BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Bandung merupakan salah satu badan usaha milik Daerah yang bergerak dibidang pelayanan dan jasa air bersih, sebagai salah satu perusahaan yang bergerak dibidang pelayanan dan jasa, perusahaan tersebut dituntut untuk menjaga mutu pelayanan dan kualitas jasa kepada pengguna jasa perusahaan tersebut yang bertujuan agar citra perusahaan tetap terjaga, sehingga kepercayaan pengguna jasa perusahaan tersebut tetap terjaga pula.

Seperti citra Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Bandung dimata masyarakat daerah linggawastu dimana saat peneliti melakukan pra penelitian memang tidak dapat disimpulkan selalu baik, masyarakat daerah linggawastu sering mengeluh terhadap pelayanan yang diberikan Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Bandung. Dari berbagai fenomena saat peneliti melakukan pra penelitian dapat diketahui bahwa banyak kejadian-kejadian yang berhubungan dengan masalah kesediaan air bersih yang merupakan keluhan dari masyarakat linggawastu, diantaranya adanya program Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Bandung yang melakukan pembagian jatah air bersih di beberapa daerah dan bahkan tanpa diawali pemberitahuan dari pihak terkait terlebih dahulu, kemudian masyarakat dipusingkan lagi dengan pembagian jatah

air bersih tersebut namun dengan tarif pembayaran masih tetap normal. Dengan kasus tersebut maka sedikitnya citra perusahaan tersebut menjadi kurang baik di mata masyarakat daerah linggawastu khususya pelanggan dari Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Bandung.

Sebagai salah satu perusahaan potensial negara yang juga merupakan perusahaan besar yang bergerak dalam bidang jasa dan pelayanan yaitu Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Bandung yang memberikan jasa air bersih. Dalam memenuhi kebutuhan masyarakat akan air bersih ini tentu termasuk kedalam salah satu usaha Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Bandung dalam meningkatkan citra perusahaannya di mata masyarakat. Sesuai dengan misi Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Bandung sebagai berikut:

1. Memberikan pelayanan dan kemanfaatan umum kepada seluruh masyarakat, melalui pelayanan air bersih dan air kotor yang berwawasan lingkungan.
2. Mewujudkan pengelolaan keuangan perusahaan secara mandiri, melalui pendapatan yang diperoleh dari masyarakat dan dikembalikan lagi kepada masyarakat dan dikembalikan lagi kepada masyarakat, guna peningkatan pelayanan dan penyediaan air bersih maupun sarana air kotor.
3. Meningkatkan pengelolaan kualitas air bersih dan air kotor yang sesuai dengan standar kesehatan dan lingkungan.
4. Mewujudkan penambahan cakupan pelayanan air bersih dan air kotor yang disesuaikan dengan pertambahan penduduk/masyarakat Kota Bandung[3].

Untuk mengatasi masalah-masalah dengan pihak eksternal, salah satunya meningkatkan citra perusahaan agar dapat terus terpelihara. Dewasa ini, di

[3] Company Profil PDAM Kota Bandung

instansi pemerintah maupun swasta memiliki bagian khusus yang bertugas menangani masalah tersebut, yaitu bagian Humas. Demikian juga dengan Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Bandung agar perusahaannya tetap terjaga, Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Bandung mempunyai bagian Humas.

Seperti yang dikatakan **Frank Jefkins** menyimpulkan bahwa citra merupakan Kesan seseorang atau individu tentang sesuatu yang muncul sebagai hasil dari pengetahuan dan pengalamannya. (Ardianto & Soemirat, 2002:114)

Adapun definisi *Public Relations* yang dikemukakan oleh **J. C. Seidel** dalam (Abdurachman, 1993:25) sebagai berikut :

> *Public Relation*s adalah proses yang kontinue dari usaha-usaha manajeman untuk memperoleh goodwill dan pengertian dari para pelanggan, pegawainya dan publik umumnya ke dalam dengan mengadakan analisa dan perbaikan-perbaikan terhadap diri sendiri, ke luar dengan mengadakan pernyataan-pernyataan.

Selain itu humas juga berfungsi untuk menumbuhkan hubungan baik antara segenap komponen pada suatu perusahaan dalam rangka memberikan pengertian, menumbuhkan motivasi dan partisipasi. Semua ini bertujuan untuk menumbuhkan dan mengembangkan *Good Will* (kemauan baik) publiknya serta memperoleh opini publik yang menguntungkan (alat untuk menciptakan kerja sama berdasarkan hubungan baik dengan publik).

Berdasarkan definisi di atas, apabila dikaitkan dengan tugas dan fungsi Humas Perusahaan Daerah Air Minum **(**PDAM) Kota Bandung adalah

mengadakan upaya pelayanan yang baik, berencana dan berkesinambungan untuk menciptakan dan membina pengertian bersama antara organisasi dengan khalayak dengan selalu membina hubungan yang harmonis serta menciptakan komunikasi dua arah timbal balik dengan menyebarkan informasi kepada publik eksternal, sehingga terwujud publik yang *favorable* untuk mendukung kebijaksanaan perusahaan.

Tentang publik sasaran *Public Relations*, **Onong Uchjana Effendy** mengatakan sebagai berikut:

> Publik sasaran didalam humas terbagi menjadi dua, yaitu : Publik internal dan publik eksternal. Publik Internal adalah khalayak yang bergiat didalam organisasi yang ada pada umumnya merupakan karyawan, sedangkan publik eksternal adalah mereka yang berada di luar organisasi, tetapi ada hubungannya dengan organiasai (Effendy, 1990:35)

Bertolak dari tugas pokok Humas Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Bandung diatas, pada penelitian ini juga ada hubungan *Public Relations* dengan publik eksternal yaitu masyarakat pelanggan yang ada di daerah Linggawastu Kec. Bandung Wetan sebagai suatu bukti fenomena permasalahan perusahaan yang terjadi.

Menurut **Oemi Abdurachman** *Eksternal Publik Relations* mempunyai tujuan yaitu Untuk mengeratkan hubungan dengan orang-orang di luar badan atau intansi sehingga terbentuk opini publik yang Favourable terhadap lembaga tersebut. (Abdurachman, 1993:38).

Sudah sangat jelas bahwa peranan humas di dalam sebuah perusahaan sangatlah penting demi kemajuan perusahaan. Selain itu ditunjukan pula dengan tugas seorang humas yang harus mengabdi pada kepentingan publik, memelihara komunikasi yang baik antara publik intern maupun ekstern serta menjalankan fungsinya yang dititik beratkan kepada moral dan tingkah laku yang baik sehingga akan memberikan citra yang positif terhadap perusahaan.

Penilaian masyarakat terhadap sebuah perusahaan tentu tidak muncul secara otomatis, hal ini membutuhkan waktu dan proses yang cukup lama. Salah satu contoh perusahaan yang bergerak di bidang jasa misalnya, tentu akan mendapat penilaian langsung, apakah pelayanan mereka sudah sesuai atau belum dengan apa yang di butuhkan oleh masyarakat, apakah pembagian jatah air bersih yang dibebankan kepada masyarakat sesuai atau tidak dengan apa yang didapat dan tentunya masih banyak lagi pertanyaan-pertanyaan yang harus di jawab oleh-perusahaan-perusahaan atau intansi-intansi di Indonesia.

Bertolak dari latar belakang masalah diatas, peneliti merumuskan masalah penelitian sebagai berikut **Bagaimana Peranan Humas Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Bandung dalam Meningkatkan Citra Perusahaan Bagi Pelanggannya di Daerah Linggawastu Kec. Bandung Wetan.**

1.2 Identifikasi Masalah

Peneliti dapat mengidentifikasikan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Bagaimana Perencanaan yang dilakukan Humas Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Bandung dalam meningkatkan citra perusahaan terhadap pelanggannya di daerah linggawastu Kec. Bandung Wetan ?
2. Bagaimana Kegiatan Yang diadakan Humas Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Bandung dalam meningkatkan citra perusahaan terhadap pelanggannya di daerah linggawastu Kec. Bandung Wetan ?
3. Bagaimana Pesan Yang Disampaikan Humas Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Bandung dalam meningkatkan citra perusahaan terhadap pelanggannya di daerah linggawastu Kec. Bandung Wetan ?
4. Media Apa Yang Digunakan Humas Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Bandung dalam meningkatkan citra perusahaan terhadap pelanggannya di daerah linggawastu Kec. Bandung Wetan ?
5. Bagaimana Evaluasi Yang Dilakukan Humas Perusahaan Daerah Air Minum Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Bandung dalam meningkatkan citra perusahaan terhadap pelanggan di daerah linggawastu Kec. Bandung Wetan?

6. Bagaimana Peranan Humas Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Bandung dalam meningkatkan citra perusahaan terhadap pelanggannya di daerah linggawastu Kec. Bandung Wetan?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan maksud untuk mengetahui bagaimana Peranan Humas Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Bandung dalam meningkatkan citra perusahaan terhadap pelanggannya Di Daerah Linggawastu Kec. Bandung Wetan.

1.3.2 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui Perencanaan yang dilakukan Humas Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Bandung dalam meningkatkan citra perusahaan terhadap pelanggannya di daerah linggawastu Kec. Bandung Wetan.

2. Untuk mengetahui Kegiatan yang diadakan Humas Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Bandung dalam Meningkatkan citra perusahaan terhadap pelanggannya di daerah linggawastu Kec. Bandung Wetan.

3. Untuk mengetahui Pesan yang disampaikan Humas Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Bandung dalam Meningkatkan citra perusahaan terhadap pelanggannya di daerah linggawastu Kec. Bandung Wetan.

4. Untuk mengetahui Media apa yang digunakan Humas Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Bandung dalam Meningkatkan citra perusahaan terhadap pelanggannya di daerah linggawastu Kec. Bandung Wetan.

5. Untuk mengetahui Evaluasi yang dilakukan Humas Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Bandung dalam meningkatkan citra perusahaan terhadap pelanggannya di daerah linggawastu Kec. Bandung Wetan.

7. Untuk mengetahui Bagaimana Peranan Humas Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Bandung dalam meningkatkan citra perusahaan terhadap pelanggannya di daerah linggawastu Kec. Bandung Wetan?

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Teoriris

Secara teoritis hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah kajian tentang studi Ilmu Komunikasi khususnya Humas, dengan maksud menambah ilmu dan wawasan peneliti tentang peranan humas dalam meningkatkan citra perusahaannya.

1.4.2 Kegunaan Praktis

1. **Peneliti**

   Kegunaan penelitian ini merupakan suatu pembelajaran, pembekalan ilmu mengenai peranan humas atau *Public Relations* dalam meningkatkan citra perusahaan.

2. **Program Studi Ilmu Komunikasi**

   Diharapkan menjadi literatur dalam menambah wawasan dan acuan bagi peneliti selanjutnya dengan tema yang sama.

3. **Perusahaan**

   Diharapkan menjadi suatu saran dan masukan yang bermanfaat untuk Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Bandung dalam meningkatkan citra kepada pengguna jasa perusahaan.

1.5 Kerangka Pemikiran

1.5.1 Kerangka Teoritis

Peranan Humas dalam perusahaan sangatlah penting dan sudah menjadi kebutuhan, karena humas merupakan ujung tombak dalam menyebarkan informasi yang harus disosialisasikan kepada publik, baik internal maupun eksternal, definisi “Peranan” menurut **Soejono Soekanto** adalah :

> “Peranan merupakan aspek dinamis dari kedudukan (status) apabila seseorang melaksanakan hak dan kewajiban sesuai kedudukannya, maka dia telah menjalankan suatu peranan. Peranan yang melekat pada diri

> seseorang harus dibedakan dengan posisi dalam pergaulan masyarakat. Posisi seseorang dalam masyarakat merupakan unsure strategis yang menunjukan tempat individu pada organisasi masyarakat. Peranan lebih banyak menunjukan pada fungsi, penyesuaian diri dan suatu proses. Jadi seorang menduduki suatu posisi dalam masyarakat serta menjalankan suatu peranan" (Soekamto, 2004 : 243)

Peranan humas mempunyai tujuan yaitu memajukan atau meningkatkan citra perusahaannya, dimana citra menjadi pengaruh yang sangat besar untuk perusahaan demi nama baiknya di mata masyarakat dan bagi pengguna jasanya. Seperti yang dikatakan oleh **Katz** dan **Soemirat**, Citra adalah :

> Cara bagaimana pihak lain memandang sebuah perusahaan, seseorang suatu komite atau suatu aktivitas. Setiap perusahaan memiliki citra sebanyak jumlah orang yang memandangnya. Berbagai citra perusahaan dari pelanggan perusahaan, pelanggan potensial, banker, staf perusahaan, pesaing, distributor, pemasok, asosiasi dagang dan gerakan pelanggan di sector pedagang yang mempunyai pandangan terhadap perusahaan (Ardianto & Soemirat, 2002:113)

Selain itu ada pun rumusan fungsi Humas yang di kemukakan oleh **Cutlip** dan **Center** serta **Canfield** dalam (Effendy, 1993:25)yaitu sebagai berikut :

1. Menunjang kegiatan manajemen dalam mencapai tujuan organisasi.
2. Membina hubungan harmonis antara organisasi dengan publik, baik publik ekstern maupun intern.
3. Menciptakan komunikasi dua arah timbal balik dengan menyebarkan informasi dari organisasi kepada publik dan menyalurkan opini publik kepada organisasi.
4. Melayani publik dam menasehati pimpinan organisasi demi kepentingan umum.

Rhenald Kasali mengungkapkan dalam buku "*Management Public Relations"* bahwa seseorang telah melakukan peranan apabila telah melalui beberapa tahap untuk mencapai tujuan yang diinginkan, yaitu membuat

perencanaan terlebih dahulu, kemudian melakukan kegiatan yang direncanakan, pesan yang disampaikan melalui kegiatannya, media apa yang digunakan dalam pelaksanaan kegiatannya dan evaluasi dari kegiatan yang sudah dilakukan (Kasali, 2006 : 31).

Maka untuk lebih lanjut dalam penelitian ini, Peranan Humas dibagi menjadi terdiri dari :

1 **Perencanaan (*Planning)***, langkah-langkah perencanaan Humas menurut **Brom** & **dozier** (1990), antara lain[4] :

   a. Menentukan masalah yang dihadapi
   b. Menentukan publik sasaran
   c. Menentukan tujuan yang dicapai

2 **Kegiatan** adalah aktivitas, usaha, pekerjaan. Dalam mengadakan suatu kegiatan, yang perlu diperhatikan oleh Humas adalah bentuk kegiatannya, sifat kegiatan dan administrasi dari kegiatan tersebut.

3 **Pesan**, mengajukan syarat-syarat untuk berhasilnya pesan tersebut menurut **Wilbur Scharmm** yang dikutip oleh **Onong Uchjana Effendy** (1993 : 41) sebagai berikut :

---

[4] http://aura jogja. Files.wordpress.com

a Pesan harus direncanakan dan disampaikan sedemikian rupa, sehingga pesan tersebut dapat menarik perhatian sasaran yang dituju.

b Pesan harus menggunakan tanda-tanda yang didasarkan pada pengalaman yang sama antara sumber dan sasaran, sehingga kedua pengertian itu bertemu.

c Pesan harus membangkitkan kebutuhan pribadi dari pada sasaran dan menyarankan cara-cara untuk mencapai kebutuhan itu.

d Pesan harus menyarankan sesuatu jalan untuk memperoleh kebutuhan yang layak bagi situasi kelompok dimana kesadaran pada saat digerakan untuk memberikan jawaban yang dikehendaki.

4 **Media** adalah alat penghubung atau sarana komunikasi seperti surat kabar, majalah, radio, televise, film dan internet.

5 **Evaluasi** menurut **Abdurachman**, mengadakan evaluasi tentang sesuatu kegiatan adalah perlu untuk menilai apakah tujuan itu sudah tercapai, apakah perlu diadakan lagi “operasi” atau perlu menggunakan cara-cara lain untuk mendapatkan hasil yang lebih baik? (Abdurachman, 1975 : 31). Di dalam evaluasi tersebut bagian humas perusahaan yang bergerak di bidang jasa itu mencari faktor-faktor yang menghambat di dalam membalikan citra perusahaan di kalangan konsumen, setelah diketahui permasalahan kemudian segera diatasi dan ditindak lanjuti.

1.5.2 Kerangka Konseptual

Dalam kerangka konseptual, lebih lanjut menurut Rhenald Kasali mengenai peranan dan diterapkan ke dalam permasalahan penelitian yaitu peranan Humas Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Bandung dalam

meningkatkan citra perusahaan bagi pelanggannya di daerah Linggawastu kec. Bandung Wetan.

- Membuat perencanaan (*Planning)*, yaitu menyelesaikan masalah yang dihadapi, sasaran publik dan tujuan yang ingin dicapai oleh humas Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Bandung dalam meningkatkan citra perusahaannya.

- Melakukan kegiatan, yaitu bentuk, sifat yang dilakukan oleh humas Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Bandung.

- Pesan yaitu berupa penyampaian dalam kegiatan tersebut yaitu berupa suatu permintaan ataupun amanat dan nasihat yang akan disampaikan oleh Humas Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Bandung.

- Media yang digunakan dalam pelaksanaan kegiatan yaitu seperti pelayanan gangguan melalui line telephone, dialog interaktif yang biasa dilakukan di Radio Mara, dan website Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Bandung (www.pambdg.co.id).

- Evaluasi yaitu melakukan penialian dari hasil yang telah dilakukan dan sebagai upaya Humas Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Bandung untuk program selanjutnya, diantaranya mengetahui faktor yang menghambat dalam peranan humas Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Bandung dalm meningkatkan citra perusahaan.

1.6 Pertanyaan Penelitian

Sebagai data untuk permasalahan dalam penelitian, peneliti menetapkan pertanyaan penelitian sebagai berikut :

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

    - Seperti apa rencana yang akan dilakukan oleh humas Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Bandung dalam meningkatkan citra perusahaan bagi pelanggannya di daerah linggawastu Kec. Bandung Wetan ?

    - Apakah tujuan yang di capai oleh humas Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Bandung dalam meningkatkan citra perusahaan bagi pelanggannya di daerah linggawastu Kec. Bandung Wetan ?

2. Kegiatan yang dilakukan Humas Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Bandung dalam meningkatkan citra perusahaan bagi pelanggannya di daerah linggawastu Kec. Bandung Wetan.

    - Seperti apa bentuk kegiatan yang dilakukan humas Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Bandung dalam meningkatkan citra perusahaan bagi pelanggannya di daerah Linggawastu Kec. Bandung Wetan ?

- Kegiatan apa saja yang dilakukan humas Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Bandung dalam meningkatkan citra perusahaan bagi pelanggannya di daerah Linggawastu Kec. Bandung Wetan?

3. Pesan yang disampaikan Humas Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Bandung dalam meningkatkan citra perusahaan bagi pelanggannya di daerah linggawastu Kec. Bandung Wetan.

    - Apakah pesan yang disampaikan oleh Humas Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Bandung dalam meningkatkan citra perusahaan bagi pelanggannya di daerah linggawastu Kec. Bandung Wetan dapat menimbulkan pengertian dan perhatian?

    - Apakah daya tarik pesan yang disampaikan oleh Humas Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Bandung dalam meningkatkan citra perusahaan bagi pelanggannya di daerah linggawastu Kec. Bandung Wetan?

4. Media apa yang digunakan Humas Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Bandung dalam meningkatkan citra perusahaan bagi pelanggannya di daerah linggawastu Kec. Bandung Wetan.

    - Media apa saja yang digunakan dalam meningkatkan citra perusahaan bagi pelanggannya di daerah linggawastu Kec. Bandung Wetan?

5. Evaluasi Humas Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Bandung dalam meningkatkan citra perusahaan bagi pelanggannya di daerah linggawastu Kec. Bandung Wetan.

   - Apa hasil yang dicapai oleh humas Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Bandung dalam meningkatkan citra perusahaan bagi pelanggannya di daerah linggawastu Kec. Bandung Wetan?
   - Apakah tindak lanjut yang dilakukan oleh humas Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Bandung dalam meningkatkan citra perusahaan bagi pelanggannya di daerah linggawastu Kec. Bandung Wetan ?
   - Apa saja upaya pencegahan yang dilakukan oleh humas Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Bandung dalam menjaga citra perusahaan bagi pelanggannya di daerah linggawastu Kec. Bandung Wetan ?

1.7 Subjek Penelitian dan Informan

1.7.1 Subjek Penelitian

Subjek penelitian adalah sesuatu, baik orang, benda ataupun lembaga (organisasi), yang sifat-keadaannya akan diteliti. Dengan kata lain subjek penelitian adalah sesuatu yang di dalam dirinya melekat atau terkandung objek penelitian.

Penelitian ini dilakukan di Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Bandung yang bertempat di Jl. Badak Singa No. 10 Bandung. Adapun subjek penelitian ini adalah Humas PDAM Kota Bandung.

1.7.2 Informan

Menurut Webster's New Collegiate Directionary, seorang Informan adalah seorang pembicara asli yang berbicara dengan mengulang kata-kata, frasa, dan kalimat dalam bahasa atau dialeknya sebagai imitasi dan sumber informasi (Spradley, 2006 : 36)

Moleong mengungkapkan bahwa seorang Informan adalah sumber data yang dibutuhkan oleh peneliti dalam sebuah 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 1.1 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.

Selanjutnya, guna mengatasi masalah dalam pengumpulan data maka dilakukan triangulasi informasi baik dari segi sumber data maupun triangulasi metode. Data yang dikumpulkan diperiksa kembali bersama-sama dengan informan. Langkah ini memungkinkan dilihat kembali akan kebenaran informasi yang dikumpulkan. Selain itu, juga dilakukan *cross check* data kepada narasumber lain yang dianggap paham terhadap masalah yang diteliti. Sedangkan triangulasi metode dilakukan untuk mencocokkan informasi yang diperoleh dari satu teknik pengumpulan data (wawancara mendalam) dengan teknik yang lainnya (pengamatan partisipatif).

1.8 Metode Penelitian

Penelitian ini melakukan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif analisi, menurut **Bodgan** dan **Taylor** (Moleong, 2000 : 3) menyatakan bahwa pendekatan kualitatif merupakan prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dan orang-orang dan prilaku yang dapat diamati.

Hal seperti ini juga dipertegas oleh **Creswell** (1998:14) yang mengatakan bahwa penelitian kualitatif adalah penelitian yang latar tempat dan waktunya alamiah. Paradigma ini uga memungkinkan untuk dilakukan interprestasi secara kualitatif atas data-data penelitian yang telah diperoleh. Disamping itu, jenis penelitian ini memberi peluang yang besar bagi dibuatnya interpretasi-interprestasi altenatif (Littlejohn, 1993:16).

1.9 Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data yang diperlukan, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut :

1. **Wawancara Mendalam *(Indepht Interview)***

   Wawancara adalah bentuk komunikasi antara dua orang, melibatkan seseorang yang ingin memperoleh informasi dari seoarang lainnya dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan, berdasarkan tujuan tertentu. (Mulyana 2001 : 180), dalam penelitian ini, wawancara dilakukan unsur-unsur yang terkait yang dianggap mengetahui dengan pasti tentang hal-hal yang ada hubungannya dengan permasalahan yang diteliti.

   Pada penelitian ini, untuk memperdalam lagi data yang akan diperoleh maka dalam penelitian ini akan menggunakan wawancara mendalam *(Indepth interview).* Jenis wawancara ini dimaksudkan untuk kepentingan wawancara yang lebih mendalam dengan lebih memfokuskan pada persoalan yang menjadi pokok dari minat penelitian. Agar hasil wawancara yang didapat, terekam dengan baik, peneliti akan melakukan wawancara kepada informan yang telah ditentukan, maka dibutuhkan alat-alat sebagai berikut:

   a. Buku catatan, yang berfungsi untuk mencatat semua hasil dari *interview d*engan informan,
   b. *Tape recorder*, berfungsi untuk merekam semua percakapan atau pembicaraan pada saat *interview* berlangsung,

c. Hasil wawancara yang berisikan pertanyaan dan jawaban dari informansecara lengkap.

Narasumber yang akan diwawancara untuk memperoleh data adalah Divisi Humas Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Bandung dan akan berkembang sesuai kebutuhan penelitian dengan menggunakan teknik Tanya jawab langsung dengan unsur-unsur terkait yang dianggap mengetahui dengan pasti hal-hal yang ada hubungannya dengan permasalahan yang diteliti.

2. Observasi Partisipatif

Untuk memperoleh pemahaman dan makna mendalam tentang bagaimana peranan humas Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Bandung dalam meningkatkan citra bagi pelannggannya maka digunakan metode observasi partisipatif. Metode ini dimaksudkan untuk mengumpulkan data dalam bentuk pengamatan, pencatatan, secara sistematis terhadap fenomena-fenomena yang sedang diteliti. Dalam observasi ini data yang dinginkan dapat akurat, maka peneliti melakukan pengamatan berperan serta dalam kegiatan-kegiatan yang dilakukan Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Bandung, yaitu disamping peneliti sebagai pengamat yang mengamati secara rinci, juga menyesuaikan diri dalam penelitian ini sesuai kemampuan dan pokok permasalahan peneliti terhadap objek penelitian. Dengan adanya peneliti dilapangan melalui pengamatan berperan serta, peneliti dengan sendirinya memiliki kesempatan untuk mengumpulkan data langsung dari informan

lebih terperinci dan cermat. Teknik observasi ini dilakukan dengan menggunakan buku catatan guna memperoleh dan mencatat data yang mungkin muncul diluar dugaan.

3. Studi Kepustakaan (Literarur)

Peneliti melakukan studi kepustakaan yaitu dengan pengumpulan data, buku atau referensi dan lainnya sehingga peneliti memperoleh data yang sesuai dengan permasalahan atau pokok-pokok yang diteliti.

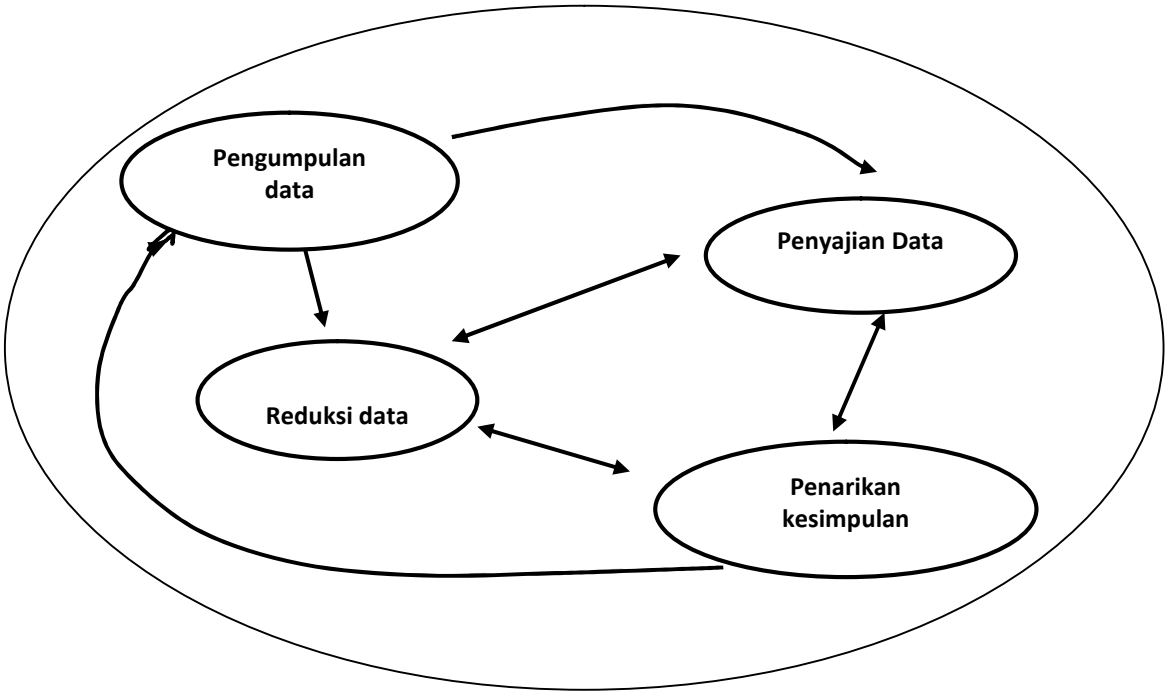
4. Internet Searching

Selain dengan wawancara dan studi kepustakaan, pengumpulan data dan mencari data-data yang membutuhkan internet, seperti dari website atau Blog untuk melengkapi data-data tinjauan pustaka yang diperlukan dalam penelitian.

1.10 Teknik Analisa Data

Analisis data menurut Patton (dalam Moleong, 2003:103), adalah proses mengatur urutan data, mengorganisasikan ke dalam suatu pola, kategori, dan satuan urutan dasar. Dalam penelitian kualitatif, analisis data dilakukan sepanjang penelitian berlangsung. Hal ini dilakukan melalui deskripsi data penelitian, penelaahan tema-tema yang ada, serta penonjolan-penonjolan pada tema tertentu (Creswell, 1998:65). Teknik analisis data dilakukan sepanjang proses penelitian sejak penelitian memasuki lapangan untuk mengumpulkan data. Terkait dengan itu, teknik analisis data yang akan ditempuh peneliti melalui tiga tahap yakni: reduksi data, penyajian (*display*) data, dan penarikan kesimpulan dan verifikasi.

Gambar 1.1: Komponen-komponen analisis data: Model Interaktif
Sumber: Miles & Huberman (1992:20)



- Kategorisasi dan mereduksi data, yaitu melakukan pengumpulan terhadap semua informasi penting yang terkait dengan masalah penelitian ini, selanjutnya data itu dikelompokkan sesuai dengan topik permasalahan.
- Melakukan interpretasi pada data, yaitu dengan menginterpretasikan apa yang telah diberikan dan diinterpretasikan informan terhadap masalah yang diteliti.
- Pengambilan kesimpulan berdasarkan susunan narasi yang telah disusun pada tahap ketiga, sehingga dapat memberi jawaban atas masalah penelitian.
- Melakukan verifikasi hasil analisis data dengan informan, yang didasarkan pada simpulan tahap keempat. Tahap ini dimaksudkan untuk menghindari kesalahan interpretasi dari hasil wawancara dengan sejumlah informan

penelitian yang dapat mengaburkan makna persoalan sebenarnya dari fokus tentang penelitian ini.

Tahapan-tahapan dalam analisis data di atas merupakan bagian yang tidak saling terpisahkan, sehingga saling berhubungan antara tahapan yang satu dengan yang lain. Analisis dilakukan secara berlanjut dari awal sampai akhir penelitian, untuk mengetahui Peranan Humas Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Bandung dalam Meningkatkan Citra Perusahaan bagi pelanggannya di Daerah Linggawastu Kec. Bandung Wetan.

1.11 Lokasi dan Waktu Penelitian

1.11.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Bandung (di Jl. Badak Singa No. 10 Bandung.

Telp : 2509030-2509032-2503582-2506581
Fax : 2508063
E-mail :tirtawening@pambdg.co.id, humas@pambdg.co.id
Web Site : http://www.pambdg.co.id

1.11.2 Waktu Penelitian

Waktu penelitian dilaksanakan pada awal bulan April 2010 sampai dengan selesai..

Tabel 1.2
Jadwal Penelitian

No	Uraian	Febuari 2010				Maret 2010				April 2010				Mei 2010				Juni 2010				Juli 2010			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Persiapan																								
	- Pengajuan judul																								
	- ACC Judul																								
	- Penulisan BAB I																								
	- Bimbingan																								
	- Penulisan BAB II																								
	- Bimbingan																								
	- Penulisan BAB III																								
	- Bimbingan																								
2	Pengumpulan data																								
	- Instansi																								
	- wawancara																								
	- Bimbingan																								
3	Pengolahan data																								
	- Penulisan BAB IV																								
	- Bimbingan																								
4	Penulisan BAB V																								
	Bimbingan																								
5	Penyusunan skripsi																								
	Bimbingan																								
6	Sidang																								

1.12 Sistematika Penulisan

Dalam upaya mendapatkan penulisan yang baik serta Integritas hubungan yang menyeluruh pada penelitian, maka pada bagian ini akan dijelaskan secara garis besar tentang sistematika pembahasan dari masing-masing bab. Adapun Sistematika pembahasannya adalah sebagai berikut :

BAB I Pendahuluan

Bab ini menjabarkan bagaimana masalah tersebut muncul dan menjelaskan mengenai latar belakang penelitian, identifikasi masalah, maksud dan tujuan penelitian, kegunaan penelitian (kegunaan teoritis dan praktis), kerangka pemikiran (kerangka teoritis dan konseptual), oprasionalisasi variabel, metode penelitian, teknik pengumpulan data, teknik analisa data, populasi dan sampel, hipotesis, waktu dan lokasi penelitian, serta yang terakhir adalah sistematika penulisan atau penelitian.

BAB II Tinjauan Pustaka

Pada Bab ini menjabarkan berbagai tinjauan, yaitu diantaranya tinjauan tentang Ilmu Komunikasi, pengertian *Public Relations*, tinjauan tentang peranan, komunikasi organisasi dan tinjauan mengenai citra.

BAB III Objek Penelitian

Pada Bab ini hanya menjabarkan Objek dari penelitiannya. Yaitu di mulai dari tinjauan tentang Instansi (sejarah dari Instansi dan bagian Humasnya, penjelasan logo, visi & misi instansi), struktur organisasi dan penjabarannya.

BAB IV Hasil Penelitian dan Pembahasan

Bab ini menjabarkan hasil dari penelitian dan pembahasan. Yaitu menguraikan mengenai analisis data yang diperoleh dari hasil wawancara mendalam. Hal ini dilakukan untuk menjawab identifikasi masalah yang telah dirumuskan.

BAB V Kesimpulan dan Saran

Pada bab ini berisikan kesimpulan penelitian dari hasil pembahasan yang ada pada identifikasi masalah, dan berisi saran-saran praktis (membagun) yang ditujukan pada lembaga tempat penelitian.