

ABSTRAK

Judul dari penelitian ini adalah “Peran Humas Perum Jasa Tirta II dan Pencitraan Melalui Program Kerja Hari Bakti di Jatiluhur”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana Peranan humas Perum Jasa Tirta II pada program kerja kegiatan Hari Bakti.

Metode penelitian yang digunakan peneliti adalah metode deskriptif kualitatif. Teori yang digunakan adalah teori *Excellence & PR* oleh Grunnic. Sedangkan teknik pengumpulan data yang peneliti gunakan adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi untuk menambah kelengkapan data, peneliti juga menggunakan literature. Peneliti menggunakan triangulasi untuk mendapatkan hasil data yang valid dengan menggunakan triangulasi sumber, triangulasi sumber, dan triangulasi waktu. Selain menggunakan triangulasi data dalam uji keabsahan data, peneliti juga mengecek kredibilitas data dengan menggunakan bahan referensi.

Dari hasil pengamatan dan pengumpulan data yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa peran humas Perum Jasa Tirta II pada Program Kerja Hari Bakti ini diantaranya : *Pertama, Press Agency* (Agen Pemberitaan), dalam agen pemberitaan ini humas menjadikan publik sebagai target agar mau mencari tahu dengan apa yang dipublikasikan perusahaan dengan tujuan persuasi tanpa adanya timbal balik. *Kedua, Public Information*, dalam perannya humas disini memberikan informasi kepada publik mengenai kegiatan Hari Bakti perusahaan selain itu informasi harus berkaitan dengan kepentingan publik. *Ketiga, Two Way Communication Asymmetrical* (Komunikasi Asimetris Dua Arah), Peran humas Perum Jasa Tirta II ini harus membuat publik internal dan eksternal menjadi objek, dengan kata lain harus mau menyesuaikan dengan informasi yang diberikan oleh humas pada kegiatan Hari Bakti. *Keempat, Two Way Communication Symetrical* (Komunikasi Simetris Dua Arah), Peran yang humas lakukan disini adalah humas harus mencari solusi atas fakta yang terjadi pada permasalahan publik dan juga harus dapat saling menyesuaikan diri antara perusahaan dengan publiknya dalam kegiatan Hari bakti ini. Peran yang humas lakukan ini tentunya akan menghasilkan citra yang positif dari publik kepada perusahaan.

ABSTRACT

The title of this research is "the Role of Public Relations and Corporate Image Perum Jasa Tirta II in Through Service Day Program in Jatiluhur ". This study aims to determine how the public relations role of Perum Jasa Tirta II in the work program activities of the Community Service Day.

The research method used by researchers is a qualitative descriptive method. The theory used is the Excellen & PR theory by Grunnig. While the data collection techniques that researchers use are observation, interviews, and documentation to add data completeness, researchers also use literature. Researchers use triangulas to get valid data results using source triangulation, source triangulation, and time triangulation. In addition to using triangulation of data in data validity tests, researchers also check the credibility of the data by using reference material.

From the results of observations and data collection, it can be concluded that the public relations role of Perum Jasa Tirta II in the Community Service Day Program include: First, Press Agent (PR), in this press agentry public relations makes the public as a target in order to find out with what published by the company for the purpose of persuasion without reciprocity. Secondly, Public Information, in its role public relations here provides information to the public about the company's Day of Service activities other than that information must be related to the public interest. Third, Two Way Asymmetrical Communication, The role of public relations of Perum Jasa Tirta II must make the internal and external publics become objects, in other words must be willing to adjust to the information provided by the public relations at the Day of Service activities. Fourth, Two Way Symetrical Communication, the role of public relations is that public relations must find solutions to the facts that occur in public problems and also must be able to adjust to each other between the company and its public in the activity of this Service Day

RINGKESAN

Judul ieu panalungtikan nyaéta "Peran Hubungan Masyarakat sareng Pencitraan Perum Jasa Tirta II dina Program Kerja Hari Bakti di Jatiluhur". Panalungtikan ieu ditujukeun pikeun nangtukeun kumaha hubungan masarakat umum Perum Jasa Tirta II dina kagiatan program kerja Hari Bakti.

Padika anu digunakeun dina panalungtikan ieu nyaeta deskriptif kualitatif. Teori anu digunakeun nyaeta Teori Interaksi Simbolik ti George Herbert Blummer. Sedengkeun tehnik ngumpulkeun data anu panalungtik pake nyaeta diantaranya obeservasi, wawancara, sareng dokumentasi. Kanggo panambah kalengkapan data, panalungtik oge ngagunakeun literatur. Panalungtik ngagunakeun triangulasi pikeun meunangkeun hasil data anu valid nyaeta ku triangulasi sumber, triangulasi tehnik sarta triangulasi waktu. Salain ti ngagunakeun triangulasi data dina ngalakukeun uji kaabsahan data, panalungtik oge ngalakukeun cara ngacek kredibilitas data ku ngagunakeun bahan referensi

Tina kenging paninten sareng pangumpulan data anu dilakukeun, tiasa disimpulkeun yén peran hubungan masyarakat Perum Jasa Tirta II dina Program Kerja Hari Bakti diwangun: Kahiji, Agen warta (PR), dina agénsi warta ieu hubungan masarakat ngajantenkeun masarakat salaku tujuan pikeun milarian sareng naon diterbitkeun ku perusahaan kanggo tujuan persuasian sareng teu kedah aya timbal balikna. Kadua, Inpormasi Umum, dina peranna hubungan masarakat di dieu nyayogikeun inpormasi ka masarakat ngeunaan kagiatan Hari Bakti perusahaan salain inpormasi éta kedah aya hubunganana sareng kapentingan umum. Katilu, Komunikasi dua arah Asimetris, Peranan hubungan masyarakat Perum Jasa Tirta II kedah ngajantenkeun publisitas internal sareng eksternal janten objék, sanésna kedah hoyong nyaluyukeun inpormasi anu disayogikeun ku hubungan masarakat dina kagiatan Hari Bakti. Kaopat, Dua Jalan komunikasi simetris, peran hubungan masyarakat nyaéta humas kedah milarian solusi pikeun kanyataan anu aya dina masalah umum sareng ogé kedah tiasa saling ngaropéa antara perusahaan sareng masarakat dina kagiatan Hari Bakti ieu.