

## KOMUNIKASI PERSUASIF DALAM PENAGIHAN TUNGGAKAN BIAYA REKENING AIR (STUDI PERUMDA TIRTA MUSI PALEMBANG)

MUHAMMAD RIZQI AKBAR<sup>1</sup>, KOMARUDDIN<sup>2</sup>, PUTRI CITRA HATI<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup> UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN FATAH PALEMBANG

e-mail : [muhammadrizqiakbar6@gmail.com](mailto:muhammadrizqiakbar6@gmail.com)

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan komunikasi persuasif dalam proses penagihan tunggakan rekening air di Perumda Tirta Musi Palembang serta mengidentifikasi hambatan komunikasi yang dihadapi dalam pelaksanaannya. Latar belakang penelitian ini didasarkan pada masih tingginya jumlah pelanggan yang menunggak pembayaran, meskipun kegiatan penagihan dilakukan secara rutin dan berkelanjutan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan menggunakan Teori Kredibilitas sumber yang menekankan apabila komunikator atau pembicara menunjukkan dirinya kredibel atau dengan kata lain pembicara yang memiliki kredibilitas tinggi akan lebih efektif dalam mengubah opini. Data diperoleh melalui observasi, dan wawancara mendalam dengan petugas Perumda Tirta Musi Palembang, serta dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Perumda Tirta Musi Palembang telah menerapkan komunikasi persuasif melalui pendekatan empatik, humanis, dan edukatif dalam kegiatan penagihan. Petugas menyampaikan informasi tunggakan dengan bahasa yang sopan, jelas, dan tidak mengintimidasi, serta menyesuaikan cara penyampaian pesan dengan kondisi sosial ekonomi pelanggan. Penelitian ini juga menemukan adanya hambatan komunikasi yang berasal dari faktor internal dan faktor eksternal. Hambatan-hambatan tersebut memengaruhi efektivitas penyampaian pesan dan tingkat kepatuhan pelanggan dalam membayar rekening air. Penelitian ini menyimpulkan bahwa komunikasi persuasif memiliki peran penting dalam meningkatkan pemahaman dan kesadaran pelanggan terhadap kewajiban pembayaran rekening air, meskipun hasilnya belum sepenuhnya optimal. Oleh karena itu, diperlukan peningkatan kompetensi petugas melalui pelatihan komunikasi, penguatan sistem informasi, serta pengembangan media komunikasi yang lebih efektif guna menekan angka tunggakan pembayaran.

**Keywords:** Komunikasi Persuasif, Hambatan Komunikasi, Penagihan Tunggakan, Perumda Tirta Musi Palembang

### 1. PENDAHULUAN

Air merupakan salah satu sumber daya alam yang sangat vital, sangat diperlukan dan dapat menentukan keberlanjutan kehidupan manusia di muka bumi. Bahkan menurut pandangan agama (Islam), air merupakan unsur atau elemen utama yang terlebih dahulu diciptakan di dunia ini, karena dengan air segala sesuatu di muka bumi ini menjadi hidup. Artinya, air sebagai asal muasal dan

penyangga kehidupan sangat dibutuhkan oleh semua makhluk hidup, tidak terkecuali manusia. Air bermanfaat langsung bagi kehidupan manusia dalam berbagai hal, terutama dalam menunjang aktivitas sehari-hari seperti mencuci, memasak, mandi, dan masih banyak lagi (Christofora, 2023).

Dalam hal ini, PDAM memiliki peran penting sebagai salah satu instansi pemerintah yang bertanggung jawab dalam menyediakan

air bersih kepada masyarakat. Kehadiran PDAM sangat penting bagi masyarakat karena menyediakan air bersih yang aman dan sehat untuk dikonsumsi dan digunakan dalam kegiatan sehari-hari masyarakat dan juga berperan dalam menjaga kesehatan masyarakat, dan kebersihan lingkungan di wilayah tertentu.

Peneliti memilih Perumda Tirta Musi sebagai lokasi penelitian karena memiliki permasalahan yang relevan dengan fokus penelitian, dan berdasarkan hasil pengamatan awal peneliti, ditemukan permasalahan nyata yang berkaitan langsung dengan topik penelitian. Selain itu, pemilihan lokasi ini juga dipengaruhi oleh kedekatan geografis yang dapat memudahkan peneliti dalam melakukan observasi dan pengumpulan data.

Perumda Tirta Musi merupakan badan usaha milik daerah yang bergerak dalam bidang distribusi air bersih untuk masyarakat di wilayah Kota Palembang dan sekitarnya. Perumda Tirta Musi Palembang dibangun oleh pemerintah kolonial pada tahun 1929 yang berlokasi di daerah 3 Ilir Palembang. Pembangunan instalasi ini selesai tahun 1933, Berdasarkan keputusan *Geemente Read* yang disetujui oleh Gubernur Hindia Belanda nomor 221 tahun 1932, perihal dibentuknya badan yang khusus mengolah air bersih. Kemudian setelah Indonesia merdeka, perusahaan ini diambil alih oleh Pemerintah Kotamadya Palembang. Berdasarkan surat Walikota Palembang yang dikeluarkan pada 21 Agustus 1963 dengan Nomor 104/UM/63 tentang perubahan status perusahaan yang dulunya merupakan bagian dari Dinas Pekerjaan Umum, menjadi unit usaha mandiri dengan nama Perusahaan Air Bersih (PAB) Kota Palembang yang melaksanakan kegiatan produksi dan administrasi.

Berdasarkan Lembaran Daerah Provinsi Sumatera Selatan Tingkat 1 nomor 13 Tahun 1976, Perusahaan Air Bersih (PAB) resmi berganti nama menjadi Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) "Tirta Musi". Kemudian pada tahun 2022 tepatnya pada tanggal 14 November 2022 berdasarkan Peraturan Daerah Nomor 10 Tahun 2022, Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) berubah status hukumnya menjadi Perusahaan Umum Daerah (PERUMDA) Tirta Musi Palembang.

Dalam kegiatan pendistribusian air kepada masyarakat, Perumda Tirta Musi menawarkan produknya secara kredit atau sistem pembayaran belakangan, kemudian timbulah piutang dari kredit yang disebut piutang rekening air. Kemudian dengan adanya piutang tersebut perusahaan mempunyai hak untuk menuntut pembayaran dan melakukan penagihan dalam bentuk uang atau sebagai pengalihan harta (Ripdiansyah, 2018). Penagihan merupakan aktivitas meminta pembayaran atas barang atau jasa yang bersifat terutang, penagihan biasanya dilakukan untuk mendesak agar tagihan atas barang atau jasa untuk segera dibayarkan atau dilunasi. Kegiatan penagihan pembayaran rekening air merupakan kegiatan penting yang perlu dilakukan, dikarenakan seperti yang kita tahu bahwa pembayaran rekening air oleh pelanggan merupakan pendapatan utama dari Perumda Tirta Musi Palembang dan akan digunakan untuk operasional dan memenuhi kebutuhan proses kerja Perumda Tirta Musi.

Namun fakta seringkali menunjukkan bahwa pendapatan yang diterima terkadang cenderung tidak maksimal sehingga dapat mengganggu aktivitas operasional bahkan berdampak pada penurunan kualitas, hal ini terjadi dikarenakan adanya tunggakan pembayaran rekening air oleh pelanggan.

Masalah penunggakan pembayaran rekening air sebenarnya sudah menjadi persoalan umum yang dihadapi oleh pihak Perumda Tirta Musi Palembang. Berdasarkan tinjauan di lapangan, masalah ini cukup kompleks dan dapat terjadi karena beberapa faktor. Faktor ekonomi menjadi salah satu faktor utama, hal ini dipengaruhi oleh rendahnya pendapatan atau penghasilan pelanggan sehingga memilih untuk menunda pembayaran rekening air dan mendahulukan kebutuhan pokok lainnya. Kemudian ada faktor pelayanan yang menyangkut tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang dirasa tidak efisien dan belum maksimal, hal ini cenderung membuat pelanggan enggan untuk membayar atau bahkan melakukan penolakan pembayaran secara pasif. Namun selain faktor-faktor tersebut, tak jarang juga terjadi kesengajaan yang dilakukan oleh pelanggan dan mengabaikan kewajiban membayar rekening air sehingga terjadi tunggakan, karena itulah kegiatan penagihan tunggakan rekening air perlu dilakukan.

Dalam melakukan kegiatan penagihan, komunikasi dinilai menjadi aspek yang sangat penting untuk dipertimbangkan, hal ini disebabkan karena interaksi yang terjalin antara petugas dengan pelanggan akan menentukan apakah pesan yang disampaikan oleh petugas dapat diterima dengan baik, dengan adanya komunikasi yang baik akan ada kemungkinan peningkatan kualitas hubungan dengan pelanggan sehingga dapat mendorong pelanggan untuk melunasi tagihan bahkan tunggakannya. Dalam konteks ini, komunikasi persuasif dinilai dapat diterapkan, komunikasi persuasif bertujuan untuk mengubah sikap, pendapat, dan perilaku komunikasi melalui pesan yang disampaikan secara efektif oleh komunikator. Berdasarkan pemahaman

tersebut, komunikasi persuasif dapat diharapkan menjadi kunci penting untuk membujuk pelanggan agar dapat dengan segera melakukan pembayaran tunggakan.

Masalah yang diteliti terdapat pada bagaimana pola komunikasi persuasif yang dilakukan dalam melakukan proses kegiatan penagihan terhadap pelanggan. Dilakukannya penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pola komunikasi yang dilakukan oleh seksi penagihan dan tunggakan terhadap pelanggan PDAM Tirta Musi. Oleh karena itu peneliti tertarik untuk mengetahui mengenai pola komunikasi persuasif yang dilakukan oleh dalam kegiatan penagihan. Judul yang peneliti ambil adalah **Komunikasi Persuasif Dalam Penagihan Tunggakan Biaya Rekening Air**.

## 2. METODE

Penelitian ini menggunakan jenis pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif dilaksanakan untuk membangun pengetahuan melalui pemahaman dan penemuan. Pendekatan kualitatif adalah suatu proses penelitian dan pemahaman yang berdasarkan pada metode yang menyelidiki suatu fenomena sosial dan masalah manusia. Metode penelitian adalah cara-cara ilmiah untuk mendapatkan data yang valid, dengan tujuan dapat ditemukan, dikembangkan, dan dibuktikan suatu pengetahuan tertentu, sehingga pada gilirannya dapat digunakan untuk memahami, memecahkan, dan mengantisipasi masalah (Harahap, 2020).

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif yang mana dalam penelitian ini bertujuan untuk memahami secara mendalam tentang proses, faktor, serta kendala yang terjadi terkait penagihan tunggakan rekening air dengan menggunakan pendekatan yang menitik beratkan pada konsep

umum dan mendasar serta gejala-gejala yang terjadi dalam kehidupan sosial manusia, yang dijelaskan dengan menggunakan fakta berupa deskripsi dan bukan angka.

Adapun metode penelitian berupa observasi dengan cara mengamati dan meneliti secara langsung serta mencatat tentang informasi melalui wawancara. Peneliti melakukan kegiatan observasi berupa pengamatan selama 45 hari dan wawancara kepada pegawai seksi penagihan dan tunggakan di PDAM Tirta Musi Unit Pelyanan Alang-Alang Lebar yang berlokasi di Jl. Rambutan Ujung No.01 Palembang 30144, Kota Palembang, Sumatera Selatan. Sumber data pendukung didapatkan melalui Aplikasi Himbauan yang khusus digunakan di PDAM Tirta Musi. Peneliti juga melakukan metode penelitian kepustakaan yakni dengan mengumpulkan dan meneliti data pustaka yang diperoleh dari berbagai sumber informasi kepustakaan terkait dengan komunikasi dan penagihan.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang dilakukan di Perumda Tirta Musi Palembang, kegiatan komunikasi terlihat berjalan dengan aktif, terarah, dan berkesinambungan. Petugas penagihan secara aktif menerapkan komunikasi persuasif dan rutin melakukan aktivitas penagihan kepada pelanggan yang menunggak, aktivitas penagihan dilaksanakan setiap hari di seluruh wilayah operasi Perumda Tirta Musi Palembang.

Aktivitas komunikasi dilakukan dengan menerapkan pendekatan emosional yang bersifat empatik dan persuasif. Komunikasi persuasif menjadi bagian penting dari pelayanan penagihan Perumda Tirta Musi Palembang, mengingat bahwa para pelanggan

tentunya memiliki latar belakang ekonomi yang beragam. Oleh karena itu pendekatan dan komunikasi yang digunakan oleh petugas disesuaikan dengan kondisi pelanggan agar pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik. Petugas penagih menyampaikan informasi tunggakan dengan sikap sopan, bahasa yang jelas, serta tidak bersifat menyalahkan dengan menekankan unsur edukasi bukan intimidasi. Selain itu, petugas berupaya memahami kondisi dan kendala pelanggan sebelum memberikan penjelasan terkait kewajiban pembayaran. Dengan menunjukkan kepedulian dan memberikan solusi yang bersifat membantu, masyarakat menjadi lebih mudah memahami informasi tunggakan serta lebih menerima pesan yang disampaikan.

Sebelum itu pesan yang akan disampaikan harus disusun dengan menggunakan bahasa yang sederhana, jelas, dan mudah dipahami oleh pelanggan, yang kemudian disampaikan secara terstruktur dimulai dari penjelasan mengenai jumlah tunggakan, periode pembayaran, hingga konsekuensi yang mungkin terjadi apabila tunggakan tidak diselesaikan, serta menghindari istilah teknis yang sulit dipahami oleh pelanggan agar tidak menimbulkan kesalahpahaman.. Pesan tersebut harus difokuskan pada hal-hal yang penting dan relevan dengan kegiatan penagihan terkait tunggakan rekening air.

Respon pelanggan terhadap informasi terkait tunggakan ini umumnya beragam. Sebagian pelanggan menunjukkan sikap kooperatif dan memahami informasi yang disampaikan dengan baik setelah mendapatkan penjelasan yang jelas dan komunikatif. Namun, terdapat pula pelanggan yang kurang responsif atau mengalami kesulitan dalam memahami

informasi tunggakan, terutama ketika disinggung terkait jumlah dan periode total pembayaran. Setelah dilakukan komunikasi lanjutan secara persuasif dan empatik, tingkat pemahaman pelanggan cenderung meningkat, sehingga mereka lebih terbuka untuk menyelesaikan tunggakan dan menerima solusi yang ditawarkan.

Perlu digaris bawahi para petugas penagih sebelumnya tidak dibekali terlebih dahulu dengan pelatihan atau penataran, jadi aktivitas penagihan ini murni bergantung pada kemampuan petugas penagih itu sendiri. Dari hasil wawancara dan observasi beberapa laporan, diketahui bahwa Perumda Tirta Musi melayani sekitar 355.500 pelanggan per November 2025, dengan catatan sekitar 11% atau sekitar 39.105 dari total pelanggan menunggak setiap bulannya. Angka ini tentunya bukan jumlah yang sedikit, oleh karena itu perlu dilakukan kegiatan penagihan guna kelancaran kegiatan operasional Perumda Tirta Musi Palembang. Penagihan juga dilakukan sebagai upaya meningkatkan kesadaran dan rasa tanggung jawab pelanggan terhadap keberlangsungan layanan air bersih kepada pelanggan itu sendiri.

Sebelum melakukan kegiatan penagihan kepada pelanggan yang menunggak terdapat prosedur yang harus dilakukan oleh petugas antara lain:

- a. Pembacaan Data Meter, ini menjadi awal dari serangkaian prosedur penagihan, kegiatan pembacaan meter dilakukan oleh petugas yang bertanggung jawab dengan mengecek meteran untuk mengetahui kondisi meteran pelanggan. Kegiatan pembacaan meter air dilakukan

pada tanggal 1-20 setiap bulan.

- b. Penginputan data meteran, dilakukan setelah kegiatan pembacaan meter selesai dilakukan, hasil pembacaan meter yang berupa angka besaran pemakaian debit air kemudian di upload untuk didata sebelum rekening air diterbitkan oleh seksi penagihan

**Gambar 1.**

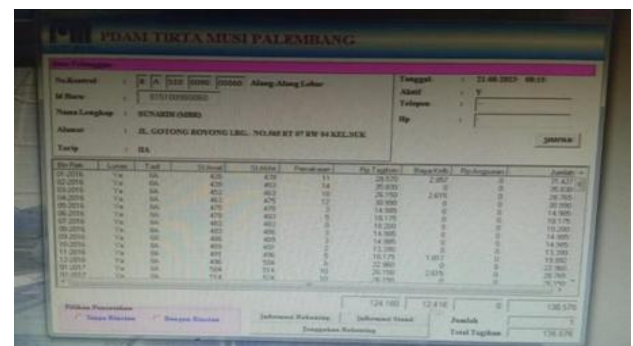
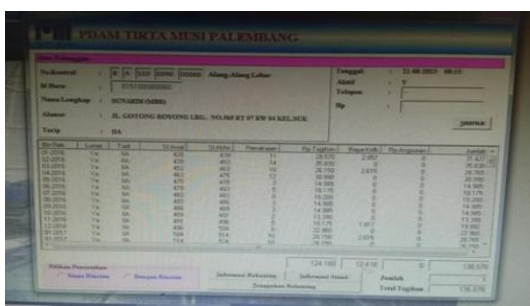
**Tampilan Rekening Air Pelanggan yang Memiliki Tagihan**

- c. Penerbitan rekening air dilakukan pada tanggal 21-30 setiap bulan oleh seksi penagihan untuk mengetahui seberapa besar tagihan pada pelanggan dalam satuan rupiah. Tagihan yang muncul pada bulan berjalan adalah hasil dari pembacaan meter air untuk pemakaian debit air bulan sebelumnya.

**Gambar 2.**

**Tampilan Aplikasi Himbauan**

- d. Pelanggan yang diketahui memiliki tagihan akan di data kembali untuk selanjutnya dikelompokkan berdasarkan blok, kemudian dilakukan penerbitan surat himbauan melalui aplikasi "Himbauan". Aplikasi ini dirancang agar mudah dipahami, karena berfungsi sebagai pendukung layanan Perumda Tirta Musi dan memungkinkan untuk



mendata pelanggan yang memiliki

tunggakan agar diberitahu untuk segera membayar. (Pacu Putra, 2023), hanya dengan mencantumkan nomor kontrol pelanggan maka secara otomatis surat himbauan akan tercetak. Pencetakan surat himbauan hanya dapat dilakukan untuk pelanggan yang terbukti masih memiliki sejumlah tunggakan yang belum dibayarkan.

Sebagai tindakan pertama yang dilakukan dalam melaksanakan komunikasi persuasif, Perumda Tirta Musi Palembang akan melakukan komunikasi persuasif melalui layanan pesan cepat *Whatsapp* kepada pelanggan yang melakukan tunggakan melalui nomor handphone yang sudah tertera di data pelanggan. Perumda Tirta Musi memiliki sistem *Tracking* yang memungkinkan untuk menghubungi para pelanggan yang menunggak secara sekaligus, namun sistem ini masih belum mendukung fitur otomatis sehingga masih dibutuhkan pegawai dalam mengoperasikannya. Petugas akan menghubungi pelanggan untuk memberi tahu mengenai tagihan dan tunggakan yang harus segera dilunasi, petugas juga menginformasikan tentang pembayaran tagihan yang dapat dilakukan pada tanggal 1-20 setiap bulannya oleh pelanggan, serta cara pembayaran tunggakan kepada pelanggan.

Kemudian selanjutnya apabila tunggakan masih belum diselesaikan, Petugas akan mendatangi lokasi pelanggan dengan melakukan pendekatan dan komunikasi persuasif dengan tujuan untuk menginformasikan secara langsung kepada pelanggan serta menghimbau tentang tagihan pelanggan. Petugas melakukan penagihan langsung ke lokasi pelanggan dengan memberikan penjelasan mengenai jumlah dan periode tunggakan, batas waktu pembayaran,

serta konsekuensi administratif yang dapat dikenakan. Dalam proses penyampaian informasi tersebut, petugas mengedepankan komunikasi yang sopan, persuasif, dan humanis agar pelanggan dapat memahami kewajibannya dan bersedia menyelesaikan tunggakan.

Pendekatan langsung ini dilakukan sebagai upaya untuk meminimalkan terjadinya miskomunikasi yang kerap muncul akibat keterbatasan media komunikasi tidak langsung. Dengan bertemu secara langsung, petugas dapat memastikan bahwa informasi mengenai tunggakan benar-benar diterima dan dipahami oleh pelanggan. Selain itu, komunikasi tatap muka memungkinkan petugas untuk menyesuaikan cara penyampaian pesan dengan karakteristik pelanggan, baik dari segi usia, latar belakang pendidikan, maupun kondisi sosial ekonomi pelanggan.

Berdasarkan hasil observasi, pada pelaksanaan penagihan langsung tersebut petugas tidak hanya berperan sebagai penyampai informasi, tetapi juga sebagai komunikator yang berusaha membangun hubungan yang baik dengan pelanggan. Dalam hal inilah petugas melakukan komunikasi persuasif, petugas memberikan kesempatan kepada pelanggan untuk menyampaikan alasan keterlambatan pembayaran, keluhan terkait layanan, maupun keberatan atas besaran tagihan yang diterima. Dengan adanya ruang dialog ini, pelanggan merasa lebih dihargai dan didengarkan, sehingga komunikasi berlangsung secara dua arah dan lebih efektif.

Hasil observasi lainnya menunjukkan bahwa pendekatan persuasif dan humanis yang dilakukan petugas dapat memengaruhi respons pelanggan. Sebagian pelanggan yang sebelumnya bersikap pasif atau menghindari komunikasi menjadi lebih terbuka setelah dilakukan penjelasan secara langsung.

Submit Date: 01 April 2026

Accepted Date: 13 April 2026

Published Date : 14 April 2026

Pelanggan cenderung menunjukkan sikap kooperatif ketika petugas menyampaikan informasi dengan bahasa yang santun, tidak mengintimidasi, serta disertai penjelasan yang logis dan mudah dipahami.

Dengan demikian, peneliti mengetahui bahwa kegiatan penagihan dengan melaksanakan komunikasi persuasif tetap menjadi strategi yang dinilai efektif oleh Perumda Tirta Musi Palembang dalam menekan angka tunggakan. Hal ini tidak hanya bertujuan untuk menagih pembayaran, tetapi juga untuk meningkatkan kesadaran pelanggan akan pentingnya memenuhi kewajiban pembayaran rekening air secara tepat waktu demi keberlangsungan layanan air bersih. Dengan melaksanakan komunikasi persuasif, Perumda Tirta Musi Palembang mampu menciptakan komunikasi yang lebih efektif, membangun pemahaman bersama, serta memperkuat hubungan antara perusahaan dan pelanggan. Namun, untuk mencapai hasil yang optimal, tetap perlu didukung oleh sistem yang akurat, media komunikasi yang memadai, serta kebijakan perusahaan yang dinilai responsif terhadap kondisi pelanggan. Hal-hal ini harus tetap menjadi pengingat bagi Perumda Tirta Musi Palembang guna mendukung tujuan serta visi dan misi Perumda Tirta Musi Palembang itu sendiri.

#### 4. KESIMPULAN

Secara keseluruhan, komunikasi persuasif yang diterapkan oleh Perumda Tirta Musi Palembang terbukti memiliki peran penting dan efektif dalam mendukung kegiatan penagihan tunggakan rekening air. Namun, hal ini masih perlu diperkuat melalui peningkatan sistem, sarana komunikasi, serta kompetensi petugas agar tujuan menekan angka tunggakan dapat tercapai secara lebih optimal. Dalam perspektif

Teori Kredibilitas Sumber (*Source Credibility Theory*), efektivitas komunikasi persuasif dalam penagihan tunggakan sangat dipengaruhi oleh tingkat kredibilitas petugas penagihan sebagai sumber pesan. Aspek keahlian petugas benar benar dibutuhkan dalam menjelaskan rincian jumlah tunggakan, periode pembayaran, prosedur penagihan, serta konsekuensi administratif secara jelas dan sistematis. Ketika petugas mampu menguasai informasi dan menyampaikannya dengan tepat, pelanggan cenderung lebih percaya terhadap kebenaran pesan yang disampaikan dan segera melakukan pelunasan.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Adani, J. (2019). Faktor-Faktor yang Berhubungan dengan Kepatuhan Pembayaran Iuran JKN Pada Peserta Mandiri Di Kota Depok. *Jurnal Ilmiah Kesehatan Masyarakat*.
- Aristyavani, I. (2017). *Persuasi dan Kebijakan Publik*. Yogyakarta: Calpulis.
- Akbar, M. R. (2025, Oktober 24). *Profil PERUMDA Tirta Musi Palembang*. Diambil kembali dari Perumda Tirta Musi Palembang: <https://perumdatirtamusu.co.id/>
- Budyatna, M. (2015). *Teori-Teori Mengenai Komunikasi Antarpribadi*. Jakarta: Kharisma Putra Utama.
- Berger, C. R., Roloff, M. E., & Roskos-Ewoldsen, D. R. (2014). *Handbook Ilmu Komunikasi*. Penerbit Nusa Media.
- Christofora. (2023). *Air dan kesehatan: Mengenai Manfaat Dan Resiko Konsumsi Air*. Cahaya Harapan.

- Google. (2025). Kantor *PERUMDA Tirta Musi Palembang* (Google Map). HYPERLINK  
"https://maps.app.goo.gl/C1vMVaEoHYwWTdwo7"  
<https://maps.app.goo.gl/C1vMVaEoHYwWTdwo7>
- Gunarso, S., Ramadhanita, F. F., Fuadi, M. Hanif, Suminto, M. ady, Mauliansyah, F., Fathiyah, F., Setiyoko, N., Khalil, M., & Gunawan, P. (2024). *Buku Ajar Teori Komunikasi*. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Hanana, A., Elian, N., & Marta, R. (2018). Strategi Komunikasi Persuasif Dalam Menciptakan Masyarakat Sadar Wisata di Kawasan Wisata Pantai Padang, Kota Padang. *Mamangan: Jurnal Ilmu Sosial*.
- Harahap, N. (2020). *Penelitian Kualitatif*. Medan: Wal Ashri Publishing.
- Harahap, M. (2025). Komunikasi Persuasif Badan Pendapatan Daerah Dalam Pemungutan Pajak Bumi dan Bangunan Untuk Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah Di Kota Pekanbaru. *Jurnal Ilmu Komunikasi*.
- Hariato, Y. A. (2017). Mendefinisikan Ulang Komunikasi Persuasif. *The Dynamics of Persuasion: Communication and Attitudes in the Twenty-First Century*, 1–10.
- Hendri, E. (2019). *KOMUNIKASI PERSUASIF Pendekatan dan Strategi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Itasari, A. A. (2024). *Pengantar Komunikasi Persuasif*. UNISRI Press.
- Mayasari, Khakamulloh, M., & Yusup, E. (2020). Analisis Pola Komunikasi Budaya "ngopi" di Komunitas Karawang Menyeduh. *Jurnal Manajemen Komunikasi*.
- Mirawati, I. (2021). Pemanfaatan Teori Komunikasi Persuasif Pada Penelitian E-Commerce Di Era Digital. *Medium*, 9(1), 58–80.  
[https://doi.org/10.25299/medium.2021.vol9\(1\).7443](https://doi.org/10.25299/medium.2021.vol9(1).7443)
- Morissan. (2008). *Manajemen Public Relations*. Jakarta: Prenada Media.
- Muchsin, T. (2017). *Implementasi Good Corporate Governance Pada PDAM Terkait Dengan Fungsi Pelayanan Publik*. Ponorogo: Wade Group Publishing.
- Mutiara, & Siregar, S. (2023). Analisis Penyebab Tunggakan Pembayaran Rekening Air Pelanggan Pada Perusahaan Daerah Air Minum Tirta Sari Binjai. *EBMA*.
- Murniasih, Suparman, R., Mamlukah, & Febriani, E. (2022). Faktor- Faktor Yang Berhubungan Dengan Kepatuhan Pembayaran iuran BPJS Kesehatan Pada Peserta Mandiri Di PUSKESMAS Kertasemaya Kabupaten Indramayu. *Journal Of Public Health Inovation*, 03(01), 41–51.
- Oktaviani, R. M., & Adellina, S. (2016). Kepatuhan Wajib Pajak Ukm. *Dinamika Akuntansi, Keuangan Dan Perbankan*, ISSN: 2302-8556, 5(2), 136–145.

Submit Date: 01 April 2026

Accepted Date: 13 April 2026

Published Date : 14 April 2026

- Rahmaniar. (2024). Optimalisasi Sistem Penagihan Air untuk Pelanggan Menunggak di PDAM Tirta Daroy Kota Banda Aceh. *EKALAYA: Jurnal Ekonomi Akuntansi*.
- Ratu, A., Katuuk, K. A., & Polii, I. J. (2020). Semiotika Perubahan Sikap Tokoh Annelies dalam Fil "Bumi Manusia" Karya Hanung Bramantyo. *Jurnal Bahtra*, 9-10.
- Ripdiansyah, A. (2018). *Prosedur Penagihan Tunggakan...*, Anggi Ripdiansyah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMP, 2018. 1-5.
- Savirani, A., & Rizaldi, A. (2024). *Macetnya Air Kami*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Setiawan, Y. L., Sila, G. E., Hasim, H., Putra, R. E., Bintang, G., & Suhaeri. (2023). *Komunikasi Persuasif dan Negosiasi*. Gita Lentera.
- Setiawan, A. B. (2018). Wajib Pajak Dan Kepatuhan Dalam Pembayaran Pbb P2. *Jurnal AKUNIDA*, 4, 31.
- Soemirat, S., & Suryana, A. (2020). Falsafah dan Konsep-Konsep Dasar Komunikasi Persuasif. *MODUL*, 12-14.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan r&d*. Alfabeta.
- Valdiani, D. (2020). Pola Komunikasi dalam Pemasaran Brand. *Wahana: Media, Bahasa, Sastra, dan Budaya*, 478.
- Saputra, R. A. V. W. (2024). *RETORIKA: Teori dan Teknik Praktis Seni Berbicara di Era Digital*. Wawasan Ilmu.
- Widiani, S. P., & Syafrikurniasari, N. (2020). Pengaruh Pesan Kampanye No Straw Movement di Media Sosial Terhadap Perubahan Sikap Publik. *LUGAS*, 20.