

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Citra perusahaan merupakan cara pandang dari publik terhadap suatu perusahaan sehingga membentuk persepsi publik terhadap suatu perusahaan, hal ini terbentuk melalui bagaimana cara publik memandang suatu perusahaan tersebut. Citra yang positif tidak muncul secara singkat, melainkan melalui berbagai hal yang dilakukan oleh perusahaan, melalui baiknya kualitas produk yang dihasilkan, pelayanan publik yang baik, serta bagaimana cara perusahaan menampilkan dirinya sehingga dapat menghasilkan penilaian yang positif dari publiknya. Citra yang positif berperan penting dalam meningkatkan kepercayaan publik, loyalitas, dan bahkan dapat menghasilkan reputasi yang baik bagi perusahaan, sementara citra yang negatif berpotensi sebaliknya. Citra perusahaan menjadi aspek krusial bagi keberlangsungan perusahaan karena mempengaruhi dukungan publik dan legitimasi sosial.

Humas dalam perusahaan memiliki tanggung jawab dalam mengelola dan membentuk citra positif suatu perusahaan, peran ini tidak sebatas menyampaikan suatu informasi kepada publik saja, melainkan mengatur bagaimana publik melihat dan menilai suatu perusahaan. Humas harus memiliki pengelolaan atau manajemen komunikasi yang baik dan terencana, humas juga harus mampu berupaya menanamkan kesan yang baik sehingga dapat menumbuhkan kepercayaan publik, loyalitas dan dukungan dari berbagai pihak.

Perum Jasa Tirta II sebagai salah satu Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak dalam pengelolaan sumber daya air tentunya memiliki kedudukan penting, khususnya di wilayah Purwakarta dan sekitarnya. Tanggung jawab perusahaan tidak hanya berkaitan dengan pelayanan pengairan, melainkan juga menyentuh aspek keberlanjutan lingkungan dan kesejahteraan masyarakat. Posisi strategis ini menuntut Perum Jasa Tirta II untuk selalu dapat mempertahankan citra positif perusahaan agar senantiasa memperoleh kepercayaan dari publik, karena jika Perum Jasa Tirta II memiliki citra yang baik, Perusahaan dapat memperkuat hubungan dengan publik dan menjaga keberlangsungan kinerjanya.

Menurut data yang didapatkan melalui pengamatan akun Instagram resmi Perum Jasa Tirta II, dapat dilihat upaya humas perusahaan ini berusaha mengelola citranya dengan baik, karena terlihat dari konsep penataan di laman Instagram yang ditampilkan secara terstruktur, konsisten, dan mudah dipahami, hal ini tentunya akan membentuk persepsi positif dan membawa impresi yang baik dari publik.

Informasi lainnya diperoleh melalui website resmi Perum Jasa Tirta II, dimana dalam website resmi perusahaan ini menginformasikan berbagai informasi kepada publiknya secara jelas, transparan, akurat dan terbaru. Website ini tentunya mendukung dan memperkuat citra positif yang dihasilkan dari adanya website dan layanan Keterbukaan Informasi Publik yang transparan dan akuntabel.

Informasi lainnya yang diperoleh melalui website resmi Perum Jasa Tirta II, adalah informasi bahwa Perum Jasa Tirta II mendapatkan Anugerah Keterbukaan Informasi Publik (KIP) dengan kategori informatif selama empat tahun berturut-

turut. Pencapaian tersebut tentunya menunjukkan konsistensi dan keseriusan perusahaan dalam mengelola dan menjalankan transparansi informasi kepada publik sekaligus memperkuat citra positif Perum Jasa Tirta II sebagai perusahaan BUMN yang terbuka terhadap masyarakat.

Data lain yang juga diperoleh melalui website resmi Perum Jasa Tirta II, dimana upaya perusahaan dalam memperkuat citra juga dilihat melalui bidang pemberdayaan masyarakat dengan memenangkan penghargaan pada ajang Anugerah BUMN ke-13 tahun 2024 sebagai perusahaan dengan program pengembangan UMKM terbaik ke-2. Prestasi ini menjadi bukti bahwa Perum Jasa Tirta II memperhatikan pengembangan ekonomi lokal dan peduli pada kesejahteraan masyarakat sekitar.

Publikasi dari website resmi Perum Jasa Tirta II, pada tanggal 16 Juli 2024 yang mempublikasikan bahwa perusahaan menyelenggarakan kegiatan sosialisasi mengenai penerapan dan pemantauan prinsip *Good Corporate Governance* (GCG) dengan membahas pedoman benturan kepentingan, manajemen risiko, dan informasi publik. Sosialisasi ini menunjukkan langkah nyata dari Perusahaan dalam memperkuat budaya transparansi, akuntabilitas, dan keterbukaan informasi sebagai bukti komitmen perusahaan terhadap tata kelola yang baik dan strategis yang dapat membangun citra positif bagi perusahaan.

Berdasarkan data pra penelitian diatas, Citra Perusahaan menjadi aspek penting bagi reputasi dan keberlangsungan suatu perusahaan. Banyak penelitian terdahulu yang membahas mengenai pengelolaan citra perusahaan, namun

Sebagian besar masih berfokus pada program-program tertentu atau melalui media tertentu sebagai strategi utama dalam membentuk citra perusahaan. Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa pengelolaan citra perusahaan atau citra organisasi tidak lepas dari pemanfaatan media digital sebagai sarana komunikasi dengan publik. Salah satunya adalah penelitian yang dilakukan oleh Husni Mubarak Putra Abidin (2024) yang berjudul “Pengelolaan Citra Rumah Sakit Umum Daerah Al Ihsan melalui Aplikasi RSUD Al Ihsan *Mobile*”. Penelitian tersebut menggunakan pendekatan kualitatif dan menunjukkan bahwa pemanfaatan aplikasi digital sebagai media pelayanan informasi mampu meningkatkan kualitas komunikasi antara organisasi dan masyarakat, sehingga berkontribusi dalam membentuk citra positif institusi. Hasil penelitian tersebut menjelaskan bahwa pengelolaan citra tidak hanya dilakukan melalui komunikasi secara langsung, tetapi juga dapat melalui pemanfaatan teknologi digital yang memudahkan akses informasi dan layanan kepada masyarakat, hal ini menunjukkan bahwa media digital memiliki peran penting dalam membangun persepsi positif terhadap suatu organisasi.

Berbeda dengan penelitian sebelumnya yang berfokus pada sektor layanan kesehatan melalui pemanfaatan aplikasi digital, penelitian ini mengisi kesenjangan dengan mengkaji pengelolaan citra perusahaan yang dilakukan oleh pihak internal yaitu Divisi Humas di Perum Jasa Tirta II melalui aktivitas komunikasi dan aktivitas kehumasan secara menyeluruh. Penelitian ini tidak hanya berfokus pada satu media atau sarana tertentu, tetapi lebih pada bagaimana strategi komunikasi humas dalam mengelola dan membentuk citra positif perusahaan di mata publik.

Berdasarkan fenomena, data awal, dan *research gap* yang diperoleh, peneliti bertujuan untuk meneliti lebih dalam terkait bagaimana proses pengelolaan citra perusahaan melalui berbagai kegiatan kehumasan sehingga dapat membentuk citra dan reputasi positif dari publik dengan menggunakan Konsep *Corporate Communication* menurut Joep Cornelissen (2017) yang memandang bahwa komunikasi sebagai fungsi manajerial yang mengkoordinasikan semua aspek komunikasi baik internal maupun eksternal demi membentuk *corporate identity*, *corporate image*, dan *corporate reputation*.

Penelitian ini penting untuk dilakukan karena dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai bagaimana humas suatu perusahaan menjalankan perannya dalam menampilkan citra positif kepada publiknya. Penelitian ini lebih dalam menguraikan langkah-langkah pengelolaan yang dilakukan oleh humas dalam mengelola citra perusahaan di era keterbukaan informasi seperti saat ini, sehingga penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman mendalam terkait pengelolaan citra di suatu perusahaan.

1.2 Fokus Penelitian

Berdasarkan pemaparan uraian pada latar belakang yang akan diteliti, penelitian ini berfokus untuk meneliti bagaimana kegiatan komunikasi dijalankan sebagai bagian dari proses pengelolaan citra perusahaan yang terjadi di Perum Jasa Tirta II. Berdasarkan fokus penelitian diatas, maka terdapat pertanyaan yang membatasi penelitian yang akan dilaksanakan, sebagai berikut:

- 1) Bagaimana proses pengelolaan identitas perusahaan yang dilakukan oleh Humas Perum Jasa Tirta II?
- 2) Bagaimana proses pengelolaan citra perusahaan yang dilakukan oleh Humas Perum Jasa Tirta II?
- 3) Bagaimana proses pengelolaan reputasi perusahaan yang dilakukan oleh Humas Perum Jasa Tirta II?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan fokus dan pertanyaan penelitian yang telah ditentukan diatas, penelitian ini bertujuan untuk memperoleh informasi melalui studi kasus kualitatif yang meneliti citra perusahaan melalui kegiatan pengelolaan komunikasi di Perum Jasa Tirta II. Tujuannya adalah sebagai berikut:

- 1) Mengetahui proses pengelolaan identitas perusahaan yang dilakukan oleh Humas Perum Jasa Tirta II.
- 2) Mengetahui proses pengelolaan citra perusahaan yang dilakukan oleh Humas Perum Jasa Tirta II.
- 3) Mengetahui proses pengelolaan reputasi perusahaan yang dilakukan oleh Humas Perum Jasa Tirta II.

1. 4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Akademis

- 1) Penelitian ini diharapkan mampu berkontribusi secara ilmiah dalam perkembangan kajian ilmu kehumasan serta dapat memberikan gambaran

mengenai pengelolaan citra perusahaan yang dilakukan di Perum Jasa Tirta II.

- 2) Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat sebagai kajian literatur bagi para peneliti humas lainnya, terutama dalam kajian pengelolaan citra perusahaan.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada para praktisi humas dalam melaksanakan dan mengelola citra perusahaan, serta diharapkan penelitian ini juga dapat dijadikan sebagai masukan dan evaluasi untuk Perum Jasa Tirta II agar dapat mengelola citra perusahaan secara lebih efektif.

1.5 Tinjauan Pustaka

1.5.1 Konsep *Corporate Communication*

Konsep *corporate communication* digunakan dalam penelitian ini dengan tujuan sebagai landasan untuk dapat memahami proses komunikasi yang dilakukan oleh perusahaan dalam berinteraksi dengan publik. Cornelissen mendefinisikan *corporate communication* sebagai kerangka manajerial yang digunakan organisasi dalam proses pengelolaan seluruh aktivitas komunikasi secara terstruktur dan terintegritas baik komunikasi internal maupun eksternal.

Corporate communication tidak hanya berfokus pada penyampaian informasi saja, melainkan memahami lebih dalam mengenai bagaimana cara perusahaan membentuk pemahaman, persepsi dan hubungan antara perusahaan

dengan pemangku kepentingan, karena melalui pengelolaan komunikasi yang terencana dan konsisten, perusahaan dapat mencapai tujuan dan memperoleh hubungan yang baik dan berkelanjutan dengan publiknya.

Kegiatan *corporate communication* berperan sebagai penghubung antara perusahaan dengan publiknya, peran ini mencakup pengelolaan komunikasi internal perusahaan, komunikasi eksternal perusahaan serta bagaimana organisasi menyampaikan kebijakan dan bagaimana perusahaan merespon publiknya. *Corporate Communication* menjadi salah satu kegiatan dan elemen penting yang mendukung keberlangsungan suatu perusahaan dimata publik. *Corporate Communication* juga berperan penting dalam membangun pemahaman dan kepercayaan publik terhadap perusahaan,

Konsep *corporate communication* relevan dengan fokus penelitian ini karena memberikan pemahaman melalui kerangka konseptual untuk melihat bagaimana proses komunikasi suatu perusahaan dikelola secara menyeluruh dan terkoordinasi dengan baik. Konsep *corporate communication* memiliki 3 aspek yang terdiri dari *Corporate Identity*, *Corporate Image*, dan *Corporate Reputation* untuk mengarahkan penelitian ini untuk dapat memahami peran komunikasi dalam menjalankan fungsi suatu organisasi serta bagaimana komunikasi tersebut digunakan untuk menjalin hubungan baik dengan publik sesuai dengan fokus penelitian yang telah ditentukan.

1.6 Langkah-langkah Penelitian

1.6.1 Lokasi Penelitian

Objek penelitian ini adalah Perum Jasa Tirta II yang beralamat di Jalan Lurah Kawi No. 1, Jatiluhur, Purwakarta, Jawa Barat. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada pertimbangan bahwa Perum Jasa Tirta II merupakan salah satu BUMN yang memiliki fungsi strategis dalam pengelolaan sumber daya air di wilayah Jawa Barat dan sekitarnya, serta memiliki unit kerja humas yang aktif dalam kegiatan komunikasi dan pengelolaan citra perusahaan.

Humas Perum Jasa Tirta II berperan besar dalam membentuk dan menjaga citra positif perusahaan melalui berbagai strategi komunikasi, publikasi, serta kegiatan kehumasan lainnya. Pemilihan lokasi ini juga memungkinkan peneliti untuk memperoleh data primer secara langsung dari pihak-pihak yang berperan dalam pengelolaan citra perusahaan, sehingga informasi yang didapatkan bersifat faktual dan mendalam. Ketersediaan data sekunder yang lengkap, seperti dokumentasi kegiatan, laporan publikasi resmi, serta kemudahan akses terhadap informan kunci di lingkungan perusahaan turut memperkuat alasan pemilihan Perum Jasa Tirta II sebagai lokasi penelitian.

1.6.2 Paradigma dan Pendekatan

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivistik yang menekankan pada pemahaman individu terhadap suatu fenomena atau interaksi yang terjadi di lingkungan sekitarnya. Paradigma merupakan cara pandang terhadap suatu realitas atau fenomena sosial yang menjadi dasar dalam menentukan arah serta metode

penelitian. Menurut Guba dan Lincoln, dalam Moloeng (2017), paradigma merupakan suatu keyakinan yang menjadi dasar bagi peneliti untuk mengarahkan dan memahami fenomena yang dikaji. Paradigma konstruktivistik dipilih berdasarkan tujuan penelitian untuk dapat memahami secara mendalam bagaimana proses pengelolaan citra perusahaan yang terjadi di Perum Jasa Tirta II.

Berdasarkan paradigma dan latar belakang yang telah dijelaskan, penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Pendekatan ini menekankan pada proses dan makna yang dihasilkan dari pengalaman dan bukan berdasar pada pengukuran angka. Menurut Creswell (2016), penelitian dengan pendekatan kualitatif bertujuan untuk memahami makna suatu fenomena sosial dari sudut pandang informan. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini berfokus pada penggambaran mengenai bagaimana proses pengelolaan yang dilakukan oleh humas dalam mengelola citra suatu perusahaan. Pendekatan ini juga dipilih karena mampu memberikan pemahaman yang mendalam mengenai proses pengelolaan citra perusahaan yang dilakukan oleh Perum Jasa Tirta II.

1.6.3 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian studi kasus tunggal (*single case study*). Pemilihan metode ini dikarenakan metode studi kasus mengkaji secara mendalam terhadap suatu fenomena yang nyata. Fokus penelitian ini juga diarahkan pada bagaimana pengelolaan model identitas perusahaan dijalankan di Perum Jasa Tirta II. Metode penelitian studi kasus tunggal digunakan karena penelitian ini hanya menelaah satu objek penelitian secara spesifik, sehingga fenomena yang diteliti dapat dianalisis secara lebih dalam sesuai dengan kondisi yang berlangsung

di dalam suatu perusahaan. Menurut Yin dalam *Case Study Reseach and Applications: Design and Methods*, studi kasus merupakan suatu metode penelitian yang digunakan untuk meneliti fenomena kontemporer secara mendalam dalam konteks kehidupan nyata.

Penelitian ini berupaya menggambarkan berbagai kondisi, perilaku, maupun peristiwa yang terjadi secara menyeluruh berdasarkan fakta yang ditemukan di lapangan. Metode studi kasus memungkinkan untuk memahami proses pengelolaan citra perusahaan yang dilakukan oleh humas Perum Jasa Tirta II, sekaligus menafsirkan makna dari berbagai tindakan dan fenomena yang muncul dalam praktik pengelolaan citra tersebut secara mendalam.

1.6.4 Jenis Data dan Sumber Data

1) Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data kualitatif. Data yang didapat memiliki batasan terhadap sasaran, namun tidak memiliki batasan terhadap kedalaman informasi. Menurut Bungin (2011), data kualitatif merupakan sebuah jenis data yang berbentuk uraian atau kalimat-kalimat yang secara keseluruhan bersifat subjektif. Data ini didapat ini didapat melalui observasi dan wawancara mendalam. Data yang diidentifikasi pada penelitian ini adalah data dari hasil observasi dari wawancara mendalam pada Humas Perum Jasa Tirta II dalam mengelola citra perusahaan.

2) Sumber Data

Terdapat dua sumber data yang peneliti lakukan dalam melakukan penelitian ini, yakni:

(1) Sumber Data Primer

Sumber data primer diperoleh secara langsung dari lapangan melalui proses observasi dan wawancara mendalam yang dilakukan dengan pihak-pihak terlibat dalam kegiatan kehumasan di Perum Jasa Tirta II. Melalui wawancara mendalam dapat diperoleh informasi mengenai bagaimana proses yang dilaksanakan oleh humas dalam mengelola citra perusahaan.

(2) Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder diperoleh dari berbagai sumber yang sudah ada sehingga dapat mendukung penelitian ini. Sumber data sekunder bertujuan untuk memperkuat kualitas hasil penelitian dengan melengkapi sumber data primer. Data sekunder diperoleh melalui situs resmi Perum Jasa Tirta II, yaitu <https://www.jasatirta2.co.id>, yang sudah tersedia dalam format digital, dan melalui akun Instagram Perum Jasa Tirta II, yaitu <https://www.instagram.com/jasatirta.2>.

1.6.5 Teknik Pemilihan Informan

Pemilihan informan dalam penelitian ini dipilih berdasarkan pertimbangan tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian. Menurut Kriyantono (2020:79), dalam penelitian komunikasi kualitatif, informan dipilih bukan berdasarkan jumlah, tetapi pada kapasitasnya sebagai pihak yang dapat memberikan data yang relevan, kredibel, dan kontekstual terhadap fokus penelitian. Teknik pemilihan informan

dalam penelitian ini, yaitu pihak yang memahami dan berkaitan dengan kegiatan kehumasan di Perum Jasa Tirta II, sehingga dapat membantu proses analisis kegiatan yang terjadi di lapangan. Penelitian ini memilih beberapa informan yang terkait dengan kegiatan kehumasan di Perum Jasa Tirta II, antara lain:

- 1) Manajer Divisi Humas sebagai informan kunci sekaligus penanggung jawab pengelolaan citra Perum Jasa Tirta II.
- 2) Staff Divisi Humas sebagai pihak yang berperan dalam pengelolaan citra Perum Jasa Tirta II.
- 3) Staff Divisi Humas sebagai pihak yang berperan dalam pengelolaan citra Perum Jasa Tirta II.
- 4) Staff Divisi Humas sebagai pihak yang berperan dalam pengelolaan citra Perum Jasa Tirta II.

1.6.6 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah observasi dan wawancara sebagai pelengkap dan penguat data penelitian, diantaranya:

1) Observasi Non-Partisipan

Observasi merupakan proses penelitian yang dilakukan dengan mengamati situasi dan kondisi pada objek penelitian tanpa terlibat langsung dalam aktivitas yang berlangsung. Observasi dilakukan untuk memperoleh gambaran nyata mengenai aktivitas kehumasan yang dilaksanakan oleh humas dalam mengelola citra perusahaan. Menurut Moleong (2019:175), observasi merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan melakukan pengamatan langsung

secara sistematis terhadap gejala-gejala yang tampak di lapangan, sehingga dapat memahami konteks sosial dan perilaku subjek penelitian secara mendalam. Teknik ini menganalisis bagaimana cara Perum Jasa Tirta II mengelola citra perusahaannya.

2) Wawancara Mendalam

Wawancara mendalam digunakan untuk memperoleh data yang relevan dengan fokus penelitian mengenai pengelolaan citra perusahaan yang dilakukan oleh humas Perum Jasa Tirta II. Menurut Moeloeng (2019:157), wawancara merupakan percakapan yang dilakukan dengan maksud tertentu dan dilakukan oleh dua pihak yaitu pewawancara dan informan yang diwawancarai untuk menggali informasi tertentu yang berkaitan dengan fokus penelitian.

Wawancara dilakukan secara mendalam kepada informan yang telah ditentukan. Penelitian ini memilih kepada pihak-pihak yang berperan langsung dalam kegiatan humas di Perum Jasa Tirta II, seperti Manajer Bagian Humas dan Staff lain yang terlibat dalam kegiatan pembentukan citra perusahaan. Wawancara dilakukan secara semi-terstruktur, yaitu peneliti menyiapkan pedoman pertanyaan namun tetap memberi ruang bagi informan untuk menjelaskan secara bebas sesuai pengalaman mereka. Melalui wawancara ini, peneliti memperoleh data mengenai proses pengelolaan citra perusahaan yang telah dilakukan.

1.6.7 Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan tahapan penting dalam penelitian kualitatif yang bertujuan untuk memahami, mengolah, serta menafsirkan data yang diperoleh selama penelitian di lapangan. Teknik analisis data dalam penelitian ini mengacu pada tahapan analisis data kualitatif yang dikemukakan oleh John W. Creswell (2014). Menurut Creswell, analisis data dilakukan secara bertahap dan sistematis melalui beberapa tahapan, dimulai dari tahap pengelolaan data hingga penafsiran makna dari hasil temuan penelitian. Proses analisis ini diterapkan pada data yang diperoleh melalui observasi-non partisipan, wawancara mendalam dengan informan dari bagian Humas Perum Jasa Tirta II guna menjawab fokus penelitian mengenai pengelolaan citra perusahaan.

1) Mengelola dan Menyiapkan Data

Tahap pertama dalam analisis data adalah mengelola dan mempersiapkan seluruh data yang diperoleh selama penelitian berlangsung. Seluruh hasil wawancara dengan informan dari divisi Humas Perum Jasa Tirta II ditranskripsikan secara verbatim ke dalam bentuk tulisan guna memudahkan peneliti dalam memahami dan menelaah informasi yang disampaikan. Data hasil observasi lapangan kemudian dikumpulkan dan disusun berdasarkan relevansinya dengan fokus penelitian. Tahapan ini menjadi dasar bagi seluruh proses analisis data yang dilakukan pada tahapan berikutnya karena membantu memperoleh gambaran awal mengenai fenomena yang diteliti sehingga dapat memudahkan proses pengolahan data hasil temuan penelitian secara mendalam.

2) Membaca dan Memahami Data

Tahap kedua dilakukan dengan membaca seluruh data secara menyeluruh dan berulang untuk memperoleh pemahaman umum mengenai hasil penelitian. Transkrip wawancara dan catatan observasi dipelajari kembali untuk memahami situasi, pengalaman, dan informasi yang disampaikan oleh informan secara utuh, sehingga melalui proses ini gambaran awal mengenai pola dan upaya yang ditetapkan oleh Humas Perum Jasa Tirta II dalam pengelolaan citra perusahaan mulai dapat diidentifikasi. Catatan awal terhadap informasi yang dianggap berkaitan langsung dengan fokus penelitian juga dibuat sebagai bahan analisis pada tahap selanjutnya.

3) Mengelompokkan Data Penelitian

Tahap selanjutnya adalah mengelompokkan data penelitian berdasarkan kesamaan makna dan keterkaitannya dengan fokus penelitian. Data yang telah terkumpul dipilih dan dikategorikan ke dalam beberapa kelompok, anatar lain seperti upaya pembentukan citra, perencanaan program, pelaksanaan program kehumasan, serta pengelolaan hubungan dengan publik. Pengelompokan ini dilakukan agar pola, hubungan, serta keterkaitan antar informasi yang ditemukan di lapangan lebih mudah diidentifikasi. Data yang memiliki makna atau pembahasan serupa disusun menjadi satu kelompok sehingga hasil temuan dapat disajikan secara lebih sistematis dan terarah.

4) Menyusun dan Mengembangkan Tema

Tahap berikutnya yang dilakukan setelah pengelompokan data adalah menyusun dan mengembangkan tema-tema temuan penelitian berdasarkan hasil kategorisasi sebelumnya. Berbagai informasi yang diperoleh dari hasil wawancara dan observasi dikembangkan ke dalam bentuk uraian deskriptif yang menjelaskan kejadian nyata di lapangan. Tema temuan penelitian kemudian disusun berdasarkan fokus penelitian sehingga mampu menggambarkan secara komprehensif bagaimana proses pengelolaan citra perusahaan dilaksanakan oleh Humas Perum Jasa Tirta II. Penyusunan tema dilakukan secara sistematis agar temuan penelitian mudah dipahami dan dapat dipertanggungjawabkan.

5) Menafsirkan dan Menampilkan Makna Data

Tahap terakhir dalam analisis data adalah menafsirkan makna dari hasil temuan. Pada tahap ini, makna dari data serta tema yang telah ditemukan dijelaskan dan diinterpretasikan dengan mengaitkannya pada konsep yang digunakan dalam penelitian. Proses interpretasi dilakukan dengan menghubungkan temuan lapangan yang diperoleh dari hasil wawancara, dan observasi dengan konsep yang relevan. Proses ini menganalisis keterkaitan antar temuan sehingga dapat menghasilkan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai objek penelitian. Hasil analisis kemudian disajikan dalam bentuk uraian naratif yang mampu memberikan pemahaman mendalam mengenai fenomena yang diteliti sekaligus menjawab fokus penelitian.

1.6.8 Rencana Jadwal Penelitian

Tabel 1.1 Rencana Jadwal Penelitian

No	Nama Kegiatan	Nov 2025	Des 2025	Jan 2026	Feb 2026	Apr 2026	Jun 2026
1.	Tahap Pertama : Observasi dan Pengumpulan Data						
	Pengumpulan Data Proposal Penelitian						
	Penyusunan Proposal Penelitian						
	Bimbingan Proposal Penelitian						
	Revisi Proposal Penelitian						
2.	Tahap Kedua : Usulan Penelitian						
	Sidang Usulan Penelitian						
	Revisi Usulan Penelitian						
3.	Tahap Ketiga : Penyusunan Skripsi						
	Pelaksanaan Penelitian						
	Analisis dan Pengolahan Data						

	Penulisan Skripsi						
	Bimbingan Skripsi						
	Revisi Skripsi						
4.	Tahap Keempat : Sidang Skripsi						
	Bimbingan Akhir Skripsi						
	Revisi Akhir Skripsi						
	Sidang Akhir Skripsi						

