

**AKTIVITAS HUMAS PT. PLN (Persero) WILAYAH RIAU DAN
KEPULAUAN RIAU DALAM MENINGKATKAN CITRA POSITIF
PERUSAHAAN**

By: Mega Ceisilia

E- mail : megaceisilia@gmail.com

Counselor : Dr. Noor Efni Salam, M.si

Jurusan Ilmu Komunikasi – Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Riau

Kampus Bina Widya JL. H.R Soebrantas Km 12,5 Simp. Baru Pekanbaru
28293-Telp/Fax 0761-63227

ABSTRACT

Public relation department has a big influence in company's existence and positive image. Every institution, company, organization and government want positive image in society. To reach this, public relations department needs to do some activities like: publicity, media relations, and crisis management. PT. PLN (Persero) Wilayah Riau and Kepulauan Riau has some problems like scheduled extinguishing, low standard infrastructure and interconnection problem. These problems affect company's image. The purpose of this research is to find out the activities of public relations department of PT. PLN (Persero) area of Riau and Kepulauan Riau in improving company's positive image. The other purpose is to find out public relation media used by PT. PLN (Persero) area of Riau and Kepulauan Riau in improving company's positive image.

Writer used qualitative method. Analysis is shown descriptively. Data collecting technique are observation, interview, and documentation. To get validity of the data, writer used triangulation. Subject of this research is staff of Sub Bidang Humas Dan Hukum PT. PLN (Persero) area of Riau and Kepulauan Riau, customers, and journalists, decided by purposive technique sampling. Object of the research is public relations activity in improving company's positive image.

Result shows that activities of public relation of PT. PLN (Persero) are not maximal yet. It is shown by lack of accurate information for customer, and slow response for problem facing by customers. Public relation media used to improve positive image contains mass media like newspaper and website, street banner, and bulletin Sawit e-news. Public relation media used are not effective yet, because the customers do not get fast and accurate information and also limited media used in spreading the information to society.

Keyword: public relations activities, image, communication

PENDAHULUAN

Setiap lembaga, organisasi, badan usaha, dan juga pemerintah ingin mendapatkan citra yang baik dari masyarakat, oleh karena itu setiap lembaga tersebut akan melaksanakan berbagai upaya untuk mendapatkan citra tersebut. Hal ini dilaksanakan untuk meminimalisir terjadinya permasalahan yang akan timbul sebagai dampak dari penerapan strategi komunikasi yang tidak maksimal. Pada saat ini di seluruh instansi pemerintahan sudah mempunyai divisi humas, yang diharapkan sebagai penghubung antara pemerintah dan publiknya.

Para humas idealnya dituntut untuk terampil dalam mengelola aktivitas-aktivitas komunikasi yang dilakukan instansi pemerintahan, serta berperan sebagai corong dan pengelola informasi kepada publik. Kekurangan siapan para petugas humas pemerintahan ini akan sangat berdampak terhadap penilaian dan pandangan masyarakat terhadap kinerja pemerintah itu sendiri. Kerja humas tidak dapat dilakukan secepat dan semudah membalikkan telapak tangan. Butuh perencanaan, strategi, dan tentu saja komitmen dari semua pihak yang merasa memerlukan “citra” dalam melakukan kerjanya. Menganggap enteng soal menjaga citra dimata publik akan berakibat buruk bagi instansi itu sendiri.

PT. PLN (Persero) Wilayah Riau Dan Kepulauan Riau merupakan bagian dari pemerintah yang kerap melaksanakan aktivitas komunikasi terhadap masyarakat sebagai publik yang mereka layani. Berdasarkan pengamatan di lapangan, PT. PLN (Persero) Wilayah Riau Dan Kepulauan Riau saat ini memiliki bagian humas yang secara struktural berada di bawah manajer SDM & Umum. Secara struktural bagian humas di bawah manajer SDM & Umum dapat dikatakan belum proporsional bila

dikaitkan dengan publiknya. Humas idealnya membina komunikasi dua arah dan berkesinambungan dengan publiknya. Namun dari hasil pengamatan prariset ditemukan bahwa bagian humas bukan saja cenderung melakukan komunikasi yang searah, akan tetapi juga mengalami perubahan tugas dan fungsi.

Fenomena tentang PT. PLN (Persero) belakangan ini sangat menarik untuk diamati. Pemadaman yang kerap dilakukan PLN belakangan ini membuat rugi semua pihak. Baik itu masyarakat, pemerintah, dan pihak-pihak lainnya. Listrik telah menjadi bagian terpenting dari kehidupan masyarakat. Kerugian yang diakibatkan oleh pemadaman bergilir, dirasakan oleh berbagai lapisan masyarakat mulai lapisan bawah hingga atas. Menanggapi hal ini General Manager (GM) PT. PLN (Persero) Wilayah Riau Dan Kepulauan Riau, Dodi B Pangaribuan memenuhi undangan DPRD Provinsi Riau dan Instansi terkait untuk mengatasi masalah krisis listrik di Riau yang sangat meresahkan (Media Riau – 23/10/2013 hal 9). Dalam pertemuan ini GM PT. PLN (Persero) Wilayah Riau Dan Kepulauan Riau mengemukakan tentang defisit daya 30MW dari 430MW kebutuhan daya listrik untuk wilayah Riau dan Kepulauan Riau. Berbagai bentuk kekecewaan masyarakat terkait permasalahan ini disampaikan melalui media massa, cetak maupun elektronik. Semua itu menggambarkan bahwa listrik telah menjelma menjadi kebutuhan pokok bagi siapa saja. Mengadu ke pemerintah melalui media massa kerap dilakukan untuk menyampaikan aspirasi.

Pemadaman bergilir aliran listrik ke pelanggan kerap terjadi, bukan semata disebabkan oleh gangguan tetapi juga disebabkan oleh adanya pemeliharaan berkala. Pekerjaan pemeliharaan pada jaringan distribusi yang dilakukan pada tanggal 12 dan 14 Desember 2013

mengharuskan PT. PLN (Persero) Wilayah Riau Dan Kepulauan Riau area Pekanbaru melakukan manajemen beban pada daerah tertentu. Menanggapi hal ini maka Humas menerbitkan pengumuman tentang jadwal dan lokasi yang mengalami dampak dari pekerjaan pemeliharaan jaringan seperti yang diterbitkan pada Tribun Pekanbaru 11/12/2013 halaman 4.

Permasalahan yang dihadapi oleh PT. PLN (Persero) Wilayah Riau Dan Kepulauan Riau tidak hanya sebatas kekurangan daya listrik saja. Seperti berita yang di kutip dari Koran Riau Pos sebagai berikut:

“Bahwa tiang listrik yang menjadi media penyambung listrik ke pelanggan juga mengalami masalah di beberapa tempat. Anggota DPRD Kampar H Ilyas HU SH MH menyampaikan keluhan salah seorang masyarakat Desa Batu Belah, Buya Samsul, tentang keberadaan tiang listrik PLN di halaman rumahnya. Buya Samsul ingin membangun teras rumah, tapi terhalang oleh tiang listrik. Ada salah seorang yang mengaku dari biro yang menyanggupi bisa memindahkan tiang ini dengan imbalan Rp. 4.000.000. Mengingat biayanya yang cukup tinggi ini, maka Syamsul mengadu ke anggota DPRD Kampar Ilyas HU bagaimana pemindahan ini bisa difasilitasi PLN. (Riau Pos, 07/11/2012 hal 23).”

Humas PT. PLN (Persero) Wilayah Riau Dan Kepulauan Riau dalam menjalankan aktivitasnya juga merangkul para wartawan dari berbagai media. Tak jarang humas mengadakan acara yang mempertemukan pihak dari management dengan para wartawan. Hal ini bertujuan untuk berbagi informasi

terkini terkait permasalahan kelistrikan di Provinsi Riau dan mempererat hubungan baik antar perusahaan dengan wartawan. Pada hari Kamis, 29/08/2013 PT. PLN (Persero) Wilayah Riau Dan Kepulauan Riau mengajak wartawan makan siang bersama. Dalam kesempatan ini GM PLN Dodi Pangaribuan berharap krisis listrik segera berakhir.(sumber: katakabar.com 29/08/2013).

Disamping pemadaman yang masih saja kerap terjadi akibat kekurangan daya listrik, tiang listrik yang kondisinya tidak sesuai standar di beberapa tempat serta adanya pekerjaan pemeliharaan jaringan ternyata masih ada hal lain yang menjadi fokus PT. PLN (Persero) Wilayah Riau Dan Kepulauan Riau dalam upaya memenuhi pasokan listrik bagi wilayah Riau daratan dan kepulauan. Selama tahun 2012 PT PLN (Persero) Wilayah Riau Dan Kepulauan Riau Rayon Dumai telah berhasil menjaring 6.200 pelanggan baru melalui sistem pemasangan listrik prabayar (LPB) dari semua kalangan dengan kekuatan daya sebesar 450 Volt Ampere hingga 1.300 Volt Ampere. (sumber: Riau Pesisir, 26/11/2012 halaman 4). Di sisi lain, dalam rangka memperingati Hari Listrik Nasional (HLN) ke-67 pada 27 Oktober 2012 lalu, PT. PLN (Persero) Wilayah Riau Dan Kepulauan Riau memperkenalkan pelayanan PLN dalam bentuk *Contact Centre* 123. *Contact Centre* (CC) 123 yaitu pemindahan posisi penerima laporan dan gangguan yang terpusat. Pelanggan bisa menggunakan *line* telepon rumah dengan nomor langsung 123 atau (061) 123 karena *Customer Service Officer* (CSO) masih dikonsentrasikan di wilayah Medan (sumber: Riau Pos, 30/10/2012 halaman 21). *Contact centre* ini ditujukan kepada para pelanggan, agar lebih mudah dalam melaporkan gangguan listrik.

Melihat banyaknya permasalahan yang terjadi di lapangan terkait pemadaman bergilir, kondisi tiang listrik yang tidak sesuai standar, adanya oknum yang tidak bertanggung jawab dalam upaya penyambungan listrik ke rumah calon pelanggan, hal ini akan berdampak pada citra organisasi sendiri. Citra dari suatu organisasi memang tidak selalu dapat dipertahankan dalam penilaian positif. Ketika suatu citra organisasi mulai menurun di mata para khalayaknya, berbagai upaya akan dilakukan untuk meningkatkan kembali citra organisasi. Petugas Humas yang akan mengupayakan agar citra kembali positif. Hal ini bertujuan agar terbentuknya suatu komunikasi yang efektif serta organisasi dapat dengan mudah mempersuasi masyarakat.

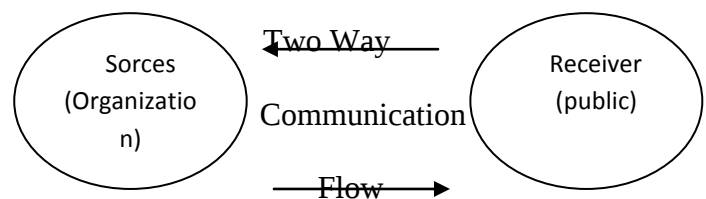
Aktivitas humas PT. PLN (Persero) Wilayah Riau Dan Kepulauan Riau dalam meningkatkan citra positif perusahaan di analisa menggunakan model komunikasi simetris dua arah James E Grunig sebagai tolak ukur dalam melakukan penelitian sehingga penelitian tidak melenceng. Menurut Ruslan (2010:105) model komunikasi simetris dua arah menggambarkan bahwa suatu komunikasi propaganda (kampanye) melalui dua arah timbal balik yang berimbang. Model komunikasi simetris dua arah menggambarkan proses komunikasi yang diterapkan oleh humas bersifat timbal balik (dua arah), dimana organisasi dan publiknya berupaya untuk mengadaptasi kan dirinya untuk kepentingan bersama.

Model simetris dua arah menggambarkan sebuah orientasi humas dimana organisasi dan publik saling menyesuaikan diri. Model ini berfokus untuk memperoleh rasa saling pengertian serta komunikasi dua arah antara publik dan organisasi ketimbang persuasi satu arah. Humas dalam suatu instansi

pemerintahan, selain berfungsi untuk membujuk masyarakat, humas juga berusaha untuk mempersuasi pihak pemerintah agar mau memperhatikan apa yang menjadi keinginan atau inspirasi masyarakat. Hubungan timbal balik yang seimbang adalah hal yang sangat penting dalam proses komunikasi ini. Humas dalam hal ini berfungsi sebagai mediator.

Gambar 2.1

**Model Komunikasi Simetris Dua Arah
Balanced**



(sumber: Ruslan, 2010:105)

PT. PLN (Persero) Wilayah Riau Dan Kepulauan Riau menjadi sumber dalam proses komunikasi simetris dua arah ini. Humas perusahaan melalui aktivitas humas berusaha menjalin komunikasi yang bersifat dua arah dalam usaha meningkatkan citra positif perusahaan. Pelanggan dalam hal ini bertindak sebagai penerima. Diharapkan adanya komunikasi dua arah yang tercipta sehingga dapat mempengaruhi citra perusahaan dimata khalayak menjadi lebih positif.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana aktivitas humas PT. PLN(Persero) Wilayah Riau Dan Kepulauan Riau dalam meningkatkan citra positif perusahaan dan untuk mengetahui media humas apa saja yang digunakan dalam meningkatkan citra positif perusahaan.

Metode Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di kantor PT. PLN (persero) Wilayah Riau dan Kepulauan Riau yang beralamat di Jl. Setia Budhi no 57 Pekanbaru. Adapun

yang menjadi subjek penelitian ini adalah pegawai bagian Humas PT PLN (Persero) Wilayah Riau dan Kepulauan Riau dan masyarakat. Subjek penelitian dalam penelitian kualitatif disebut informan. Pemilihan informan menggunakan teknik *Purposive Sampling* dimana peneliti memilih dengan sengaja orang-orang tertentu berdasarkan tujuan penelitian. Bouma Gary D (dalam Hamidi, 2010: 88) menyatakan *purposive sampling*, dimana sejumlah peneliti yakin bahwa mereka dapat menggunakan pertimbangan yang mendalam atau instuisi dalam memilih orang-orang atau kelompok yang dinilai paling baik untuk diteliti. Yang menjadi informan dalam penelitian ini adalah Deputy Manager Sub Bidang Komunikasi Dan Hukum PT. PLN (Persero) Wilayah Riau Dan Kepulauan Riau, tiga (3) orang karyawan Sub Bagian Humas Dan Hukum PT. PLN (Persero) Wilayah Riau Dan Kepulauan Riau, satu (1) orang wartawan media cetak, dan empat (4) orang pelanggan.

Pembahasan

Dalam pembahasan akan diuraikan hasil penelitian dan pembahasan mengenai Aktivitas Humas PT. PLN (Persero) Wilayah Riau Dan Kepulauan Riau Dalam Meningkatkan Citra Positif Perusahaan. Penulis juga membahas media humas yang digunakan PT. PLN (Persero) Wilayah Riau Dan Kepulauan Riau dalam meningkatkan citra positif perusahaan.

Aktivitas Humas PT. PLN (Persero) Wilayah Riau Dan Kepulauan Riau Dalam Meningkatkan Citra Positif Perusahaan

Aktivitas humas PT. PLN (Persero) Wilayah Riau Dan Kepulauan Riau dalam meningkatkan citra positif

perusahaan dapat diartikan sebagai kegiatan yang memberikan dan menjanjikan sebuah penghargaan yang tepat terhadap semua pihak yang secara tidak langsung dapat meningkatkan citra positif. Citra yang didapatkan sangat bergantung dari lancar atau tidaknya pelaksanaan aktivitas humas tersebut. Untuk memperoleh citra yang positif seorang humas harus mampu mengatur jalannya aktivitas dengan baik. Dalam suatu organisasi atau lembaga pemerintah, keberadaan humas sering kali disatukan dengan bidang lainnya. Ini terlihat juga pada PT. PLN (Persero) Wilayah Riau Dan Kepulauan Riau dimana humas disatukan dalam Sub Bagian Humas Dan Hukum. Aktivitas humas juga merupakan bagian dari kegiatan kehumasan di PT. PLN (Persero) Wilayah Riau Dan Kepulauan Riau yang dijalankan oleh Sub Bidang Humas dan Hukum. Sub Bagian Humas dan Hukum bertanggungjawab dalam melaksanakan aktivitas humas untuk meningkatkan citra positif perusahaan. Humas menciptakan hubungan yang baik dengan pelanggan agar mempermudah pelaksanaan program dan kebijakan dari perusahaan. Bentuk aktivitas humas yang dilakukan oleh PT. PLN (Persero) Wilayah Riau Dan Kepulauan Riau guna meningkatkan citra positif perusahaan adalah Publisitas, Management Krisis, dan Media Relations. Dalam pelaksanaan aktivitas humas tersebut, berpedoman pada keputusan Direksi PT. PLN Pusat. Adapun aktivitas humas PT. PLN (Persero) Wilayah Riau Dan Kepulauan Riau dalam meningkatkan citra positif perusahaan lebih rinci berdasarkan teori yang digunakan (Hubeis, 2012:152-153) dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Publisitas

Humas PT. PLN (Persero) Wilayah Riau Dan Kepulauan Riau dalam

melaksanakan aktivitas humas publisitas bertujuan untuk menyampaikan informasi, peraturan dan kebijakan-kebijakan yang berkaitan dengan perusahaan kepada masyarakat. Humas menggunakan media massa dalam kegiatan publisitas, seperti surat kabar, radio, dan tv lokal. Kecepatan dan ketepatan informasi yang disampaikan pada masyarakat menjadi perhatian humas dalam menjalankan aktivitas publikasi. Hal ini sesuai dengan tujuan publisitas yaitu memperoleh perhatian publik melalui penyebaran di media cetak dan elektronik, mencakup surat kabar, majalah, tv, radio, *talk show* dan acara-acara lain, publisitas *online*, kelompok-kelompok, dan website (Hachigan, dalam Ardianto, 2011:263).

Citra PT. PLN (Persero) Wilayah Riau Dan Kepulauan Riau terbentuk dari bagaimana pelanggan merasakan bentuk publisitas yang diberikan. Peran Humas sangat dibutuhkan dalam menyampaikan informasi melalui aktivitas humas publisitas sehingga dapat meningkatkan citra positif perusahaan. Citra positif merupakan tujuan utama yang ingin dicapai oleh PT. PLN (Persero) Wilayah Riau Dan Kepulauan Riau, pencitraan tersebut merupakan bagian dari fungsi aktivitas humas yang dalam hal ini dilakukan oleh Sub Bagian Humas Dan Hukum, dan melalui aktivitas humas yang baik akan membentuk citra PT. PLN (Persero) Wilayah Riau Dan Kepulauan Riau. Secara spesifik gagalannya suatu aktivitas humas di suatu perusahaan akan berdampak negatif pada citra perusahaan tersebut.

Pelanggan sebagai pihak yang memberikan citra pada perusahaan, mempunyai tanggapan yang berbeda tentang aktivitas humas publisitas PT. PLN (Persero) Wilayah Riau Dan Kepulauan Riau. Salah satu informan yang peneliti wawancarai menyebutkan bahwa masih kurangnya publisitas yang

dilakukan oleh humas perusahaan. Pelanggan mengatakan bahwa dirinya belum tersentuh akan aktivitas humas publisitas, bahkan untuk informasi yang dibutuhkan justru harus mencari tau sendiri. Selain itu pelanggan yang aktif di jejaring sosial belum tersentuh oleh aktivitas publisitas ini. Namun, ada juga pelanggan yang memberikan tanggapan positif dan berharap agar kedepannya aktivitas humas publisitas semakin baik lagi.

Dalam melaksanakan aktivitas humas publisitas, humas PT. PLN (Persero) Wilayah Riau Dan Kepulauan Riau masih terpaku pada media konvensional seperti Koran, radio, dan spanduk. Peneliti belum melihat bentuk publikasi yang menggunakan media internet seperti jejaring sosial. Keterbatasan jenis media yang dilakukan pada aktivitas publikasi membuat pesan yang disampaikan tidak tersebar secara merata pada seluruh pelanggan.

2. Management Krisis

Management Krisis merupakan upaya menghadapi krisis, bencana, atau kegiatan negatif yang tidak terencana dan memaksimalkan ekspos positif yang dapat diraih. Management krisis membantu humas untuk mengidentifikasi, menganalisa dan mengelola permasalahan yang terjadi. Mengelola masalah dengan baik merupakan bagian dari aktivitas humas agar citra perusahaan dapat terjaga di mata para khalayak.

Management krisis menjadi salah satu aktivitas humas yang sangat diprioritaskan oleh humas PT. PLN (Persero) Wilayah Riau Dan Kepulauan Riau pada saat ini. Sebagai perusahaan yang memberikan jasa penyedia listrik kepada masyarakat, harus dapat mengelola permasalahan yang ada. Keluhan dari pelanggan harus ditanggapi dengan baik. Pengelolaan masalah dengan baik, sehingga pelanggan

merasakan kenyamanan dan kejelasan informasi tentang perusahaan. humas PT. PLN (Persero) Wilayah Riau Dan Kepulauan Riau melakukan aktivitas humas management krisis bekerja sama dengan bidang lain. Bentuk kerjasama antara humas dengan bidang lainnya yang ada di PT. PLN (Persero) Wilayah Riau Dan Kepulauan Riau bergantung pada permasalahan yang terjadi. Keluhan dari pelanggan yang berkaitan dengan teknik akan diselesaikan bersama bidang teknik. Humas juga bekerjasama dengan bidang niaga jika permasalahan yang dikeluhkan pelanggan seperti penyambungan listrik baru, penambahan daya listrik dan tunggakan tagihan listrik. Selain bekerja sama dengan bidang yang terkait, humas juga melakukan aktivitas humas management krisis sendiri. Masalah yang sifatnya umum langsung dikelola oleh humas. Hal ini sesuai dengan teori tentang peran humas oleh Prayudi (2012:54-58) yang menjelaskan peran humas secara garis besar dapat diklasifikasikan kedalam dua jenis peran, teknisi dan manajerial. Humas berperan sebagai *Communication Manager Role* (Peran Manajer Komunikasi) sebagai berikut :

“1. *Communication Technician Role* (Peran Teknisi Komunikasi)

Praktisi humas memiliki keahlian di bidang komunikasi dan jurnalistik-menulis, pengeditan, produksi audio visual, grafis dan produksi pesan yang dibutuhkan untuk melaksanakan program humas. Praktisi humas yang menjalankan peran ini biasanya memegang peranan penting dalam organisasi yang mengutamakan model humas informasi publik atau keagenan pers dimana

humas membuat *release* kepada media mengenai organisasi.

2. *Communication Manager Role* (Peran Manajer Komunikasi)

Praktisi humas secara sistematis merencanakan dan mengatur program humas sebuah organisasi, memberi masukan pada manajemen perusahaan, dan membuat kebijakan komunikasi. *Communication manager role* terdiri atas tiga sub peran:

a. *Expert prescriber*. Manajer humas berperan sebagai “seorang ahli” dan mendefinisikan masalah humas, membuat program dan bertanggung jawab atas pelaksanaan program.

b. *Communication facilitator*. Praktisi humas berperan sebagai ‘perantara’ yang menjaga kualitas dan kuantitas alur komunikasi dua arah antara organisasi dengan publiknya. Tujuannya adalah menyediakan informasi yang dibutuhkan oleh pihak manajemen dan publik untuk membuat keputusan yang saling menguntungkan (Cutlip *et al.* dalam Prayudi, 2012:56)

c. *Problem-solving process facilitator*. Praktisi humas membantu pihak

manajemen organisasi mencari solusi dari masalah komunikasi dan relasi organisasi”

Namun, berdasarkan hasil pengamatan peneliti lapangan terlihat aktivitas manajemen krisis pada PT. PLN (Persero) Wilayah Riau Dan Kepulauan Riau belum berjalan sebagaimana mestinya. Keterbatasan jumlah pegawai merupakan kendala yang menyebabkan aktivitas ini menjadi sedikit terabaikan. Tidak semua keluhan atau permasalahan yang ditanggapi secara langsung. Masalah yang bersifat menyeluruh seperti pemadaman total (*black out*) atau permasalahan yang sangat penting seperti adanya pelanggan yang bertahun-tahun sudah mendaftar untuk pasang baru namun belum juga teraliri listrik. Masalah seperti ini yang akan mendapat fokus penanganan utama.

Aktivitas mengelola permasalahan yang muncul, tidak hanya menjadi bagian dari humas perusahaan. Masyarakat sebagai khalayak eksternal perusahaan dalam hal ini PT. PLN (Persero) Wilayah Riau Dan Kepulauan Riau kerap mengkritisi upaya perusahaan dalam mengelola dan menangani permasalahan yang membuat rugi masyarakat. Aktivitas humas manajemen krisis yang dilakukan oleh humas PT. PLN (Persero) Wilayah Riau Dan Kepulauan Riau mendapat penilaian yang beragam dari masyarakat pelanggan. Tak sedikit dari pelanggan yang masih mengeluhkan penanganan masalah yang lamban dan lama dari perusahaan penyedia jasa listrik ini. Pelanggan menginginkan reaksi yang cepat dalam penanganan masalah, sehingga tidak menunggu lama dan tidak selalu dijadikan korban. Selain itu, pelanggan juga mengharapkan adanya pelayanan yang melayani pelanggan PT. PLN (Persero) Wilayah Riau Dan Kepulauan Riau selama 24 jam.

3. Media Relations

Media relations adalah bentuk upaya dalam memantapkan dan meningkatkan hubungan dengan media. Menjalin dan menjaga hubungan dengan media merupakan cara yang efektif untuk membangun, menjaga, dan meningkatkan citra atau reputasi perusahaan di mata khalayak. Media relations sangat penting artinya sebagai wujud komunikasi dan mediasi antara suatu lembaga dengan publiknya. Di sisi lain, fungsi media relations yang berjalan baik sangat bermanfaat bagi aktivitas perusahaan karena pihak media memberi perhatian pada informasi-informasi yang akan disebarluaskan pada masyarakat.

Humas PT. PLN (Persero) Wilayah Riau Dan Kepulauan Riau berusaha untuk tidak menutup diri terhadap media yang ada. Pihak humas harus terbuka informasi terhadap siapa saja. Perusahaan tidak ingin mendapatkan penilaian negatif dimata khalayak. Humas PT. PLN (Persero) Wilayah Riau Dan Kepulauan Riau dalam menjalankan aktivitas humas untuk meningkatkan citra positif perusahaan, tidak terlepas dari pemberitaan negatif. Media massa dalam memuat pemberitaan negatif sesuai dengan permasalahan yang terjadi. Sebelum menerbitkan berita, wartawan terlebih dahulu akan melakukan konfirmasi.

Media relations sebagai salah satu aktivitas humas di PT. PLN (Persero) Wilayah Riau Dan Kepulauan Riau berjalan tanpa adanya ikatan resmi. Perusahaan belum memiliki kontrak resmi dengan berbagai media yang selama ini menjadi penghubung antara perusahaan dengan pelanggan. Meski begitu, dalam memuat pemberitaan pihak humas tidak pernah menentukan isi berita. Ketika ada kekeliruan pemberitaan yang tidak sesuai dengan

fakta, maka humas akan menggunakan hak jawab.

Rosady Ruslan (dalam Nova, 2011:204) mendefinisikan media relations adalah suatu kegiatan humas dengan maksud menyampaikan pesan (komunikasi) mengenai aktivitas yang bersifat kelembagaan, perusahaan atau institusi, produk, serta kegiatan yang sifatnya perlu dipublikasikan melalui kerja sama dengan media massa untuk menciptakan publisitas dan citra positif di mata masyarakat. Berdasarkan definisi ini diketahui bahwa dalam penyampaian pesan melalui media dibutuhkan adanya kerjasama namun hal ini tidak terlihat pada humas PT. PLN (Persero) Wilayah Riau Dan Kepulauan Riau. Sejauh ini belum ada satupun media baik cetak maupun elektronik yang menjalin kerjasama tertulis dengan perusahaan. Walaupun aktivitas humas media relations berjalan tanpa adanya kerjasama resmi antara media dengan perusahaan, tetapi humas tetap menjaga hubungan baik dengan pihak media. Saat ini, humas PT. PLN (Persero) Wilayah Riau Dan Kepulauan Riau menjadi narasumber tetap pada stasiun radio milik pemerintah RRI. Pihak radio akan mengundang humas perusahaan menjadi narasumber apabila ada pembahasan terkait kelistrikan di wilayah Riau dan Kepulauan Riau.

Dalam menjalankan aktivitasnya, Humas PT. PLN (Persero) Wilayah Riau Dan Kepulauan Riau tidak dapat menciptakan hubungan timbal balik yang berimbang antara perusahaan dengan pelanggan. Proses komunikasi antara kedua pihak terjadi hanya satu arah yakni dari perusahaan kepada pelanggan. Proses komunikasi dari pelanggan kepada perusahaan tidak tercipta dengan baik. Dalam menyampaikan informasi yang berhubungan dengan perusahaan, humas menggunakan media yang berupa media

massa (cetak, elektronik dan online) dan media luar ruang berupa spanduk. Tujuan utama dari aktivitas yang dilakukan adalah terbentuk dan meningkatnya citra positif perusahaan dimata para pelanggan, namun komunikasi yang hanya satu arah ini mengakibatkan citra PT. PLN (Persero) Wilayah Riau Dan Kepulauan Riau masih belum positif di mata pelanggan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa citra PT. PLN (Persero) Wilayah Riau Dan Kepulauan Riau belum positif dimata pelanggan. Selain itu, bentuk komunikasi yang tercipta antara perusahaan sebagai sumber dengan pelanggan sebagai penerima hanya terjadi satu arah dan tidak sebaliknya. Hal ini tidak sesuai dengan teori mengenai definisi aktivitas humas menurut Nova (2011:49) yaitu aktivitas humas adalah menyelenggarakan komunikasi timbal balik (*two ways traffic communications*) antara lembaga dengan publik yang bertujuan untuk menciptakan saling pengertian dan dukungan bagi tercapainya suatu tujuan tertentu, kebijakan, kegiatan produksi, demi kemajuan lembaga atau citra positif lembaga bersangkutan (Nova, 2011:49).

Media Humas PT. PLN (Persero) Wilayah Riau Dan Kepulauan Riau Dalam Meningkatkan Citra Positif Perusahaan

Berikut adalah media yang digunakan PT. PLN (Persero) Wilayah Riau Dan Kepulauan Riau dalam meningkatkan citra positif perusahaan :

1. Media Massa

Untuk berkomunikasi dengan massa ataupun publik, petugas humas memerlukan media yang tepat-guna. Media komunikasi massa atau media yang dipakai dalam kegiatan komunikasi massa, seperti surat kabar, radio, televisi, dan film. Hubungan media dan pers merupakan sebagai alat, pendukung atau media kerjasama untuk kepentingan

proses publikasi dan publisitas berbagai kegiatan program kerja atau untuk kelancaran aktivitas humas dengan pihak publik. Dalam hal ini ada tiga sifat media, yaitu (1) *auditif* (hanya bisa didengarkan saja) atau dikenal pula dalam sebutan *the spoken word*, (2) visual (hanya bisa dilihat saja) atau disebut pula *the printed word*, dan (3) *audio-visual* (bisa dilihat sekaligus didengarkan suaranya). (Suhandang, 2004:211-212). Media massa merupakan prioritas utama sebagai media atau alat untuk tujuan publikasi dan sebagai upaya penyampaian pesan-pesan atau informasi secara luas mengenai aktivitas humas kepada khalayak sasarnya.

Humas PT. PLN (Persero) Wilayah Riau Dan Kepulauan Riau menggunakan media massa, baik media cetak, media elektronik maupun media online yang ada dalam aktivitas humas publisitas. Pada saat ini media cetak yang digunakan dalam penyebarluasan informasi tentang perusahaan adalah Koran Riau Pos, Tribun Pekanbaru, dan Media Riau. Humas perusahaan menggunakan tiga media cetak ini, sebab melalui media ini dianggap dapat mencapai seluruh pelanggan. Selain itu, televisi lokal pun menjadi media yang digunakan oleh humas perusahaan.

2. Spanduk

Spanduk merupakan media luar ruang, yang digunakan oleh Humas PT. PLN (Persero) Wilayah Riau Dan Kepulauan Riau sejauh ini hanya sebatas spanduk saja. Spanduk yang ada biasanya berisikan himbauan ataupun informasi terbaru dari PT. PLN (Persero) Wilayah Riau Dan Kepulauan Riau. Selain itu, juga berisikan motto atau slogan PT. PLN (Persero) Wilayah Riau Dan Kepulauan Riau.

Spanduk dari PT. PLN (Persero) Wilayah Riau Dan Kepulauan Riau didesain oleh humas dan dicetak oleh percetakan. Contoh Spanduk dari humas

PT. PLN (Persero) Wilayah Riau Dan Kepulauan Riau adalah spanduk mengenai motto perusahaan yang terdapat di kantor PLN jalan Setia Budhi Pekanbaru. Pada spanduk tersebut terdapat lambang PT. PLN (Persero), dan tulisan “PLN Berbudaya Safety. Zero Accident”. Spanduk lainnya yang terpampang di PT. PLN (Persero) Wilayah Riau Dan Kepulauan Riau berisi tulisan “WRKR: Ayo Bangkit Pasti Bisa. 2014: Tahun Prestasi. Prestasi: Harga Mati, Harga Diri”. Contoh spanduk dapat dilihat pada lampiran.

3. Sawit *e-news*

Sawit *electric news* merupakan majalah elektronik yang diterbitkan oleh humas setiap bulannya. Sawit *e-news* dibagikan kepada seluruh karyawan PT. PLN (Persero) Wilayah Riau Dan Kepulauan Riau melalui email. *E-news* ini berisikan informasi, pemberitahuan, kegiatan, kebijakan-kebijakan dan informasi lainnya dari PT. PLN (Persero) Wilayah Riau Dan Kepulauan Riau selama satu bulan sebelumnya.

4. Website

Salah satu media yang digunakan dalam meningkatkan citra PT. PLN (Persero) Wilayah Riau Dan Kepulauan Riau adalah melalui website www.pln.co.id/riau. Website ini berisikan profil perusahaan, info unit, peraturan dan kebijakan-kebijakan mengenai kelistrikan di Wilayah Riau Dan Kepulauan Riau serta informasi lainnya mengenai PT. PLN (Persero) Wilayah Riau Dan Kepulauan Riau.

Kesimpulan Dan Saran

Kesimpulan

1. Aktivitas Humas PT. PLN (Persero) Wilayah Riau Dan Kepulauan Riau dalam meningkatkan citra positif perusahaan dengan melakukan publisitas, media relations dan management krisis. Dalam

melaksanakan aktivitas tersebut, terlihat belum maksimal dan masih terdapat kekurangan. Pelanggan belum mendapatkan informasi yang tepat dan akurat tentang kelistrikan, pelayanan yang dirasa belum sepenuhnya baik serta penanganan masalah yang masih lambat. Hal ini berdampak pada citra PT. PLN (Persero) Wilayah Riau Dan Kepulauan Riau yang masih belum positif dimata para pelanggan.

2. Media yang digunakan Humas PT. PLN (Persero) Wilayah Riau Dan Kepulauan Riau dalam meningkatkan citra positif perusahaan adalah media massa (cetak dan elektronik), media luar ruang (spanduk), Sawit *e-news*, dan website www.pln.co.id/riau. Dalam menyebarkan informasi tentang perusahaan, media humas yang digunakan PT. PLN (Persero) Wilayah Riau Dan Kepulauan Riau belum bekerja secara efektif. Hal ini terbukti pada jangkauan media humas yang digunakan belum menyentuh seluruh pelanggan serta kurangnya pemahaman pelanggan terhadap informasi yang berkaitan dengan kelistrikan dan terkadang pelanggan justru mendapatkan informasi dari pihak lain. Media humas yang digunakan masih bersifat konvensional dan belum beragam, sehingga tidak dapat menjangkau pelanggan yang sudah beralih pada media internet.

Saran

1. Humas PT. PLN (Persero) Wilayah Riau Dan Kepulauan Riau seharusnya lebih mengoptimalkan aktivitas humas yang ada sehingga citra perusahaan menjadi positif dimata pelanggan. Aktivitas humas publisitas hendaknya dapat menggunakan berbagai media seperti koran, radio, televisi lokal dan juga

website resmi agar menjangkau seluruh pelanggan dan informasi dapat diterima pelanggan dengan lebih cepat. Selanjutnya aktivitas humas media relations, diharapkan adanya fasilitas ruangan khusus wartawan untuk menghimpun informasi langsung dari perusahaan. Selain itu aktivitas manajemen krisis hendaknya lebih terkoordinir, seperti mempersiapkan tim khusus yang mampu menampung dan menyelesaikan permasalahan yang dikeluhkan agar pelanggan merasa dilayani dan didengarkan dengan sepenuh hati.

2. Diharapkan humas PT. PLN (Persero) Wilayah Riau Dan Kepulauan Riau menggunakan media humas yang lebih beragam, seperti membuat akun resmi perusahaan di jejaring sosial *facebook* dan *twitter*. Keberadaan situs jejaring sosial sudah banyak digunakan masyarakat sebagai salah satu sumber informasi yang tercepat dan terpercaya. Keanekaragaman media humas yang digunakan nantinya akan mampu menyebarkan informasi kepada lebih banyak pelanggan.

Daftar Pustaka

- Ardianto, Elvinaro. 2011. *Handbook Of Public Relations*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Hamidi. 2010. *Metode Penelitian Kualitatif*, Malang: UMM Press
- Hubeis, Musa dkk. 2012. *Komunikasi Profesional*. Bogor: IPB Press
- Nova, Firsan. 2011. *Crisis Public Relations*. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Prayudi. 2012. *Public Relations Stratejik*. Yogyakarta: Komunikasi UPN Press

Ruslan, Rosady. 2010. *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada

Suhandang, Kustiadi. 2004. *Public Relations Perusahaan: Kajian, Program, dan Implementasi*. Bandung: Nuansa

Sumber lain:

Keputusan Direksi PT. PLN (Persero)
nomor: 418.K/DIR/2012 tentang
Pedoman Pelaksanaan Komunikasi
Perusahaan

<http://www.hukumonline.com/pusatdata/detail/lt4e37c200cdea6/node/599/keputusan-menteri-komunikasi-dan-informatika-no-371-kep-m.kominfo-8-2007-tahun-2007-kode-etik-humas-pemerintahan>

katakabar.com 29/08/2013 tentang PLN
WRKR Minta Doa Atasi Krisis
Listrik

Media Riau 23/10/2013 tentang Pansus
Kelistrikan PLN Riau dan Kepri

Riau Pos 07/11/2012 tentang Oknum
Biro Minta Rp.4 Juta Pindahkan
Tiang Listrik PLN

Riau Pos 30/10/2012 tentang PLN
Kenalkan Contact Center 123

Riau Pesisir 26/11/2012 tentang Selama
2012, 6200 Pelanggan PLN
Gunakan Listrik Pra Bayar

Tribun Pekanbaru 11/12/2013 tentang
pengumuman jadwal dan lokasi
pemadaman