PERUBAHAN PERILAKU KOMUNIKASI KARYAWAN SUB. BAG HUMAS DAN PENAGIHAN PDAM KOTA SALATIGA SEBELUM BULAN RAMADHAN HINGGA BULAN RAMADHAN TAHUN 2014

Clarissa Marscalofa[1], Richard G Mayopu[2] dan George Nicholas Huwae[3]

ABSTRACT

Behavior is someone response or reaction towards the external stimulus (stimuli from the outside). In a company or agency, individual behavior is strongly influenced by the work environment, thus forming a pattern of organizational behavior. Religious rituals are still practiced todays, unconsciously limit people behavior. Indications of changes in employee behavior also occur on Sub.Bag.Humas dan Penagihan PDAM Salatiga. This research was conducted to determine how behavior and communication changes caused by particular moment (Ramadhan).

The method used in this research is qualitative ethnographic that intens to understand social phenomenon of the changing pattern of behavior and communication that occurs at specific moment (Ramadhan).

The results of this research, stated that the behavior and communication undergo changes because of special moment which it has implications on employee's performance and even the rules in the company.

Keywords: *Behavior modifications, Communication, Public Relations (Humas)*

[1] Mahasiswa Program Studi Public Relation Fakultas Teknologi Informasi, Universitas Kristen Satya Wacana

[2] Staf pengajar Fakultas Teknologi Informasi, S1-Public Relation (Hubungan Masyarakat), Universitas Kristen Satya Wacana

[3] Staf pengajar Fakultas Teknologi Informasi, S1-Public Relation (Hubungan Masyarakat), Universitas Kristen Satya Wacana

1. PENDAHULUAN

Manusia merupakan makhluk perilaku, dimana setiap aspek kehidupan mereka selalu bersinggungan dengan hal tersebut. Tanpa sadar manusia tidak hanya melakukan komunikasi secara verbal saja namun ada banyak gerak-gerik kecil (*gesture*), ekspresi wajah, dan perubahan sikap tubuh yang membentuk perilaku mereka.

Perilaku merupakan respons atau reaksi seseorang dari stimulus (rangsangan dari luar) [1]. Seseorang akan melakukan perilaku tertentu, tergantung dari stimulus yang ia terima. Tidak berbeda dalam sebuah perusahaan atau instansi, perilaku individu dalam organisasi sangat dipengaruhi oleh lingkungan kerjanya, sehingga membentuk sebuah pola perilaku organisasi. Sebagai contoh, seperti yang dikatakan Clifford Greetz saat membahas mengenai agama yang kini nilai-nilainya sering dianut sebagai sebuah sistem kebudayaan. Sistem kebudayaan tersebut membentuk sikap, norma, nilai, dan perilaku yang diwariskan secara turun temurun dalam sebuah komunitas.

Ritual-ritual keagamaan yang masih dilakukan hingga sekarang secara tidak sadar membatasi banyak perilaku masyarakat. Hal tersebut menciptakan beberapa fenomena sosial yang menarik untuk diteliti. Sebagai contoh, ketika bulan Ramadhan tiba banyak masyarakat akan berusaha menjaga perilaku mereka sebagaimana diajarkan oleh agama Islam.

Perubahan perilaku dan komunikasi juga terjadi pada karyawan sub.bagian Humas dan Penagihan di Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) kota Salatiga. Adanya indikasi perubahan tersebut menyebabkan cara pelayanan mereka terhadap konsumen juga mengalami sedikit perubahan.

Indikasi perubahan pola perilaku dan komunikasi karyawan Sub. Bag. Humas dan Penagihan PDAM saat memasuki fase bulan Ramadhan tampak pada toleransi mereka saat melayani konsumen. Pemberian kelonggaran waktu pembayaran tunggakan misalnya, meskipun mereka memberikan jangka toleransi yang tidak panjang (antara 2-3 hari) hal tersebut membuktikan terjadinya perubahan.

Hal tersebut menjadi dorongan untuk melakukan penelitian dengan judul "Perubahan Perilaku dan Komunikasi Karyawan Sub. Bag. Humas dan Penagihan PDAM kota Salatiga Sebelum bulan Ramadhan hingga bulan Ramadhan tahun 2014". Adapun pertanyaan mendasar yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana perubahan perilaku dan komunikasi yang ditunjukkan oleh karyawan sub.bag. Humas dan Penagihan PDAM kota Salatiga selama sebelum bulan Ramadhan hingga bulan Ramadhan?

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi pengetahuan mengenai perubahan perilaku dan komunikasi yang terjadi karena momen khusus (Ramadhan), serta dapat dijadikan sebagai referensi untuk peneliti lain yang ingin meneliti mengenai perubahan perilaku dan komunikasi. Batasan penelitian ini adalah karyawan sub.bag. Humas dan Penagihan PDAM kota Salatiga beserta perubahan perilaku dan komunikasinya.

2. KAJIAN PUSTAKA

Stephen P. Robbins dan Timothy A. Judge menerangkan bahwa tiga faktor penentu perilaku dalam organisasi adalah individu, kelompok, dan struktur. Dimana perilaku organisasi terkait dengan studi, mengenai apa

yang dilakukan individu dalam organisasi dan bagaimana perilaku mereka mempengaruhi kinerja perusahaan [2].

Perilaku manusia di dalam organisasi dilihat sebagai sesuatu yang dibentuk oleh organisasi – tujuannya, peran, aturan, budaya, iklim, jaringan dan sebagainya. Begitu interaksi berlangsung melalui jaringan dalam sebuah organisasi, perilaku verbal dan non verbal berkembang dan menjadi hal yang rutin. Keadaan tersebut menjadi kenyataan sosial yang penting bagi organisasi sehingga dapat disebut sebagai budaya organisasi.[3].

Skinner mengatakan selain perilaku etis, individu memperoleh sebuah repertoar yang luas berupa tata krama (*manners*) dan adat istiadat (*customs*) dari kelompok. Mereka mampu menciptakan asumsi benar dan salah pada suatu perilaku, dan hal itu menjadi sangat mempengaruhi hingga akhirnya masing-masing individu menyesuaikan diri dengan pola perilaku standar kelompok tersebut dan menggunakan klasifikasi serupa terhadap perilaku orang lain. Lingkungan sosial biasanya disebut sebagai 'budaya' dari sebuah kelompok. Istilah ini sering kali dianggap merujuk pada semangat atau suasana atau sesuatu dengan dimensi nonfisik yang sama. Lingkungan sosial merupakan bagian dari hasil praktik-praktik kelompok yang menghasilkan perilaku etis dan perluasanya pada tata karma dan adat istiadat.

Terkait dengan adat istiadat, agama merupakan salah satu yang termasuk di dalamnya. Agama memiliki ikatan yang sangat kuat untuk mengendalikan perilaku individu. Menurut Clifford Geertz, agama adalah sebuah sistem simbol-simbol yang berlaku untuk menetapkan suasana hati dan motivasi-motivasi yang kuat, yang meresapi, dan yang tahan lama dalam diri manusia dengan merumuskan konsep-konsep mengenai suatu tatanan

umum eksistensi dan membungkus konsep-konsep ini dengan semacam ancaran faktualitas, sehingga suasana hati dan motivasi-motivasi itu tampak khas realistis [4].

Kemudian dalam jurnal '*The Influence Of Personality And Organizational Culture On Employee Performance Through Organizational Citizenship Behavior*' yang ditulis oleh Made Darsana pada tahun 2013 juga mengungkapkan bahwa kepribadian dan budaya organisasi mempengaruhi performa karyawan melalui perilaku organisasi. Dalam penelitian ini menyebutkan bahwa budaya organisasi meliputi nilai, kepercayaan dan prinsip yang dianut oleh organisasi, dapat menuntun dan menguatkan prinsip kerja karyawannya ke arah yang lebih menguntungkan bagi organisasi [5].

Hal yang tak pernah lepas dari perilaku manusia tentu saja komunikasi. Komunikasi mengacu pada tindakan, oleh satu orang atau lebih, yang mengirim dan menerima pesan yang terdistorsi oleh gangguan (*noise),* terjadi dalam suatu konteks tertentu, mempunyai pengaruh tertentu, dan ada kesempatan untuk melakukan umpan balik [6].

Di dalam komunikasi terkandung pesan verbal dan nonverbal. Menurut Stewart Tubbs dan Sylvia Moss, *a verbal message is any type of spoken communication that uses one or more words.* Pesan verbal adalah segala jenis komunikasi lisan yang menggunakan satu kata atau lebih.

Sedangkan pesan nonverbal tidak bisa dijelaskan semudah pesan verbal. *They include all the nonverbal aspects of our behavior: facial expression, posture, tone of voice, hand movements, manner of dress, and so on. In short, they are all the messages we transmit without words or over and above the words we use* [7]. Pesan nonverbal meliputi semua aspek

nonverbal dari perilaku kita: ekspresi wajah, postur, nada suara, pergerakan tangan, cara berpakaian, dan sebagainya. Singkatnya, pesan nonverbal adalah pesan yang kita kirimkan tanpa kata atau diatas semua kata-kata yang kita gunakan.

Ada enam sumber utama dari pesan nonverbal menurut Brent D. Ruben dan Lea P. Stewart, antara lain: Vokalik (*paralanguage)*, penampilan *(appearance)*, gerak tubuh *(gesture)*, sentuhan *(touch)*, ruang *(space)*, dan waktu *(time)* [8]. Sedangkan komunikasi antarpribadi meliputi berbagai jenis hubungan dari hubungan biasa hingga hubungan yang bertahan lama. Ada dua isu yang menjadi pusat dari studi komunikasi antarpribadi. Pertama, berapa banyak orang yang terlibat? Kedua, bagaimana tingkat kualitas dan keintiman suatu komunikasi? Seperti yang dikemukakan oleh Stewart Tubbs dan Sylvia Moss "*Interpersonal communication encompasses many kinds of relationships from the most casual to the long-lasting. Two issues are central in the study of interpersonal communication. First, how many people does it involve? Second, what is level of quality and intimacy of the communication?"*

Juga dikatakan oleh Stewart Tubbs dan Sylvia Moss dalam bukunya yang berjudul *Human Communication* bahwa pelaku komunikasi antarpribadi sangat dipengaruhi oleh norma yang sudah diadopsi, dan mereka juga membangun beberapa kesepakatan normatif mereka sendiri sebagai interaksi mereka.

3. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian yang dilakukan di Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) kota Salatiga ini menggunakan metode kualitatif etnografi. Penelitian kualitatif adalah upaya untuk menyajikan dunia sosial, dan perspektifnya di dalam dunia, dari segi konsep, perilaku, persepsi, dan persoalan tenang manusia yang diteliti [9]. Sementara etnografi sendiri merupakan riset yang digunakan untuk menggambarkan bagaimana individu-individu menggunakan budayanya untuk memaknai realitas [10]. Intinya etnografi adalah upaya untuk memperhatikan makna-makna tindakan dari kejadian yang menimpa orang yang ingin dipahami [11].

Subyek yang menjadi unit amatan dalam penelitian ini adalah karyawan Sub. Bag. Humas dan Penagihan PDAM kota Salatiga yang memiliki kapasitas dan kemungkinan paling besar untuk perubahan perilaku dan komunikasi. Sedangkan unit analisa dalam penelitian ini adalah perilaku dan komunikasi karyawan Sub. Bag. Humas dan Penagihan PDAM pada fase sebelum Ramadhan hingga memasuki fase bulan Ramadhan.

Observasi partisipatif dilakukan selama 3 bulan berturut-turut pada masa sebelum Ramadhan hingga bulan Ramadhan (5 Mei – 31 Juli 2014) dengan terjun langsung serta turut bekerja bersama karyawan Sub. Bag. Humas dan Penagihan PDAM kota Salatiga dalam melayani konsumen. Hal tersebut memudahkan untuk memperoleh data primer yang berupa perubahan perilaku karyawan dari bulan sebelum Ramadhan hingga bulan Ramadhan. Di sisi lain, wawancara seputar pemaknaan Ramadhan juga dilakukan untuk mendapatkan data tambahan yang tidak didapat dalam observasi. Selain karyawan Sub. Bag. Humas dan Penagihan yang diamati, sumber informasi juga didapat dari Ka.Sub. Bag. Humas dan Penagihan serta konsumen PDAM kota Salatiga.

Analisa data dilakukan untuk memperoleh kesimpulan dari penelitian. Aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung terus-menerus sampai tuntas, hingga datanya jenuh. Aktivitas tersebut adalah reduksi data (*data reduction)*, penyajian data (*data display)*, dan kesimpulan (*conlusion drawing/verification)* [12].

Triangulasi waktu akan dilakukan untuk mengetahui perubahan yang terjadi pada karyawan Sub. Bag. Humas dan Penagihan dengan menyajikan perbedaan perilaku sebelum bulan ramadhan dan perilaku selama bulan ramadhan berlangsung.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Salatiga merupakan perusahaan milik pemerintah yang melakukan pelayanan terhadap masyarakat dalam pengelolaan air. Perusahaan yang terletak di Jln. Let.Jend. Sukowati 66/70 Salatiga ini sudah dirintis sejak tahun 1921 sebagai Dinas Air Minum yang kemudian ditetapkan sebagai PDAM pada 1969 sesuai Peraturan Daerah Kotamadya Kepala Daerah Tingkat II Salatiga Nomor: 20 Tahun 1969 dan SK Walikotamadya Kepala Daerah Tingkat II Salatiga Nomor: 8.a/Kepda/Um-Pan tanggal 1 April 1971. PDAM Salatiga juga tergabung dalam PERPAMSI (Persatuan Perusahaan Air Minum Seluruh Indonesia).

Bulan Ramadhan merupakan ritual keagamaan yang dilakukan oleh semua umat muslim. Dimana agama merupakan sebuah sistem simbol-simbol yang berlaku untuk menetapkan suasana hati dan motivasi- motivasi yang kuat, yang meresapi, dan yang tahan lama dalam diri manusia dengan merumuskan konsep-konsep mengenai suatu tatanan umum

eksistensi dan membungkus konsep-konsep ini dengan semacam ancaran faktualitas, sehingga suasana hati dan motivasi-motivasi itu tampak khas realistis [13].

Bulan puasa ini membentuk sebuah kondisi baru, dimana mereka dituntut untuk lebih mengendalikan diri dari perilaku emosional. Kondisi yang terbentuk pada saat puasa menggiring masyarakat masuk dalam suatu perubahan perilaku dan komunikasi mereka. Hal tersebut terjadi pada karyawan Sub. Bag. Humas dan Penagihan PDAM Salatiga.

Ritual bulan puasa membentuk konsep, menentukan motivasi serta suasana hati dari karyawan Sub. Bag. Humas dan Penagihan khususnya. Dalam wawancara yang dilakukan oleh peneliti dengan karyawan Sub. Bag. Humas dan Penagihan, mereka beranggapan bahwa bulan puasa merupakan bulan dimana mereka lebih bisa mengendalikan diri, menjadi lebih tenang, dan tidak mudah tersinggung. Hal tersebut berdampak pada cara pelayanan mereka terhadap konsumen.

Dalam penelitian ini, dibuat kategorisasi dari data yang diperoleh untuk mengetahui perubahan perilaku dan komunikasi karyawan PDAM Salatiga Sub. Bag. Humas dan Penagihan sebelum bulan puasa hingga bulan puasa, sebagai berikut:

Tabel 4.1 Tabel Perilaku

Waktu	Perilaku yang Sering Muncul (Karyawan)
2 Mei -24 Juni 2014 (Sebelum Ramadhan)	Suara meninggi
	otot leher menegang
	wajah memerah
	rahang mengeras
	Memberikan solusi,
	Menghela nafas panjang
	Bicara cepat
	Memotong pembicaraan
	bernegosiasi mengenai solusi dengan konsumen.
	Menjawab dengan bahasa jawa yang sopan
	Tersenyum, mengangguk,
Waktu	**Perilaku yang Sering Muncul (Karyawan)**
13 Juli - 2 Agustus 2014	Mengangguk ringan
	Perhatian penuh pada pelanggan
	Bertanya hal personal (tentang anak, libur ramadhan mau kemana?) -menggunakan bahasa jawa.
	Sesekali tersenyum simpul lalu tertawa kecil,
	Mengelus dada sambil berkata 'Ih, untung aku poso' (untung saya puasa)
	Nada suara normal
	Badan condong kedepan
	Memiringkan kepala
	Bersalaman
	Melambai tangan

Sumber: Data pribadi diolah

Pada tabel 4.1 disajikan kategorisasi perilaku-perilaku yang sering terjadi pada masa sebelum Ramadhan hingga bulan Ramadhan. Kategori pada tabel diatas, khususnya pada perilaku emosional (marah) menyatakan beberapa ciri seseorang yang dapat diindikasikan pada emosi marah. Marah bervariasi dalam intensitasnya, mulai dari ketersinggungan atau kejengkelan kecil sampai amukan atau marah yang dahsyat.

Tabel 4.2 Kategorisasi Perilaku 1

Perilaku Emosional (negatif; marah)	**Perilaku non Emosional (positif; ramah)**
- Suara meninggi - mata melotot - mengeluh - memukul meja - menyindir - tangan mengepal - rahang mengeras - alis menyerinyit - menggelengkan kepala - wajah memerah - menghela napas panjang - membentak	- tersenyum simpul - lebar - mengangguk pelan - nada suara normal - menyentuh lawan bicara - badan condong ke depan - basa-basi (menanyakan kabar keluarga, keadaan) - penjelasan lebih pelan dan sabar - melambai tangan - memiringkan kepala - perhatian penuh pada konsumen - bersalaman

Sumber: Data pribadi diolah

Kategori pada tabel 4.2 di bagi lagi dalam beberapa kategori untuk komunikasi non verbal, seperti yang dikemukakan oleh Brent D. Ruben dan Lea P. Stewart dalam bukunya yang berjudul Komunikasi dan Perilaku Manusia Edisi 5 yaitu, Vokalik (*Paralanguange*), penampilan (*appearance*), gerak tubuh (*gesture*), sentuhan (*touch*), ruang (*space*), dan waktu (*time*).

Tabel 4.3 Kategorisasi Perilaku 2

Perilaku Emosional (negatif; marah)	Vokalik (*Paralanguange*)	penampilan (*appearance*)	gerak tubuh (*gesture*)	sentuhan (*touch*)	ruang (*space*)	waktu (*time*)
Suara meninggi	v					Sering terjadi pada bulan Mei – akhir bulan Juni 2014
Mata melotot		v				
Mengeluh						
Memukul meja			v			
Menyindir						
Tangan mengepal			v			
Rahang mengeras		v				
Alis menyerinyit		v				
Menggelengkan kepala			v			
Wajah memerah		v				
Menghela nafas panjang		v				
Membentak	v					
Berkacak pinggang			v			

Sumber: Data pribadi diolah

Tabel 4.4 Kategorisasi Perilaku 3

Perilaku non Emosional (positif; biasa,ramah)	Vokalik (*Paralan guange*)	Penampilan (*appearance*)	Gerak tubuh (*gesture*)	Sentuan (*touch*)	Ruang (*space*)	Waktu (*time*)
Tersenyum simpul - lebar		v				Sering terjadi pada bulan Juli - awal bulan Agustus 2014
Mengangguk			v			
Nada suara normal	v					
Tertawa	v					
Menyentuh lawan bicara (menepuk pundak)				v		
Bersalaman				v		
Badan condong ke depan					v	
Basa-basi (menanyakan kabar keluarga, keadaan)	v					
Penjelasan lebih pelan dan sabar	v					
Melambai tangan			v			
Memiringkan kepala			v			
Tatapan tepat di mata		v				
Perhatian penuh pada konsumen	v					

Sumber: Data pribadi diolah

Dari data yang disajikan terlihat bahwa perubahan signifikan terjadi saat mulai memasuki bulan Juli 2014 (tabel 4.4). Mulai tercipta sentuhan (*touch)* dan jarak (*space*), karyawan memberikan respon untuk keluhan dari konsumen dengan sentuhan tangan, menepuk pundak, bersalaman. Hal ini mengindikasikan bahwa mereka menghindari reaksi emosional dari konsumen yang mengeluh. Selain itu pula, beberapa

karyawan juga mempersempit jarak bicara dengan konsumen dengan mencondongkan tubuh ke depan.

Memasuki akhir bulan Juni - bulan Juli 2014 (masuk dalam masa puasa), direktur PDAM membuat kebijakan bahwa jam kerja dimulai pukul 08.00 dan berakhir pada pukul 13.00 untuk hari Senin-Kamis, hari Jumat dimulai pukul 08.00 dan berakhir pada jam 11.00, sedangkan untuk hari Sabtu dimulai pukul 08.00 dan berakhir pada pukul 12.30. Selain itu, selama bulan puasa tradisi apel pagi ditiadakan. Hal tersebut menciptakan kondisi dan suasana yang berbeda dari biasanya sehingga sedikit banyak mempengaruhi pelayanan kerja mereka.

Selain perilaku non verbal, komunikasi secara verbal pun juga ikut mengalami perubahan. Pada tanggal 16-18 Juni 2014 konsumen A datang dengan keluhan biaya pembayaran air yang banyak, konsumen ini datang beberapa kali secara rutin dan menerima respon yang berbeda-beda. Konsumen A datang kembali pada tanggal 22-24 Juni 2014 dengan keluhan yang sama, konsumen ini lebih marah dari sebelumnya, kemudian karyawan memberikan respon seperti, rahang yang mengeras, sering memotong pembicaraan, dan bicara dengan cepat. Di tanggal 13-15 pada bulan Juli 2014, konsumen A kembali datang dengan keadaan seperti dibawah ini;

Tabel 4.5 Perilaku Konsumen dan Karyawan

Waktu	Konsumen	Karyawan
16-18 Juni 2014 (Sebelum Ramadhan)	Kons. A : Mengeluh karena pembayaran yang banyak sedangkan konsumen merasa memakai hanya sedikit. Suara normal, menjelaskan secara detail permasalahannya, dahi berkerut samar, mengangguk pelan beberapa kali, jari mengetuk meja.	Mendengarkan keluhan, tatapan persis dimata, mengangguk-angguk, tersenyum, suara normal, memberikan solusi.
19-21 Juni 2014 (Sebelum Ramadhan)	Kons. A (sama dengan konsumen tanggal 16-18 Juni '14): alis menyerinyit, nada suara semakin lama semakin meninggi, bicara cepat, tatapan tajam, masih tidak menerima solusi yang diberikan.	Rahang megeras, memberikan solusi, menggelengkan kepala, menghela nafas panjang.
22-24 Juni 2014 (Sebelum Ramadhan)	Kons. A (sama dengan konsumen tanggal 16-18 Juni '14): Dengan masalah yang sama, lebih ngotot dari sebelumnya, datang dengan mengajak suami (TNI).	Rahang megeras, menghela nafas panjang, bicara cepat, memotong pembicaraan, bernegosiasi mengenai solusi dengan konsumen.
13-15 Juli 2014 (Ramadhan)	Kons. A (sama dengan konsumen tanggal 16-18 Juni '14): Nada bicara meninggi '*Saya harus bayar semahal ini? Saya kan nggak pakai airnya. Rumahnya itu ditinggali sama embah saya sendiri, sudah sepuh masak pakai air banyak- banyak. Saya ndak terimalah.*	Nada suara normal, tersenyum simpul, menawarkan opsi yang sama dengan sebelumnya, '*Kemarin panjenengan bilang kalau di luar rumah ada kran air, bisa saja ada orang yang ngambil/mencuri air tanpa sepengetahuan panjenengan. Besok kalau mbahnya ditinggal di siapin air aja secukupnya terus kran pusatnya dimatikan. Pembayaran yang ini biar dicicil saja ndak pa-pa sepunyanya, tapi dilunasi. Penjenengan sanggup sampai kapan nyicilnya?*'

Keadaan diatas menggambarkan perbedaan perilaku karyawan yang cukup signifikan. Bulan Juni 2014 adalah 1 bulan sebelum bulan puasa

dimulai, sedangkan tanggal 13-15 Juli 2014 adalah masa-masa dimana seluruh umat yang merayakan Ramadhan berpuasa. Tampak jelas bahwa respon karyawan mengalami perubahan padahal terpaan yang diterima hampir sama (emosi marah dari konsumen)

Perubahan ini lantas menimbulkan dampak lain, tidak hanya pada pelayanan terhadap konsumen tetapi juga kepada beberapa hal seperti pemberian dispensasi pembayaran tunggakan ataupun rekening air. Karyawan pada Sub. Bag. Humas dan Penagihan dapat memberi dispensasi pembayaran antara 2-3 hari atau selambat-lambatnya satu minggu setelah melapor. Berdasarkan hasil wawancara dengan karyawan Sub. Bag. Humas dan Penagihan PDAM Salatiga mereka menyatakan bulan Ramadhan adalah bulan dimana mereka lebih bisa mengendalikan diri, juga membatasi diri untuk lebih baik. Mereka mengungkapkan bahwa bulan Ramadhan memotivasi mereka untuk meningkatkan performa kerja. Dari hal ini nampak bahwa bulan Ramadhan sedikit banyak memberikan pengaruh terhadap motivasi kerja mereka di kantor.

Lingkungan (kondisi/suasana) baru yang tercipta di lingkungan karyawan sub. Bag. Humas dan Penagihan saat memasuki bulan puasa mempengaruhi perilaku dan komunikasi karyawan di dalamnya. Mereka mengalami perubahan secara verbal maupun non verbal, dari intensitas perilaku emosional (marah) hingga berubah ke perilaku non emosional (biasa-ramah). Perubahan tersebut memberikan dampak pada pelayanan mereka terhadap konsumen hingga kebijakan pemberian dispensasi pembayaran.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Ritual keagamaan (puasa) yang dianut oleh sebagian besar karyawan PDAM kota Salatiga berperan besar dalam perubahan perilaku dan komunikasi yang terjadi. Hal tersebut tampak pada perubahan respon karyawan terhadap konsumen. Pada 2 bulan sebelum Ramadhan, karyawan lebih banyak memberikan respon emosional ketika konsumen datang dengan keadaan yang emosional juga. Namun ketika memasuki bulan puasa pada awal bulan Juli 2014 mereka mulai menampakan beberapa perubahan. Jam kerja yang lebih singkat, juga turut andil dalam mempengaruhi perubahan perilaku dan komunikasi mereka. Implikasi dari perubahan tersebut terbukti dari pemberian dispensasi pembayaran tunggakan yang lebih lama, dan bahasa yang digunakan pada saat berhadapan dengan konsumen.

Diharapkan dari penelitian ini memberikan pengetahuan mengenai perubahan perilaku dan komunikasi karyawan PDAM kota Salatiga khususnya Sub. Bag. Humas dan Penagihan, memberikan masukan untuk bagian Humas dalam menyusun program komunikasi internal maupun eksternal. Memberikan saran supaya peningkatan performa karyawan tidak hanya terjadi pada saat momen khusus saja tetapi bisa terjadi di bulan- bulan biasa. Diharapkan pula dalam penelitian selanjutnya dapat membahas mengenai perbandingan perubahan perilaku dan komunikasi di instansi atau perusahaan setelah bulan Ramadhan berlangsung.

DAFTAR PUSTAKA

Skinner, B. F.2013.*Ilmu Pengetahuan dan PerilakuManusia*.Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Robbins, Stephen P., dan Judge, Timothy A.2008.*Perilaku Organisasi* (*Organizational Behavior*) *Edisi 12*. Jakarta: Salemba Empat.

Ruben, Brent D., dan Stewart, Lea P.2013.*Komunikasi dan Perilaku Manusia Edisi 5*.Jakarta: Rajawali Pers.

Geertz, Clifford.2003.*Kebudayaan dan Agama*. Yogyakarta: Kanisius.

Darsana, Made.2013. *The Influence Of Personality And Organizational Culture On Employee Performance Through Organizational Citizenship Behavior* Vol 2 Issue 4.The International Journal of Management

DeVito, Joseph A.2006.*Komunikasi Antarmanusia Edisi 5*.Jakarta: Professional Books.

Tubbs, Stewart, dan Moss, Sylvia.2008.*Human Communication Principles and Contexts Eleventh Edition*.NewYork: McGraw-Hill Companies,Inc.

Moleong, Lexy.2007. *Metode Penelitian Kualitatif.* Edisi Revisi.Bandung: PT.Remaja Rosdakarya Offset.

Kriyantoro, Rachmat .2010.*Teknik Praktis Riset Komunikasi*.Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Spradley, James P.2007.*Metode Etnografi*.Yogyakarta: Tiara Wacana.