BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini, penulis akan membahas mengenai uraian dan analisis data-data yang dilakukan dalam kurun waktu kurang lebih 2 minggu pada bulan juni dengan cara wawancara mendalam dengan humas Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Bandung, dan sekaligus menguraikan hasil penelitian yang dilakukan di Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Bandung yaitu mengenai Peranan Humas Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan bagi pelanggannya di daerah Linggawastu Kec Bandung Wetan.

Hasil penelitian ini diperoleh dengan teknik wawancara yang mendalam (*Indeepth Interview*) dengan informan sebagai bentuk pencarian data dan observasi langsung dilapangan yang kemudian peneliti analisis.

Analisis ini sendiri lebih terfokus kepada peranan Humas Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Bandung dalam meningkatkan citra perusahaan, yang dikaitkan kepada beberapa unsur atau indikator peranan, dari sini dapat terlihat apakah humas Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) memiliki peran untuk meningkatkan citra perusahaan.

Jumlah yang di jadikan informan dan sumber data penelitian sebanyak lima orang yaitu, Kepala Sub Bid Humas dan Staf Humas yang dijadikan sebagai

subjek penelitian. Agar pembahasan lebih terarah dan sistematis maka peneliti membagi menjadi 3 bagian, yaitu :

1. Informan Penelitian.
2. Deskripsi Hasil penelitian.
3. Pembahasan Hasil Penelitian.

Adapun informan kunci pada penelitian ini adalah karyawan Divisi Humas Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Bandung sebanyak 5 orang, lebih jelasnya dapat dilihat di dalam tabel.

Tabel 4.1

Data Informan Divisi Humas Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Bandung

No.	Nama	Keterangan/Jabatan
1	Meliana Sapartini, S.IP	Ka. Sub. Bid Humas
2	Dra. Imas Sulaemi	Anggota
3	Asep Rahmat Hidayat	Anggota
4	M. Indra Pribadi, S.IP	Anggota
5	Firman Indra Kusuma	Anggota

Sumber : *Company Profile* Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Bandung, 2010.

4.1. Profil Informan Penelitian

1. Bapak Firman Indrakusuma

   Selama penelitian dan wawancara Pak Firman merupakan informan yang sangat baik dan sangat ramah, beliau memberikan kesan pertama yang sangat menerima peneliti untuk penelitian di Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Bandung, selain itu tidak adanya jaga jarak dengan peneliti, sehingga peneliti lebih leluasa untuk mewawancarai dan peneliti tidak mempunyai rasa segan meminta data-data perusahaan Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Bandung, setekah itu beliau pun menjawab semua pertanyaan-pertanyaan dengan blak-blakan masalah yang ada di Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Bandung yang sesuai dengan pertanyaan dari peneliti, beliau merupakan salah satu Staf di Bagian Humas di Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Bandung. Beliau pertama bekerja di Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Bandung sebagai anggota di bagian bagian Humas hingga sekarang. Beliau adalah seorang yang pekerja keras, dan penuh dengan rasa tanggung jawab dalam setiap pekerjaan yang dikerjakannya.

2. Ibu Dra. Imas Sulaemi

   Peneliti dapat memberi kesan terhadap informan penelitian ini orang Bandung asli dilihat dari nama dan gaya bahasa yang beliau tuturkan kepada peneliti selama peneliti melakukan wawancara anatara campuran

bahasa Indonesia dengan bahasa Sunda, beliau sangat ramah dan baik, penuh rasa humor dan murah senyum, sehingga peneliti pun merasa senang jika bertemu dengan beliau, beliau pun selalu memberikan perhatian kepada peneliti karena beliau selalu menanyakan kondisi peneliti dan hasil karya peneliti, beliau yang lahir di Bandung pada tanggal 30 November 1967 adalah seorang Anggota Sub Bidang Humas di Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Bandung, saat ini beliau tinggal di Jalan Cidurian Utara No. 43 Bandung. Beliau tinggal bersama suami dan dua orang anak. Beliau memulai pendidikan di tingkat Universitas, tepatnya di Sekolah Tinggi Bahasa Asing (STBA).

3. Bapak Muhammad Indra Pribadi.S.IP

   Selama dari awal penelitian, peneliti jarang sekali bertemu, berbincang-bincang dan bahkan bertatap muka dengan salah satu informan ini, selama penelitian, peneliti tidak tahu lebih dalam, hanya saja tahu bahwa beliau menuliskan didaftar wawancara bahwa beliau telah bekerja selama 7 tahun di Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Bandung, tetapi beliau masih bisa menyempatkan kesempatan untuk mengisi daftar wawancara di sela kesibukannya.

4. Ibu Meliana Sapartini, S.IP

   Informan yang satu ini merupakan kepala sub. Bidang Humas di Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Bandung, beliau merupakan informan yang paling sibuk dan paling susah untuk ditemui,

namun beliau sangat baik, ramah dan terbuka bahkan dia menerima ketika peneliti menanyakan permasalahan yang ada di Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Bandung melalui SMS, beliau lahir pada tanggal 23 Mei 1967. Beliau tinggal di Jalan Lele No. 8 Bandung. Beliau memulai pendidikan di Universitas Langlang Buana (UNLA) Bandung. Setelah lulus kuliah, beliau bekerja di PDAM Kota Bandung. Beliau telah bekerja selama 20 tahun.

5. Bapak Asep R Hidayat

   Informan yang satu ini merupakan hal yang sama dengan informan bernama Bapak Indra, peneliti jarang sekali bertemu dengan beliau, mungkin karena beliau terlalu sibuk dengan pekerjaannya. Informasi Peneliti yang didapat dari beliau yaitu bahwa beliau telah bekerja selama 17 tahun. Beliau bekerja di bagian Staf Humas Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Bandung.

4.2. Deskripsi Hasil Penelitian

Pada bagian ini peneliti akan mendeskripsikan mengenai pembahasan yang dilakukan lewat wawancara mendalam kepada informan penelitian. Pada penelitian ini, peneliti mewawancarai 5 orang sebagai informan penelitian yang berkompeten dibidangnya. Pendeskripsiannya dapat kita lihat sebagai berikut:

4.2.1. Perencanaan yang dilakukan oeh Humas Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Bandung dalam meningkatkan citra perusahaan bagi pelanggannya di daerah Linggawastu Kec. Bandung Wetan.

Sebelum melakukan kegiataan Humas harus memperhitungan rencana-rencana yang akan dilakukan dan rencana-rencana tersebut harus memikirkan tujuan-tujuan perusahaan. Meletakkan sasaran, formulasi strategi dan perencaan adalah hal yang sangat penting, perencanaan Humas harus memasukkan sasaran yang jelas untuk mencapai tujuan yang di inginkan.

Dalam hal ini rencana yang dilakukan oleh Humas Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Bandung dalam usaha meningkatan citra perusahaan haruslah sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai.

Rencana yang dilakukan oleh Humas Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Bandung antara lain adalah mengadakan kunjungan langsung pihak perusahaan seperti direksi beserta seluruh jajarannya ke lokasi sehingga pihak perusahaan dapat berdialog dan berinteraksi dengan warga mengenai jasa air bersih, dengan diadakannya kegiatan tersebut, maka perusahaan dapat mengetahui masalah-masalah yang dihadapi oleh warga yang berkaiatan dengan jasa air bersih, seperti masalah pelayanan yang diberikan oleh Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Bandung terhadap

warga di daerah Linggawastu Kec. Bandung Wetan sehingga Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Bandung dapat mengambil langkah penyelesaian secara tepat .

Seperti hasil wawancara dengan Ibu Meliana Sapartini, selaku Ka. Sub. Bid Humas, yang memberikan informasi pada peneliti, dan proses dialog dilakukan di ruang Humas Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Bandung, "perencanaan yang dilakukan yaitu mengadakan acara temu pelanggan dengan pengguna jasa air bersih di derah linggawastu secara rutin"[1]

Selanjutnya peneliti melanjutkan wawancara dengan informan yang bernama Bapak Firman Indra Kusuma, berikut hasil wawancaranya,

> "pencintraan perusahaan lewat kunjungan langsung direksi beserta seluruh jajarannya kelokasi untuk berdialog langsung dengan warga mengenai jasa air bersih PDAM Kota Bandung."[2]

Informasi lainnya dilanjutkan dengan melakukan wawancara dengan informan lainnya, yaitu Bapak Asep R. Hidayat, "memfasilitasi atas pelayanan dan kekurangan pelayanan PDAM Kota

[1] Wawancara pada hari Rabu,30 Juni 2010.

[2] Wawancara pada hari Senin, 28 Juni 2010.

Bandung terhadap masyarakat dengan mengunjungi ke tempat pelanggan."[3]

Selanjutnya informasi juga didapat dari informan Ibu Imas Sulaemi selaku anggota Humas Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Bandung, yang mengutarakan pernyataan yang singkat, yaitu, "memberikan pelayanan terbaik pada warga"[4]

Untuk mempertajam pembahasan, peneliti melanjutkan pencarian informasi kepada informan yang juga sebagai anggota Humas Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Bandung, yaitu "dengan cara penyurveian langsung ke warga-warga atau dengan cara berinteraksi mengenai masalah-masalah yang ada di Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) di mata masyarakat."[5]

Dilihat dari hasil antara informan denga peneliti, informan menjawab dengan arahan yang sama dengan informan lainnya, seluruh informan memberikan jawaban pertanyaan peneliti dengan sangat singkat namun jelas.

[3] Wawancara pada hari selasa, 29 Juni 2010.

[4] Wawancara pada hari

[5] Wawancara pada hari Rabu, 30 Juni 2010.

Menurut **Frank Jefkins** yang dikutip oleh **Neni Yulianita** dalam buku yang berjudul **"Dasar-dasar Public Relations"** tujuan Humas adalah "Meningkatkan *favorable image*/citra yang baik dan mengurangi atau mengkikis habis sama sekali *unfavorable image*/citra yang buruk terhadap organisasi tersebut". (Yulianita, 1999 : 42).

Tujuan humas secara umum yang pada prinsipnya menekankan tujuan pada aspek citra. Citra merupakan salah satu tujuan penting bagi sebuah perusahaan, karena dengan memiliki citra yang baik, sebuah perusahaaan akan dinilai baik. Hal ini memberikan pengaruh pada tingkan kepercayaan publik-publiknya.

Adapun tujuan dari kegiatan yang diadakan oleh Humas Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Bandung adalah meningkatkan citra perusahaan dimata pelanggan jasa air bersih di daerah Linggawastu Kec Bandung Wetan, ataupun para pelanggannya sehingga Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Bandung dapat bermitra (berhubungan baik) dengan pelanggannya di daerah Linggawatu Kec Bandung Wetan dan dapat memberikan pelayanan yang terbaik dan tumbuhnya kepercayaan pelanggan terhadap Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Bandung dalam memberikan pelayanan air bersih.

Seperti hasil wawancara dengan Ibu Meliana Sapartini, selaku Ka. Sub. Bid Humas dan anggota Humas lainnya sebagi informan,

yang memberikan informasi pada peneliti namun menuai jawaban yang sama antara Anggota Humas denga Ketua Humas Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Bandung dan proses dialog dilakukan di ruang Humas Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Bandung, yaitu "memberikan citra yang positif dari pelanggan bagi Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Bandung."[6]

Seperti hal yang peneliti lakukan penelitian mengenai citra perusahaan, Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Bandung mempunyai tujuan dari kegiatan yang Humas lakukan guna mencapai taraf perusahaan yang baik atau citra yang positif bagi pengguna jasa dari Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Bandung dengan memberikan pelayanan yang baik dan secara cepat dalam menanggapi keluhan-keluhan teknis.

4.2.2. Kegiatan Yang Dilakukan Oleh Humas Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Bandung dalam Meningkatkan Citra Perusahaan bagi pelanggannya di daerah Linggawastu Kec. Bandung Wetan.

Kegiatan humas adalah kegiatan yang terencana, artinya setiap kegiatan yang dilakukan oleh *public relations* telah melalui tahap-tahap dimana setiap tahapan ini melalui perencanaan yang matang dan terorganisir.

[6] Wawncara pada hari Rabu, 30 Juni 2010

Dalam usaha meningkatkan citra perusahaan, maka Humas Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Bandung mengadakan kegiatan sosialisasi kepada warga, memberikan informasi melalui booklet atau leaflet informasi, jasa pelayanan, jasa pengaduan 24 jam melalui website dan dialog interkatif di Stasiun Radio Swasta di Bandung

. Seperti hasil wawancara dengan anggota Humas sebagai informan, yang memberikan informasi pada peneliti namun menuai jawaban yang sama antara Anggota Humas dengan Ketua Humas Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Bandung dan proses dialog dilakukan di ruang Humas Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Bandung, yaitu "memberikan pelayanan semaksimal mungkin terhadap masyarakat dengan memberikan juga jasa pelayanan air bersih terhadap pelanggan secara optimal."[7]

Namun berbeda yang disampaikan oleh Ka.Sub.Humas Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Bandung yaitu Ibu. Meliana Sapartini, dalam wawancara dengan peneliti, informan menyampaikan sebagai berikut, "mengadakan sosialisasi, memberikan booklet, leaflet informasi dan penediaan pengaduan selama 24 jam."

[7] Wawancara pada hari Senin, 28 Juni 2010

Berikut contoh gambar booklet dan leaflet Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Bandung untuk memudahkan mencari informasi tentang Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Bandung.

Kegiatan yang dilakukan oleh humas Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Bandung adalah mengadakan pertemuan-pertemuan antara pihak perusahaan dengan warga yang terkait sehingga terjadinya dialog atau interaksi antar mereka, dari dialog atau interaksi tersebut dapat diketahui apa saja permasalahan yang dihadapi oeh warga, sehingga pihak perusahaan dapat menangani secara tepat dan mengadakan dialog interaktif di radio.

Jasa pelayanan air bersih terhadap warga, Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Bandung sebagai perusahaan air berusaha memberikan jasa pelayaaan air bersih dengan optimal terhadap pelanggannya.

Membagikan booklet atau leatflet yang berisikan informasi tentang program-program Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) ataupun yang berkaitan dengan pelayanan Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) dalam memenuhi kebutuhan air bersih bagi pelanggannya. Sehingga dengan adanya kegiatan tersebut Humas Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) dapat meningkatkan citra perusahaan bagi pelanggannya.

Dalam hal ini semua informan menjawab secara serentak dan hampir semua mempunyai pemikiran yang sama yaitu“melayani penggan secara maksimal dangan secepat mungkin dan sosialisasi informasi Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Bandung”[8]

4.2.3. Pesan Yang Disampaikan Oleh Humas Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Bandung Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan bagi pelanggan di daerah Linngawastu Kec. Bandung Wetan.

Pesan *(massage*), merupakan seperangkat lambang bermakna, yang disampaikan oleh komunikator (Effendy, 2003:18). Pesan juga dapat berfungsi sebagai informasi yang kita butuhkan yang disampaikan komunikator kepada komunikan. Pesan yang disampaikan oleh Humas dapat dilihat dari bagaimana pengemasan pesan itu sendiri menyampaikannya, program-program yang ada di perusahaan tentunya akan dipublikasikan.

Pesan yang disampaikan oleh Humas Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) yaitu :” Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Bandung berusaha memberikan pelayanan yang optimal terhadap pelanggannya”. Diharapkan pesan tersebut dapat menimbulkan perhatian dan pengertian di pihak pelanggannya, dan pelanggan dapat

[8] Wawancara pada 5 informan, Senin, 28 Juni 2010

mengetahui bahwa Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Bandung berusaha memberikan pelayanan yang optimal.

Berikut hasil wawancara mendalam dengan informan yaitu Ka.Sub.Humas Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Bandung, Ibu Meliana Sapartini yaitu sebagai berikut, "Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Bandung akan terus berupaya meningkatkan pelayanannya kepada pelanggan."[9]

Adapun pesan yang disampaikan oleh informan lain pada saat peneliti melakukan wawancara kepada Bapak Asep R. Hidayat, Pak Firman, Bu Imas dan Pak Indra yaitu,

> "Semoga Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Bandung dapat meningkatkan kualitas dan kuantitasnya terhadap masyarakat sehingga warga merasakan pelayanan yang terbaik dari Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Bandung"[10]

Pesan yang disampaikan oleh Humas Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Bandung haru dikemas sedemikian rupa sehingga pesan mempunyai daya tarik, sehingga pesan yang disampaikan membuat pelanggan memiliki rasa mengetahui, membaca dan memahani isi dari pesan tersebut.

[9] Wawancara pada hari Rabu, 30 Juni 2010

[10] Wawancara pada hari Selasa,29 Juni 2010

Pesan yang disampaikan oleh Humas Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Bandung adalah “Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Tirtawening berusaha memberikan pelayanan yang optimal terhadap pelanggannya”. Pesan tersebut memiliki makna dan daya tarik yaitu, bahwa Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Bandung selalu berusaha memberikan pelayanan terhadap pelanggannya sehingga pelanggannya merasa puas atas pelayanan yang diberikan.

Dari rasa puas pelanggan tersebut, dapat menimbulkan hubungan baik antara pelanggan dengan Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Bandung, sehingga akan adanya kepercayaan pelanggan terhadap pihak Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) M Kota Bandung.

Seperti hasil wawancara dengan anggota Humas sebagai informan, yang memberikan informasi pada peneliti namun menuai jawaban yang sama antara Anggota Humas dengan Ketua Humas Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Bandung dan proses dialog dilakukan di ruang Humas Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Bandung, yaitu sebagai berikut,“melayani pelanggan secara maksimal dengan sebaik mungkin”[11]

[11] Wawancara pada hari Rabu, 30 Juni 2010

4.2.4. Media Yang Digunakan Oleh Humas Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Bandung Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan bagi pelanggannya didaerah Linggawastu Kec. Bandung Wetan.

"Media adalah saluran atau sarana komunikasi yang sering digunakan oleh praktisi *public relations* untuk menyampaikan pesan kepada publiknya", (Rolan, 1999:199).

> "Media adalah saluran untuk menciptakan hubungan yang baik dan harmonis dalam rangka memperoleh kesediaan kerjasama diantara rekan-rekan se-tim menjadi bagian dari organisasi/perusahaan serta memungkinkan orang-orang tersebut untuk ikut berpartisipasi dan berprestasi lebih tinggi dengan menciptakankepuasan dari hasilnya" (Yulianita, 2005:59).

Dalam meningkatkan citra Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM), humas Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Bandung menggunakan media leaflet, brosur dan booklet selain menggunakana media tersebut Humas Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) M Kota Bandung menggunakan media elektronik yaitu radio dan media massa, media tersebut dianggap efektif dan mempunyai pengaruh yang cukup besar dalam menyebarkan informasi yang berkaitan dengan perusahaan, seperti program-program yang akan diadakan, tentang pelayanan air bersih terhadap pelanggan.

Gambar 4.1 Boklet dan leaflet Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Bandung



Sumber : *Company Profile* Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Bandung 2010.

Seperti hasil wawancara dengan anggota Humas sebagai informan, yang memberikan informasi pada peneliti namun menuai jawaban yang sama antara Anggota Humas dengan Ketua Humas Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Bandung dan proses dialog dilakukan di ruang Humas Perusahaan Daerah Air Minum

(PDAM) Kota Bandung, yaitu sebagai berikut, “bisa melalui telepon dan website dan lain-lain dan memakai Boklet dan leaflet.”[12]

4.2.5. Evaluasi Humas Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Bandung Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan bagi pelanggannya didaerah Linggawastu Kec. Bandung Wetan.

Evaluasi adalah mengadakan evaluasi tentang suatu kegiatan, apakah rencana, tujuan dan kegiatan sudah tercapai atau belum, media yang digunakan sudah tepat dan pesan yang disampaikan dapat diterima baik oleh pelanggan. Dengan melakukan evaluasi, Humas dapat mengetahui apakah rangkaian semua rencana, tujuan dan kegiatan yang telah ditetapkan berhasil.

Hasil yang ingin dicapai oleh Humas Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Bandung dari semua rangkaian rencana, tujuan dan kegiataan yang dilakukan yaitu citra dan pandangan yang baik dimata pelanggan Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) M sehingga dapat meningkatkan kinerja atau pelayanan PDAM, selain itu juga pelanggan dapat memahami permasalahan yang dihadapi oleh Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM).

Hasil dari wawancara mendalam dan dialog yang dilakukan peneliti, seperti dengan informan Indra Pribadi, anggota Humas Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Bandung, yang

[12] Wawancara pada hari Rabu, 30 Juni 2010

menyatakan bahwa: “citra/pandangan positif serta baik di mata masyrakat.”[13]

Selanjutnya wawancara dilanjutkan kepada anggota Humas lain yaitu bapak Asep, beliau mengatakan, “citra dan pandangan yang baik di mata masyarakat pelanggan Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) sehingga meningkatkan kinerja Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Bandung.”[14]

Adapun pernyataan lain yang peneliti dapatkan, setelah peneliti mewawancarai informan yang lain, Ibu Meliana Sapartini mengatakan “masyarakat/pelanggan memahami permasalahan Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Bandung dan setelah itu membuat citra yang positif dari pelanggan.”[15]

Sedangkan pernyataan singkat dari informan Pak Firman dan Ibu imas adanya kesamaan dalam jawaban yaitu “Citra positif dari pelanggan.”[16]

Setelah melakukan evaluasi terhadap serangkain rencana dan tujuan, kegiatan, maka Humas Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Bandung melakukan tindak lanjut, tindak lanjut adalah

[13] Wawancara pada hari Rabu, 30 Juni 2010

[14] Wawancara pada hari Selasa, 29 Juni 2010

[15] Wawancara pada hari Rabu, 30 Juni 2010

[16] Wawancara pada hari Senin, 28 Juni 2010

tindakan yang akan dilakukan setelah diadakan evaluasi, tindak lanjut ini dilakukan agar hasil yang telah dicapai dapat dipertahankan ataupun diperbaiki dari yang baik menjadi lebih baik lagi.

Dalam hal ini tindak lanjut Humas Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Bandung dalam meningkatkan citra perusahaan yaitu:

1. menindak lanjuti dan melaksanan perbaikan atau pengaduan-pengaduan yang disampaikan oleh pelanggan.
2. Merespon atau menanggapi pengaduan-pengaduan yang disampaikan oleh pelanggan.

Dengan menindak lanjuti pengaduan-pengaduan yang disampaikan oleh pelanggan, Humas Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Bandung berupaya memberikan pelayanan yang optimal sebagai mana yang disampaikan dalam pesan, dan misi perusahaan.

Hasil dari wawancara mendalam dan dialog yang dilakukan peneliti, seperti dengan informan Pak Indra, anggota Humas, yang menyatakan “selalu merespon dengan cepat terhadap setiap keluhan atau masalah mengenai Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Bandung yang dirasakan oleh para pelanggan.”[17]

[17] Wawancara pada hari Rabu, 30 Juni 2010

Lebih lanjut peneliti melakukan wawancara mendalam dengan informan Pak Asep R.H, sebagai anggota humas Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Bandung, menyebutkan bahwa "selalu merespon dan menanggapi keluhan pelanggan sekecil apapun keluhan tersebut."[18]

Selanjutnya wawancara dilanjutkan dengan informan Ibu Meliana, sebagai kepala sub. Bagian Humas, yang mengatakan bahwa "menindak lanjuti dan melaksanakan perbaikan/pengaduan yang disampaikan pelanggan."[19]

Informan Pak Firman dan Ibu Imas menjawab pertanyaan dari peneliti secara singkat, namun cukup jelas untuk dipertanggung jawabkan oleh Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Bandung mereka mengatakan "merespon dan tanggap setiap keluhan dari pelanggan."[20]

Untuk mempertahankan atau menjaga citra perusahaan , maka humas Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) melakukan upaya pencegahan upaya. Upaya pencegahan adalah usaha-usaha Humas Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Bandung dalam mempertahankan dan menjaga citra perusahaan, upaya pencegahan

[18] Wawancara pada hari Selasa, 29 Juni 2010

[19] Wawancara pada hari Rabu, 30 Juni 2010

[20] Wawancara pada hari Senin, 28 Juni 2010

yang dilakukan antara lain, selalu memeriksa segala sesuatunya agar terjamin baik, meminimalisir setiap gangguan yang ada dalam pelayanan air bersih kepada pelanggan sehingga kesalahan-kesalahan yang terjadi dapat di perkecil.

Hasil dari wawancara mendalam dan dialog yang dilakukan peneliti, seperti dengan informan Pak Indra, anggota Humas, yang menyatakan "akan selalu mengecek segala sesuatunya dengan rutin agar meminimalisirkannya setiap gangguan yang dapat mengganggu kenyamanan pelanggan."[21]

Lebih lanjut peneliti melakukan wawancara mendalam dengan informan Pak Asep R.H, sebagai anggota humas PDAM Kota Bandung, menyebutkan bahwa, "selalu memeriksa dan memantau segala sesuatunya, sehingga jika ada kesalahan dapat segera di cegah dan diminimalisir."[22]

Selanjutnya wawancara dilanjutkan dengan informan Ibu Meliana, sebagai kepala sub. Bagian Humas, yang mengatakan bahwa "melalui himbauan-himbauan kepada masyarakat/pelanggan dan karyawan Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Bandung."[23]

[21] Wawancara pada hari Rabu, 30 Juni 2010

[22] Wawancara pada hari Selasa, 29 Juni 2010

[23] Wawancara pada hari Rabu, 30 Juni 2010

Kemudian wawancara dilakukan dengan Ibu Imas sebagai anggota humas Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Bandung yang mengatakan bahwa "selalu memeriksa segala sesuatunya agar terjamin baik."[24]

Lebih lanjut peneliti melakukan wawancara mendalam dengan informan Pak Firman, sebagai anggota humas Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Bandung, menyebutkan bahwa "meminimalisir setiap gangguan yang ada dalam pelayanan air bersih kepada pelanggan."[25]

4.2.6. Peranan Humas Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Bandung Dalam Meningkatkan Citra Perusahan Bagi pelanggan didaerah Linggawatu Kec Bandung Wetan.

Peranan humas Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) dalam meningkatkan citra perusahaan sebagai perencana dan penanggung jawab selain meningkatkan citra perusahaan, Humas Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Bandung juga berusaha mewujudkan misi perusahaan yaitu berupaya meningkatkan pelayanan terhadap pelanggannya. Humas Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Bandung telah berperan baik dalam meningkatkan citra perusahaan karena perencanaan yang telah ditelah ditetapkan

[24] Wawancara pada hari Selasa, 29 Juni 2010

[25] Wawancara pada hari Senin, 28 Juni 2010

tersebut berjalan dengan baik, kegiatan yang dijalankan dapat sambutan yang baik dari pelanggannya, pesan yang disampaikan dapat dimengerti oleh pelanggan dan media yang digunakan pun dapat menyampaikan langsung kepada pelanggannya.

Peranan humas Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Bandung pun diharapkan juga menjadi mata dan telinga serta tangan kanan bagi organisasi/perusahaan, yang ruang lingkupnya antara lain melakukan aktivitas membina hubungan ke dalam (publik internal), dan membina hubungan ke luar (Publik eksternal).

Sebagai perencana dan penanggung jawab, Humas Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Bandung dalam meningkatkan citra perusahaan telah berperan baik, hal ini dapat dilihat dari keberhasilan kegiatan yang dilakukan oleh Humas Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Bandung, timbulnya kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan, terjalinnya hubungan baik dengan pelanggannya dan meningkatnya pelayanan adalah tolak ukur dari keberhasilan Humas Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Bandung.

Peranan humas Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Bandung pun diharapkan juga menjadi mata dan telinga serta tangan kanan bagi organisasi/perusahaan, yang ruang lingkupnya antara lain

melakukan aktivitas membina hubungan ke dalam (publik internal), dan membina hubungan ke luar (Publik eksternal).

"Peranan humas diharapkan menjadi mata dan telinga serta tangan kanan bagi top manajemen dari organisasi/perusahaan, yang ruang lingkupnya antara lain meliputi aktivitas membina hubungan ke dalam(Publik internal), dan membina hubungan ke luar (Publik Eksternal)".(Ruslan, 1998:115).

Jika dilihat dari penjelasan di atas, peranan Humas PDAM Kota Bandung dalam meningkatkan citra perusahaannya yaitu sebagai perencana dan penanggung jawab dalam meningkatkan citra perusahaan dan juga humas bertindak di dalam membina hubungan baik ke dalam (publik internal) dan membina hubungan ke luar (publik eksternal) adalah agar terjalin hubungan yang harmonis dan tercipta citra yang positif bagi perusahaan dan terjalin kerja sama yang dapat menguntungkan antara kedua belah pihak.

4.3. Pembahasan Penelitian

Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Bandung merupakan salah satu badan usaha milik Negara yang bergerak dibidang pelayanan dan jasa air bersih, dituntut mempunyai citra posif, dalam meningkatkan citra perusahaan, peran Humas PDAM Kota Bandung sangat penting,

Penelitian ini melakukan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif analisi yang menggambarkan deskriptif peranan Humas dalam meningkatkan citra perusahaan. Sedangkan teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti adalah teknik wawancara secara mendaklam dan studi pustaka.

Wawancara tersebut dilakukan kepada kepala bid sub Humas dan Staff Humas. Dari pembahasan yang telah diuraikan dan dijelaskan pada sub bab hasil penelitian bahwa peranan Humas PDAM Kota Bandung telah berperan baik ini dapat dilihat dari keberhasilan rencana dan kegiatan yang te;ah ditetapkan dan dilakukan bersama. Kegiatan tersebut menjadi salah satu program humas PDAM Kota Bandung.

Menurut **Onong Uchjana Effendy**, Peranan adalah: “Sesuatu yang menjadi bagian atau yang memegang pimpinan secara menonjol dalam sautu peristiwa”. (Effendy, 1989 : 315)

Dari definisi diatas maka dapat dinyatakan bahwa seseorang / kelompok dapat dikatakan berperan dengan baik jika tindakan atau keterlibatan orang itu dominan atau menonjol diantara yang lainnya sehingga memberikan dampak yang besar terhadap suatu peristiwa. Artinya bahwa humas yang berada di PDAM Kota Bandung dikatakan sudah berperan dengan baik jika perencaaan yang dilakukan oelh humas PDAM Kota Bandung mendapatkan keberhasilan, sehingga dapat meningkatkan citra perusahaan yang dilakukan. Analisis terhadap perilaku peranan dapat dilakukan melalui tiga pendekatan:

1. Ketentuan Peranan
2. Gambaran Peranan

3. Harapan Peranan

Ketentuan peranan adalah pernyataan formal dan terbuka tentang perilaku yang harus ditampilkan oleh seseorang dalam membawa perannya.

Gambaran peranan adalah suatu gambaran tentang perilaku yang secara actual ditampilkan seseorang dalam membawa perannya, sedangkan

Harapan peranan adalah harapan orang-orang terhadap perilaku yang ditampilkan seseorang dalam membawakan peranannya(Berlo,1961:153).

Jika diaplikasikan dengan penjelasan diatas maka peranan yang dimaksudkan Berlo dalam pernyataan tersebut adalah perilaku pemimpin dalam membawa peranannya dimana peranan perilakunya itu ditampilkan. Tentunya akan memberikan masukan ataupun citra positif kepada perusahaan dan juga membantu publik / khalayaknya. Seseorang dapat berperan baik jika keterlibatan orang tersebut dominan atau menonjol sehingga bisa memberikan dampak yang besar atau solusi pada suatu permasalahan yang dihadapi. Peranan dapat diaritkan pula sebagai sesorang yang memiliki andil yang besar dalam suatu peristiwa, kegiatan atau kejadian.

Menurut katz dalam (Soemirat dan Ardianto, 2005 : 114), yaitu :

> “Berbagai citra perusahaan datang dari pelanggan perusahaan, pelanggan potensial, banker, staff perusahaan, pesaing, distributor, pemasok, asosiasi dagang, dan gerakan pelanggan di sector perdagangan yang mempunyai pandang terhadap perusahaan”.

Sedangkan menurut **Frank Jeffkins** dalam (Soemirat dan Ardianto, 2005 : 114) menyebutkan bahwa, “Citra adalah kesan yang dipeoleh seseorang/individu tentang sesutau yang muncul sebagai hasil dari pengetahuna dan pengalamannya.

Dari denifisi tersebut terlihat bahwa bagi suatu perusahaan citra dapat diartikan sebagai persepsi masyarakat terhadap jati diri perusahaan.

Peranan humas Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) dalam meningkatkan citra Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Bandung, sangat penting, jika peran humas dapat dijalankan dengan baik maka, citra Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Bandung dapat meningkat, tapi sebaliknya, jika humas Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Bandung tidak dapat menjalankan dengan baik maka citra Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Bandung tidak dapat meningkat.

Dalam sub bab ini peneliti akan mendeskripsikan hasil dari penelitian tersebut dengan menghubungkan teori yang dipakai dalam penelitian ini yaitu:

1. **Perencanaan (*Planning)***.

   Didalam perannya Humas Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Bandung harus dapat bergerak sebagai perencana dan penangung jawab atas keberhasilan rencana tersebut.

   Dengan perencanaan yang baik Humas Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Bandung tentunya dapat melakukan dan memperhitungkan tindakan yang mereka ambil. Dalam kegiatan Humas perencanaan yang terencana sangat menentukan tercapai tujuan perusahaan. Perencaan Humas harus memasukkan sasaran yang jelas untuk mencapai tujuan perusahaan, dan strategi untuk mencapai sasaran,

taktik untuk merealisasikan stratedi dan pengukuran keberhasilan strategi yang dilakukan.

Rencana yang akan dilakukan oleh Humas Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Bandung yaitu mengadakan pertemuan-pertemuan dengan para pelanggan atau kunjungan langsung direksi berseta staf sehingga terjadi interaksi dan dialog-dialog, dari interaksi dan dialog-dialog tersebut perusahaan dapat mengetahui permasalahan yang dihadapi oleh pelanggan, sehingga perusahan dapat mengambil tindakan untuk menyelesaikan permasalahan tersebut secara tepat.

2. Kegiatan

Dalam upaya menjalankan tujuan yang telah ditetapkan, maka selanjutnya melaksanakan kegiatan, dalam hal ini kegiatan yang akan dilakukan oleh Humas Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Bandung yaitu mengadakan kunjungan langsung direksi beserta para staffnya ke lokasi, dari kegiatan tesebut diharapkan pihak perusahaan mengatasi permasalah-permasalah apa saja yang dihadapi oleh para pelanggannya, dengan mengadakan kegiatan tersebut pihak perusahaan menunjukan kepeduliannya terhadap para pelanggannya, menjalin hubungan yang baik dengan pelanggannya dan meningkatkan pelayanan terhadap pelanggannya, sehingga akan timbul kepeercayaan dari pelanggannya hal tersebut dapat meningkatakan citra perusahaan.

Selain mengadakan kegiatan tersebut, Humas Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Bandung juga mengadakan dialog interaktif di stasiun radio, dan mengadakan kegiatan sosialisasi terhadap pelanggan.

3. Pesan

Pesan adalah informasi yang disampaikan oleh Humas PDAM Kota Bandung kepada pelanggannya, pesan tersebut harus sesuai dengan misi PDAM Kota Bandung, pesan yang disampaikan pun harus dapat menimbulkan pengertian dan perhatian, pesan tersebut dikemas sedemikian rupa hingga mempunyai daya tarik yang membuat pelanggan ingin mengetahui, membaca dan memahami.

Sehingga pesan yang disampaikan dapat diterima baik oleh pelanggan, dan tidak menimbulkan salah pengertian antara perusahaan dengan pelanggan.

Pesan yang disampaikan oleh Humas Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Bandung yaitu :

“Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Tirtawening Kota Bandung Akan Terus Berupaya Meningkatkan Pelayanan Kepada Pelanggan.”

4. Media

"Media adalah saluran atau sarana komunikasi yang sering digunakan oleh praktisi *public relations* untuk menyampaikan pesan kepada publiknya", (Rolan, 1999:199).

Media yang digunakan harus dapat menyampaikan pesan kepada publiknya, sehingga pesan tersebut dapat dimengerti dan diterima oleh publiknya dan mempunyai daya tarik sehingga membuat publik ingin mengetahuinya. Media yang biasa digunakan oleh public relations untuk memberikan informasi atau mempublikasikan kegiatannya, yaitu : media elektronik (Interkasi di Stasiun Radio Swasta), media cetak atau media lainnya seperti booklet, brosur dan leaflet.

Humas Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Bandung menggunakan media booklet, dan leaflet dalam menyampaikan informasi yang terkait tentang Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Bandung, karena dianggap efektif dalam menyampaikan informasi kepada pelanggannya.

5. Evaluasi

Evaluasi adalah menilai tentang suatu kegiatan, apakah tujuan sudah tercapai atau belum, apakah pesan yang disampaikan dapat diterima oleh publik, apakah penggunaan media tepat dalam

menyampaikan pesan tersebut, hasil evaluasi ini menjadi dasar kegiatan Humas berikutnya.

Evaluasi sebagai proses untuk melakukan kontroldan sebagai *input* bagi pengambilan keputusan di masa depan. Evaluasi dilakukan setelah semua rangkaian rencana dilakukan,dari evaluasi dapat terlihat akhir hasil dari rangkaia rencana dan upaya pencegahaan yang dilakukan, hambatan-hambatan apa saja yang ada. Guna evalusai adalah untuk mengukur keberhasilan suatu kegiatan yang dilakukan,

Dalam hal ini evaluasi yang dilakukan oleh Humas Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Bandung yaitu, menilai keberhasilan rencana, tujuan dan kegiatan, pesan dan media yang digunakan dalam meningkatkan citra Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Bandung dan hasil yang ingin dicapai oleh Humas Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Bandung dari semua rangkaian rencana, tujuan dan kegiataan yang dilakukan yaitu citra dan pandangan yang baik dimata pelanggan Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Bandung sehingga dapat meningkatkan kinerja atau pelayanan Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Bandung, selain itu juga pelanggan dapat memahami permasalahan yang dihadapi oleh Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM).

Setelah menilai keberhasilan yang didapat, dan hasil akhir yang di inginkan tercapai, agar hasil yang dicapai dapat dipertahankan dan

menjaga hasil tersebut, maka dilakukan tindak lanjut dan upaya pencegahaan, yaitu :

1. Menindak lanjuti dan melaksanan perbaikan atau pengaduan-pengaduan yang disampaikan oleh pelanggan.
2. Merespon atau menanggapi pengaduan-pengaduan yang disampaikan oleh pelanggan.
3. Meminimalisir kesalahan-kesalahan yang terjadi sehingga pelayanan yang diberikan dapat secara optimal.