

SKRIPSI

**STRATEGI HUMAS PT AIR MINUM BANDARMASIH DALAM
MENINGKATKAN CITRA PERUSAHAAN MENGGUNAKAN MEDIA
SOSIAL INSTAGRAM @pambandarmasih**

Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi
Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lambung
Mangkurat



Disusun oleh:

LATIFA NURHUDIYAH

1810414220005

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS DAN TEKNOLOGI
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
BANJARMASIN**




2025



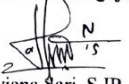
KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS
DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
Jalan BrigJend H. Hasan Basry Banjarmasin - 70123
Email : ilmu.komunikasi@ulm.ac.id

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

STRATEGI HUMAS DALAM MENINGKATKAN CITRA PERUSAHAAN MENGGUNAKAN
MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @PAMBANDARMASIH

- A. Nama Mahasiswa : Latifa Nurhadiyah
NIM 1810414220005
- B. Telah dinyatakan LULUS dengan nilai 70,7 (A-) dalam ujian mempertahankan skripsi Tingkat Sarjana (S1) Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat, pada tanggal 22 Mei 2025
- C. Tim Penguji:
- a. Ketua
Noviana Sari, S.IP., M.A.
NIP. 198511072015042001 ()
 - b. Sekretaris
Dr. Yuanita Setyastuti, M.Si.
NIP. 198208212006042002 ()
 - c. Anggota
Sarwani, S.Sos., M.Med.Kom.
NIP. 197805212008121002 ()

Banjarmasin, 22 Mei 2025
Ketua Tim Penguji,


Noviana Sari, S.IP., M.A.
NIP. 198511072015042001

Mengetahui,
Dekan FISIP ULM



Prof. Dr. H. Budi Suryadi, S.Sos., M.Si
NIP. 197301221998021001

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Latifa Nurhadiyah

NIM : 1810414220005

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Skripsi yang berjudul “Strategi Humas PT Air Minum Bandarmasih Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan Menggunakan Media Sosial Instagram @pambandarmasih” adalah benar-benar hasil karya saya sendiri dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (sarjana, magister, dan/atau doktor) baik di Universitas Lambung Mangkurat maupun di Perguruan Tinggi lainnya.
2. Skripsi ini murni merupakan hasil penelitian dan pemikiran saya sendiri, juga pembimbing serta masukan dari penguji.
3. Segala referensi yang digunakan dalam penyusunan skripsi ini telah dicantumkan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan juga dicantumkan sumbernya pada daftar pustaka.
4. Apabila di kemudian hari dalam skripsi ini didapati unsur plagiasi, maka saya bersedia untuk menerima sanksi sesuai dengan peraturan yang berlaku di perguruan tinggi.

Banjarmasin, Mei 2025

Latifa Nurhadiyah
NIM 1810414220005

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadirat Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa, karena atas limpahan rahmat serta hidayah-Nya penelitian ini dapat diselesaikan. Penelitian dengan judul Strategi Humas PT Air Minum Bandarmasih Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan Menggunakan Media Sosial Instagram @pambandarmasih diajukan guna memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Strata 1 (S1) di program studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lambung Mangkurat.

Penulis menyadari bahwa dalam proses penyelesaiannya penelitian ini terdapat bimbingan, dorongan, motivasi, doa serta bantuan dari berbagai pihak. Maka dari itu, dengan segala ketulusan hati, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada Bapak/Ibu sebagai berikut:

1. Prof. Dr. Ahmad, S.E., M.Si. selaku Rektor Universitas Lambung Mangkurat.
2. Prof. Dr. Budi Suryadi, S.Sos., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.
3. Dr. Yuanita Setyastuti., S.IP., M.Si. selaku Ketua Jurusan/Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.
4. Prof. Dr. H. Bachruddin Ali Akhmad, M.Si. Selaku Pembimbing Akademik yang selalu memberi arahan selama masa perkuliahan
5. Noviana Sari S.IP., M.A. selaku Dosen Pembimbing yang telah bersedia memberikan pengarahan dan bimbingan dengan penuh kesabaran dalam masa penelitian.
6. Dr. Yuanita Setyastuti, S.IP., M.Si selaku Dosen Penguji I Skripsi, yang telah memberikan masukan dan saran untuk perbaikan yang sangat berarti sejak Seminar Proposal hingga Sidang Skripsi.
7. Sarwani, S.Sos., M.MED.KOM. selaku Dosen Penguji II Skripsi, yang telah memberikan masukan dan saran untuk perbaikan yang sangat

berarti sejak Seminar Proposal hingga Sidang Skripsi.

8. Seluruh Dosen Pengajar Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat, khususnya Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi yang sudah memberikan ilmu pengetahuan dan pengalaman melalui pengajaran, motivasi, dan masukan selama kuliah hingga penyusunan penelitian ini.
9. Kedua orang tua saya, Bapak Tashudi dan Ibu Suwarni, serta kakak dan adik yang telah memberikan segenap kasih sayang, perhatian, dukungan, serta doa yang mengantarkan dan mendampingi saya sejak awal perkuliahan hingga dapat menyelesaikan penelitian ini.
10. Keluarga besar Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik ULM dan teman-teman satu angkatan 2018 yang telah sama-sama berjuang, saling memberi dukungan, motivasi, serta masukan selama menjalani masa perkuliahan hingga hari ini.
11. Sahabat dan teman-teman terdekat yang telah memberikan saya dukungan, saran serta motivasi, sehingga saya dapat menyelesaikan penelitian ini dengan penuh rasa semangat.

Penulis menyadari dalam penulisan penelitian ini masih banyak kekurangan disebabkan oleh keterbatasan kemampuan dan pengetahuan yang dimiliki penulis. Maka dari itu, saya ingin mengucapkan terimakasih atas semua saran dan masukan dalam penyusunan penelitian ini.

Banjarmasin 09 Mei 2025

ABSTRAK

Latifa Nurhadiyah, 1810414220005, Strategi Humas PT Air Minum Bandarmasih Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan Menggunakan Media Sosial Instagram @pambandarmasih di bawah bimbingan Noviana Sari.

Era kemajuan teknologi yang semakin pesat, PT Air Minum Bandarmasih turut beradaptasi dan memanfaatkan media sosial sebagai saluran komunikasi dengan khalayaknya. Tujuan dari penelitian ini ialah mengetahui strategi Humas PT Air Minum Bandarmasih dalam meningkatkan citra perusahaan menggunakan media sosial Instagram @pambandarmasih.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Teknik pengumpulan data yang dilakukan meliputi wawancara, dokumentasi dan observasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Humas PT Air Minum Bandarmasih menjalankan 3 strategi dalam meningkatkan citra perusahaan menggunakan media sosial instagram @pambandarmasih, yang mana meliputi Corong Perusahaan, Cepat Tanggap dan Optimalisasi Visual Instagram. Meskipun strategi humas PT Air Minum Bandarmasih dalam meningkatkan citra perusahaan menggunakan media sosial instagram @pambandarmasih telah berkesesuaian dengan konsep “7-Cs *PR Communications*” yang meliputi Kredibilitas (*Credibility*), Konteks (*Context*), Isi (*Content*), Kejelasan (*Clarity*), Kontinuitas dan Konsistensi (*Continuity and Consistency*), Saluran (*Channel*), dan Kapabilitas khalayak (*Capability of the audience*), namun ditemukan dalam upaya implementasi ketiga strategi tersebut pada media sosial instagram @pambandarmasih hanya memenuhi 2 dari 4 aspek digital yakni Internet Porosity dan juga Richness in content and reach. Yang mana dapat disimpulkan bahwa strategi yang dijalankan belum dapat dikatakan efektif.

Kata Kunci : Strategi Humas, Hubungan Masyarakat, Citra Perusahaan, Digital Public Relations.

ABSTRACT

Latifa Nurhadiyah, 1810414220005, Public Relations Strategy PT Air Minum Bandarmasih in improving the corporate image using social media instagram @pambandarmasih under the guidance of Noviana Sari.

In the era of rapid technological advancement, PT Air Minum Bandarmasih has adapted and utilized social media as a communication channel with its audience. The purpose of this research is to find out about the Public Relations of PT Air Minum Bandarmasih strategy in improving the corporate image using social media instagram @pambandarmasih.

The method used in this research is qualitative with descriptive type of research. Data Collection techniques used in this study are through interviews, documentation and observation.

The result reveal that the PR team of PT Air Minum Bandarmasih employs three strategies to improve the company's image through Instagram @pambandarmasih: Corporate Funnel, Responsiveness, and Optimization of Instagram Visuals. Although these strategies align with the "7-Cs PR Communications" concept, which includes Credibility, Context, Content, Clarity, Continuity and Consistency, Channel, and Audience Capability. However their implementation of the strategy on Instagram @pambandarmasih only fulfills two out of four digital aspects which is Internet Porosity, and Richness in Content and Reach. Thus, it can be concluded that the strategies implemented have not yet been fully effective.

Keywords : Public Relations, Corporate Image, Digital Public Relations, Public Relations Strategy.

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR BAGAN	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	10
BAB II	11
TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Penelitian Sejenis	11
2.2 Tinjauan Konseptual	20
2.2.1 Komunikasi.....	20
2.2.1.1 Unsur-Unsur Komunikasi	20
2.2.1.2 Tipe Komunikasi.....	22
2.2.1.3 Fungsi Komunikasi	23
2.2.1.4 Tujuan Komunikasi	24
2.2.2 Public Relation (Hubungan Masyarakat)	25
2.2.2.1 Fungsi Public Relation	25

2.2.2.2 Digital Public Relations.....	26
2.2.3 Strategi.....	27
2.2.3.1 Strategi Komunikasi dalam Humas.....	29
2.2.4 Citra.....	33
2.2.5 PT. Air Minum Bandarmasih (Perseroda).....	34
2.2.6 Media Sosial.....	36
2.2.6.1 Instagram.....	36
2.3 Tinjauan Teori.....	37
2.4 Kerangka Pemikiran.....	40
 BAB III.....	 41
 METODE PENELITIAN.....	 41
3.1 Pendekatan Penelitian.....	41
3.2 Tipe Penelitian.....	42
3.3 Objek Penelitian.....	42
3.4 Informan Penelitian.....	43
3.5 Sumber Data.....	43
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	44
3.7 Teknik Analisis Data.....	45
3.8 Teknik Validitas Data.....	46
3.9 Waktu dan Lokasi Penelitian.....	47
 BAB IV.....	 49
 HASIL DAN PEMBAHASAN.....	 49
4.1 Profil PT Air Minum Bandarmasih.....	49
4.1.1 Logo, Visi dan Misi, Nilai-nilai dan Motto PT Air Minum Bandarmasih.....	51
4.1.2 Struktur Organisasi PT Air Minum Bandarmasih Perseroda ...	52
4.1.3 Saluran Komunikasi yang dikelola PT Air Bandarmasih (Perseroda).....	52
4.2 Hasil penelitian.....	53
4.2.1 Pelaksanaan Fungsi Humas PT Air Minum Bandarmasih	53
4.2.2 Humas PT Air Minum Bandarmasih dalam menjalankan Strategi Meningkatkan Citra Perusahaan Menggunakan Media Sosial Instagram @pambandarmasih berkenaan dengan konsep “7-Cs PR <i>Communications</i> ”.....	58

4.2.3 Strategi Humas PT Air Minum Bandarmasih dalam Meningkatkan Citra Perusahaan Melalui Media Sosial Instagram @pambandarmasih	65
4.2.4 Strategi Strategi Humas Pt Air Minum Bandarmasih Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan Menggunakan Media Sosial Instagram @Pambandarmasih berkenaan dengan Digital Public Relations	68
4.3 Pembahasan	73
BAB V	80
KESIMPULAN DAN SARAN	80
5.1 Kesimpulan	80
5.2 Saran	80
LAMPIRAN	85

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Sejenis.....	15
Tabel 3.1 Jadwal Penelitian.....	48
Tabel 3.2 Jadwal Penelitian.....	48
Tabel 4.1 Laba PT Air Minum Bandarmasih.....	50

DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1 Kerangka Penelitian.....	40
Bagan 3.1 Validasi Data.....	47

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Tangkapan Layar Sosial Media Instagram @pambandarmasih.....	3
Gambar 1.2 Tangkapan Layar Akun Instagram Milik @pambandarmasih	4
Gambar 1.3 Penggunaan Media Sosial per Februari 2025.....	5
Gambar 1.4 Akun Instagram @pambandarmasih 2024	6
Gambar 1.5 Akun Instagram @pambandarmasih Tahun 2023.....	6
Gambar 1.6 Perbedaan Postingan Instagram @Pambandarmasih	6
Gambar 1.7 Perbedaan Postingan Instagram @Pambandarmasih	6
Gambar 1.8 Komentar pada halaman facebook PT Air Minum Bandarmasih	7
Gambar 1.9 Komentar pada halaman facebook PT Air Minum Bandarmasih	7
Gambar 1.10 Komentar pada halaman facebook PT Air Minum Bandarmasih	7
Gambar 4.1 Logo PT Air Minum Bandarmasih (Perseroda)	51
Gambar 4.2 Struktur Organisasi PT Air Minum Bandarmasih (Perseroda)	52
Gambar 4.3 PT Air Minum Bandarmasih dikunjungi oleh Instansi lain	59
Gambar 4.4 PT Air Minum Bandarmasih dikunjungi oleh Instansi lain	59
Gambar 4.5 Kunjungan yang diterima oleh PT Air Minum Bandarmasih	60
Gambar 4.6 PT Air Minum Bandarmasih mendapat kunjungan dari Instansi lain	60
Gambar 4.7 Postingan pemberitahuan di akun instagram @pambandarmasih.....	62
Gambar 4.8 Tampilan Laman Instagram @pambandarmasih saat ini	63
Gambar 4.9 Tampilan Laman Instagram @pambandarmasih tahun 2023	63
Gambar 4.10 Pengikut Sosial media PT Air Minum Bandarmasih	64
Gambar 4.11 Ragam konten @pambandarmasih.....	69
Gambar 4.12 kolom komentar akun @pambandarmasih dibatasi	69
Gambar 4.13 Followers media sosial PT Air Minum Bandarmasih	71
Gambar 4.14 Kolom komentar, sebelum dan sesudah dibatasi	73
Gambar 4.15 Berbagai macam konten unggahan akun @pambandarmasih.....	73
Gambar 4.18 Peningkatan visual pada unggahan @pambandarmasih	78