dengan demikian maka evaluasi dilakukan melalui dua jalur:

1. Monitoring Digital: Tim Humas secara rutin memantau respons publik melalui media sosial dengan mengamati kolom komentar, ulasan, dan *feedback* yang masuk. Umpan balik digital ini memberikan indikasi langsung mengenai efektivitas pesan yang disampaikan. Meskipun tidak dikutip secara eksplisit dalam wawancara, proses ini tercermin dari peningkatan respons positif dan penurunan keluhan dibandingkan dengan metode manual sebelumnya.

2. Observasi di Lapangan: Petugas lapangan secara berkala melakukan kunjungan ke pos mesin pompa, RT, dan lokasi distribusi untuk melihat secara langsung bagaimana informasi diterima oleh masyarakat. Hal ini membantu mengidentifikasi kendala, seperti keterbatasan akses atau ketidakterjangkauan teknologi, yang kemudian dimasukkan ke dalam penyesuaian strategi.

Dengan menggabungkan evaluasi online dan observasi langsung, Perumdam Tirta Tarum memastikan setiap inisiatif komunikasi bersifat responsif dan adaptif terhadap kondisi di lapangan serta mendukung pencapaian tujuan keberlanjutan.

Faktor Pendukung dan Penghambat Dalam Pelaksanaan Strategi Komunikasi Menuju Pencapaian SDGs Nomor 6

Pelaksanaan strategi komunikasi di Perumdam Tirta Tarum telah mengalami kemajuan yang signifikan dalam mendukung keberlanjutan dan tujuan *SDGs* No. 6. Meskipun demikian, strategi ini masih menghadapi berbagai tantangan, serta dipengaruhi oleh sejumlah faktor pendukung. Berdasarkan wawancara dengan informan, keberhasilan komunikasi dipengaruhi oleh dinamika internal organisasi, pemanfaatan teknologi, serta mekanisme evaluasi yang fleksibel. Pendekatan ini sejalan dengan prinsip-prinsip perencanaan hierarkis yang dikemukakan oleh Charles Berger.

Namun demikian, pencapaian tersebut tidak serta-merta berjalan tanpa hambatan. Pelaksanaan strategi komunikasi Perumdam Tirta Tarum masih dihadapkan pada sejumlah tantangan struktural dan teknis, baik yang bersumber dari faktor internal maupun eksternal. Meski demikian, terdapat pula faktor-faktor pendukung yang memperkuat efektivitas strategi komunikasi tersebut dalam konteks lokal Kabupaten Karawang.

Faktor Pendukung Dalam Pelaksanaan Strategi Komunikasi Menuju Pencapaian SDGs

Seperti yang dijelaskan dalam teori perencanaan Berger, penyesuaian strategi komunikasi harus selalu mempertimbangkan umpan balik dari target audiens. Perumdam Tirta Tarum memahami pentingnya monitoring dan evaluasi berkelanjutan untuk memastikan efektivitas komunikasi. Mbak Niza menguraikan bagaimana evaluasi dilakukan melalui media sosial:

"Kalau saya lihat banyak pelanggan yang komentarnya negatif, kita langsung bahas di internal. Kadang, kita putuskan untuk bikin klarifikasi atau update informasi biar masyarakat nggak salah paham. Jadi bukan cuma komunikasi satu arah, tapi juga memperbaiki cara kita menyampaikan info kalau ada yang keliru." (Wawancara, Mbak Niza, 2025)

Kutipan ini menunjukkan bahwa evaluasi bukan hanya bersifat pasif tetapi juga aktif dalam memperbaiki kesalahan komunikasi. Proses ini mencerminkan mekanisme *low-level plan hierarchy alterations* dalam teori Berger, yaitu penyesuaian strategi berdasarkan situasi yang berkembang. Sebagai faktor pendukung utama, Proses Evaluasi dan Respon Cepat terhadap Pengaduan menjadi kunci dalam memastikan efektivitas dan keberlanjutan sistem yang diterapkan. Dengan adanya mekanisme ini, harapan akan solusi yang lebih responsif dan tepat sasaran dapat tercapai.

Selain itu, sebagai bagian dari upaya perluasan akses air bersih, terdapat Komitmen

Perusahaan dalam Sosialisasi Air Bersih dengan aktif menyampaikan edukasi mengenai bahaya penggunaan air tanah melalui berbagai bentuk komunikasi. Sosialisasi ini tidak hanya dilakukan melalui media digital tetapi juga secara langsung kepada masyarakat. Seperti yang disampaikan oleh Mbak Niza:

"Himbauan dari Bupati Karawang tentang penggunaan air tanah itu jadi salah satu acuan kita buat sosialisasi. Kita bikin konten edukatifnya, ada infografis, ada video pendek. Itu kita lakukan biar masyarakat lebih ngerti dampaknya kalau mereka masih mengandalkan air tanah terus-menerus." (Wawancara, Mbak Niza, 2025)

Kutipan ini menunjukkan bahwa inisiatif sosialisasi tidak hanya bersifat informatif tetapi juga mengedepankan perubahan perilaku masyarakat. Hal ini selaras dengan prinsip komunikasi pembangunan yang adaptif, serta mencerminkan bahwa strategi komunikasi di Perumdam tidak hanya berkaitan dengan operasional tetapi juga memiliki dampak sosial yang lebih luas.

Faktor Penghambat Dalam Pelaksanaan Strategi Komunikasi Menuju Pencapaian SDGs Nomor 6

Meskipun digitalisasi komunikasi telah memberikan dampak positif, masih terdapat keterbatasan dalam infrastruktur teknologi yang menghambat penyebaran informasi secara merata. Menurut Pak Acep:

"Sebagian daerah itu masih kesulitan jaringan, terutama yang jauh dari pusat kota. Kalau ada gangguan layanan, kadang kita masih perlu mengandalkan cara-cara manual buat kasih tahu mereka, misalnya pakai pengeras suara di kantor desa atau sebar selebaran." (Wawancara, Pak Acep, 2025)

Keterbatasan ini menunjukkan bahwa tidak semua wilayah dapat sepenuhnya mengandalkan komunikasi digital, sehingga metode konvensional masih diperlukan sebagai solusi alternatif untuk menjangkau masyarakat secara luas.

Meskipun koordinasi internal berjalan dengan baik, terkadang terdapat kendala dalam penyelarasan antara divisi teknis dan humas dalam menyampaikan informasi secara efektif. Pak Acep menjelaskan tantangan ini sebagai berikut:

"Kadang ada informasi teknis yang perlu dikomunikasikan lebih cepat, tapi kita perlu memastikan dulu bahwa bahasanya nggak bikin bingung masyarakat. Itu kadang jadi tantangan, karena tim teknis punya perspektifnya sendiri, sementara humas harus lebih simpel supaya mudah dipahami." (Wawancara, Pak Acep, 2025)

Kutipan ini menunjukkan adanya tantangan dalam menyelaraskan informasi teknis dengan pendekatan komunikasi publik. Hal ini selaras dengan konsep *specific domain knowledge vs. general domain knowledge* dalam teori perencanaan Berger, yaitu bagaimana individu dengan pengetahuan khusus harus menyusun pesan yang dapat dipahami secara luas oleh masyarakat.

Kesesuaian Temuan dengan Teori Perencanaan Komunikasi Charles Berger

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang dijalankan oleh

Perumdam Tirta Tarum selaras dengan prinsip-prinsip dalam teori perencanaan komunikasi yang dikemukakan oleh Charles Berger. Teori ini menekankan pentingnya penyusunan rencana komunikasi secara hierarkis dan adaptif, dimulai dari penetapan tujuan, pemilihan saluran, hingga evaluasi efektivitas pesan. Proses perencanaan strategi komunikasi di Perumdam Tirta Tarum bersifat kolaboratif dan responsif. Meskipun tidak terdokumentasi secara formal dalam bentuk kampanye tertulis atau dokumen strategi komunikasi, seluruh unit terkait, dimulai dari teknis, komersial, distribusi, hingga humas juga secara aktif terlibat dalam menyusun dan menyesuaikan pesan komunikasi yang akan disampaikan kepada publik. Hal ini mencerminkan tahapan awal dalam teori Berger, yaitu *low-level planning* yang fleksibel dan kontekstual.

Lebih lanjut, proses validasi dan persetujuan konten komunikasi yang dilakukan melalui hierarki internal hingga ke tingkat direksi memperlihatkan adanya struktur pengambilan keputusan yang ketat dan sistematis. Proses *pitching* materi komunikasi oleh bagian humas kepada direktur operasional atau umum menggambarkan praktik *high-level planning*, yakni perencanaan strategis yang mempertimbangkan nilai, tujuan, dan kredibilitas institusi.

Selain itu, evaluasi yang dilakukan melalui pemantauan media sosial dan umpan balik masyarakat menjadi bagian dari proses refleksi dan revisi strategi komunikasi. Ini sesuai dengan prinsip perencanaan Berger yang memungkinkan perubahan rencana secara bertingkat (*hierarchy alterations*) berdasarkan situasi aktual dan reaksi audiens. Misalnya, adanya pengurangan komentar negatif dan peningkatan kecepatan tanggapan terhadap keluhan publik di media sosial menjadi indikator keberhasilan komunikasi, yang pada gilirannya memicu penyesuaian dalam pendekatan komunikasi selanjutnya. Dengan demikian, hasil penelitian ini mendukung relevansi teori perencanaan Berger dalam konteks komunikasi organisasi sektor publik, khususnya dalam implementasi strategi komunikasi di Perumdam Tirta Tarum.

Keterkaitan Strategi Perumdam Tirta Tarum dengan SDGs Nomor 6

Strategi komunikasi yang diterapkan oleh Perumdam Tirta Tarum menunjukkan keselarasan yang erat dengan prinsip dan tujuan *Sustainable Development Goals (SDGs)* Nomor 6, yaitu menjamin ketersediaan dan pengelolaan air bersih serta sanitasi yang berkelanjutan untuk semua. Meskipun tidak secara eksplisit menyebutkan istilah "*SDGs*" dalam kebijakan dan narasi komunikasi internal, tindakan yang dilakukan perusahaan secara substansial mendukung indikator 6.1 (akses universal terhadap air minum yang aman) dan 6.b (keterlibatan masyarakat lokal dalam pengelolaan air dan sanitasi).

Komitmen Perumdam Tirta Tarum untuk memperluas cakupan layanan air bersih, terutama di wilayah-wilayah yang sulit dijangkau, serta pengiriman air bersih melalui mobil tangki ke daerah terdampak kekeringan, merupakan bagian nyata dari kontribusi terhadap *SDGs*. Kegiatan ini juga dilengkapi dengan upaya sosialisasi langsung kepada masyarakat dan penggunaan media digital untuk meningkatkan kesadaran akan pentingnya pelestarian air tanah. Upaya edukatif ini juga mencakup konten media sosial dan infografis yang mengangkat bahaya penggunaan air tanah berlebihan dan pentingnya menjaga kualitas sumber daya air. Selain bersumber dari inisiatif internal, komunikasi ini juga merespons kebijakan eksternal, seperti imbauan dari pemerintah daerah. Hal ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi Perumdam Tirta Tarum tidak hanya berorientasi pada penyampaian informasi operasional, tetapi juga berkontribusi dalam perubahan perilaku dan pemberdayaan masyarakat—dua aspek penting dalam kerangka *SDGs*. Dengan pendekatan partisipatif dan responsif terhadap kebutuhan serta kondisi lapangan, strategi komunikasi Perumdam Tirta Tarum memperlihatkan praktik komunikasi pembangunan yang efektif, serta mendukung pencapaian target pembangunan

berkelanjutan, meskipun tidak dikemas dalam label formal program *SDGs*. Lebih lanjut, integrasi himbauan dari pemerintah daerah, seperti Bupati Karawang, ke dalam strategi komunikasi Perumdam menyoroti pentingnya sinergi antara BUMD dengan kebijakan pemerintah lokal dalam mendorong agenda *SDGs* secara efektif.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai strategi komunikasi Perumdam Tirta Tarum dalam mendukung pencapaian Sustainable Development Goals (SDGs) nomor 6, dapat disimpulkan bahwa Perencanaan strategi komunikasi di Perumdam Tirta Tarum dilakukan melalui koordinasi lintas unit secara internal, seperti bagian teknik, distribusi, komersial, serta humas dan tim media sosial. Meskipun tidak dituangkan dalam dokumen formal tertulis, perencanaan bersifat fleksibel dan responsif terhadap kebutuhan lapangan. Proses pitching dan validasi konten dilakukan secara bertingkat hingga ke tingkat direksi. Hal ini selaras dengan teori perencanaan komunikasi Charles Berger yang menekankan pentingnya struktur hierarkis dan adaptif dalam proses komunikasi organisasi.

Pelaksanaan strategi komunikasi menunjukkan keterkaitan kuat dengan prinsip keberlanjutan yang menjadi inti dari SDGs nomor 6, meskipun istilah “*SDGs*” tidak digunakan secara eksplisit dalam praktik keseharian. Perumdam menjalankan komunikasi publik melalui berbagai kanal, baik digital seperti media sosial dan website, maupun melalui pendekatan konvensional seperti sosialisasi langsung kepada masyarakat. Tim internal juga melakukan evaluasi secara rutin dengan memantau umpan balik dari masyarakat, baik secara daring maupun melalui observasi langsung.

Faktor pendukung pelaksanaan strategi komunikasi antara lain respons cepat terhadap pengaduan pelanggan, keberadaan tim media sosial internal yang efektif, serta integrasi pesan-pesan kebijakan eksternal seperti himbauan dari Bupati Karawang. Sementara itu, faktor penghambat mencakup keterbatasan jaringan internet di wilayah pelosok dan tantangan dalam menyelaraskan bahasa teknis dengan bahasa publik saat menyampaikan informasi dari divisi teknis kepada masyarakat.

Strategi komunikasi yang dilaksanakan Perumdam Tirta Tarum secara substansial telah berkontribusi terhadap pencapaian indikator SDGs 6.1 dan 6.b, yaitu akses universal terhadap air bersih yang aman serta pelibatan masyarakat dalam pengelolaan air dan sanitasi. Dengan mengedepankan prinsip adaptif, kolaboratif, dan evaluatif, strategi ini menjadi praktik nyata komunikasi pembangunan di sektor layanan publik.

DAFTAR REFERENSI

- Alhabsji, S., & Soedjoto, K. (2001). *Peranan Perusahaan Daerah dalam Pelaksanaan yang Nyata dan Bertanggungjawab*.
- Alisjahbana, A. S., & Murniningtyas, E. (2018). *Tujuan Pembangunan Berkelanjutan di Indonesia* (Vol. 3, Issue 2).
- Aryani, L., & Kusumaningrum, R. (2023). Socialization of the Village's Sustainable Development Goals (SDGs) Program in Determining the Direction of Village Development in Karawang Regency. *Jurnal Panrita Abdi*, 7(3), 609–618. <http://journal.unhas.ac.id/index.php/panritaabdi>
- Badan Pemeriksa Keuangan. (2011). Profil PERUMDAM DKI Jakarta. Diambil dari <https://jakarta.bpk.go.id/profil-Perumdam/>
- Bappenas. (2017). *Apa Itu SDGs ?* <https://SDGs.bappenas.go.id/>
- Bungin, B. (2007). *Analisis data penelitian kualitatif*. PT RajaGrafindo Persada.

- Cangara, H. (2017). *Perencanaan dan strategi komunikasi* (edisi revi). PT Raja Grafindo Persada.
- Haryono, C. G. (2020). *Ragam Metode Penelitian Kualitatif Komunikasi*. CV Jejak (Jejak Publisher).
- Hidayah, S. N. L. (2021). *Penyusunan Panduan Proyek Stem Berbasis Riset Ipa Melalui Formulasi Bahan Tepung Lokal Lereng Muria Sebagai Alternatif Solusi Ketahanan Pangan*. IAIN Kudus.
- HUMAS PERUMDAM Tirtabhagasasi. (2018). *No Title*. <https://tirtabhagasasi.co.id/tahun-2022-60-persen-penduduk-terlayani-air-bersih/>
- John W. Creswell, V. L. P. C. (2017). *Designing and Conducting Mixed Methods Research*. SAGE Publications.
- Knipe, N. M., & S. (2006). Research dilemmas: Paradigms, methods and methodology. <https://www.iier.org.au/iier16/mackenzie.html>
- Komnas HAM. (2017). Tujuan 6: Ketersediaan dan Pengelolaan Air Bersih dan Sanitasi yang Berkelanjutan untuk Semua. <https://SDG.komnasham.go.id/SDG-content/uploads/2017/04/Tujuan-6.pdf>
- Matthew B. Miles, A. Michael Huberman, J. S. (2014). *Qualitative Data Analysis*. SAGE Publications.
- Moleong, L. J. (2018). *Metodologi penelitian kualitatif* (Edisi revi). Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 2018.
- Morissan. (2014). *Individu tlingga Massa* (2nd ed.). KENCANA PRENADAMEDIA GROUP. www.prenadamedia.com
- Rakhmat, J. (2013). *Psikologi komunikasi*. Remaja Rosdakarya.
- Ruslan, R. (2018). *Kiat Dan Strategi Kampanye Public Relations*. PT RajaGrafindo Persada.
- Samsu, S.Ag., M.Pd.I., P. . (2021). *METODE PENELITIAN:(Teori dan Aplikasi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Mixed Methods, serta Research & Development)* (M. P. Dr. Rusmini, S.Ag. (Ed.); 1st ed.). Pusat Studi Agama dan Kemasyarakatan (PUSAKA).
- Sugiyono. (2021). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- THE 17 GOALS | Sustainable Development. (2018). <https://SDGs.un.org/goals#history>
- William L. Rivers, Theodore Peterson, J. W. J. (2003). *Media massa dan masyarakat modern* (Third edit). Jakarta: Prenada Media , 2003.