

ABSTRAK

Dewi Regita: Pengelolaan *Corporate Communication* sebagai Proses Pembentukan Citra Perusahaan (Studi Kasus pada Humas Perum Jasa Tirta II Purwakarta)

Penelitian ini mengangkat tema citra perusahaan pada Humas Perum Jasa Tirta II karena citra perusahaan menjadi aspek penting dalam membangun kepercayaan publik serta membentuk reputasi perusahaan di tengah perkembangan saat ini. Penting bagi Perum Jasa Tirta II untuk mengelola citra positif perusahaannya melalui berbagai aktivitas komunikasi dan kehumasan. Perum Jasa Tirta II dipilih sebagai objek penelitian karena merupakan perusahaan BUMN yang bergerak dalam pengelolaan sumber daya air dan memiliki peran penting dalam pelayanan publik, sehingga perusahaan perlu menjaga citra positifnya di mata publik melalui pengelolaan komunikasi yang baik.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana Humas Perum Jasa Tirta II mengelola komunikasi perusahaan di Perum Jasa Tirta II Purwakarta, khususnya dalam membentuk identitas, citra, dan reputasi perusahaan melalui berbagai aktivitas komunikasi dan kehumasan.

Penelitian ini menggunakan Konsep *Corporate Communication* yang dikemukakan oleh Joep Cornelissen pada tahun (2017) yang terdiri dari elemen *corporate identity*, *corporate image*, dan *corporate reputation*. Konsep ini digunakan untuk mengetahui bagaimana Perum Jasa Tirta II melaksanakan proses pengelolaan identitas, citra, dan reputasi perusahaan.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus tunggal yang menekankan pada pemahaman makna mendalam berdasarkan pengalaman informan mengenai suatu fenomena melalui observasi non-partisipan dan wawancara mendalam.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Pengelolaan Komunikasi Perusahaan Perum Jasa Tirta II Purwakarta dilakukan melalui pengelolaan identitas perusahaan, citra perusahaan, dan reputasi perusahaan. Pengelolaan identitas perusahaan dilakukan melalui penyampaian elemen visual, nilai dan karakter perusahaan yang baik. Pengelolaan citra perusahaan dilakukan melalui perencanaan dan pelaksanaan program kehumasan, pengelolaan media dan komunikasi perusahaan, serta melalui penanganan isu dan krisis. Pengelolaan reputasi perusahaan dilakukan melalui pembentukan kepercayaan publik dan melalui pengelolaan kinerja perusahaan. Pengelolaan tersebut dilakukan secara konsisten dan berkelanjutan untuk membentuk dan mempertahankan citra positif perusahaan di mata publik.

Kata Kunci: Citra Perusahaan, Komunikasi Perusahaan, Perum Jasa Tirta II.