



Homepage Journal: <https://jurnal.unismuhpalu.ac.id/index.php/JKS>

## Strategi Humas dalam Meningkatkan Citra pada PT. Air Minum Bandarmasih

### *Public Relations Strategy in Improving the Image of PT. Air Minum Bandarmasih*

Rizky Setiayani<sup>1\*</sup>, Risa Dwi Ayuni<sup>2</sup>, Mohammad Ali Wafa<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari Banjarmasin. Jl. Adhyaksa No.2, Sungai Maii, Kec. Banjarmasin Utara, Kota Banjarmasin, Kalimantan Selatan 70123

\*Corresponding Author: E-mail: Rizkysetiayani0207@gmail.com

#### Artikel Penelitian

##### Article History:

Received: 14 Jan, 2025

Revised: 21 Feb, 2025

Accepted: 21 Feb, 2025

##### Kata Kunci:

Strategi Humas, Citra, PT. Air Minum Bandarmasih

##### Keywords:

*Public Relations Strategy, Image, Bandarmasih Drinking Water Company*

DOI: 10.56338/jks.v8i2.7069

#### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi humas dapat meningkatkan citra PT. Air Minum Bandarmasih. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan datanya adalah dengan menggunakan purposive sampling. Pengumpulan data dilakukan dengan melakukan wawancara, observasi dan dokumentasi dengan informan. Strategi yang digunakan dalam penelitian adalah strategi pendekatan persuasif dan edukatif dimana fungsi humas adalah menciptakan komunikasi dua arah (timbang balik) dengan cara menyebarkan informasi dari organisasi kepada masyarakat yang bersifat mendidik dan memberikan bimbingan, atau dengan menggunakan pendekatan persuasif. , guna terciptanya sikap saling pengertian, hormat, pengertian, toleransi dan hubungan timbal balik antar pelaku. Sedangkan citra yang digunakan adalah citra kinerja dengan indikator berupa kumpulan kesan, keyakinan, dan sikap. Hasil yang diperoleh melalui penelitian ini adalah PT. Air Minum Bandarmasih untuk membentuk opini positif, memanfaatkan media lokal, media sosial dan tatap muka guna mengoptimalkan pelayanan dan melaksanakan tanggung jawab sosial untuk kebaikan bersama serta mempunyai citra positif yang terbuka, rendah hati dan memudahkan masyarakat.

#### ABSTRACT

*This research aims to find out how public relations strategies can improve the image of PT. Bandarmasih Drinking Water. This research uses a descriptive qualitative approach. The data collection technique is to use purposive sampling. Data was collected by conducting interviews, observation and documentation with informants. The strategy used in research is a persuasive and educative approach strategy where the function of public relations is to create two-way (reciprocal) communication by disseminating information from the organization to the public that is educational and provides guidance, or by using a persuasive approach, in order to create mutual understanding, respect, understanding, tolerance and a reciprocal relationship between actors. Meanwhile, the image used is a performance image with indicators of a collection of impressions, beliefs and attitudes. The results obtained through this research are PT. Bandarmasih Drinking Water to form positive opinions, utilize local media, social media and face to face in order to optimize services and carry out social responsibility for the common good and have a positive image that is open, humble and makes things easier for the community.*

#### PENDAHULUAN

Di Di era sekarang ini, masyarakat disuguhkan dengan berbagai fasilitas yang ada di sebuah perusahaan atau instansi. Agar dapat dikenal oleh masyarakat luas, tentunya sebuah instansi

membutuhkan fungsi Humas. Keberadaan divisi atau departemen Humas ini memiliki peran yang sangat penting dan krusial, karena menjadi jembatan penghubung antara instansi dan publik. Departemen Humas berperan dalam manajemen krisis, membangun kepercayaan khalayak dan menjaga reputasi atau citra sebuah organisasi atau instansi. Selain itu, departemen humas juga dapat menjadi tolak ukur maju tidaknya sebuah instansi (Wutun, Monika, and IGA Rina Pietriani,2023).

Pada dasarnya, humas merupakan manajemen yang membangun, memelihara dan mempertahankan hubungan yang baik dan bermanfaat antara organisasi dengan publik yang bisa mempengaruhi kesuksesan atau kegagalan organisasi tersebut. Agar fungsi ini berjalan efektif, maka praktisi Humas harus memiliki kemampuan berkomunikasi dan menjalin hubungan baik dengan publik. Humas harus mampu menciptakan kesan positif pihak yang diajak berkomunikasi terhadap organisasinya. Humas harus mampu menjadi informan yang baik (Waluyo, Hesti Puspitasari,2022).

Rahma (2022) menyebutkan proses komunikasi dari kehumasan dilakukan untuk memberikan informasi atau pesan dan membuat khalayak menerima informasi tersebut. Informasi yang disampaikan praktisi kehumasan dapat mempengaruhi dan merubah sikap, perilaku, dan pengetahuan publik sasarannya. Sehingga hasil dari aktivitas kehumasan adalah good will dan good image (Ariyanti, 2018; Noviardi et al., 2020).

Strategi kehumasan menjadi kunci sukses dalam melaksanakan pengelolaan informasi dan komunikasi. Menurut Saputra & Marta (2020), menyatakan bahwa strategi kehumasan merupakan landasan dalam melaksanakan visi dan misi organisasi. Strategi menjadi peta jalan atau taktik operasional sebagai panduan awal dari perencanaan dan manajemen yang akan atau telah direncanakan melalui kebijakan organisasi dalam mencapai tujuan. Strategi tersebut sebagai pertimbangan bagaimana melayani publik ke arah yang lebih baik.

PT Air Minum Bandarmasih Kota Banjarmasin merupakan perusahaan yang bergerak di bidang jasa penyediaan air bersih. Salah satu tujuan dibentuknya PT Air Minum Bandarmasih adalah mencukupi kebutuhan masyarakat akan air bersih, meliputi penyediaan, pengembangan pelayanan sarana dan prasarana serta distribusi air bersih, sedang tujuan lainnya adalah ikut serta mengembangkan perekonomian guna menunjang pembangunan daerah dengan memperluas lapangan pekerjaan, serta mencari laba sebagai sumber utama pembiayaan bagi daerah.

Berbicara mengenai kualitas kinerja pelayanan, ukurannya bukan hanya ditentukan oleh pihak yang melayani saja tetapi lebih banyak ditentukan oleh pihak yang dilayani. Sebagai sebuah organisasi publik yang terkait dengan pelaksanaan fungsi pelayanan (Syamsuadi, A. M. I. R,2017), PT Air Minum Bandarmasih Kota Banjarmasin dituntut meningkatkan kualitas kinerja pelayanannya melalui peningkatan kinerja operasional para pegawai, karena kinerja pegawai yang tinggi akan mencerminkan kinerja organisasi secara keseluruhan.

Menurut Pujianti (2020) Dalam pelaksanaannya humas harus memberikan penjelasan, memperlihatkan hal-hal positif, bisa membuat public merasa dilibatkan dalam pengambilan solusi pada isu masaah yang ada, dan tentunya dapat menyampaikan informasi serta opini public sehingga bisa dijadikan evaluasi bagi suatu instansi.

Komunikasi adalah proses dimana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi dengan satu sama lainnya, yang pada giliran akan tiba pada saling pengertian yang mendalam. Pentingnya Komunikasi Intrapersonal yang efektif telah lama dikenal sebagai salah satu dasar untuk keberhasilan suatu organisasi (Rustan, Ahmad Sultra, and Nurhakki Hakki,2017).

Pada penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Nurfaidah Rezky Mustafa dengan judul “Strategi Humas Dalam Meningkatkan Citra Kantor Kesyahbandaran Utama Makassar” menunjukkan bahwa strategi humas berhasil meningkatkan citra Kantor Kesyahbandaran Utama Makassar meliputi dua cara yaitu secara internal yang meliputi penciptaan suasana nyaman di kantor dan pelayanan terhadap publik kemudian secara eksternal yang meliputi media komunikasi langsung dan media komunikasi tidak langsung.

## **METODE PENELITIAN**

### **Jenis Penelitian**

Penelitian ini adalah deskriptif, karena tujuan dari penelitian deskriptif yaitu untuk membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki. Sesuai dengan fokus dan tujuan penelitian, jenis penelitian ini sangat tepat karena peneliti akan mendeskripsikan data bukan untuk mengukur data yang diperoleh.

Sesuai dengan penelitian ini, nantinya peneliti akan mencari data-data deskriptif tentang upaya meningkatkan citra pada PT Air Minum Bandarmasih Kota Banjarmasin yang membutuhkan pendekatan penelitian untuk mendeskripsikan data atau hasil penelitian, serta membutuhkan pengamatan dalam proses pelaksanaan kegiatan-kegiatan tersebut sesuai atau tidak, efektif atau tidak. Dalam penelitian ini penulis mendeskripsikan temuan-temuan yang merupakan data bersama dan keunikan-keunikan yang ditemukan dilapangan.

### **Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dengan metode Observasi Menurut Sugiyono (2018:229) observasi merupakan teknik pengumpulan data yang mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain. Observasi juga tidak terbatas pada orang, tetapi juga objek-objek alam yang lain. Melalui kegiatan observasi peneliti dapat belajar tentang perilaku dan makna dari perilaku tersebut.).

### **Subjek Penelitian**

sebuah penelitian, subjek penelitian mempunyai peran yang sangat strategis karena pada subjek penelitian, itulah data tentang variabel yang penelitian amati. Pada penelitian kualitatif responden atau subjek penelitian disebut dengan istilah informan, yaitu orang memberi informasi tentang data yang diinginkan peneliti berkaitan dengan penelitian yang sedang dilaksanakan. Adapun subjek dalam penelitian ini adalah informan kunci, karyawan Sub Departemen Humas PT. Air Minum Bandarmasih yang berjumlah 8 orang

### **Lokasi Penelitian**

Dalam penelitian ini penulis mengambil lokasi di PT Air Minum Bandarmasih Kota Banjarmasin. Peneliti memilih lokasi tersebut dengan mengetahui upaya PT Air Minum Bandarmasih dalam meningkatkan citranya.

## **HASIL**

### **Hasil Wawancara**

Berdasarkan hasil penelitian melalui wawancara dengan beberapa informan dan narasumber, maka hasil wawancara diuraikan sebagai berikut.

Menurut Gassing dan Suryanto dalam bukunya yang berjudul *Public Relations* (2016:10) Humas adalah proses interaksi untuk menciptakan opini publik sebagai input yang menguntungkan kedua belah pihak dan menanamkan pengertian, menumbuhkan motivasi, dan partisipasi publik. Proses tersebut bertujuan menanamkan keinginan baik, kepercayaan, pengertian dan citra yang baik dari publiknya, sedangkan untuk arti khususnya adalah fungsi khusus manajemen yang membantu membangun dan memelihara komunikasi bersama, pengertian, dukungan, kerja sama antar organisasi dan publik, melibatkan masalah manajemen, membantu manajemen untuk mengetahui dan merespons opini publik, menjelaskan dan menekankan tanggung jawab manajemen untuk melayani minat publik, membantu manajemen untuk tetap mengikuti dan memanfaatkan perubahan secara efektif, berguna sebagai sistem peringatan awal untuk membantu mengantisipasi trend dan menggunakan penelitian dan teknik suara yang layak dalam komunikasi sebagai alat utama". Hasil penelitian yang dilakukan oleh

PT. Air Minum Bandarmasih dalam meningkatkan citra menurut parameternya.

Peneliti bertanya “Bagaimana peranan dan tujuan humas PT. Air Minum Bandarmasih dalam berkomunikasi dan membina hubungan baik dengan pelanggan?”. menurut yang dikatakan Bapak Murjani, SE selaku supervisor sekretariat humas PT. Air Minum Bandarmasih, bahwa :

“Strategi yang digunakan adalah dengan menjalin komunikasi, karena humas sendiri harus mempunyai keterampilan komunikasi baik, contohnya saat ada info terbaru dari humas semua staff menyebarkan luaskan informasi tersebut secara luas entah melalui media sosial, website atau berkomunikasi langsung dengan pelanggan”.

Humas PT. Air Minum Bandarmasih dalam hal ini bertindak sebagai komunikator atau penghubung antara organisasi atau lembaga untuk membantu pihak staff humas dalam mendengar apa yang diinginkan dan diharapkan oleh pelanggan. Setelah melakukan wawancara dengan Bapak Murjani selaku supervisor sekretariat humas PT. Air Minum Bandarmasih bahwa staff humas selalu dibekali dengan keterampilan komunikasi yang baik, humas menyiapkan informasi yang akan dipublikasikan kepada masyarakat melalui media komunikasi seperti media sosial, website <https://www.pambandarmasih.com>, mitra dengan wartawan atau secara langsung kepada pelanggan. Bapak Murjani, SE melanjutkan jawabannya, bahwa :

“Bentuk-bentuk kegiatan yang dilakukan oleh humas PT. Air Minum Bandarmasih contohnya adalah melakukan workshop-workshop public speaking bagi para pegawai sebagai bekal untuk pekerjaan yang akan dilakukannya, menerima kunjungan mahasiswa dari berbagai kampus di Banjarmasin supaya mereka mengenal bagaimana proses pengolahan air dan lumpur yang ada di PTAM Bandarmasih, kami juga bekerja sama dengan Satpol PP setempat untuk mengamankan aliran air leding di bangunan liar agar tidak ada air yang terbuang”. Humas PT. Air Minum Bandarmasih juga berusaha membina hubungan positif dan saling menguntungkan dengan pihak internal maupun eksternal dengan cara melakukan workshop public speaking kepada staff humas sebagai bekal pekerjaannya dan penunjang keterampilan berkomunikasi, menerima kunjungan mahasiswa dari berbagai kampus, masyarakat juga mendapatkan pelayanan optimal dengan program pengamanan air leding di bangunan liar oleh PT. Air Minum Bandarmasih dengan bantuan satpol-pp sekitar. Dijelaskan juga oleh staff sekretariat humas yakni bapak Arbaniasyah Riani, bahwa :

“Humas membantu mempublikasikan beberapa kegiatan/program dari bagian kerja yang berbeda divisi baik ke publik secara langsung maupun bekerjasama dengan lembaga eksternal. Seperti publikasi rekrutmen calon pegawai PT. Air Mnum Bandarmasih, kegiatan-kegiatan yang dihadiri direksi utama PTAM di sosial media, dll”. Humas PT. Air Minum Bandarmasih juga bertindak sebagai back-up management yakni sebagai pendukung dalam fungsi manajemen perusahaan dengan membantu mempublikasikan beberapa kegiatan atau program kerja dari divisi lain secara langsung maupun dengan pihak eksternal seperti proses rekrutmen pegawai maupun publikasi kegiatan yang akan dilakukan oleh direksi PT. Air Minum Bandarmasih di media sosial, website, dll.

Dari pendapat diatas dapat mengerucutkan pengertian fungsi humas sebagai sarana penghubung yang baik antar masyarakat dengan corporate atau Lembaga dengan tujuan membentuk opini baik dari masyarakat terhadap Lembaga. Dari peran Humas itu sendiri dapat di garis bawahi Humas Sebagai Komunikator yang memberikan informasi atau berita kepada Komunikan atau penerima informasi dengan harapan mendapatkan opini yang baik kepada Lembaga/ Instansi.

Humas sebagai Pembina yang dimaksud dalam konteks ini adalah dalam membangun relation yang baik antar Publik atau antar lembaga kerjasama. Sedangkan dalam Back Up Management disini biasanya dikenal dengan proses Public Relation yaitu Penemuan Fakta, Perencanaan, Pengkomunikasi dan Evaluasi. Dan yang terakhir adalah sebagai tujuan dari peran humas yaitu sebagai pembentuk citra atau pandangan baik dari Masyarakat (Corporate Image).

Berdasarkan pendapat diatas, penulis menyimpulkan bahwa perananan tujuan humas PT. Air Minum Bandarmasih dalam berkomunikasi dan membina hubungan baik dengan pelanggan sudah

terlaksana dengan pembekalan keterampilan komunikasi yang diharapkan penulis dapat menggali potensi pegawai dalam meningkatkan pekerjaannya dimana dengan peningkatan pekerjaan maka tugas tugas penyampaian informasi harus dilakukan setiap harinya melalui media sosial maupun media terkait, humas juga harus lebih mengenalkan PT. Air Minum Bandarmasih ke masyarakat umum tidak terbatas hanya pada mahasiswa saja agar hubungan baik dengan masyarakat lebih optimal, humas juga harus tanggap dalam menangani miskonsepsi penyampaian informasi yang beredar agar tidak terjadi penyebaran berita bersifat negatif di masyarakat, hendaknya juga humas memberikan hadiah kepada pihak internalnya maupun pihak eksternal saat ada acara tertentu seperti ulangtahun, dll agar hubungan yang dibina semakin baik.

Peneliti bertanya, “Bagaimana tugas humas PT. Air Minum Bandarmasih dalam mengedukasi dan melayani keluhan pelanggan?”. dijelaskan oleh Bapak Agus Rifani selaku staff humas PT. Air Minum Bandarmasih, bahwa :

“Edukasi merupakan bagian penting dari sebuah Informasi agar tidak terjadi miskonsepsi di masyarakat, Humas harus bertanggungjawab apabila terdapat kekeliruan informasi dengan melakukan klarifikasi baik itu melalui tatap muka, media cetak ataupun media sosial agar pelayanan bisa berjalan dengan maksimal”.

Humas PT. Air Minum Bandarmasih menyelenggarakan dan bertanggung jawab atas penyampaian informasi lisan, tertulis atau melalui gambar kepada publik dan memonitor, merekam dan mengevaluasi publik serta pendapat umum masyarakat dalam hal ini humas berupaya menciptakan citra bagi perusahaan dengan cara mengedukasi masyarakat guna menghindari miskonsepsi dan kekeliruan informasi dengan tanggap melakukan klarifikasi terutama dalam informasi yang bersifat negatif agar pelayanan dapat berjalan secara optimal.

Dapat disimpulkan bahwa tugas dari humas yang utama adalah bertanggung jawab atas informasi baik dari pesan lisan tertulis atau gambar atau dari sebagai sumber informasi dan selanjutnya menganalisis respon dari publik atau penerima informasi.

Berdasarkan penjelasan diatas, penulis berpendapat edukasi yang dilakukan oleh PT. Air Minum Bandarmasih sudah terlaksana cukup baik tapi hendaknya jangan hanya memberikan edukasi untuk menghindari miskonsepsi saja, humas juga harus memberikan edukasi yang bertanggungjawab dan menjaga keharmonisan antara pelanggan atau masyarakat.

Peneliti bertanya, "Upaya apa yang dilakukan humas PT. Air Minum Bandarmasih dalam membina hubungan antara pihak internal maupun eksternal. dijelaskan oleh Bapak Agus Rifani selaku staff humas PT. Air Minum Bandarmasih, bahwa :

“Dalam membina hubungan baik dari segi internal maupun eksternal, PT. Air Minum Bandarmasih selalu berusaha menjaga relasi antara sesama rekan kerja dengan profesional dan untuk segi eksternal adalah PTAM mengirimkan surat secara formal untuk ke pemerintahan atau lembaga non-pemerintahan yang bermitra untuk kemudian mempermudah komunikasi selanjutnya”.

Oemi Abdurrachman membagi bentuk hubungan masyarakat menjadi dua yaitu pihak internal ialah orang yang berada dalam organisasi/perusahaan dan pihak eksternal ialah orang yang berada diluar organisasi seperti masyarakat, pemerintah, dan lain lain dalam hal ini PT Air Minum Bandarmasih membina hubungan baik antara pihak internal maupun eksternal dengan selalu berusaha menjaga relasi antara sesama rekan kerja dengan cara yang profesional dan dari segi internal PTAM juga sering berkomunikasi dengan cara mengirimkan surat kepada lembaga pemerintahan maupun non-pemerintah yang bermitra.

Berdasarkan penjelasan diatas, penulis menyimpulkan PT. Air Minum Bandarmasih sudah membina hubungan baik antara pihak internal ataupun eksternal tapi alangkah baiknya lagi jika kegiatan diatas juga ditambah dengan kegiatan lain sebagai bentuk apresiasi seperti pemberian kado setiap ada pegawai maupun mitra terkait yang berulangtahun, kunjungan informal dengan mengadakan coffe-break antara humas dan mitra agar kerjasama yang terbina menjadi semakin baik.

Peneliti bertanya, “Kegiatan apa saja yang dilakukan PT. Air Minum Bandarmasih dalam membentuk opini publik yang positif kepada pelanggan”, Saddam selaku staff humas memberikan pendapatnya, bahwa :

“Kebutuhan masyarakat terhadap PT. Air Minum Bandarmasih sangat tinggi, namun ini menjadi acuan humas untuk meningkatkan pelayanan melalui kegiatan kegiatan positif, seperti di bulan ramadhan, humas PTAM melakukan kegiatan berbagi kepada pelanggan di 4 titik kecamatan yang ada di Banjarmasin, selain itu PT. Air Minum Bandarmasih meningkatkan pelayanannya dengan memperbaiki pipa pipa bocor sesegera mungkin”

Staff humas PT. Air Minum Bandarmasih menemukan fakta kebutuhan masyarakat terhadap PT. Air Minum Bandarmasih sangat tinggi sehingga humas harus meningkatkan pelayanan dan membuat kegiatan-kegiatan positif salah satunya dalam bulan ramadhan, staff humas melakukan kegiatan berbagi dengan masyarakat di titik-titik kota Banjarmasin dan memperbaiki pipa pipa bocor sesegera mungkin. Ditambahkan lagi oleh Saddam selaku staff humas, bahwa :

“Dari diadakannya kegiatan lomba menulis artikel ini adalah salah satu upaya mengajak masyarakat untuk berpartisipasi aktif dalam mendukung kemajuan PT. Air Minum Bandarmasih, serta bisa menggali ide atau gagasan yang ada”

Staff humas juga melakukan upaya mendukung kemajuan PT. Air Minum Bandarmasih dengan mengajak masyarakat berpartisipasi aktif dalam lomba menulis artikel agar masyarakat dapat menyampaikan gagasan maupun ide-ide yang ada.

Dari segi pelaksanaan kegiatan oleh humas terindikasi tidak ada masalah, kegiatan yang dilakukan telah melibatkan komponen promosi dan opini yang baik bagi pelanggan, seperti yang dijelaskan oleh Fathur selaku staff humas.

“Kegiatan yang dilakukan oleh PT. Air Minum Bandarmasih selama ini cukup mendapatkan antusiasme yang tinggi dan sesuai dengan harapan humas, komunikasi selama ini berjalan efektif karena sesuai dengan rencana yang ada. Humas PT. Air Minum Bandarmasih sudah cukup puas dengan kegiatan yang dilakukan dan sebagai bahan evaluasi, humas kemungkinan akan menambah rangkaian kegiatan positif lainnya”.

Komunikasi efektif yang dibangun oleh humas PT. Air Minum Bandarmasih selama ini melalui berbagai kegiatan tersebut cukup mendapatkan antusiasme yang tinggi dan sesuai dengan harapan dan sebagai bahan evaluasi, humas kemungkinan akan menambahkan rangkaian kegiatan lainnya sesuai dengan rencana yang ada.

Dari pendapat diatas, kegiatan Public Relation mengungkapkan proses dalam Hubungan masyarakat yang intinya seorang humas dapat menemukan fakta yang sebenarnya dalam suatu topik pembahasan dan merencanakan untuk mengetahui situasi opini publik saat itu dengan konsep komunikasi dan mengevaluasi sehingga dapat di ketahui pengaruhnya terhadap publik.

Berdasarkan hal tersebut, penulis berpendapat karena kebutuhan masyarakat akan PT. Air Minum Bandarmasih sangat tinggi, kegiatan positif yang sudah ada diharapkan dapat dilanjutkan agar kenyamanan pelanggan terhadap PT. Air Minum Bandarmasih selalu dinomorsatukan, informasi kegiatan yang dilakukan humas juga harus disebarluaskan menjangkau seluruh lapisan masyarakat, humas juga harus mengevaluasi apa saja yang sudah dan belum tercapai dalam kegiatan yang selama ini dilakukan.

Peneliti bertanya, “Media apa sajakah yang digunakan humas PT. Air Minum Bandarmasih kepada pelanggan”, Rahman selaku koordinator menjawab, bahwa :

“Selama ini humas PT. Air Minum Bandarmasih memanfaatkan media cetak dengan bantuan jurnalis maupun wartawan, dan juga media sosial kekinian seperti instagram, selain itu kami juga memiliki website dan aplikasi mobile yang bisa diakses 24 jam”. Kegiatan sosialisasi yang selama ini dilakukan PT. Air Minum Bandarmasih tidak lepas dari media-media yang menunjang. Dimana staff

humas memanfaatkan media berita, media siaran dan komunikasi tradisional. Humas PT Air Minum Bandarmasih memanfaatkan media cetak dengan bantuan jurnalis atau wartawan dimana jurnalis membuat tulisan berisi informasi dengan inovatif, humas juga memanfaatkan media sosial sebagai wadah berpartisipasi, berbagi dan bertukar informasi. Selain itu ada juga website dan aplikasi mobile yang bisa diakses 24 jam .

Dari poin – poin di atas pada intinya media menjadi penyaluran ide atau gagasan seorang praktisi atau organisasi Hubungan Masyarakat kepada Publiknya melalui media komunikasi tersebut maupun langsung berkomunikasi tatap muka.

Dari penjelasan diatas, peneliti berpendapat media yang digunakan staff humas sudah tepat sasaran, tapi staff humas juga harus menyadari kekurangan media cetak yang digunakan sekarang adalah penyampaian informasi harus menunggu proses cetak tapi disisi lain media cetak juga memungkinkan dapat mempertahankan promosi lebih lama karena biasanya tidak akan langsung dibuang. Begitu pula pemanfaatan media sosial sudah cukup tepat sebagai wadah kreatif untuk berbagi informasi terkini PT. Air Minum Bandarmasih tinggal ditunjang dengan keaktifan staff humas dalam menyampaikan informasi setiap hari dan hendaknya staff humas lebih sering berbagi informasi dengan komunikasi tatap muka dengan pelanggan saat berada di pusat pelayanan PT. Air Minum Bandarmasih.

Peneliti bertanya, “Apa saja strategi humas PT. Air Minum Bandarmasih?”. Nadya selaku staff PT. Air Minum Bandarmasih menjelaskan saat wawancara, bahwa :

“Saya mengambil langsung program dari PTAM yang bertujuan terjalinnya hubungan baik dengan masyarakat bertujuan mendengarkan keluhan-keluhan dan isu tidak baik tentang PTAM, kita juga harus mengetahui opini dari masyarakat, seperti yang dibilang oleh rekan saya sebelumnya media sosial juga selalu kita optimalkan guna membagi informasi terbaru”

Staff humas PT. Air Minum Bandarmasih menggunakan pendapat Rosady Ruslan terhadap aspek-aspek pendekatan humas dalam menjalankan tanggung jawab dan fungsinya untuk menciptakan iklim yang kondusif antara perusahaan atau organisasi dengan publiknya untuk tujuan bersama. Langkah awal yang dilakukan staff humas adalah dengan mengetahui fakta yang terjadi dilapangan pengoptimalan media sosial dengan bertujuan terjalinnya hubungan baik dengan masyarakat sekaligus mengetahui opini-opini yang beredar, keluhan dan isu tidak baik mengenai Nadya menambahkan, bahwa :

“Kami selaku humas memasang meteran gratis di daerah yang sulit dijangkau air bersih agar masyarakat bisa merasakan air bersih secara merata, pendekatan tanggungjawab sosial ini bukan untuk kepentingan sepihak tapi kepentingan bersama”

PT. Air Minum Bandarmasih. Humas juga melakukan tanggung jawab terhadap keinginan masyarakat dengan memasang meteran gratis di daerah yang sulit terjangkau agar masyarakat bisa merasakan air bersih secara merata, kegiatan tersebut dilakukan sebagai bentuk tanggungjawab dalam kepentingan bersama. dijelaskan Cindy selaku staff, bahwa :

“Kami menjalin hubungan baik dengan sesama pegawai untuk nyaman bekerja dan kami juga meningkatkan sektor pelayanan untuk menjalin hubungan dengan pelanggan, humas PT. Air Minum Bandarmasih juga melakukan pendekatan terhadap pemerintah dengan mengikutsertakan diri dalam rangka mensejahterakan masyarakat terutama dalam menjangkau daerah yang sulit dalam akses air bersih”.

Humas PT. Air Minum Bandarmasih juga melakukan upaya kerjasama untuk meraih opini publik yang saling menguntungkan satu sama lain dengan menjalin hubungan baik sesama pegawai agar tercipta kenyamanan bekerja dan peningkatan sektor pelayanan untuk menjalin hubungan baik dengan pelanggan, PT. Air Minum Bandarmasih juga turut mengikutsertakan diri dalam program pemerintah dalam rangka mensejahterakan masyarakat terutama yang masih mengalami kesulitan dalam akses air bersih.

Berdasarkan pernyataan diatas, penulis berpendapat staff humas memahami aspirasi yang ada didalam masyarakat dan berusaha mengoptimalkan solusi, menciptakan toleransi, pemahaman dan

hubungan timbal balik yang positif di masyarakat atau pelanggan. Menurut peneliti langkah yang diambil humas dalam kegiatan sosial kepada masyarakat juga sangat baik melalui pemerataan air bersihnya, pembinaan hubungan baik itu melalui internal dan eksternal membuat kerjasama yang terjadi meningkat, peranan PT. Air Minum Bandarmasih dalam kolaborasinya dengan pemerintah membuat peranannya lebih luas lagi.

Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh hasil bahwa strategi humas berpengaruh terhadap peningkatan citra di PT. Air Minum Bandarmasih Kota Banjarmasin. Secara umum arti citra adalah sebagai bentuk opini publik atau masyarakat pada suatu lembaga. Tujuan utama citra merupakan reputasi dan prestasi yang ingin di gapai bagi konteks hubungan masyarakat atau public relations. Pengertian citra tidak bisa di ukur secara sistematis namun wujudnya bisa di rasakan dari hasil penilaian yang sifatnya positif atau negatif. Bisa disimpulkan bahwa citra PT. Air Minum Bandarmasih Kota Banjarmasin dalam hasil penelitian adalah sebagai berikut :

Pertanyaan peneliti, “Citra apa yang ingin dibangun oleh humas PT. Air Minum Bandarmasih?”. Bapak Murjani selaku supervisor sekretariat humas menjawab, bahwa :

“kita menginginkan citra positif yang terbuka, dan juga kita ingin lebih humble ke masyarakat, dengan begitu kita akan lebih mudah diterima oleh masyarakat dengan menggunakan bahasa-bahasa yang lebih mudah dimengerti oleh masyarakat dan masyarakat tidak akan canggung meskipun sedang berkomunikasi sama kita. Citra positif yang dimaksud disini adalah kesan, pandangan, atau persepsi baik yang dinilai oleh masyarakat, dimana dengan berbagai program program dari PT. Air Minum Bandarmasih dibentuk oleh humas untuk berkolaborasi dengan masyarakat”

Didalam perusahaan, organisasi maupun lembaga citra dapat dibagi berbagai macam jenis. Staff humas PT Air Minum Bandarmasih menggunakan citra penampilan (performance image) dalam menyampaikan citra. Bapak murjani selaku supervisor sekretariat menginginkan agar PT. Air Minum Bandarmasih punya citra positif yang terbuka dan ingin lebih humble di mata masyarakat dengan menggunakan bahasa yang lebih mudah dimengerti dalam menyampaikan informasinya sehingga masyarakat tidak akan canggung saat berinteraksi dengan staff humas PT. Air Minum Bandarmasih. Citra positif yang ingin dibangun disini adalah persepsi-persepsi, kesan, pandangan baik yang dinilai oleh masyarakat dimana program-program yang ada pada PT. Air Minum Bandarmasih adalah bentuk kolaborasi dengan masyarakat.

Berdasarkan pernyataan diatas, citra penampilan adalah kesan yang lebih ditunjukkan kepada perusahaan. Seperti bagaimana kinerja dari para professional perusahaan yang selalu tampil optimal dan baik. Misalnya saja dalam hal keanggotaan dan kualitas pelayanan, penyambutan orang tua siswa harus ramah dan memberikan kesan yang selalu baik.

Menurut peneliti, citra yang dibangun oleh PT. Air Minum Bandarmasih sudah cukup baik dan positif dan citra tersebut dapat dirasakan oleh masyarakat tapi hendaknya staff humas juga mendengarkan citra yang ada didalam internal perusahaan agar PT. Air Minum Bandarmasih tidak hanya positif diluar tapi juga didalamnya.

Pertanyaan peneliti, “Bagaimana tanggapan saudara tentang PT. Air Minum Bandarmasih?”. Berikut jawaban maya selaku pelanggan saat diwawancarai :

“Perusahaan air yang bagus, pelayanannya top dan ramah”

Sedangkan menurut Jojo selaku pelanggan yang lain.

“PT. Air Minum Bandarmasih merupakan tumpuan pemasok air bersih di Banjarmasin, semoga pelayanannya semakin ditingkatkan dan tidak akan ada kasus air mati kedepannya”

Christian selaku pelanggan yang lain juga menimpali wawancara.

“Pelayanan baik, murah senyum dan ramah, tarif air juga masih wajar walau kadang di jam jam sibuk air mengalir lebih kecil, tapi tidak apa apa”

Berdasarkan hasil wawancara mengenai persepsi pelanggan PT. Air Minum Bandarmasih yang datang secara langsung perusahaan didapatkan sekumpulan kesan bahwa PT. Air Minum Bandarmasih adalah perusahaan yang bagus, mempunyai pelayanan top dan ramah, ada pula pelanggan yang berharap peningkatan pelayanan agar tidak ada kejadian air mati secara tiba tiba kedepannya karena PT. Air Minum Bandarmasih merupakan tumpuan pemasok air bersih di Banjarmasin. Staff humas di mata pelanggan selalu berupaya melakukan pelayanan yang baik, murah senyum dan ramah, tarif air yang masih wajar juga menjadi nilai positif di mata pelanggan walaupun masih ada keluhan air sering mengecil volumenya disaat jam sibuk tapi tidak menjadi kendala yang berarti.

Sekumpulan kesan tersebut menetapkan indikator seperti kecepatan, keprofesionalan pelayanan yang digunakan untuk mengukur kesan pada citra perusahaan. Demikian juga Sutisna menyatakan bahwa interpretasi atas stimulus yang diterima konsumen didasarkan atas pengalaman masa lalu konsumen dalam pengalaman itu akan menimbulkan kesan jangka panjang dalam benak konsumen.

Berdasarkan pernyataan diatas, penulis beranggapan PT Air Minum Bandarmasih mampu meningkatkan citra yang baik di mata pelanggan dan harus mempertahankan pelayanan yang prima, ramah seperti biasanya dan akan lebih baik jika masalah-masalah kecil yang beredar di pelanggan seperti air mati maupun volume air kurang deras di jam jam tertentu ditanggapi dengan serius dan bijak agar kedepannya kesan positif yang dibangun akan lebih baik lagi.

Peneliti bertanya, “Menurut saudara apakah humas PT. Air Minum Bandarmasih sudah berhasil dalam meningkatkan citra yang baik kepada pelanggan?” Sultan selaku pelanggan memberi pendapatnya, bahwa :

“Citranya sudah baik, mudah mudahan kedepannya semakin baik dan tidak terjadi hal hal diluar kendali yang membuat PT. Air Minum Bandarmasih buruk dimata pelanggan”.

Sedangkan menurut Odah yang juga pelanggan, tidak jauh berbeda dengan pendapat sultan.

“Baik aja selama saya pakai sejauh ini, air kencang tidak ada kendala, walaupun air mati selalu ada pemberitahuan di media sosial”

Citra yang baik terhadap pelanggan merupakan tolak ukur keberhasilan strategi humas PT. Air Minum Bandarmasih, citra yang baik bisa didapatkan dengan mendengarkan aspirasi pelanggan secara langsung terhadap staff humas yang ada, Sultan selaku pelanggan berpendapat bahwa citra yang ada sudah baik dan berharap semoga kedepannya citra yang ada semakin baik lagi dan tidak ada hal diluar kendali yang membuat citra humas PT. Air Minum Bandarmasih terlihat buruk, tidak jauh berbeda dengan pendapat pelanggan lain yang merasa citra humas PT. Air Minum Bandarmasih juga baik dan tidak ada kendala saat pemakaian serta berkata bahwa kemudahan informasi di media sosial PT. Air Minum Bandarmasih sangat membantu saat ada pemberitahuan air berhenti sementara/mati.

Pendapat pelanggan PT Air Minum Bandarmasih terhadap staff humas sejalan dengan indikator citra yaitu sifat, dimana sikap yang artinya adalah kecenderungan bertindak, berpersepsi, berfikir dan merasa dalam menghadapi ide, objek, situasi dan nilai. Sikap bukan perilaku tetapi kecenderungan untuk berperilaku dan cara-cara tertentu.

Menurut peneliti, masyarakat menganggap citra yang dibangun staff humas PT. Air Minum Bandarmasih sudah berhasil tidak lepas dari usaha yang dilakukan oleh staff baik secara langsung maupun media sosial, dimana usaha ini membentuk sikap positif pada pelanggan dalam memandang PT. Air Minum Bandarmasih sudah berhasil dalam meningkatkan citra baiknya.

## **PEMBAHASAN**

Pengaruh Penelitian yang telah dilaksanakan di lokasi penelitian berupa hasil wawancara langsung di lapangan untuk mendapatkan data mengenai strategi komunikasi humas dalam meningkatkan citra pada PT. Air Minum Bandarmasih. peneliti mengadakan wawancara kepada subjek penelitian yaitu supervisor sekretariat humas PT. Air Minum Bandarmasih yakni bapak Murjani, SE dan staff sekretariat humas yakni bapak Arbaniasyah Riani serta seluruh staff PT. Air Minum Bandarmasih.

Strategi yang digunakan oleh humas PT. Air Minum Bandarmasih dalam meneliti adalah strategi pendekatan persuasif dan edukatif dimana strategi tersebut fungsi humas adalah menciptakan komunikasi dua arah (timbang balik) dengan menyebarkan informasi dari organisasi kepada pihak publiknya yang bersifat mendidik dan memberikan penerangan pengarah, maupun dengan menggunakan pendekatan persuasif, agar tercipta saling pengertian, menghargai, pemahaman, toleransi dan adanya hubungan yang timbal balik antara pelaku.

Humas PT. Air Minum Bandarmasih melakukan pendekatan persuasif dengan tatap muka secara langsung baik itu dengan staff internal maupun eksternal, masyarakat atau mitra dengan cara mengadakan workshop, kunjungan mahasiswa berbagai kampus, pelatihan, membina hubungan internal yang baik untuk mencegah hoax beredar di masyarakat, memperbaiki pipa-pipa bocor dan juga melakukan pendekatan terhadap pemerintah dengan mengikutsertakan diri dalam rangka mensejahterakan masyarakat terutama dalam menjangkau daerah yang sulit dalam akses air bersih.

Sedangkan, dalam menyampaikan hal yang bersifat edukatif dengan cara menyebarkan informasi up to date PT. Air Minum Bandarmasih, mengelola media sosial, informasi rekrutmen pegawai, mengadakan rangkaian kegiatan seperti berbagi dan lomba menulis artikel. Edukasi sendiri bersifat memberikan pengaruh yang mendalam kepada khalayak meskipun hal ini akan memakan waktu yang sedikit lama dibanding dengan pendekatan persuasif.

Dengan demikian, strategi pendekatan persuasif dan edukatif yang digunakan oleh penulis mampu meningkatkan citra pada PT. Air Minum Bandarmasih walaupun penulis masih menemukan beberapa strategi komunikasi yang masih belum dimaksimalkan oleh staff humas PT. Air Minum Bandarmasih seperti strategi operasional, strategi tanggung jawab sosial humas, strategi kerjasama, strategi koordinatif dan integratif.

Kedua pada penelitian ini adalah Citra yang ingin dibangun humas PT. Air Minum Bandarmasih ialah citra positif yang terbuka, memberikan kepercayaan antara masyarakat dengan harapan PT. Air Minum Bandarmasih lebih mudah diterima oleh masyarakat. Citra yang digunakan oleh humas PT. Air Minum Bandarmasih dalam meneliti adalah citra penampilan (performance image) yaitu kesan yang lebih ditunjukkan kepada perusahaan. Seperti bagaimana kinerja dari para professional perusahaan yang selalu tampil optimal dan baik. Menurut Kanaidi indikator pembentukan citra perusahaan ada tiga yaitu sekumpulan kesan (impression), kepercayaan (beliefs), dan sikap (attitudes) dalam hal ini ditunjukkan dengan pelayanan humas yang selalu ramah dan menggunakan bahasa yang mudah dimengerti masyarakat, humas selalu cepat tanggap dalam mengetahui tanggapan maupun persepsi pelanggan dan mengatasi keluhan pelanggan terutama saat air mati serta menerima kritik yang ada dengan meningkatkan pelayanan PT. Air Minum Bandarmasih hingga menimbulkan kepercayaan ditengah tengah masyarakat. Dapat disimpulkan humas PT. Air Minum Bandarmasih sudah cukup berhasil dalam meningkatkan citra secara positif pada PT. Air Minum Bandarmasih Kota Banjarmasin, walaupun penulis masih menemukan beberapa jenis citra yang masih belum dimaksimalkan oleh staff humas PT. Air Minum Bandarmasih seperti citra keinginan (wish image), citra cermin (mirror image), citra yang berlaku (current image), citra perusahaan (corporate image), citra majemuk (multiple image) yang tentunya kalau citra tersebut diterapkan akan menambah nilai lebih pada PT. Air Minum Bandarmasih.

## **KESIMPULAN**

Motivasi Strategi humas dalam meningkatkan citra pada PT. Air Minum Bandarmasih dilakukan menggunakan strategi pendekatan persuasif dengan cara menganalisis indikator-indikator seperti peran dan tujuan humas untuk mengetahui cara berkomunikasi dan membina humas baik secara internal maupun eksternal, mempelajari tugas humas untuk mengedukasi dan melayani keluhan pelanggan, melakukan kegiatan di PT. Air Minum Bandarmasih untuk membentuk opini positif, memanfaatkan media lokal, media sosial maupun tatap muka secara langsung dalam rangka

mengoptimalkan pelayanan dan melakukan tanggung jawab sosial demi kepentingan bersama serta mengikutsertakan diri bersama dalam rangka mensejahterakan masyarakat terutama dalam akses air bersih.

Variabel Citra yang ada pada PT. Air Minum Bandarmasih Kota Banjarmasin menggunakan citra penampilan (performance image) adalah citra positif yang terbuka, humble dan memudahkan masyarakat. Citra positif yang dimaksud adalah kesan, pandangan, atau persepsi baik terhadap program yang ada. Humas juga berhasil meningkatkan citra yang baik kepada pelanggan walaupun masih ada beberapa hal yang harus ditingkatkan.

### **SARAN**

Hendaknya Humas PT. Air Minum Bandarmasih Kota Banjarmasin lebih sering mengadakan kegiatan rutin seperti senam bersama ataupun pengajian yang bersama masyarakat umum, atau lomba-lomba untuk mengedukasi anak-anak tidak hanya terbatas mahasiswa atau sesama pegawai humas saja dan tidak terbatas pada kegiatan sosial tahunan pada saat bulan Ramadhan saja.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Amanda, Y. W. (2023). Peran Humas Dalam Membentuk Citra Positif Yayasan Al Kautsar Desa Semanding Kecamatan Jenangan Ponorogo (Doctoral dissertation, IAIN PONOROGO).
- Ayuni, R. D. (2024). TATA KELOLA HUMAS DAN KEPROTOKOLAN.
- Batoebara, M. U., & Zebua, D. (2021). Peran Public Relations dalam Meningkatkan Citra Positif Hotel Santika Premiere Dyandra Medan. *Network Media*, 4(2), 20-39.
- Budianto, A. A., & Hairunnisa, K. M. (2020). Peran Humas PT. Multi Harapan Utama Dalam Pelaksanaan Program Corporate Social Responsibility (CSR) Di Kecamatan Loa Kulu Kabupaten Kutai Kartanegara. *eJurnal Ilmu Komunikasi*, 8(01).
- CAHYANINGSIH, E. PERAN HUMAS DALAM RANGKA MEMBANGUN CITRA DAN MEMPROMOSIKAN SMK PGRI 1 SENTOLO.
- Fathiannisa, D., & Ekowati, S. (2020). Strategi Humas dalam Meningkatkan Pelayanan Pasien Rawat Jalan Sebagai Rumah Sakit Berakreditasi Internasional. *Ikon--Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 24(3), 277- 300.
- Lutfiyah, M. F. (2017). Metodologi Penelitian: Penelitian Kualitatif, Tindakan Kelas dan Studi Kasus. Sukabumi, Jawa Barat: CV. Jejak.
- Gora, R., & S Sos, M. M. (2019). Riset kualitatif public relations. Jakad Media Publishing.
- Mustafa, N. R. (2017). Strategi Humas Dalam Meningkatkan Citra Kantor Kesyahbandaran Utama Makassar. Universitas Islam Negeri (UIN) Alauddin Makassar.
- Nurhayati, M. (2022). Buku Ajar Media Komunikasi. Penerbit P4I.
- Prisgunanto, I. (2017). Aplikasi Teori dalam Sistem Komunikasi di Indonesia (Satu). Jakarta: Jakarta Kencana.
- Ramdhan, M. (2021). Metode Penelitian (AA Effendy. Cipta Media Nusantara.

- Rayhaniah, S. A. (2022). Semiotika Komunikasi.
- Rondonuwu, S. (2016). Peran Public Relations Terhadap Meningkatkan Citra Perusahaan Pt. Trakindo Manado. *Jurnal Administrasi Publik*, 3(42).
- Rustan, A. S., & Hakki, N. (2017). Pengantar ilmu komunikasi. Deepublish.
- Sartika, S., & Rachmat, I. (2023). Strategi Public Relations dalam Meningkatkan Citra Perusahaan pada PT. Telkomsel Tbk. *Jurnal sosial dan sains*, 3(2), 199-215.
- Silviani, I. (2020). Public relations sebagai solusi Komunikasi Krisis. Scopindo Media Pustaka.
- Syamsuadi, A. M. I. R. (2017). Pelayanan publik dan birokrasi pemerintahan. [https://www.researchgate.et/publication/318827945\\_MEMAHAMI\\_PELAYANAN\\_PUB\\_LIK\\_DALAM\\_BIROKRASI\\_PEMERINTAHAN](https://www.researchgate.et/publication/318827945_MEMAHAMI_PELAYANAN_PUB_LIK_DALAM_BIROKRASI_PEMERINTAHAN).
- Utama, D. A. (2018). Strategi Komunikasi Humas Dalam Meningkatkan Citra Pemerintah Kota Palembang (Doctoral dissertation, UIN Raden Fatah Palembang).
- WALUYO, H. P. (2022). STRATEGI PUBLIC RELATIONS RUMAH SAKIT GRIYA WALUYA PONOROGO DALAM MENINGKATKAN KUALITAS PELAYANAN KEPADA PASIEN (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Ponorogo).
- Wijaya, H. (2020). Analisis data kualitatif teori konsep dalam penelitian pendidikan. Sekolah Tinggi Theologia Jaffray.
- Wutun, M., & Pietriani, I. R. (2023). STRATEGI HUMAS DALAM MENINGKATKAN KUALITAS PELAYANAN:(STUDI KASUS PADA KANTOR KESYAHBANDARAN DAN OTORITAS PELABUHAN KELAS III KUPANG). *Deliberatio: Jurnal Mahasiswa Komunikasi*, 3(1), 161-173.
- Zellatifanny, C. M., & Mudjiyanto, B. (2018). Tipe penelitian deskripsi dalam ilmu komunikasi. *Diakom: Jurnal Media Dan Komunikasi*, 1(2), 83-90.