

STRATEGI HUMAS PERUMDA TIRTA PAKUAN DALAM MEMBANGUN KEPERCAYAAN PUBLIK MELALUI MEDIA RELATIONS

Nur Indah Fitria¹, Abung Supama Wijaya²

nurindahfitria2@gmail.com

^{1&2}Komunikasi Digital dan Media, Sekolah Vokasi, IPB University

Abstrak

Strategi adalah suatu perencanaan yang disusun dengan tujuan mencapai target tertentu. Hal inilah yang dilakukan oleh humas untuk membangun citra dan kepercayaan publik terhadap sebuah organisasi, khususnya pada lembaga layanan publik seperti Perumda Tirta Pakuan. Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui dan mendeskripsikan bagaimana Humas Perumda Tirta Pakuan menerapkan strategi *media relations* dalam mengelola komunikasi dengan publik untuk membangun kepercayaan publik. Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif deskriptif dan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, serta dokumentasi, ditemukan bahwa humas aktif menggunakan platform Instagram sebagai media komunikasi dua arah dengan masyarakat. Selain itu, relasi dengan media massa tetap dijaga melalui rilis berita dan konferensi pers. Hasil dari penelitian ini menunjukkan *media relations* yang dijalankan secara terstruktur dan berbasis komunikasi dua arah mampu meningkatkan kepercayaan publik serta memperkuat citra Perumda Tirta Pakuan sebagai institusi yang responsif dan transparan.

Kata Kunci: *strategi humas, media relations, kepercayaan publik*

I. PENDAHULUAN

Hubungan masyarakat (humas) memiliki peranan strategis dalam membangun kepercayaan publik terhadap perusahaan melalui komunikasi yang efektif. Hubungan masyarakat mencakup seluruh bentuk komunikasi terstruktur yang dilakukan baik kepada pihak internal maupun eksternal, bertujuan untuk menciptakan hubungan harmonis antara perusahaan dan publik demi mencapai tujuan bersama (Firmansyah et al., 2024). Humas menjadi seni dalam membentuk pemahaman publik yang lebih baik, sehingga dapat memperkuat kepercayaan masyarakat terhadap organisasi (Purwo et al., 2020). Sebagai bagian dari fungsi manajemen, humas bertanggung jawab untuk menjaga hubungan dengan publik, menanggapi interaksi, serta menjadi perantara dalam menyampaikan informasi dari dan kepada organisasi (Biyantara et al., 2023).

Selain menjalankan fungsi komunikasi, humas juga berperan aktif dalam membina

kerja sama dengan media massa untuk mendukung kelancaran penyebaran informasi kepada masyarakat (Putri et al., 2023). Mengacu pada Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik, setiap badan publik, termasuk Perumda Tirta Pakuan, berkewajiban untuk menyediakan akses informasi yang transparan kepada masyarakat. Dengan demikian, humas perlu bersikap proaktif dalam menyampaikan informasi tentang kebijakan, program, maupun pelayanan perusahaan melalui berbagai kanal media, baik konvensional maupun digital.

Menjalin kerja sama dengan media menjadi strategi yang dilakukan oleh humas Perumda Tirta Pakuan untuk membangun kepercayaan publik baik kepada pelanggan maupun masyarakat luas. Hal ini diperkuat dengan pernyataan bahwa peran humas sangat penting dalam menciptakan citra positif, baik di mata masyarakat umum maupun pemangku kepentingan pemerintah (Sugiharto et al.,

2024). Strategi *media relations* yang dijalankan oleh Humas Perumda Tirta Pakuan menjadi instrumen vital untuk menjaga transparansi, membangun dialog terbuka, dan memperkuat kepercayaan publik terhadap layanan air bersih yang diberikan.

Perumda Tirta Pakuan merupakan Badan Usaha Milik Daerah (BUMD) yang bergerak di bidang pelayanan air bersih untuk masyarakat Kota Bogor. Sebagai perusahaan yang bergerak di sektor pelayanan publik, membangun kepercayaan pelanggan menjadi hal yang sangat penting. Perumda Tirta Pakuan sebagai perusahaan daerah yang bergerak di bidang pelayanan air bersih menyadari pentingnya menjaga hubungan yang baik dengan masyarakat sebagai konsumennya. Oleh karena itu, *media relations* dijadikan sebagai strategi utama dalam menjembatani komunikasi antara perusahaan dan publik. Melalui media, perusahaan dapat membangun narasi positif, menyampaikan transparansi layanan, serta merespons isu-isu publik secara cepat dan tepat. Humas Perumda Tirta Pakuan memiliki peran penting dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat. Dalam konteks keterbukaan informasi dan kemajuan teknologi komunikasi, *media relations* menjadi salah satu strategi yang digunakan Humas untuk menjalin komunikasi efektif dengan publik.

Media relations menjadi strategi kunci untuk memastikan pesan perusahaan tersampaikan secara akurat dan positif. Kepercayaan publik terbentuk dari konsistensi, keterbukaan, dan kredibilitas komunikasi yang dijalankan oleh humas. Hal inilah yang diupayakan oleh humas Perumda Tirta Pakuan untuk merancang, merencanakan, dan mengevaluasi berbagai program komunikasi, termasuk membangun hubungan dengan media massa sebagai

bagian dari strategi *media relations*. Pendekatan ini bertujuan untuk memperkuat kepercayaan pelanggan terhadap layanan yang diberikan serta meningkatkan reputasi perusahaan (Purwo et al., 2020). Komunikasi terbuka menjadi elemen kunci dalam membangun reputasi yang kuat. Persepsi publik sangat dipengaruhi oleh keterbukaan informasi yang disampaikan. Oleh karena itu, humas Perumda Tirta Pakuan harus mengelola dan mengoptimalkan berbagai kegiatan komunikasi yang mendukung pembentukan, peningkatan, dan pemeliharaan citra positif perusahaan.

II. METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, yang bertujuan untuk mendeskripsikan secara mendalam praktik *media relations* yang dijalankan oleh Humas Perumda Tirta Pakuan. Penelitian kualitatif merupakan jenis penelitian yang menekankan pada deskripsi dan analisis. Pendekatan deskriptif dalam penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan serta menjelaskan peristiwa, fenomena, dan kondisi sosial yang menjadi fokus kajian (Waruwu, 2023). Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui dua metode. Pertama, wawancara terstruktur, di mana daftar pertanyaan telah disusun sebelumnya untuk memastikan informasi yang diperoleh dari narasumber dengan baik. Kedua, metode observasi digunakan untuk mengamati secara langsung pelaksanaan strategi humas dan praktik *media relations* (Santoso et al., 2024).

Melalui wawancara terstruktur, data yang diperoleh bersifat deskriptif dan naratif. Informasi ini berasal langsung dari narasumber utama, yaitu asisten manajer humas Perumda Tirta Pakuan. Data tersebut mencakup penjabaran strategi humas yang digunakan untuk membentuk citra dan kepercayaan publik, program *media relations*

yang dijalankan, alasan pemilihan media relations sebagai pendekatan utama komunikasi publik, tantangan dalam pelaksanaan strategi, evaluasi keberhasilan dari strategi tersebut, serta inovasi yang direncanakan humas untuk memperkuat hubungan media dan komunikasi publik kedepannya.

Sementara itu, observasi langsung menghasilkan data visual dan kontekstual. Observasi dilakukan terhadap aktivitas komunikasi humas, baik secara *offline* maupun *online* melalui media cetak, media online, serta akun media sosial resmi Perumda Tirta Pakuan. Dari hasil observasi ini, data yang diperoleh meliputi jenis konten yang dipublikasikan, waktu dan frekuensi unggahan, serta format penyampaian pesan yang digunakan, baik visual maupun verbal. Di media sosial, diamati pula tingkat interaksi publik, seperti jumlah komentar, respon dari admin, serta tingkat keterlibatan (*engagement*) masyarakat terhadap konten yang dibagikan. Sementara pada media cetak dan online, data yang diperoleh berupa artikel atau pemberitaan yang memuat informasi dari Perumda Tirta Pakuan, termasuk gaya penulisan berita, narasi yang digunakan, *headline*, serta *positioning* perusahaan dalam pemberitaan tersebut. Keseluruhan data dari observasi ini memberikan gambaran konkret mengenai bagaimana strategi *media relations* dijalankan di berbagai platform media.

III. PEMBAHASAN

Humas Perumda Tirta Pakuan menguraikan lebih dalam mengenai implementasi strategi *media relations* dan dampaknya dalam membangun kepercayaan serta citra positif di mata publik, sebagai berikut

Strategi Media Relations Humas Perumda Tirta Pakuan

Humas Perumda Tirta Pakuan memegang peranan penting dalam membangun kepercayaan publik melalui strategi komunikasi yang terstruktur. salah satunya dengan menjalankan fungsi komunikasi eksternal. Berdasarkan hasil wawancara, strategi *media relations* yang dijalankan difokuskan pada pengelolaan informasi yang akurat, cepat, dan dapat dipertanggungjawabkan. Humas Perumda Tirta Pakuan melakukan kerja sama dengan 26 media, baik media cetak, *online*, dan media sosial, yang secara rutin diberi agenda konten dan diarahkan untuk menerbitkan minimal 5 konten per bulan. Konten yang disebarluaskan diarahkan agar bersifat edukatif, informatif, dan positif. Selain media cetak dan online, platform digital seperti Instagram, Tiktok, dan website juga dimanfaatkan sebagai saluran komunikasi dengan publik. Hal ini menunjukkan bahwa *media relations* yang dilakukan tidak bersifat reaktif, melainkan sudah menjadi bagian dari strategi proaktif dan berkesinambungan.

Strategi *media relations* yang dijalankan oleh humas Perumda Tirta Pakuan mencakup berbagai upaya terencana untuk membangun kepercayaan publik melalui pengelolaan informasi yang akurat, cepat, dan dapat dipertanggungjawabkan. Salah satu kegiatan utamanya adalah publikasi berita positif yang secara rutin diproduksi dan disebarluaskan melalui media mitra. Humas menyampaikan informasi mengenai program peningkatan kualitas air bersih, modernisasi sistem distribusi, penanganan kebocoran secara cepat, dan kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) seperti pembagian air saat musim kemarau. Humas Perumda Tirta Pakuan menjalin kerja sama dengan lebih dari 25 media lokal dan regional, seperti Radar

Bogor, Tribun Bogor, serta media online lainnya untuk memastikan distribusi informasi berjalan optimal dan menciptakan persepsi positif bahwa perusahaan bersikap solutif, inovatif, dan berpihak kepada masyarakat.

Selain itu, pada momen-momen tertentu seperti saat menerima penghargaan atau menghadapi krisis seperti kebocoran pipa atau gangguan distribusi, humas Perumda Tirta Pakuan menyelenggarakan konferensi pers dan mengundang media untuk hadir langsung ke lokasi kejadian atau kantor pusat. Tujuan utama dari strategi ini adalah memberikan informasi yang komprehensif sekaligus mencegah munculnya misinformasi atau framing negatif dari media. Konferensi pers juga dimanfaatkan sebagai sarana untuk membangun kedekatan personal dengan para wartawan sebagai distributor penyampaian pesan kepada masyarakat, sehingga menciptakan hubungan jangka panjang, serta meningkatkan kepercayaan media terhadap keterbukaan informasi perusahaan.

Humas Perumda Tirta Pakuan juga memanfaatkan media sosial untuk menjadi pilar utama dalam strategi komunikasi dengan masyarakat. Melalui platform media seperti Instagram, TikTok, Facebook, hingga X, humas memanfaatkan secara aktif untuk menyampaikan informasi dan edukasi melalui berbagai konten. Di antaranya adalah informasi jadwal pemeliharaan, klarifikasi isu atau *hoax* yang beredar di masyarakat, dokumentasi kegiatan pelayanan, dan ajakan untuk berhemat air. Keunggulan media sosial terletak pada kecepatan penyampaian dan kemampuannya menjalin komunikasi dua arah secara *real-time*. Keunggulan media sosial terletak pada kecepatannya dalam menjangkau publik serta kemampuannya memfasilitasi komunikasi dua arah. Humas Perumda Tirta Pakuan memanfaatkan kolom

komentar, *direct message* (DM), dan polling interaktif untuk mengetahui aspirasi dan keluhan pelanggan secara *real-time*.

Strategi *media relations* juga mencakup manajemen isu dan krisis sebagai komponen penting dalam menjaga citra perusahaan. Setiap kali muncul keluhan atau pemberitaan negatif, humas akan merespons dengan cepat melalui klarifikasi, publikasi data teknis, dan penjelasan mengenai upaya perbaikan yang sedang dilakukan. Misalnya, ketika terjadi gangguan distribusi akibat kerusakan pompa, humas segera merilis infografis dan video penjelasan terkait penyebab dan estimasi perbaikan melalui kanal *Whatsapp Channel* milik Perumda Tirta Pakuan. Tindakan ini bukan hanya meredam kecemasan masyarakat, tetapi juga menunjukkan komitmen perusahaan terhadap transparansi dan pelayanan prima. Dengan langkah-langkah yang responsif dan adaptif ini, Perumda Tirta Pakuan membuktikan bahwa *media relations* yang dijalankan bukan bersifat responsif terhadap kritik, tetapi juga menjadikan masukan dari masyarakat sebagai bagian dari proses perbaikan layanan hingga memperkuat kepercayaan publik.

Membangun Kepercayaan Publik

Strategi *media relations* yang dijalankan Humas Perumda Tirta Pakuan tidak hanya bersifat teknis-informatif, tetapi juga strategis-edukatif. Hasil dari penerapan strategi ini yaitu membangun dan meningkatkan kepercayaan publik dengan komunikasi yang terbuka dan konsisten dari perusahaan membentuk persepsi bahwa Perumda Tirta Pakuan adalah lembaga yang transparan dan bertanggung jawab. Masyarakat merasa dilibatkan dan dihargai pendapatnya. Humas menjadi aktor penting dalam menjembatani kebutuhan informasi antara perusahaan dan pelanggan. Selain itu, kecepatan tanggapan terhadap keluhan

pelanggan di media sosial menciptakan kesan bahwa perusahaan sigap dan peduli terhadap pengalaman pengguna.

Dengan menampilkan sisi humanis dari perusahaan seperti partisipasi dalam kegiatan kemasyarakatan, penghargaan kepada pelanggan setia, atau peliputan petugas lapangan yang bekerja saat malam humas berhasil menampilkan Perumda Tirta Pakuan tidak sekadar sebagai institusi layanan teknis, tetapi sebagai mitra masyarakat dalam kehidupan sehari-hari. Efek lanjutan dari citra positif dan kepercayaan adalah meningkatnya loyalitas pelanggan. Banyak pelanggan yang aktif membagikan ulang konten Perumda di media sosial, memberikan komentar positif, bahkan menjadi agen informasi sukarela di lingkungan mereka. Kehadiran media sosial juga memudahkan masyarakat untuk menyampaikan aspirasi tanpa harus datang langsung ke kantor. Ini menunjukkan bahwa media relations yang baik tidak hanya memengaruhi persepsi, tetapi juga mengubah perilaku pelanggan menjadi lebih suportif terhadap perusahaan. Dengan adanya komunikasi yang terbuka dan responsif, Humas mampu meredam potensi konflik yang bisa membesar akibat ketidaktahuan masyarakat. Banyak kasus krisis yang dapat diredam sejak dini karena adanya informasi yang cepat dan akurat dari kanal resmi perusahaan.

Evaluasi strategi dan Tantangan Media Relations

Evaluasi terhadap keberhasilan strategi *media relations* humas Perumda Tirta Pakuan dilakukan secara berkala melalui survei tahunan kepuasan pelanggan dan laporan bulanan dari media mitra. Evaluasi ini mencakup berbagai indikator, seperti keterjangkauan informasi, respons masyarakat terhadap publikasi, serta performa konten yang disebarluaskan melalui media sosial

dan platform digital lainnya. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa strategi yang diterapkan telah memberikan dampak positif dalam membangun kepercayaan publik, meningkatkan partisipasi masyarakat terhadap layanan perusahaan, dan memperkuat citra Perumda Tirta Pakuan sebagai perusahaan yang terbuka dan profesional.

Meskipun strategi *media relations* berjalan dengan baik, tantangan masih dihadapi, khususnya dalam menjangkau masyarakat yang tidak aktif menggunakan media sosial. Untuk menanggapi hal ini, humas merancang inovasi melalui kegiatan edukasi secara langsung dan pelatihan literasi media yang bekerja sama dengan mitra media. Inovasi ini diharapkan mampu meningkatkan pemahaman masyarakat terhadap pentingnya informasi yang disampaikan oleh perusahaan, sekaligus memperkuat kedekatan emosional antara Perumda Tirta Pakuan dan publik. Dengan strategi yang terarah dan pelaksanaan yang konsisten, Humas Perumda Tirta Pakuan menunjukkan bagaimana media relations dapat menjadi instrumen utama dalam membangun kepercayaan publik dan memperkuat posisi perusahaan sebagai penyedia layanan air bersih yang andal dan transparan.

IV. PENUTUP

Strategi *media relations* yang diterapkan oleh humas Perumda Tirta Pakuan terbukti menjadi pendekatan komunikasi yang efektif dalam membangun dan memperkuat kepercayaan publik. Melalui berbagai kegiatan seperti publikasi berita, penyelenggaraan konferensi pers, pengelolaan media sosial, serta manajemen isu dan krisis, humas mampu menyampaikan informasi secara akurat, cepat, dan terbuka kepada masyarakat. Kerja sama dengan media lokal, online, serta pemanfaatan media sosial

memungkinkan pesan yang ingin disampaikan oleh perusahaan dapat menjangkau publik secara luas dan menjalin komunikasi dua arah yang aktif. Evaluasi berkala melalui survei pelanggan dan laporan media partner menunjukkan bahwa strategi ini telah berkontribusi dalam menciptakan citra perusahaan yang profesional, responsif, dan transparan.

Meskipun demikian, tantangan masih muncul dalam menjangkau kelompok masyarakat yang tidak terakses oleh media digital. Untuk menjawab hal tersebut, Humas merancang inovasi melalui pendekatan langsung dan edukasi media, yang memperluas jangkauan komunikasi sekaligus mempererat hubungan dengan publik. Secara keseluruhan, strategi *media relations* yang terencana, konsisten, dan adaptif telah menempatkan humas sebagai garda terdepan dalam membangun reputasi Perumda Tirta Pakuan sebagai penyedia layanan publik yang terpercaya dan berorientasi pada kebutuhan masyarakat.

Daftar Pustaka

- Algiffari, B. A., Yusalia, H. (2025). Strategi Komunikasi Humas Perumda Tirta Musi dalam Mengelola Citra Perusahaan. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 9(1), 3019–3029. <https://doi.org/10.31004/jptam.v9i1.24754>
- Algiffari, B. A., Yusalia, H. (2025). Strategi Komunikasi Humas Perumda Tirta Musi dalam Mengelola Citra Perusahaan. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 9(1), 3019–3029. <https://doi.org/10.31004/jptam.v9i1.24754>
- Maulida, S. S., Ratnamulyani, I. A., Agustini. (2017). Strategi Humas Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Tirta Kahuripan dalam Pelayanan Prima kepada Pelanggan. *Jurnal Komunikatio*, 3(2), 69–74. <https://doi.org/10.25157/jk.v3i2.916>
- Maulida, S. S., Ratnamulyani, I. A., Agustini. (2017). Strategi Humas Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Tirta Kahuripan dalam Pelayanan Prima kepada Pelanggan. *Jurnal Komunikatio*, 3(2), 69–74. <https://doi.org/10.25157/jk.v3i2.916>
- Risnawati, A., Zuraini, Z., Asian, A., Haryati, H. (2023). Strategi Humas (Public Relation) dalam Membentuk Citra Organisasi. *Jurnal Review Pendidikan dan Pengajaran (JRPP)*, 6(4), 4139–4144. <https://doi.org/10.31004/jrpp.v6i4.23474>
- Biyantara, Putri R. N. S., Wisudawanto R. Peran Humas dalam Membangun Citra Organisasi di RS Ortopedi Prof. Dr. R. Soeharso Surakarta. *KOMUNITAS: Jurnal Ilmu Komunikasi*. 9(2):33-45.
- Firmansyah A., Surya S. R. A., Zulfikar M., Maui D., Farida I. (2024). Peran Humas Hololive Productions Terhadap Perkembangan Virtual YouTuber Hololive Di Indonesia. *Komunikasi : Jurnal Komunikasi*. 15(1):1- 7.
- Purwo S. H. R., Puspasari D. (2020). Peran Humas Dalam Meningkatkan Citra Positif Pada Badan Pengembangan Sumber Daya Manusia (BPSDM) Provinsi Jawa Timur. *Jurnal Pendidikan Administrasi Perkantoran*. Vol 8(3):458-467.
- Putri J. N., Yuningsih S. (2023). Peran Humas dalam Mempublikasikan Kegiatan Kwartir Cabang Jakarta Selatan. *Jurnal Bincang Komunikasi*. Vol 1(2): 57-67. Sugiharto S.,

- Ritonga H. M. (2024). Peran Humas dalam Meningkatkan Citra PDAM Tirtanadi Sumatera Utara. 18(1):37-44.
- Sentosa, I., Vanel, Z. (2024). Strategi Marketing Public Relations Sabandina Koffie untuk Membangun Brand Recognition. *Journal Media Public Relations*, 4(2), 10–22. <https://doi.org/10.37090/jmp.v4i2.186>
- Waruwu, M. (2023). Pendekatan Penelitian Pendidikan: Metode Penelitian Kualitatif, Metode Penelitian Kuantitatif dan Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Method). *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(1), 2896–2910. <https://doi.org/10.31004/jptam.v7i1.728>