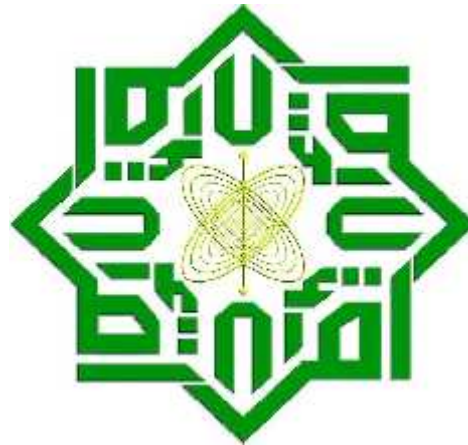


**PERANAN HUMAS PT. PERUSAHAAN LISTRIK NEGARA (PLN) DALAM  
MENSOSIALISASIKAN HEMAT LISTRIK KEPADA MASYARAKAT DI PERUMNAS  
RUMBAI**

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas - Tugas  
Dan Memenuhi Syarat – Syarat Guna Mencapai Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi  
Pada Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi**



Oleh

**RENDY ASMANTO**  
**NIM : 10643004192**

**PROGRAM STRATA SATU (S1)  
JURUSAN ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMUKOMUNIKASI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU  
PEKANBARU  
2013**

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunianya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Peranan Humas PT. Perusahaan Listrik Negara (PLN) Dalam Mensosialisasikan Hemat Listrik Kepada Masyarakat Perumahan Nasional (PERUMNAS) Rumbai,”. Shalawat beriringan salam kepada Nabi Muhammad SAW, yang telah menjadi inspirasi bagi penulis untuk terus berusaha menjadi manusia yang lebih baik di mata Allah.

Skripsi ini tidak lepas dari bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Untuk itu, pada kesempatan yang baik ini, penulis menyampaikan rasa terimakasih kepada :

1. Ayahanda **Nurman Cipto** dan Ibunda tercinta **Asnah** yang sudah memberikan pengorbanan, do‘a dan dukungan beliaulah penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. **Prof. DR. H.M.Nazir, M.Ag**, selaku Rektor UIN Suska Riau, yang telah memberikan izin penelitian untuk menyelesaikan skripsi ini.
3. **Prof. DR. Amril Amri. M. MA**, selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, yang telah memberikan kemudahan dalam perizinan penelitian dan hal – hal penting lainnya.
4. **DR. Nurdin Abdul Halim. MA**, selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi, yang telah memberikan kesempatan dan izinnya dalam melaksanakan penelitian.

5. **Titi Antin, M.Si**, selaku Pembimbing I, yang selalu memberikan dukungan, nasehat, kritik dan sarannya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
6. **Rosmita, M.Ag**, selaku pembimbing II, atas segala bantuan dan arahan dalam penulisan skripsi ini.
7. Kepada kedua adikku tersayang **Ayu Fadillah, S.Pd** dan **Rahmanto** yang sudah memberikan dukungan dan doanya untuk penulis menyelesaikan skripsi.
8. Ibu **Prida Erni** dan Bapak **Firman Alamsyah** selaku **Manager** dan **Supervisor Administrasi PT. Perusahaan Listrik (PLN) Rayon Rumbai** yang telah membantu kelancaran penelitian dan penulisan skripsi ini.
9. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, semoga Allah SWT selalu bersama kita. Amin

Semoga Allah membalas segala jasa – jasa yang terpatri, dan semoga skripsi ini dapat diterima serta memberikan pengetahuan dan referensi baru bagi semua pihak. Terimakasih.

Pekanbaru, January 2013

**Penulis**

## ABSTRAK

Skripsi ini berjudul **“PERANAN HUMAS PT. PERUSAHAAN LISTRIK NEGARA (PLN) DALAM MENSOSIALISIKAN HEMAT LISTRIK KEPADA MASYARAKAT PERUMAHAN NASIONAL (PERUMNAS) RUMBAL”**. Berkurangnya pasokan energi mengharuskan setiap individu untuk turut serta menghemat pemakaian energi, khususnya energi listrik. Hemat listrik merupakan program yang dicanangkan oleh pemerintah yang harus didukung oleh semua pihak khususnya PT.Perusahaan Listrik Negara (PLN). Untuk meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya hemat listrik maka perlu diadakan sosialisasi. Untuk melihat bagaimana sosialisasi yang dilakukan oleh pihak Humas PT.PLN maka harus diadakan penelitian supaya mendapatkan hasil yang akurat

Adapun permasalahan yang dikaji dalam penelitian ini adalah; bagaimana peran humas PLN Cabang Rumbal dalam mensosialisasikan hemat listrik kepada masyarakat di Perumahan Nasional (Perumnas) Rumbal. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana peranan humas PT. PLN Cabang Rumbal dalam mensosialisasikan hemat listrik kepada masyarakat di perumahan nasional (perumnas) Rumbal. Alat pengumpulan data yang penulis gunakan adalah wawancara, observasi, dan dokumentasi. Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif.

Dari hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa sosialisasi yang dilakukan oleh Humas PT.PLN Cabang Rumbal adalah sosialisasi secara langsung dengan masyarakat (face to face), pemasangan spanduk, baliho maupun iklan layanan masyarakat diberbagai media cetak dan elektronik, serta upaya peningkatan jumlah pelanggan listrik Prabayar. Peranan humas dalam mensosialisasikan program hemat listrik adalah dengan mengkomunikasikan program hemat listrik kepada masyarakat, memastikan bahwa sosialisasi telah sampai kepada sasaran, memperkenalkan listrik Prabayar sebagai produk hemat listrik, serta membuka saluran komunikasi tentang hemat listrik kepada masyarakat. Secara keseluruhan sosialisasi hemat listrik telah dijalankan secara berkesinambungan dan berjalan dengan baik. Namun peran masyarakat memberikan kontribusi yang sangat penting dalam mensukseskan program sosialisasi ini.

## DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR .....	i
ABSTRAK.....	iii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	vi
DAFTAR GAMBAR .....	vii
<b>BAB I : PENDAHULUAN</b>	
A. Latar belakang.....	1
B. Alasan pemilihan judul.....	3
C. Penegasan istilah .....	4
D. Permasalahan .....	6
E. Tujuan dan kegunaan penelitian.....	7
F. Kerangka teoritis dan konsep operasional .....	7
G. Metodologi penelitian .....	23
H. Sistematika Penulisan .....	27
<b>BAB II : TINJAUAN LOKASI PENELITIAN</b>	
A. Sejarah PT. PLN (Persero).....	28
B. Unit Perusahaan Listrik Negara (PLN) .....	29
C. Formasi Jabatan PT. PLN Wilayah Riau dan Kepri.....	33
D. Produk PT. PLN (Persero) .....	35
E. Gambaran Tentang Kegiatan Sosialisasi .....	37
F. Logo dan Lambang PT. PLN (Persero) .....	37

G. Struktur Organisasi PT. PLN Rayon Rumbai .....	41
H. Tugas dan Fungsi jabatan karyawan pada PT.PLN Rayon Rumbai .....	41
<b>BAB III : PENYAJIAN DATA</b>	
A. Peranan Humas PT. PLN (Persero) dalam mensosialisasikan hemat listrik .....	43
B. Sosialisasi tentang program hemat listrik .....	50
<b>BAB IV : ANALISIS DATA</b>	
A. Peranan Humas PT. PLN dalam mensosialisasikan program hemat listrik kepada masyarakat di Perum Nasional Kec. Rumbai .....	55
B. Sosialisasi program hemat listrik kepada masyarakat di Perumnas Kec. Rumbai .....	59
<b>BAB V : PENUTUP</b>	
A. Kesimpulan .....	63
B. Saran.....	64
<b>DAFTAR KEPUSTAKAAN</b>	
<b>LAMPIRAN – LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Formasi jabatan PT. PLN wilayah Riau dan Kepri.....	34
Tabel 2. Produk PT. PLN (Persero) .....	35

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Logo PT. PLN (Persero) .....	38
--	----



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. LATAR BELAKANG**

Kebutuhan listrik penduduk Indonesia dari tahun ke tahun meningkat sejalan dengan makin banyaknya produk-produk teknologi baru yang membutuhkan listrik untuk beroperasi. Tidak hanya itu, konsumsi listrik dalam rumah tangga juga meningkat. Konsumsi listrik berlebihan meningkat tajam pada daerah perkotaan yang pada saat ini menjadi gaya hidup perkotaan. Sedangkan produksi listrik dalam negeri pada saat ini menurun sehingga tidak ada kestabilan antara konsumsi listrik dan jumlah produksi listrik.

Dilihat dari jumlah penduduk Indonesia yang mencapai 230 juta jiwa, kebutuhan akan listrik dari tahun ketahun semakin meningkat. Tidak jarang dari produsen listrik Indonesia PLN (Perusahaan Lisrik Negara) melakukan pemadaman listrik bergilir di setiap daerah. Namun masalah pemakaian listrik yang berlebihan ini tidak terselesaikan, tetap saja pemakaian listrik meningkat akibat pemborosan pemakaian listrik ini.

Disinilah PLN melakukan program-program untuk mengendalikan pemakaian listrik ini untuk menghemat pasokan listrik yang ada. Program-program PLN di mulai dari pemadaman listrik setiap daerah hingga sosialisasi hemat listrik kepada masyarakat pengguna listrik.

Dalam skop yang kecil PLN Pekanbaru juga melakukan program program dari PLN Indonesia. Sosialisasi hemat listrik terhadap masyarakat Riau pada

umumnya dan sosialisasi hemat listrik kepada masyarakat Rumbai Pekanbaru pada khususnya. Pemakaian listrik di setiap kota – kota mengalami peningkatan jumlah pemakaian, disini tampak adanya gaya hidup boros yang tidak terkendali. Maka disinilah peran PLN pada umumnya untuk melakukan sosialisasi hemat listrik dan khususnya PLN Pekanbaru sehingga pemakaian listrik secara berlebihan menurun dan dapat dikendalikan.

Perusahaan Listrik Negara (PLN) merupakan perusahaan listrik persero satu-satunya yang ada di Indonesia di bawah naungan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang memasok kebutuhan listrik untuk masyarakat seluruh Indonesia. Seperti kita ketahui bahwa akhir – akhir ini Perusahaan Listrik Negara (PLN) melakukan pemadaman listrik di setiap daerah di Pekanbaru dan Riau pada umumnya. Hal ini disebabkan adanya kekurangan daya listrik yang dimiliki PLN pada saat ini, sehingga PLN melakukan pemadaman listrik secara bergilir untuk setiap daerah yang akan dikenai pemadaman listrik. Tentu saja membuat masyarakat terganggu aktifitas sehari - hari mereka. Dari adanya kebijakan – kebijakan dari PLN inilah dituntut peran humas untuk mensosialisasikan hemat listrik kepada masyarakat.

Perumahan Nasional (PERUMNAS) Rumbai adalah sebuah perumahan di Kecamatan Rumbai, tepatnya di kelurahan Limbungan Baru. Perumnas Rumbai merupakan sebuah kompleks perumahan yang luas dengan padatnya rumah – rumah yang dibangun dan berdekatan dengan pasar. Berdasarkan pengamatan penulis di lapangan, masih banyak masyarakat Perumnas Rumbai yang belum melaksanakan hemat listrik. Dilihat dari gaya hidup dan kebiasaan yang masyarakat perkotaan

yang boros akan listrik. Masyarakat Perumahan Nasional Rumbai merupakan masyarakat yang heterogen dengan latar belakang pendidikan dan pekerjaan yang berbeda beda. Peneliti melihat begitu besarnya tingkat pemakaian listrik pada lingkungan masyarakat Perumnas Rumbai. Ini dilihat dari latar belakang masyarakat pada golongan menengah keatas yang cenderung memiliki barang – barang elektronik yang cukup banyak sehingga memungkinkan terjadinya pemborosan listrik pada setiap rumah yang ada di Perumnas Rumbai.

Dari uraian diatas, penulis akan meneliti lebih jauh tentang peranan Humas terhadap kebijakan yang berdampak pada masyarakat sebagai konsumen dari Perusahaan Listrik Negara (PLN). Maka disini penulis melaksanakan penelitian yang berjudul :

**PERANAN HUMAS PT. PERUSAHAAN LISTRIK NEGARA (PLN)  
DALAM MENSOSIALISASIKAN HEMAT LISTRIK KEPADA  
MASYARAKAT DI PERUMNAS RUMBAI.**

**B. ALASAN PEMILIHAN JUDUL**

Adapun alasan penulis memilih judul ini adalah:

1. Untuk melihat peran Humas PLN Rayon Rumbai dalam mensosialisasikan hemat listrik kepada masyarakat, karena sumber daya energi yang semakin terbatas sehingga semua pihak harus mendukung pemerintah dalam menerapkan hemat energi khususnya Humas yang berperan untuk mensosialisasikan program ini.

2. Melihat bagaimana bentuk - bentuk sosialisasi hemat listrik dari PLN Rayon Rumbai.
3. Masalah ini sesuai dengan kemampuan penulis baik dari segi finansial, waktu, serta buku pendukung yang dijadikan referensi.
4. Sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau

### **C. PENEGASAN ISTILAH**

Untuk mempertegas dan menghindari salah penafsiran terhadap kata – kata dalam judul penelitian, maka diperlukan penjelasan kata atau istilah tersebut sebagai berikut, yaitu :

#### **1. Peran**

Peran, apabila seseorang melaksanakan hak dan kewajibannya sesuai dengan kedudukannya maka dia menjalankan suatu peranan (Soekanto, 2000: 268). Menurut Al Barry (dalam kamus Ilmiah Populer, 1994: 585), peranan adalah fungsi, kedudukan, atau bagian dari aktivitas yang dimainkan seseorang yang diartikan sebagai bagian dari tugas utama yang harus dilaksanakan. Peranan merupakan aspek dinamis dari suatu status (kedudukan). Jadi dalam penelitian ini peneliti meneliti peranan atau kedudukan Humas PLN cabang Rumbai dalam melakukan sosialisasi hemat listrik kepada masyarakat secara umum dan khususnya kepada masyarakat Perumnas Rumbai secara khusus.

## **2. Humas/Public Relation**

Humas/Public Relation adalah fungsi manajemen yang membangun dan mempertahankan hubungan yang baik dan bermanfaat antara organisasi dengan public yang mempengaruhi kesuksesan atau kegagalan organisasi tersebut (Scott M. Cutlip, 2006 : 1). Namun pada intinya, PR senantiasa berkenaan dengan kegiatan penciptaan pemahaman melalui kegiatan – kegiatan tersebut diharapkan akan muncul perubahan yang berdampak (Frank Jefkins, 2003 : 3).

## **3. Perusahaan Listrik Negara (PLN)**

Perusahaan Listrik Negara (PLN) merupakan perusahaan listrik persero satu – satunya yang ada di Indonesia di bawah naungan Badan Usaha Milik Negara yang memasok kebutuhan listrik untuk masyarakat seluruh Indonesia (PLN).

## **4. Sosialisasi**

Sosialisasi adalah proses belajar yang dilakukan seseorang (individu) untuk berbuat atau bertingkah laku berdasarkan patokan yang terdapat dan diakui dalam masyarakat. Jadi sosialisasi dalam penelitian ini melihat seperti apa sosialisasi dari humas PT. PLN cabang Rumbi dalam mensosialisasikan program hemat listrik kepada masyarakat sekitar.

## **5. Hemat Listrik**

Hemat listrik merupakan pola hidup yang menerapkan prinsip kehati-hatian dengan mempertimbangkan kepentingan. Listrik adalah sumber energi yang disalurkan melalui kabel. Arus listrik timbul karena

muatan listrik mengalir dari saluran positif ke saluran negatif. Maka hemat listrik adalah sebuah pola hidup dengan menerapkan prinsip kehati – hatian dalam menggunakan listrik.

## **6. Perumahan Nasional (PERUMNAS)**

Perumahan Nasional (PERUMNAS) Rumbai adalah sebuah perumahan dikecamatan Rumbai, tepatnya dalam sebuah kelurahan Limbungan Baru. Perumnas Rumbai merupakan sebuah kompleks perumahan yang luas dengan padatnya rumah – rumah yang yang dibangun dan berdekatan dengan pasar.

## **D. PERMASALAHAN**

### **1. Identifikasi masalah**

Permasalahan yang penulis kaji merupakan masalah yang luas. Oleh karena itu penulis perlu mengidentifikasi masalah-masalah tersebut, untuk mengarahkan penulisan ini. Adapun identifikasinya adalah:

1. Bagaimana peran yang dilakukan humas untuk mensosialisasikan hemat listrik
2. Apakah sosialisasi hemat listrik ini sudah berjalan dengan baik.

### **2. Rumusan Masalah**

Pokok permasalahan yang akan diteliti secara ilmiah adalah bagaimana peran humas PT. PLN Cabang Rumbai dalam mensosialisasikan hemat listrik kepada masyarakat di perumnas Rumbai.

### **3. Batasan masalah**

Agar pembahasan ini tidak terlalu luas, maka penulis perlu memberikan batasan. Disini penulis hanya meneliti tentang Peranan Humas PLN Cabang Rumbai dalam mensosialisasikan hemat listrik di Perumnas Rumbai.

## **E. TUJUAN DAN KEGUNAAN PENELITIAN**

### **1. Tujuan**

Untuk mengetahui dan menganalisis peranan Humas PLN cabang Rumbai dalam mensosialisasikan hemat listrik kepada masyarakat.

### **2. Kegunaan Penelitian**

1. Secara teoritis, hasil penelitian ini dapat memberikan wawasan dan ilmu pengetahuan dibidang ilmu komunikasi, khususnya Publik Relations.
2. Secara praktis, hasil dari penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan referensi atau rujukan bagi perusahaan lain. Yang memiliki humas atau PR sehingga dapat membantu memberikan arahan.
3. Secara akademis, penelitian ini bisa memberikan referensi dan bahan acuan untuk diskusi. Tentang gambaran program sosialisasi didalam suatu perusahaan/instansi/organisasi.

## **F. KERANGKA TEORITIS DAN KONSEP OPERASIONAL**

### **1. Kerangka Teoritis**

#### **a. Peranan Humas**

Peranan merupakan aspek dinamis dari suatu status (kedudukan). Apabila seseorang melaksanakan hak-hak dan kewajibannya sesuai dengan status yang dimilikinya, maka ia telah menjalankan peranannya. Peranan adalah tingkah laku

yang diharapkan dari orang yang memiliki kedudukan atau status. Peranan adalah aspek dinamis kedudukan (status). Apabila seseorang melaksanakan hak dan kewajibannya sesuai dengan kedudukannya maka dia menjalankan suatu peranan (Soekanto, 2000:268). Menurut Al Barry (dalam kamus Ilmiah Populer, 1994:585), peranan adalah fungsi, kedudukan, atau bagian dari aktivitas yang dimainkan seseorang yang diartikan sebagai bagian dari tugas utama yang harus dilaksanakan.

Peranan dalam hal ini dapat dibagi menjadi dua yaitu:

1. Individu, adalah bagaimana seorang individu menjalankan fungsinya sebagai seorang makhluk sosial yang berhubungan dengan individu lain atau dalam kehidupan antara atasan dan bawahan.
2. Kelompok, adalah kerja sama dua orang atau lebih dalam menjalankannya sebagai pemberi harapan kepada orang lain (Berry, 1983:99).

Sedangkan peranan Humas / Publik Relation dalam sebuah organisasi dapat dibagi tiga kategori yaitu:

1. Penasehat Ahli (Expert prescriber)

Seorang praktisi PR yang berpengalaman dan memiliki kemampuan tinggi dapat membantu mencarikan solusi dalam penyelesaian masalah hubungan dengan publiknya (*Public expert*)

2. Fasilitator Komunikasi (*Communication Fasilitator*)

Praktisi PR bertindak sebagai komunikator atau mediator dalam hal untuk membantu pihak manajemen dalam hal untuk mendengar apa yang diinginkan dan diharapkan oleh publiknya.



3. Fasilitator Proses Pemecah Masalah (*Problem solving process fasilitator*)

Peranan PR dalam proses pemecahan persoalan public relation ini merupakan bagian dari tim manajemen. Hal ini dimaksudkan untuk membantu pimpinan organisasi baik sebagai penasihat (*adviser*) hingga mengambil keputusan dalam mengatasi masalah atau krisis yang tengah dihadapi secara rasional dan professional.

Berangkat dari peranan dan fungsi PR, PR juga mempunyai ruang lingkup tugas dalam sebuah organisasi/lembaga antara lain meliputi aktivitas :

1. Membina hubungan ke dalam (*Publik Internal*)

Publik yang menjadi bagian dari unit/badan/perusahaan atau organisasi itu sendiri. Seorang PR harus mampu mengidentifikasi tau mengenali hal – hal yang menimbulkan gambaran negative di dalam masyarakat, sebelum kebijakan itu dijalankan oleh organisasi.

2. Membina hubungan keluar (*Publik Eksternal*)

Publik umum (masyarakat), mengusahakan tumbuhnya sikap dan gambaran public yang positif terhadap lembaga yang diwakilinya (Rosady ruslan,2003:23).

Perbedaan pokok antara fungsi dan tugas Hubungan Masyarakat terdapat pada instansi pemerintah dengan non pemerintah (lembaga komersial). Humas pemerintah lebih menekankan pada public service atau demi meningkatkan pelayanan umum. Humas Pemerintah dapat menyampaikan informasinya atau menjelaskan mengenai kebijakan dan tindakan – tindakan tertentu serta aktifitas dalam melaksanakan tugas–tugas kewajiban – kewajiban pemerintahnya.

Menurut *Dimock dan Koenig (1987)*, pada umumnya tugas – tugas dari pihak humas instansi atau lembaga pemerintah yaitu antara lain :

- 1) Upaya memberikan penerangan atau informasi kepada masyarakat tentang pelayanan masyarakat, kebijakan serta tujuan yang akan dicapai oleh pemerintah dalam melaksanakan program kerja tersebut.
- 2) Mampu menanamkan keyakinan dan kepercayaan serta mengajak masyarakat dalam partisipasinya atau ikut serta pelaksanaan program pembangunan diberbagai bidang, sosial, budaya, ekonomi, politik serta menjaga stabilitas dan keamanan nasional.
- 3) Kejujuran dalam pelayanan dan pangabdian dari aparatur pemerintah yang bersangkutan perlu dipelihara atau diertahankan dalam melaksanakan tugas serta kewajiban masing – masing (Rosady ruslan, 2003 : 323).

Beranjak dari teori – teori mengenai peranan dan fungsi PR diatas, humas PLN cabang Rumbai banyak dituntut dalam memberikan informasi–informasi kepada masyarakat khususnya PERUMNAS Rumbai dalam kebijakan hemat listrik. Ini sesuai dengan tiga fungsi PR menurut *Edward L. Bernay*, yaitu : memberikan penerangan kepada masyarakat , melakukan persuasi untuk mengubah sikap dan perbuatan masyarakat secara langsung, dan terakhir adalah berupaya mengintegrasikan sikap dan perbuatan suatu badan/lembaga sesuai dengan sikap dan perbuatan masyarakat atau sebaliknya (Rosady Ruslan. 2003 : 18).

## **b. Pengertian Humas**

Humas/Public Relation adalah fungsi manajemen yang membangun dan mempertahankan hubungan yang baik dan bermanfaat antara organisasi dengan public yang mempengaruhi kesuksesan atau kegagalan organisasi tersebut (Scott M. Cutlip, 2006:1). Mendiskripsikan praktik PR adalah cara lain untuk mendefinisikan fungsi PR ini. *Public Relation News* salah satu dari beberapa *Newsletter* dibidang ini mendefinisikan PR secara operasional. Apa yang dilakukan PR dalam organisasi yaitu : “*Public Relation* adalah fungsi manajemen yang mengevaluasi sikap public, mengidentifikasi kebijakan dan prosedur individual dan organisasi yang punya kepentingan public, serta merencanakan dan melaksanakan program aksi dalam rangka mendapatkan pemahaman dan penerimaan public”(Scott M. Cutlip, 2006:5).

Definisi yang lebih spesifik yang menekankan tanggung jawab khususnya, diberikan oleh *Public Relation News*: “Humas adalah fungsi manajemen yang mengevaluasi sikap publik, mengidentifikasi kebijaksanaan–kebijaksanaan dan prosedur – prosedur seorang individu atau sebuah organisasi berdasarkan kepentingan publik, dan menjalankan suatu program untuk mendapatkan pengertian dan penerimaan publik. Definisi berikutnya, “Humas adalah suatu filsafat sosial dan manajemen yang dinyatakan dalam kebijaksanaan beserta pelaksanaannya, yang melalui interpretasi yang peka mengenai peristiwa – peristiwa berdasarkan pada komunikasi dua arah dengan publiknya, berusaha untuk memperoleh saling pengertian dan itikad baik (Frazier moore,2004:6).

“Public Relation adalah fungsi manajemen yang khas dan mendukung pembinaan, pemeliharaan jalur bersama antara organisasi dan publiknya, menyangkut aktivitas komunikasi, pengertian, penerimaan dan kerja sama; melibatkan manajemen dalam menghadapi persoalan/permasalahan, membantu manajemen untuk mampu menanggapi opini publik; mendukung manajemen dalam mengikuti dan memanfaatkan perubahan secara efektif; bertindak sebagai sistem peringatan dini dalam mengantisipasi kecenderungan penggunaan penelitian serta teknik komunikasi yang sehat dan etis sebagai sarana utama”(Rosady Ruslan,2003:16).

Namun pada intinya, PR senantiasa berkenaan dengan kegiatan penciptaan pemahaman melalui pengetahuan dan melalui kegiatan – kegiatan tersebut diharapkan akan muncul perubahan yang berdampak (Frank Jefkins, 2003 : 3).

Humas bertugas memberikan penerangan untuk meningkatkan hubungan baik dengan mereka yang pendapatnya berpengaruh bagi organisasi dalam menentukan kebijaksanaan yang terbaik. Humas menekankan komunikasi antara organisasi dengan kelompok masyarakat di sekitar. Persamaan dasar dari humas dan penerangan adalah memperjelas komunikasi demi pemahaman yang lebih baik. Penerangan lebih bermuatan tanggung jawab agar yang menerima penerangan dapat mengambil keputusan yang terbaik (John Tondowidjojo, 2004 : 4).

Humas adalah seni dan ilmu sosial dalam menganalisis kecenderungan, memperkirakan akibat–akibat, memberikan saran kepada pimpinan perusahaan serta melaksanakan program tindakan terencana yang melayani baik kepentingan

organisasi dan khalayaknya, World Assembly of Public Relation (Morissan,2008:6).

Menurut Cutlip & Center (dalam Kasali dan Abdurachman), proses PR sepenuhnya mengacu kepada pendekatan manajerial. Proses ini terdiri dari: fact finding, planning, communication, dan evaluation (Abdurachman, 2001:31). Meng adaptasinya menjadi : pengumpulan fakta, definisi permasalahan, perencanaan dan program, aksi komunikasi, serta evaluasi (Kasali, 1984:33)

Fact finding adalah mencari dan mengumpulkan fakta / data sebelum melakukan tindakan. Misalnya pr sebelum melakukan suatu kegiatan harus terlebih dahulu mengetahui, misalnya: apa yang diperlukan publik, siapa saja yang termasuk kedalam publik, bagaimana keadaan public dipandang dari berbagai factor.

Planning adalah berdasarkan fakta membuat rencana tentang apa yang harus dilakukan dalam menghadapi berbagai masalah itu. Communicating adalah rencana yang disusun dengan baik sebagai hasil pemikiran yang matang berdasarkan fakta/data tadi, kemudian dikomunikasikan atau dilakukan kegiatan operasional.

Evaluation adalah mengadakan evaluasi tentang suatu kegiatan, apakah tujuan sudah tercapai atau belum. Hasil evaluasi ini menjadi dasar kegiatan PR berikutnya(Soleh soemirat & Elvinaro ardianto 2005:90).

### **c. Fungsi Humas**

Fungsi bagian humas adalah membantu manajemen dalam melaksanakan kebijakan – kebijakan ini dan mengembangkan hubungan baik dengan berbagai macam publik. Seorang manajer dan staf humas dengan demikian, melayani para eksekutif dalam kedudukannya sebagai penasihat di lini pengoperasian untuk

membantu mereka dalam mengimplementasikan kebijakan perusahaan (Frazier Moore, 2004:13).

Menurut *Edward L. Bernays* humas memiliki fungsi sebagai berikut :

1. Memberikan penerangan kepada publik,
2. Melakukan persuasi kepada publik untuk mengubah sikap dan tingkah laku publik
3. Upaya untuk menyatukan sikap dan perilaku suatu lembaga sesuai dengan sikap dan perbuatan masyarakat, atau sebaliknya.

Fungsi humas dalam manajemen yang khas dan mendukung pembinaan, pemeliharaan jalur bersama antara organisasi dan publiknya, menyangkut aktivitas komunikasi, pengertian, penerimaan dan kerja sama; melibatkan manajemen dalam menghadapi persoalan/permasalahan, membantu manajemen untuk mampu menanggapi opini publik; mendukung manajemen dalam mengikuti dan memanfaatkan perubahan secara efektif; bertindak sebagai sistem peringatan dini dalam mengantisipasi kecenderungan penggunaan penelitian serta teknik komunikasi yang sehat dan etis sebagai sarana utama”(Rosady Ruslan,2003:16).

Fungsi PR dalam manajemen yang diharapkan dapat menunjang aktivitas perusahaan dalam mencapai tujuannya. Maka fungsi tersebut antara lain adanya kegiatan khas dari PR/Humas sebagai berikut :

1. Menunjang kegiatan manajemen dalam pencapaian tujuan utama perusahaan.

2. Membina hubungan yang harmonis antara organisasi dengan berbagai publik, baik itu publik internal maupun publik eksternal dalam upaya meningkatkan kerja sama yang baik dan positif.
3. Menciptakan komunikasi dua arah dengan menyebarkan pesan, informasi dan publikasi lainnya dari organisasi/lembaga yang diwakili kepada publiknya atau sebaliknya.
4. Melayani publik sebaik mungkin dan memberikan sumbangan saran kepada pimpinan organisasi dengan tidak mengabaikan kepentingan umum.
5. Bersikap bahwa tujuan dan sasaran itu dalam pengertian bukan memperoleh keuntungan sepihak dari public sebagai sasarannya atau obyek tertentu, tetapi akan memperoleh manfaat bersama.
6. Berkemampuan untuk mendengarkan (*listening*), dan bukan sekedar “hearing” mengenai keinginan atau mengakomodasi aspirasi yang terdapat di dalam masyarakat (Rosady ruslan, 2003 : 23).

#### **d. Sosialisasi**

Sosialisasi adalah proses belajar yang dilakukan seseorang (individu) untuk berbuat atau bertingkah laku berdasarkan patokan yang terdapat dan diakui dalam masyarakat.

Menurut pendapat Soejono Dirdjosisworo (1985), bahwa sosialisasi mengandung tiga pengertian, yaitu :

1. Proses Sosialisasi adalah proses belajar, yaitu suatu proses akomodasi dengan mana individu menahan, mengubah implus dalam

dirinya dan mengambil alih cara hidup atau kebudayaan masyarakatnya.

2. Dalam proses sosialisasi itu individu mempelajari kebiasaan, sikap, ide – ide, pola – pola nilai dan tingkah laku, dan ukuran kepatuhan tingkah laku di dalam masyarakat di mana ia hidup.
3. Semua sifat dan kecakapan yang dipelajari dalam proses sosialisasi itu disusun dan dikembangkan sebagai suatu kesatuan system dalam diri pribadinya.
4. Ada beberapa kecenderungan sosialisasi dalam proses ini, yaitu : pertama; individu menolak salah satu kebiasaan kelompok dan masuk ke dalam kelompok lainnya, kedua; individu menolak kebiasaan kedua kelompok yang bersaing (sosialisasi tidak berlanjut), ketiga; individu mengikuti kebiasaan kedua kelompok yang sedang bersaing (Abdulsyani, 2002 : 57). Jadi, dalam skripsi ini mensosialisasikan dapat diartikan usaha humas ikut serta atau menyebarkan informasi kepada masyarakat hingga dapat diketahui oleh masyarakat.

Dilihat dari tipe sosialisasi, sosialisasi terbagi atas Sosialisasi formal yaitu sosialisasi yang terjadi melalui lembaga-lembaga yang berwenang menurut ketentuan yang berlaku dalam negara seperti pendidikan di sekolah, pendidikan militer. Sosialisasi informal yaitu sosialisasi yang terdapat dalam masyarakat berupa pergaulan dan kekeluargaan seperti teman, sesama anggota klub dan kelompok-kelompok social.



Setiap kelompok masyarakat mempunyai standar dan nilai yang berbeda. contoh, standar 'apakah seseorang itu baik atau tidak' di sekolah dengan di kelompok sepermainan tentu berbeda. Di sekolah, misalnya, seseorang disebut baik apabila nilai ulangnya di atas tujuh atau tidak pernah terlambat masuk sekolah. Sementara di kelompok sepermainan, seseorang disebut baik apabila solider dengan teman atau saling membantu. Perbedaan standar dan nilai pun tidak terlepas dari tipe sosialisasi yang ada. Ada dua tipe sosialisasi. Kedua tipe sosialisasi tersebut adalah sebagai berikut :

#### 1. Formal

Sosialisasi tipe ini terjadi melalui lembaga-lembaga yang berwenang menurut ketentuan yang berlaku dalam negara, seperti pendidikan di sekolah dan pendidikan militer.

#### 2. Informal

Sosialisasi tipe ini terdapat di masyarakat atau dalam pergaulan yang bersifat kekeluargaan, seperti antara teman, sahabat, sesama anggota klub, dan kelompok-kelompok sosial yang ada di dalam masyarakat.

Menurut Little Jhon dan Karen A. Foss dalam Teori Komunikasi 2011:63 menerangkan bahwa masyarakat sebagai makhluk social ditinjau dari segi sosiopsikologis yang berfokus pada perilaku social individu, variable psikologis, efek individu, kepribadian dan sifat, kognisi dan persepsi. Dalam teori tradisi

sosiopsikologis ini memperhatikan perilaku dan sifat-sifat pribadi serta proses kognitif yang menghasilkan perilaku.

Komunikasi merupakan salah satu unsur penting dalam hidup bermasyarakat. Karena hal itu merupakan satu faktor terfatal untuk menciptakan Interaksi sosial dan hubungan sosial. Komunikasi merupakan elemen penting bagi proses sosialisasi dalam masyarakat. Karena tanpa adanya komunikasi antar anggota masyarakat, proses sosialisasi tidak akan dapat berlangsung. Jadi, dengan adanya komunikasi, proses sosialisasi dalam masyarakat akan dapat berlangsung secara maksimal.

Proses sosialisasi tercipta berasal dari interaksi sosial, dan interaksi sosial tercipta dari Komunikasi yang berjalan lancar. Ketiga hal itu tak mampu dipisahkan karena saling berkaitan, dan harus ada untuk menciptakan Sosialisasi yang maksimal. Sehingga harus ada unsure-unsur yang telah disebutkan diatas. Jadi, komunikasi mendukung dan menjadi faktor utama terjadinya suatu sosialisasi di dalam masyarakat. Karena tanpa adanya komunikasi, proses sosialisasi di dalam masyarakat tidak akan berlangsung ataupun tercipta secara baik.

#### **e. Pengertian Hemat Listrik**

Kehidupan modern memungkinkan manusia hidup dalam suasana yang nyaman dan serba praktis. Hal ini semua dimungkinkan dengan adanya energi listrik dengan berbagai jenis peralatan listrik. Menghemat listrik adalah suatu kegiatan yang dapat membuat konsumsi energi listrik menjadi berkurang. Hemat merupakan pola hidup yang menerapkan prinsip kehati-hatian dengan mempertimbangkan kepentingan generasi yang akan datang. Orang yang hemat

mampu memanfaatkan sumber daya yang ada secara tepat dan dapat menyimpan kelebihan untuk generasi berikutnya.

Dampak dari pemborosan energi listrik, air dan sumber daya lainnya umumnya bersifat negatif serta akan memberikan kerugian bagi kita semua di masa yang akan datang, ada beberapa hal yang dapat dikatakan sebagai hemat listrik yaitu sebagai berikut: mematikan lampu jika tidak menggunakannya, memilih bola lampu yang dapat menghemat pemakaian listrik, mencabut steker listrik bagi alat – alat elektroknik yang tidak digunakan dan ajari keluarga untuk menghemat listrik.

Penghematan energi atau konservasi energi adalah tindakan mengurangi jumlah penggunaan energi. Penghematan energi dapat dicapai dengan penggunaan energi secara efisien dimana manfaat yang sama diperoleh dengan menggunakan energi lebih sedikit, ataupun dengan mengurangi konsumsi dan kegiatan yang menggunakan energi. Penghematan energi dapat menyebabkan berkurangnya biaya, serta meningkatnya nilai lingkungan, keamanan negara, keamanan pribadi, serta kenyamanan. Organisasi-organisasi serta perseorangan dapat menghemat biaya dengan melakukan penghematan energi, sedangkan pengguna komersial dan industri dapat meningkatkan efisiensi dan keuntungan dengan melakukan penghematan energi.

#### **f. KONSEP OPERASIONAL**

Konsep operasional adalah konsep yang digunakan untuk memberikan penjelasan terhadap konsep teori. Peran humas sebagai internal organisasi memaksimalkan kinerja mereka, namun kinerja humas dapat dilihat bagaimana

memperlihatkan peranan dalam menjalin hubungan baik antara PLN dengan masyarakat pengguna listrik.

Humas sebagai Fasilitator Komunikasi (*Communication Fasilitator*). Praktisi PR bertindak sebagai komunikator atau mediator dalam hal untuk membantu pihak manajemen dalam hal untuk mendengar apa yang diinginkan dan diharapkan oleh publiknya. Menciptakan komunikasi dua arah dengan menyebarkan pesan, informasi dan publikasi lainnya dari organisasi/ lembaga yang diwakili kepada publiknya atau sebaliknya (Rosady ruslan,2003 : 23).

Humas PLN cabang Rumbai juga sebagai wadah untuk melakukan penyampaian informasi internal organisasi yang dimiliki untuk disebarkan kepada masyarakat sesuai kapasitas informasi yang dapat dikonsumsi oleh masyarakat pengguna listrik. Hakekatnya tujuan humas untuk mensosialisasikan hemat listrik ini menjadi sebuah tugas untuk meningkatkan kualitas kinerja Perusahaan Listrik Negara (PLN) ini.

Dalam hal ini untuk melihat dan mengetahui bagaimana peranan humas PLN cabang Rumbai dan Bagaimana sosialisasi yang digunakan, maka dapat dilihat indikator – indikator sebagai berikut :

**a. Indikator Peranan Humas dalam Mensosialisasikan Hemat Listrik.**

1. Para praktisi Humas dapat mengkomunikasikan program-program yang sedang berjalan kepada masyarakat.
2. Praktisi Humas membuat rencana sosialisasi yang tepat berkaitan dengan program sosialisasi hemat energi listrik.

3. Praktisi humas mendukung dan melaksanakan program-program yang sedang berjalan untuk mencapai tujuan perusahaan.
4. Humas PT.PLN menjalankan program sosialisasi yang telah disusun dan memastikan bahwa pesan-pesan yang termuat dalam sosialisasi tersebut telah sampai kepada masyarakat, sehingga masyarakat dapat menerapkannya secara nyata.
5. Humas PT.PLN mengajak masyarakat untuk mendukung program hemat listrik dengan memakai produk-produk hemat listrik seperti listrik Prabayar, dll.
6. Praktisi Humas mengadakan evaluasi tentang sebuah kegiatan, apakah tujuan sudah tercapai atau belum. Hasil evaluasi ini menjadi dasar kegiatan PR.
7. Humas berperan memberikan penerangan kepada publik yang bersifat persuasi kepada publik untuk mengubah sikap dan tingkah laku publik.

**b. Indikator Sosialisasi Hemat Listrik**

1. Adanya proses sosialisasi yang langsung dilakukan dilapangan terkait dengan program hemat listrik.
2. Humas memberikan pengertian dan penjelasan mengenai program hemat listrik, masyarakat juga dapat mempelajari bagaimana menghemat pemakaian listrik sesuai dengan patokan program hemat listrik yang diberikan PT. PLN.

3. Sebuah sikap kecakapan atau penerimaan masyarakat terhadap sosialisasi yang dilakukan mengenai hemat listrik ini.
4. Dalam sosialisasinya komunikasi efektif dengan menggunakan media lisan dengan konsumen, dapat menciptakan saling pengertian antara kedua belah pihak.
5. Humas PT. PLN menggunakan media audio dan media cetak dapat mempercepat pengertian, menarik perhatian, menciptakan suatu kesan yang mendalam terhadap masyarakat sebagai konsumen dari sosialisasi program hemat listrik.

#### **c. Indikator Hemat Listrik**

1. Hemat listrik dikatakan efektif apabila pemakaian listrik didalam sebuah rumah tangga atau organisasi itu melakukan penghematan dengan mengurangi pemakaian listrik seperlunya dengan tidak memboroskan listrik. Dapat dilihat dari tagihan pemakaian listrik dari bulan kebulan.
2. Hemat listrik dikatakan kurang efektif apabila, definisi dari kata efektif yaitu suatu pencapaian tujuan secara tepat atau memilih tujuan-tujuan yang tepat dari serangkaian alternatif atau pilihan cara dan menentukan pilihan dari beberapa pilihan lainnya, pencapaian hemat listrik yang belum tercapai tetapi sudah mulai melakukan penghematan. Dapat dilihat dari tagihan rekening listrik dari konsumen listrik.

3. Hemat listrik dikatakan tidak efektif apabila tidak adanya usaha dari pelanggan listrik yang melakukan penghematan listrik penggunaan listrik yang boros dan tampak dari tagihan listrik yang meningkat pembayarannya setiap bulannya.

## **G. METODOLOGI PENELITIAN**

### **1. Metode Penelitian**

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, artinya menggambarkan peristiwa, perilaku, atau objek tertentu lainnya. Riset kualitatif bertujuan untuk menjelaskan fenomena dengan sedalam-dalamnya melalui pengumpulan data sedalam-dalamnya (Rachmat Kriyantono, 2006 : 59).

### **2. Lokasi Penelitian**

Penelitian dilakukan di Kantor PLN Cabang Pekanbaru Rayon Rumbai dan berada di sekitar Perumnas Rumbai yang beralamatkan Jalan Sekolah/Khayangan No. 29 Pekanbaru – Rumbai.

### **3. Subjek dan Objek Penelitian**

Subjek dalam penelitian ini adalah Humas PT. PLN Rayon Rumbai yaitu Bapak Firman Alamsyah (Supervisor Administrasi/Humas), Ibu Devi Anzan (Asistant Analys Pelayanan Pelanggan), Faurizon (Administrasi Umum) dan Syaprizal (Operasi Distribusi), sementara objek dalam penelitian ini adalah Peranan humas PT. PLN Rayon Rumbai dalam mensosialisasikan program hemat listrik.

#### **4. Populasi dan sampel**

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh karyawan yang ada di PT.PLN Cabang Rumbai. Tehnik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling, yaitu tehnik pengambilan sampel sumberdata dengan pertimbangan tertentu. Pertimbangan dilakukan untuk memperoleh data atau informasi yang luas, rinci dan mendalam sehingga didapat suatu kebenaran yang bermakna dan menyeluruh (Sugiono.2008). Dalam hal ini, peneliti menetapkan enam orang sampel yang merupakan humas dan para staffnya yang dianggap mengetahui tentang program dan pelaksanaan sosialisasi hemat listrik.

#### **5. Tehnik Pengumpulan Data**

##### **a. Wawancara (interview)**

Menurut Lofland dalam moleong (2004: 157) sumber data utama dalam penelitian kualitatif adalah kata-kata dan tindakan. Dalam penelitian ini penulis menggunakan tehnik pengumpulan data berupa wawancara. Percaakapan dengan maksud tertentu. Maksud mengadakan wawancara antara lain adalah: kejadian, kegiatan, organisasi, motivasi, memperluas informasi yang diperoleh dari orang lain.

Wawancara atau interview adalah sebuah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan responden atau orang yang diwawancarai, dengan atau tanpa menggunakan pedoman (*guide*) wawancara. ( Burhan Bungin, 2008 : 126). Pencarian data dilapangan dengan menggunakan tehnik wawancara dengan



mewawancarai Kepala PLN Rayon Cabang Rumbai, bagian administrasi dan divisi tagihan rekening PLN Rayon Cabang Rumbai.

b. Dokumentasi

Pengambilan data – data dokumentasi yang berhubungan dengan kebijakan pemadaman listrik PLN melalui staff perusahaan. Pada intinya metode ini adalah metode yang digunakan untuk menelusuri data historis. Dengan demikian, pada penelitian sejarah, maka bahan dokumenter/dokumentasi perusahaan (PLN) memiliki peranan penting (Burhan Bungin,2008 : 144). Maka dalam penelitian di lokasi PT. PLN cabang Rumbai juga melihat dokumentasi dari tagihan – tagihan listrik dari masyarakat perumnas Rumbai.

**6. Tehnik Analisis Data**

Analisis data kualitatif adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja bekerja dengan data mengorganisasikan data, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, mensintesiskannya serta mencari dan menemukan pola menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari menurut Bogdan dan Biklen dalam Moleong (2004). Dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik analisis deskriptif kualitatif yang menggambarkan dan menjelaskan peristiwa. Dalam analisa data disini adalah dengan mengatur, mengurutkan, mengelompokkan, dan menelaah seluruh data yang tersedia dari berbagai sumber informasi.. Setelah data terkumpul baik melalui wawancara, observasi, maupun dokumen-dokumen. Kemudian data tersebut diklarifikasikan ke dalam kategori-kategori tertentu. Setelah diklarifikasikan, penulis melakukan pemaknaan terhadap data untuk memperoleh kesimpulan. (Jalaludin Rakhmat, 2005 : 24).

Adapun tahapan analisis data kualitatif (Siddel, 1998) dalam Moleong adalah sebagai berikut:

1. Mencatat dan menghasilkan catatan lapangan, pengkodean.
2. Mengumpulkan, memilah-milah, mengklasifikasikan, mensintesiskan serta membuat ikhtisar.
3. Berpikir, dengan jalan membuat agar kategori data itu memiliki makna, mencari dan menemukan pola dan hubungan-hubungan dan temuan umum.

## **I. Sistematika Penulisan**

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Dalam pembahasan tentang Latar Belakang, Alasan Pemilihan Judul, Permasalahan, Tujuan Penelitian, Kegunaan Penelitian Kerangka Teoritis dan konsep Operasional, metode Penelitian dan Sistematika Penulisan.

### **BAB II : GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN**

Menggambarkan tentang sejarah Kecamatan Rumbai, Tugas Humas PT. PLN cabang Rumbai, kondisi, struktur dari PT. PLN.

### **BAB III : PENYAJIAN DATA**

Dalam pembahasan ini berisikan tentang masalah bagaimana Peranan Fungsi Humas PT. PLN dalam mensosialisasikan Hemat Listrik kepada masyarakat PERUMNAS Rumbai.

### **BAB IV : ANALISA DATA**

Dalam pembahasan ini penulis mengemukakan pandangan yang berhubungan dengan Peranan Fungsi Humas PT. PLN dalam mensosialisasikan Hemat Listrik kepada masyarakat PERUMNAS Rumbai.

### **BAB V : PENUTUP**

Berisikan kesimpulan dan saran

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **BAB II**

### **GAMBARAN UMUM TENTANG LOKASI PENELITIAN**

#### **A. SEJARAH PERUSAHAAN LISTRIK NEGARA (PLN)**

Ketenagalistrikan di Indonesia dimulai pada akhir abad ke-19, saat itu perusahaan belanda mendirikan pembangkit tenaga listrik untuk keperluan sendiri. Sementara itu penguasaan tenaga listrik untuk kepentingan umum dimulai sejak perusahaan swasta Belanda berdiri yang bernama NV.NIGM, perusahaan ini memperluas usahanya hanya dibidang gas ke bidang tenaga listrik.

Selama Perang Dunia II berlangsung, perusahaan-perusahaan listrik tersebut dikuasai oleh jepang dan setelah kemerdekaan Indonesia pada tanggal 17 Agustus 1945, perusahaan – perusahaan tersebut direbut oleh pemuda – pemuda Indonesia pada bulan september 1945 dan diserahkan pada Pemerintah Republik Indonesia. Pada tanggal 27 Oktober 1945, Presiden pertama Indonesia Ir. Soekarno membentuk Jawatan Listrik dan Gas, dengan kapasitas pembangkit tenaga listrik dengan kapasitas tenaga listrik hanya sebesar 157,5 MW saja.

Pada tanggal 1 Januari 1961, Jawatan Listrik Negara dan Gas diubah menjadi BPU-PLN (Badan Pimpinan Umum Perusahaan Listrik Negara) yang bergerak dibidang listrik, gas dan kokas. Setelah empat tahun beroperasi, BPU-PLN dibubarkan dan dibentuk dua perusahaan negara yaitu Perusahaan Listrik Negara (PLN) yang mengelola tenaga listrik dan Perusahaan Gas Negara (PGN) yang mengelola gas

Tahun 1972, Pemerintah Indonesia menetapkan status Perusahaan Listrik Negara sebagai Perusahaan Umum Listrik Negara (PLN). Tahun 1990 melalui Peraturan Pemerintah No. 17, PLN ditetapkan sebagai pemegang kuasa usaha ketenagalistrikan.

Tahun 1992, pemerintah memberikan kesempatan kepada sektor swasta untuk bergerak dalam bisnis penyediaan tenaga listrik. Sejalan dengan kebijakan di atas, pada bulan Juni 1994 status PLN dialihkan dari Perusahaan Umum menjadi Perusahaan Perseroan (Persero). Sejalan dengan hal itu, maka pemerintah pada bulan Juni tahun 1994 status PLN dialihkan dari Perusahaan Umum menjadi Perusahaan Perseroan (Persero). Adapun moto dari PLN sendiri adalah *listrik untuk kehidupan yang lebih baik- electricity for a better life*.

## **B. UNIT PERUSAHAAN LISTRIK NEGARA (PLN)**

### **a. Kelompok Unit Wilayah**

1. PLN Wilayah Aceh, berkedudukan di Banda Aceh
2. PLN Wilayah Sumatera Utara, berkedudukan di Medan
3. PLN Wilayah Sumatera Barat, berkedudukan di Padang
4. PLN Wilayah Riau dan Kepulauan Riau, berkedudukan di Pekanbaru
5. PLN Wilayah Sumatera Selatan, Jambi dan Bengkulu, berkedudukan di Palembang
6. PLN Wilayah Bangka Belitung, berkedudukan di Pangkalpinang
7. PLN Wilayah Lampung, berkedudukan di Bandar Lampung
8. PLN Wilayah Kalimantan Barat, berkedudukan di Pontianak

9. PLN Wilayah Kalimantan Selatan dan Kalimantan Tengah, berkedudukan di Banjar Baru
10. PLN Wilayah Kalimantan Timur, berkedudukan di Balikpapan
11. PLN Wilayah Sulawesi Utara, Sulawesi Tengah dan Gorontalo, berkedudukan di Manado
12. PLN Wilayah Sulawesi Selatan, Sulawesi Tenggara dan Sulawesi Barat, berkedudukan di Makasar
13. PLN Wilayah Nusa Tenggara Barat, berkedudukan di Mataram
14. PLN Wilayah Nusa Tenggara Timur, berkedudukan di Kupang
15. PLN Wilayah Maluku dan Maluku Utara, berkedudukan di Ambon
16. PLN Wilayah Papua dan Papua Barat, berkedudukan di Jayapura

**b. Kelompok Unit Distribusi**

1. PLN Distribusi DKI Jakarta Raya dan Tangerang, berkedudukan di Jakarta
2. PLN Distribusi Jawa Barat dan Banten, berkedudukan di Bandung
3. PLN Distribusi Jawa Tengah dan DI Yogyakarta, berkedudukan di Semarang
4. PLN Distribusi Jawa Timur, berkedudukan di Surabaya
5. PLN Distribusi Bali, berkedudukan di Denpasar

**c. Kelompok Unit Penyaluran dan Pusat Pengatur Beban**

1. PLN Penyaluran dan Pusat Pengatur Beban Jawa Bali, berkedudukan di Depok.

2. PLN Penyaluran dan Pusat Pengatur Beban Sumatera, berkedudukan di Padang.

**d. Kelompok Unit Pembangkitan**

1. PLN Pembangkitan Sumatera Bagian Utara, berkedudukan di Medan.
2. PLN Pembangkitan Sumatera Bagian Selatan, berkedudukan di Palembang.
3. PLN Pembangkitan Jawa Bali, berkedudukan di Yogyakarta.
4. PLN Pembangkitan Tanjung Jati B, berkedudukan di Jebara.
5. PLN Pembangkitan Indramayu, berkedudukan di.
6. PLN Pembangkitan Lontar, berkedudukan di Semarang.

**e. Kelompok Unit Induk Proyek**

1. PLN Unit Induk Proyek Pembangkit Sumatera I, berkedudukan di Palembang.
2. PLN Unit Induk Proyek Pembangkit Sumatera II, berkedudukan di Palembang.
3. PLN Unit Induk Proyek Jaringan Sumatera I, berkedudukan di Medan.
4. PLN Unit Induk Proyek Jaringan Sumatera II, berkedudukan di Palembang.
5. PLN Unit Induk Proyek Pembangkit Sulawesi, Maluku dan Papua, berkedudukan di Makasar.
6. PLN Unit Induk Proyek Jaringan Sulawesi, Maluku dan Papua, berkedudukan di Makasar.

7. PLN Unit Induk Proyek Pembangkit dan Jaringan Kalimantan, berkedudukan di Balikpapan.
8. PLN Unit Induk Proyek Jaringan Jawa Bali, berkedudukan di Semarang
9. PLN Unit Induk Proyek Pembangkit Hidro Jawa Bali, berkedudukan di Bandung
10. PLN Unit Induk Proyek Pembangkit Thermal Jawa Bali, berkedudukan di Surabaya
11. PLN Unit Induk Proyek Pembangkit dan Jaringan Nusa Tenggara, berkedudukan di Mataram
12. PLN Unit Induk Proyek Trans TET Interkoneksi Sumatera Jawa,

**f. Kelompok Unit Pusat dan Jasa**

1. PLN Pusat Pendidikan dan Pelatihan, berkedudukan di Jakarta
2. PLN Pusat Enjiniring Ketenagalistrikan, berkedudukan di Jakarta
3. PLN Pusat Pemeliharaan Ketenagalistrikan, berkedudukan di Dayeuhkolot, Kabupaten Bandung
4. PLN Pusat Penelitian dan Pengembangan, berkedudukan di Jakarta
5. PLN Jasa Manajemen Konstruksi, berkedudukan di Jakarta
6. PLN Jasa Sertifikasi, berkedudukan di Jakarta



**C. FORMASI JABATAN PT. PLN (PERSERO) WILAYAH RIAU DAN KEPULAUAN RIAU (UNIT PELAKSANA)**

**Tabel 1 : Formasi jabatan PT. PLN (PERSERO) wilayah Riau dan Kepri**

No	Formasi Jabatan	
1	<b>Manager</b>	<b>Area</b>
2	Senior Specialist	Kinerja
	II/analyst/Assistand Analyst	
3	Senior Engineer II/	Lingkungan dan Keselamatan
	Engineer/Assistand Engineer	ketenagalistrikan
4	Senior Specialist	Managemen mutu
	II/Analyst/Assistant Analyst	
5	<b>Assisten Manajer</b>	<b>Jaringan</b>
6	Engineer/Assistant Engineer/Junior	Perencanaan dan evaluasi sistem
	Engineer	distribusi, perencanaan dan
		pengendalian konstruksi, proteksi.
7	Officer/assisten Officer/Junior	Logistik
	Officer	
8	<b>Supervisor</b>	<b>Operasi</b>
9	Assistant Operator/Junior Operator	Operasi Distribusi
10	Assistant Engineer/ Junior Engineer	SCADA dan Telekomunikasi
11	Assostamt Officer/Junior Officer	Administrasi Teknik
12	<b>Supervisor</b>	<b>Pemeliharaan</b>
13	Assistant Technician / Junior	Pemeliharaan Distribusi
	Technician	
14	Assistant Officer/ Junior Officer	Administrasi Teknik
15	<b>Supervisor</b>	<b>PDKB</b>
16	Engineer/Assttand Engineer	Preparator PDKB
17	Assistant Engineer/ Junior Engineer	Kepala regu PDKB, K3 PDKB
18	Assistant Technician/Junior	Teknisi PDKB
	Technician	
19	<b>Assisten Manajer</b>	<b>Pembangkitan</b>
20	Operator /assistant operator/junior	Operasi Pembangkit
	operator	
21	Technician/assistant	Pemeliharaan Pembangkit
	technician/junior tenchician	
22	Officer/assistant officer/junior	Administrasi Teknik
	officer	
23	<b>Assistant Manager</b>	<b>Transaksi Energi Listrik</b>
24	<b>Supervisor</b>	<b>Transaksi Energi Listrik</b>
25	Assistant engineer/Junior engineer	Pengenalan APP

26	Assistant officer/Junior Officer	Pengelolaan rekening, Pembacaan meter dan meter elektronik
27	Assistant Technician/junior technician	Transaksi energi listrik dan IPP
28	Assistant engineer/junior engineer	Analisa data evaluasi penyaluran energi
29	<b>Supervisor</b>	<b>Pengendalian susut</b>
30	Assistant engineer/junior engineer	Pengendalian susut dan PJU
31	Assistant officer/junior officer	Penertiban pemakaian tenaga listrik
33	<b>Supervisor</b>	<b>Pemeliharaan meter transaksi</b>
34	Assistant technician/junior technician	Pemeliharaan meter transaksi
35	<b>Assistant Manager</b>	<b>Pelayanan dan Administrasi</b>
36	<b>Supervisor</b>	<b>Pelayanan pelanggan</b>
37	Assistant analyst/junior analyst	Pemasaran dan pelayanan pelanggan
38	Assistant officer/junior officer	Administrasi pelanggan
39	Assistant officer/junior officer	Administrasi pengelolaan pendapatan
40	<b>Supervisor</b>	<b>Administrasi Umum</b>
41	Assistant officer/junior officer	Administrasi umum dan K3
42	Assistant analyst/junior analyst	Akuntansi dan keuangan

*Sumber : Data arsip PT. PLN (PERSERO) Rayon Rumbai Thn 2012*

Sebagai salah satu perusahaan milik negara, Perusahaan Listrik Negara (PLN) terbagi menjadi beberapa unit yang masing-masing unit bertanggung jawab atas bagiannya masing-masing. Diantaranya adalah PLN pusat pemeliharaan ketenagalistrikan, PLN unit bisnis jasa perbengkelan (PLN JASBENG), PLN jasa dan produksi (PLN J&P), PLN pusat pemeliharaan ketenagalistrikan (PLN PUSHARLIS).

Sesuai dengan keputusan direksi No. 067.k/DIR/2011 tanggal 25 Februari 2011, organisasi diubah menjadi PLN Pusat pemeliharaan ketenagalistrikan (PLN Pusharlis). Adapun salah satu tugas dari PLN Pusat pemeliharaan ketenagalistrikan adalah sebagai berikut:

1. melaksanakan penganganan maintenance, repair dan overhaul (MRO) ketenagalistrikan khususnya pada PLTU 10.000 MW diluar Jawa Bali dan melaksanakan Maintenance, Repair dan Overhaul (MRO) berdasarkan penugasan dari PLN Pusat serta Unit-Unit PLN.
2. Melayani kebutuhan emergency repair dari Unit-unit PLN secara cepat dan tepat.
3. Melaksanakan kegiatan Engineering, Procurement, construction (EPC) PLTA/PLTMH atas persetujuan/penugasan dari PLN Pusat.
4. Mengembangkan dan memproduksi hasil karya inovasi.

#### **D. PRODUK PT. PLN (PERSERO)**

Tabel 2: Produk PT. PLN (Persero)

PRODUK	FAKTOR	TARIF MULTIGUNA *)	HARGA (Rp/kwh)	PEMAKAIAN kwh MINIMUM	
				BISNIS	INDUSTRI
Bersinar 450	0,504	1380	695	50	40
Bersinar 900	0,532	1380	734	100	100
Bersinar1300	0,560	1380	772	150	200
Bersinar 2200	0,590	1380	814	250	250
Bersinar 3500	0,616	1380	850		
* 3,5 - 13,2 KVA				1250	1100
* 16,5 - 66 KVA				6100	6000
* 82,5 - 200 KVA				18000	17000

*Sumber: [www.pln.co.id/produk](http://www.pln.co.id/produk)*

Adapun produk terbaru PT. PLN Persero yaitu listrik pasca bayar. Untuk penyambungan listrik baru, biayanya tetap sama dengan listrik pra bayar, namun

dalam pembayaran listrik/bulannya, pelanggan dapat membeli pulsa listrik yang berisi nomor token listrik untuk digunakan.

Ini merupakan salah satu program penghematan listrik dari PT. PLN (Persero), dengan adanya program ini masyarakat dapat mengetahui dengan jelas jumlah listrik yang mereka gunakan setiap bulannya. Sehingga dapat mengatur sendiri pengeluaran listrik yang harus mereka bayar.

Listrik Prabayar adalah cara baru bagi pelanggan untuk mengelola sendiri pemakaian listrik sesuai kebutuhan dan keinginannya. Sistem Prabayar merupakan terobosan dari PLN guna memberi kesempatan seluas-luasnya kepada pelanggan untuk mengendalikan pemakaian listrik sesuai kebutuhan dan keinginan. Karena Selama ini pemahaman masyarakat tentang kegiatan hemat listrik masih terbatas pada tujuan untuk menghemat biaya tagihan listrik.” Padahal, hemat listrik penting untuk dilakukan karena kurangnya pasokan listrik di Indonesia pasokan listrik yang belum merata di seluruh wilayah Indonesia.

Beberapa keunggulan Prabayar diantaranya :

1. Pelanggan dapat memantau pemakaian listriknya dengan mudah setiap saat
2. Pelanggan dapat dengan disiplin menggunakan listrik sesuai rencana anggaran belanja
3. Praktis dan nyaman, karena pembelian listrik (kWh isi ulang) dapat dilakukan di payment point dan jaringan ATM yang luas

## **E. GAMBARAN TENTANG KEGIATAN SOSIALISASI**

Kegiatan sosialisasi dilaksanakan sesuai dengan jadwal dan program-program yang telah direncanakan sebelumnya. Biasanya sosialisasi yang dilaksanakan oleh humas PT.PLN Cabang Rumbai adalah sosialisasi langsung atau penyuluhan secara langsung kepada masyarakat.

Petugas akan mempersiapkan peralatan yang dibutuhkan untuk melakukan kegiatan sosialisasi hemat energi listrik, seperti tenda, sound system, dan perlengkapan pembantu lainnya. Para petugas yang ada dilapangan akan memberikan pengertian kepada masyarakat yang untuk ikut mendukung program hemat energi yang merupakan program nasional. Dengan melakukan pendekatan secara persuasif serta memberikan penjelasan mengenai produk-produk PT.PLN yang merupakan produk hemat energi.

Masyarakat juga dapat berinteraksi secara langsung dengan para petugas sosialisasi. Kegiatan ini merupakan kegiatan rutin yang dilaksanakan di Kecamatan Rumbai yang merupakan daerah operasional PT. PLN Cabang Rumbai. Kegiatan ini diadakan diberbagai tempat, seperti perumahan, kantor-kantor desa, sekolah, mall, dan tempat-tempat lain yang strategis yang dapat mengundang masyarakat untuk hadir untuk mengikuti kegiatan sosialisasi.

## **F. LOGO ATAU LAMBANG PT.PLN (PERSERO)**

Logo merupakan bagian dari identitas perusahaan sedangkan yang dimaksud dengan identitas perusahaan adalah suatu cara atau suatu hal yang

memungkinkan suatu perusahaan dikenal dan dibedakan dari perusahaan-perusahaan lainnya.

Logo yang dimiliki PT PLN (Persero) adalah berbentuk gambar petir atau kilat yang telah lama digunakan oleh PT PLN beserta satuan-satuannya, penggunaan lambang PT PLN menurut Surat Keputusan No. 013/DIR/1976.

Berikut ini adalah gambar lambang PT. PLN

**Gambar 1**  
**Logo PT.PLN**



*Sumber: Company Profile PT.PLN (Persero)*

### **a. Logo Perusahaan Bentuk Dasar Dan Warna (terlampir)**

Logo atau lambang gambar PT PLN (Persero) tercantum dalam satu bidang gambar datar.

Logo atau Gambar Lambang PLN terdiri dari :

1. Petir (kilat) yang bentuknya tebal disebelah atas dan meruncing disebelah bawah berwarna merah dan memotong atau menembus ketiga garis gelombang.
2. Tiga buah gelombang yang berbentuk sinusoida (dua setengah perioda), berwarna biru laut, tersusun secara sejajar dalam arah mendatar, terletak ditengah-tengah segiempat pada dasar kuning keemasan.

### **b. Arti Logo dan Gambar Lambang PT.PLN (Persero)**

Gambar Logo diartikan sebagai berikut :

1. Petir atau kilat melambangkan tenaga listrik yang terkandung didalamnya.
2. Gambar gelombang yang digunakan dalam logo PLN memberikan arti bahwa segala macam tenaga (energi) dapat dinyatakan sebagai gelombang (cahaya listrik, akustik). Kegiatan PLN (Persero) mencakup konvensi segala macam tenaga (energi) menjadi tenaga listrik.
3. Tiga buah gelombang sejajar diartikan tiga sikap karyawan PT PLN (Persero) dalam melaksanakan tugas negara dengan bekerja keras, bergerak cepat dan bertindak cepat.

Dengan arti yang lainnya bahwa pelaksanaan tugas PT PLN harus serempak dalam tiga bidang : peningkatan, penyaluran dan pendistribusian tenaga listrik.

Warna logo PT PLN (Persero) memiliki arti sebagai berikut :

1. Warna Kuning keemasan

Melambangkan keagungan Tuhan Yang Maha Esa, serta agungnya kewajiban PLN.

2. Warna Merah Darah

Melambangkan keberanian dan dinamika dalam melaksanakan tugas untuk mencapai sasaran pembangunan.

3. Warna Biru Laut

Melambangkan kesetiaan dan pengabdian pada tugas untuk menuju dan mencapai kemakmuran dan kesejahteraan rakyat Indonesia.

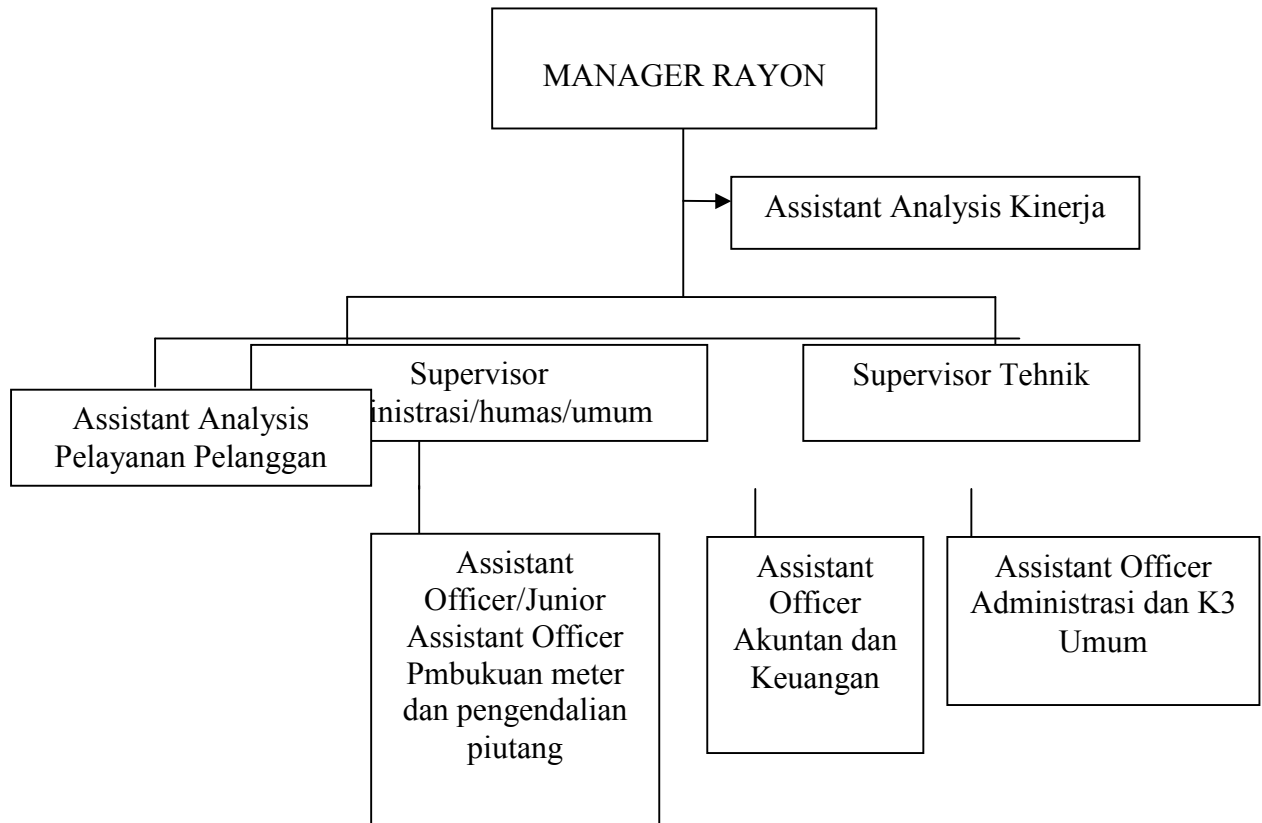
**c. Penempatan-Penempatan Tulisan yang menyatakan Satuan PLN**

Guna menyatakan satuan-satuan PLN pada lambang PLN maka jika dianggap perlu, dapat ditempatkan tulisan-tulisan yang menyatakan satuan-satuan PLN yang bersangkutan dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Pada papan nama PLN dicantumkan disebelah kanan logo tersebut.
2. Pada benda-benda peralatan, kendaraan disebelah atas logo dicantumkan satuan induknya (PLN Pusat, Wilayah, Proyek).



## G. Struktur Organisasi PT.PLN (Persero) Rayon Rumbai



Sumber: company profile PT. PLN (Persero) Cabang Rumbai

## H. Tugas dan fungsi jabatan PT. PLN Cabang Rumbai

### 1. Manager Rayon

Bertanggung jawab terhadap operasionalisasi perusahaan di wilayah kerja masing-masing.

### 2. Asisstant Analyst Kerja

Bertanggung jawab terhadap analis kinerja, manajemen mutu, lingkungan dan keselamatan ketenagalistrikan.

3. Supervisor administrasi/humas  
Bertanggung jawab terhadap penjalanan program-program kehumasan, serta monitoring kegiatan operasionalisasi administratif, pelayanan pelanggan, keuangan, pengendalian piutang, yang masing-masing dibantu oleh assistant tiap-tiap bidang.
4. Supervisor Teknik  
Bertanggung jawab terhadap administrasi teknik, pembangkitan.
5. Assistant analysis pelayanan pelangga  
Bertanggung jawab terhadap evaluasi pelayanan pelanggan, kepuasan pelanggan serta pemasaran kepada pelanggan.
6. Assistant Officer/Junior Assistant Officer  
Bertanggung jawab terhadap pembukuan meter serta pengendalian piutang.
7. Assistant Officer Akuntan  
Bertanggung jawab terhadap laporan keuangan dan akuntansi.
8. Assistant Officer K3 dan Umum  
Bertanggung jawab terhadap proses administratif dan umum.

### **BAB III**

#### **PENYAJIAN DATA**

##### **A. PERANAN HUMAS PT. PLN (PERSERO) RAYON RUMBAI DALAM MENSOSIALISASIKAN HEMAT LISTRIK**

Untuk menjawab bagaimana upaya yang dilakukan oleh Humas PT.PLN dalam mensosialisasikan program hemat listrik, penulis melakukan wawancara dengan beberapa informan yang sesuai dengan penelitian ini dan mengetahui dengan jelas pelaksanaan sosialisasi hemat listrik yang dilakukan PT.PLN (Persero) Rayon Rumbai.

Bapak Firman Alamsyah (Supervisor Administrasi/Humas); wawancara, 24 juli 2012), menjelaskan bahwa peranan humas adalah suatu fungsi yang sangat penting dalam melaksanakan sosialisasi hemat listrik atau hemat energi kepada masyarakat. Visi dari humas itu sendiri adalah bagaimana supaya sosialisasi dapat sampai kepada masyarakat khususnya masyarakat di perumnas Rumbai. Dengan visi tersebut diharapkan masyarakat dapat menyadari betapa pentingnya hemat listrik, dan dapat menerapkannya secara nyata sehingga program hemat listrik yang sudah dicanangkan oleh pemerintah dapat berjalan sesuai dengan sasaran.

Adapun peranan humas dalam mensosialisaikan program hemat listrik adalah menjalankan program sosialisasi yang sudah diatur oleh pemerintah pusat, seperti sosialisasi produk hemat listrik yang saat ini sedang digulirkan yaitu produk listrik Prabayar, yang memuat moto satu juta pelanggan. Selain itu sosialisasi

melalui media, baik itu media massa, cetak maupun elektronik, dalam bentuk iklan-iklan atau publikasi sosialisasi hemat listrik.

Humas harus aktif dalam menjalankan program – program sosialisasi hemat listrik ini. Hemat energi dapat tercapai tujuannya jika humas bersikap aktif dan diikuti oleh masyarakat yang mendukung program hemat energi ini. Peranan humas ditekankan pada mensosialisasikan program hemat listrik. Program yang sudah dijalankan secara garis besar adalah program komunikasi dan sosialisasi. Program komunikasi berarti mensosialisasikan secara langsung kepada masyarakat tentang pentingnya hemat listrik atau hemat energi. Dengan demikian diharapkan masyarakat dapat menerapkan program hemat energi ini. Hal ini tidak hanya ditekankan kepada para konsumen rumah tangga, namun juga konsumen industri yang lebih banyak menggunakan energi listrik untuk operasional usahanya.

Selain program komunikasi secara langsung, humas juga berperan dalam sosialisasi melalui media massa, media cetak maupun media elektronik. Seperti spanduk, iklan hemat energi dan penyuluhan-penyuluhan hemat listrik. Disamping menjalankan program sosialisasi tersebut, PT. PLN Cabang Rumbai juga mengikuti program yang sudah diberlakukan oleh PT. PLN (Persero) Pusat, dalam hal ini adalah pemerintah.

#### **a. Peranan humas PT. PLN (Persero)**

1. Mengkomunikasikan program hemat listrik kepada masyarakat.

Fungsi humas disuatu lembaga tak terkecuali pada PT. PLN (Persero) adalah selain pada pihak internal juga pada pihak eksternal, dalam hal pencapaian program hemat listrik ini, fungsi humas

keluara merupakan suatu kegiatan sosial dalam rangka membangkitkan partisipasimasyarakat terhadap usaha-usaha dan tujuan humas seperti mengupayakan terciptanya public confidence, public support dan public corporations.

Maka dari itu, demi meningkatkan hubungan baik dengan masyarakat luar khususnya masyarakat yang ada disekitar Rumbai, PT. PLN (Persero) Cabang Rumbai mencanangkan program-program untuk dikomunikasikan kepada masyarakat, baik secara langsung face to face kepada masyarakat maupun tidak langsung.

Pada dasarnya program sosialisasi hemat listrik ini diharapkan dapat memberikan kesadaran kepada masyarakat untuk dapat menerapkan hemat listrik secara nyata sehingga dampak dari hemat listrik ini dapat dirasakan oleh semua pihak. Karena tujuan dari program ini adalah untuk mendidik masyarakat supaya menghemat sumber daya listrik.

2. Melakukan sosialisasi-sosialisasi kepada masyarakat tentang hemat listrik. Program hemat listrik yang dicanangkan oleh pemerintah harus sampai kepada masyarakat, sehingga masyarakat dapat dengan jelas mengetahui mengapa mereka harus menghemat energi listrik. Sosialisasi merupakan salah satu cara paling efektif yang dapat dilakukan oleh PT. PLN (Persero) untuk mengajak masyarakat menghemat energi listrik.

Melalui program sosialisasi hemat listrik yang dilakukan oleh humas PT. PLN (Persero) diharapkan dapat membantu program hemat listrik untuk

mendapatkan dukungan dari masyarakat sebagai konsumen listrik, serta dapat menekankan peranan humas dalam mensosialisasikan program hemat listrik ini.

Ibu Prida Erni (Manager Rayon, wawancara 26 Juli 2012) menjelaskan bahwa keberadaan humas bisa memberi kemudahan, kecepatan dan kenyamanan dalam mendapatkan informasi yang aktual dan obyektif serta faktual bagi pihak-pihak yang membutuhkan khususnya bagi pelanggan. Sehingga humas dapat memberikan informasi yang jelas kepada masyarakat tentang program hemat listrik ini.

Ada beberapa cara yang digunakan oleh humas PT. PLN (Persero) cabang Rumbai dalam mensosialisasikan hemat listrik, yaitu: Komunikasi secara langsung kepada masyarakat mengenai pentingnya hemat listrik, Melakukan penyuluhan-penyuluhan kepada masyarakat terkait dengan program hemat listrik, tidak hanya kepada pengguna rumah tangga tetapi juga industry, Pemasangan spanduk dan baliho di daerah strategis yang isinya mengajak masyarakat untuk dapat mendukung program hemat listrik, Memasang iklan layanan masyarakat tentang program hemat listrik di media cetak seperti Koran, dan media elektronik seperti televisi dan radio, Serta mendukung program-program sosialisasi lain yang sudah dicanangkan oleh pemerintah. Seperti mascot hemat listrik yaitu “kak bili” yang merupakan singkatan bijak listrik berupa boneka berbentuk lampu pijak hemat listrik, dsb.

Melalui sosialisasi tersebut, diharapkan program hemat listrik dapat sampai kepada masyarakat, sehingga kemungkinan masyarakat untuk hemat listrik akan lebih besar. Selain sosialisasi yang dilakukan oleh humas PT. PLN (Persero) Cabang Rumbai, tentu saja humas juga mendukung program yang sudah dicanangkan oleh

pemerintah pusat terkait dengan hemat listrik ini. dan melaksanakan instruksi yang diberikan oleh pusat untuk terus melaksanakan sosialisai hemat listrik kepada masyarakat yang ada disekitar Rumbai khususnya.

3. Memperkenalkan listrik Prabayar, produk terbaru dari PT.PLN (Persero). Listrik Prabayar merupakan produk terbaru yang menyokong program hemat listrik dari PT.PLN. Program listrik Prabayar bertujuan supaya pelanggan dapat mengendalikan pemakaian listriknya sendiri, dan dapat disesuaikan dengan kebutuhan.

Sosialisasi mengenai kelebihan-kelebihan yang dimiliki oleh listrik Prabayar ini terus dilakukan, masyarakat tidak perlu lagi antri di loket pembayaran maupun kantor pos atau bank untuk membayar listrik. Humas PT.PLN Cabang Rumbai terus memberikan arahan-arahan pemasangan listrik dan pemeliharaan jaringan serta proses pemasangan listrik kepada pelanggan.

Sosialisasi penggunaan listrik Prabayar dilakukan melalui penyuluhan langsung, maupun pemasangan listrik Prabayar bagi pelanggan baru. Ada banyak keunggulan dari pemakaian listrik Prabayar ini, diantaranya:

1. Bebas pencatatan meter dan sanksi pemutusan
2. Tidak dikenakan denda keterlambatan
3. Tanpa uang jaminan pelanggan
4. Tidak dikenakan biaya bulanan
5. Kemudahan pembelian stroom
6. Biaya penyambungan pasti dan penyambungan cepat

7. Pelanggan dapat mengendalikan sendiri pemakaiannya.
8. Pembelian disesuaikan dengan kebutuhan dan dapat menjaga privasi agar tidak terganggu.

Sosialisasi produk listrik Prabayar ini juga gencar dilakukan diberbagai media local, baik cetak maupun elektronik. Sehingga masyarakat dapat dengan jelas mengetahui bahwa produk listrik Prabayar lebih menguntungkan dan lebih mudah. Sehingga masyarakat akan tertarik untuk beralih ke listrik Prabayar atau bagi masyarakat yang akan melakukan penyambungan baru dapat menggunakan produk listrik Prabayar ini sebagai pilihan yang bijak.

4. Memastikan bahwa program sosialisasi hemat listrik telah sampai kepada masyarakat sebagai konsumen. Program hemat listrik nasional yang sedang dirancang oleh pemerintah tidak hanya untuk disosialisasikan, melainkan harus benar-benar sampai kepada masyarakat sehingga dampak sosialisasi ini juga dapat dirasakan secara nyata.

Peranan humas tidak hanya untuk mensosialisasikan, tetapi juga memastikan bahwa pesan hemat listrik telah sampai kepada masyarakat. Sosialisasi ini bertujuan untuk mengajak masyarakat berperan aktif supaya dapat menerapkan hemat energi listrik, jika pesan dari sosialisasi ini telah benar-benar sampai kepada masyarakat, maka diharapkan peran serta masyarakat dapat dirasakan secara nyata.

Telah banyak upaya yang telah dilakukan oleh pihak humas supaya sosialisasi ini benar-benar sampai kepada masyarakat, seperti penyuluhan-



penyuluhan secara langsung, iklan layanan masyarakat baik itu media cetak, elektronik, maupun internet, serta tidak luput spanduk atau baliho yang mengajak masyarakat ikut serta mensukseskan program hemat energi listrik. Dengan demikian, sosialisai ini dapat tersalurkan dengan baik kepada masyarakat, dan diharapkan masyarakat menyadari pentingnya hemat energi listrik dengan ikut serta berhemat energi listrik sehingga program ini tidak hanya sebatas sosialisasi, namun ada hasil yang nyata dan dapat dirasakan oleh semua pihak.

5. Membuka saluran komunikasi eksternal kepada masyarakat terkait program maupun produk-produk yang terkait dengan hemat energi listrik.

Selain mensosialisasikan program hemat listrik kepada masyarakat, humas juga berperan dalam pemberian informasi seluas-luasnya kepada masyarakat. Terutama mengenai kebijakan program sosialisasi hemat listrik. Terkait dengan hal itu, humas PT.PLN (Persero) Cabang Rumbai juga terus melakukan upaya-upaya mensosialisasikan produk listrik Prabayar yang merupakan bentuk nyata produk hemat listrik.

Masyarakat juga dapat mendapatkan informasi mengenai program hemat listrik ini. semua permasalahan yang berkaitan dengan penyambungan baru, listrik Prabayar maupun biaya-biaya yang dikeluarkan untuk penyambungan baru atau informasi mengenai cara penggunaan dan cara kerja listrik Prabayar dapat diketahui secara langsung melalui sosialisasi yang ditujukan kepada masyarakat maupun dengan langsung mendatangi PT.PLN terdekat.

## **B. SOSIALISASI TENTANG PROGRAM HEMAT LISTRIK**

Wawancara dengan Devi Anzan (Assistant Analysis Pelayanan Pelanggan wawancara; 27 juli 2012). Di dalam pelaksanaan kegiatan sosialisasi hemat energilistrik, pihak humas PT. PLN Cabang Rumbai melaksanakan sosialisasi secara langsung maupun tidak langsung kepada masyarakat. Banyak masyarakat yang belum mengetahui arti pentingnya penerapan hemat listrik ini, untuk itu pihak Humas terus memberikan sosialisasi secara efektif kepada masyarakat guna mensukseskan program ini.

Minimnya kesadaran masyarakat tentang hemat listrik menjadikan program ini masih harus terus diupayakan oleh pihak-pihak terkait, terutama humas yang bertugas untuk memberikan penyuluhan secara langsung maupun menerapkan strategi-strategi sosialisasi sehingga masyarakat dapat berpartisipasi secara langsung untuk menghemat pemakaian listriknya.

Untuk mensosialisasikan program hemat listrik kepada masyarakat, pihak Hums PT.PLN (Persero) Cabang Rumbai telah melakukan beberapa bentuk sosialisasi, diantaranya:

1. Memberikan penyuluhan/sosialisasi secara langsung kepada masyarakat tentang pentingnya hemat energi listrik. Pemberian informasi atau penyuluhan secara langsung kepada masyarakat terus dilakukan oleh pihak humas, hal ini dimaksudkan agar dapat secara langsung berinteraksi dengan masyarakat sekitar, sehingga diharapkan hasilnya akan lebih efektif.

Melalui penyuluhan ini, pihak humas memberikan informasi-informasi yang berkaitan dengan program hemat listrik. Masyarakat secara aktif dapat berinteraksi dan apabila terdapat hal-hal yang perlu diketahui berkaitan dengan program ini dapat bertanya secara langsung dalam penyuluhan tersebut.

Faurizon (Administrasi Umum, wawancara 27 juli 2012) menambahkan bahwa kegiatan penyuluhan dijadwalkan mengikuti instruksi humas PT.PLN Pekanbaru, sosialisasi atau penyuluhan secara langsung dilakukan secara bertahap. Dalam sosialisasi ini pihak humas secara aktif bertemu dengan masyarakat sekitar dan mengajak masyarakat untuk berhemat dalam pemakaian energi listrik.

Masyarakat juga menyambut baik kegiatan sosialisasi atau penyuluhan secara langsung ini, selain mendapatkan informasi secara jelas, masyarakat juga dapat berpartisipasi secara interaktif selama sosialisasi berlangsung. Sosialisasi ini dilaksanakan di setiap dusun yang dan dirayon rumbai, tak terkecuali di perumahan nasional rumbai.

Sosialisasi ini mendapatkan dukungan penuh dari PLN Cabang Rumbai, karena sosialisasi secara langsung ini masih dianggap cara yang paling efektif untuk mengajak masyarakat menghemat listrik, dikarenakan melalui sosialisasi ini pihak PLN dapat berinteraksi secara langsung dengan masyarakat, sehingga mengetahui hambatan-hambatan atau permasalahan yang menyebabkan pemakaian listrik terus meningkat.

2. Melaksanakan sosialisasi dengan pemasangan spanduk dan baliho yang memuat pesan untuk berhemat energi listrik di tempat-tempat yang strategis.

Selain sosialisasi secara langsung, pihak Humas PT.PLN Rayon Rumbai juga membuat spanduk-spanduk maupun baliho yang berisikan pesan-pesan untuk berhemat energi listrik di tempat-tempat yang strategis. Ini dimaksudkan apabila terdapat masyarakat yang tidak mengikuti penyuluhan secara langsung dapat tergugah untuk turut mendukung program hemat energi listrik.

Hal ini terus dilakukan secara berkala dan berkelanjutan, sehingga masyarakat dapat menerima pesan untuk berhemat energy listrik melalui spanduk/baliho tersebut. Ini juga merupakan program sosialisasi yang dinilai efektif untuk menyampaikan pesan kepada masyarakat tentang arti pentingnya hemat energi listrik.

Sosialisasi melalui media memiliki kelebihan seperti penerima pesan tidak terbatas dari kalangan tertentu saja, namun semua masyarakat yang ada di sekitar rayon rumbai khususnya perum nasional dapat menerima pesan tersebut. Pesan-pesan hemat listrik itu juga diharapkan dapat memberikan pengaruh yang positif, dimana masyarakat tidak hanya sebatas mengetahui pesan hemat listrik, tetapi juga ikut berperan aktif dan diaplikasikan secara nyata dengan ikut berhemat energy listrik.

3. Sosialisasi melalui iklan di media cetak maupun elektronik, tidak hanya melalui sosialisasi melalui spanduk, pihak humas juga aktif

mengadakan iklan di beberapa media cetak dan elektronik. Media cetak seperti Koran juga tidak luput dari perhatian masyarakat, sehingga masih sangat efektif untuk mensosialisasikan program hemat listrik ini. Selain itu media elektronik seperti televisi dan radio juga menjadi media yang efektif digunakan untuk mensosialisasikan program ini.

#### 4. Memperkenalkan produk listrik Prabayar yang merupakan bentuk produk hemat energi

Syaprizal (Operasi Distribusi, wawancara 27 Juli 2012) menjelaskan bahwa pengguna listrik Prabayar terus mengalami peningkatan, hal ini dikarenakan adanya peningkatan distribusi pasokan amper meter listrik Prabayar. Sosialisasi mengenai listrik Prabayar ini terus dilakukan, dengan target satu juta pelanggan yang dicanangkan PLN Cabang Pekanbaru, penggunaan produk listrik Prabayar ini terus meningkat. Melalui sosialisasi secara langsung kepada masyarakat, menjadikan masyarakat semakin menyadari bahwa selain produk ini produk hemat energi, masyarakat juga bisa mengontrol pemakaiannya sendiri. Masyarakat tidak perlu lagi antri di loket pembayaran maupun kantor pos atau bank untuk membayar listrik. Humas PT.PLN Rayon Rumbai terus memberikan arahan-arahan pemasangan listrik dan pemeliharaan jaringan serta proses pemasangan listrik kepada pelanggan.

Sosialisasi penggunaan listrik Prabayar dilakukan melalui penyuluhan langsung, maupun pemasangan listrik Prabayar bagi pelanggan baru. Ada banyak keunggulan dari pemakaian listrik Prabayar ini, diantaranya:

1. Bebas pencatatan meter dan sanksi pemutusan
2. Tidak dikenakan denda keterlambatan
3. Tanpa uang jaminan pelanggan
4. Tidak dikenakan biaya bulanan
5. Kemudahan pembelian stroom
6. Biaya penyambungan pasti dan penyambungan cepat
7. Pelanggan dapat mengendalikan sendiri pemakaiannya.
8. Pembelian disesuaikan dengan kebutuhan dan dapat menjag privasi agar tidak terganggu.

Sosialisasi produk listrik Prabayar ini juga gencar dilakukan diberbagai media local, baik cetak maupun elektronik. Sehingga masyarakat dapat dengan jelas mengetahui bahwa produk listrik Prabayar lebih menguntungkan dan lebih mudah. Sehingga masyarakat akan tertarik untuk beralih ke listrik Prabayar atau bagi masyarakat yang akan melakukan penyambungan baru dapat menggunakan produk listrik Prabayar ini sebagai pilihan.

## **BAB IV**

### **ANALISIS DATA**

Setelah data penulis sajikan pada bab III selanjutnya pada bab IV adalah penulis menganalisa data tersebut untuk mengetahui Peran Humas PT.PLN (Persero) Rayon Rumbai dalam mensosialisasikan program hemat listrik. Sebagaimana yang telah dipaparkan dalam latar belakang pada penelitian ini, analisa yang penulis gunakan adalah dengan metode deskriptif kualitatif, yaitu analisa data dengan menggunakan kalimat-kalimat, dan selanjutnya analisa data ini akan disesuaikan dengan teori-teori yang mendukung rumusan masalah.

#### **A. PERANAN HUMAS PERUSAHAAN LISTRIK NEGARA (PLN) RAYON RUMBAI DALAM MENSOSIALISASIKAN PROGRAM HEMAT LISTRIK KEPADA MASYARAKAT DI PERUM NASIONAL KEC.RUMBAI**

Humas merupakan suatu fungsi yang sangat penting dalam suatu organisasi atau perusahaan. Dalam melaksanakan fungsinya, seperti yang dijelaskan oleh Onong Uchjana Effendy bahwa Publik sasaran didalam humas tidak hanya public internal, tetapi juga public eksternal yaitu mereka yang berada diluar organisasi, tetapi ada hubungannya dengan organisasi ( Effendy, 1990:35 ).

Peranan humas sangat penting untuk menunjang program-program yang telah direncanakan oleh pihak top management, salah satu fungsi humas yang paling krusial dalam kaitannya dengan hal ini adalah seperti yang dijelaskan oleh Scote M Cutlip dan Allen Center Merencanakan dan melaksanakan program-

program yang dapat menimbulkan penafsiran yang menyenangkan terhadap kebijaksanaan dan operasionalisasi organisasi. ( Effendy, 1991;43).

Peranan Humas diharapkan menjadi mata dan telinga serta tangan kanan bagi top manajemen dari organisasi /lembaga, yang ruang lingkupnya antara lain meliputi aktivitas membina hubungan ke dalam (Publik Internal) dan membina hubungan ke luar (Publik Eksternal) (Ruslan 1998:115).

Dalam menjalankan program sosialisasi hemat listrik, pihak humas Perusahaan Listrik Negara (PLN) Rayon Rumbai terus melakukan berbagai strategi sehingga pesan dalam sosialisasi tersebut dapat tersampaikan kepada masyarakat dengan efektif. Adapun peranan humas dalam mensosialisaikan program hemat listrik ini adalah:

1. Mengkomunikasikan program hemat listrik kepada masyarakat.
2. Melakukan sosialisasi-sosialisasi kepada masyarakat tentang hemat listrik.
3. Memperkenalkan listrik Prabayar, produk terbaru dari PT.PLN (Persero).
4. Memastikan bahwa program sosialisasi hemat listrik telah sampai kepada masyarakat sebagai konsumen.
5. Membuka saluran komunikasi eksternal kepada masyarakat terkait program maupun produk-produk yang terkait dengan hemat energi listrik.

Pada dasarnya peranan humas dalam penelitian ini adalah humas melaksanakan peranannya sesuai dengan fungsinya. Fungsi humas disuatu lembaga tak terkecuali pada PT. PLN (Persero) adalah selain pada pihak internal juga pada pihak eksternal, dalam hal pencapaian program hemat listrik ini, fungsi humas keluar merupakan suatu kegiatan sosial dalam rangka membangkitkan partisipasi



masyarakat terhadap usaha-usaha dan tujuan humas seperti mengupayakan terciptanya public confidence, public support dan public corporations.

Untuk mendapatkan dukungan dari masyarakat akan program hemat listrik ini, pihak humas berperan untuk melakukan pendekatan-pendekatan secara persuasif kepada masyarakat sekitar. Dengan mengadakan penyuluhan-penyuluhan yang langsung bertatap muka dengan masyarakat, diharapkan masyarakat dapat mendukung program hemat listrik ini.

Selain mengkomunikasikan pesan hemat listrik kepada masyarakat melalui sosialisasi secara langsung (face to face), pihak humas juga terus memastikan keefektifan sosialisasi ini dengan memastikan pesan yang disampaikan telah diterima oleh masyarakat yang menjadi sasaran dari sosialisasi ini. Dengan demikian, maka humas terus mengontrol jalannya kegiatan sosialisasi yang terus dilaksanakan diberbagai daerah yang ada dikawasan Rayon Rumbai.

Humas PT.PLN (Persero) Rayon Rumbai juga berperan dalam sosialisasi produk terbaru dari PLN yang merupakan produk hemat listrik yaitu listrik Prabayar. Sesuai dengan target sasaran satu juta pelanggan yang dicanangkan oleh PT.PLN Cabang Pekanbaru, humas PLN Rayon Rumbai juga turut serta berperan dalam memasarkan produk listrik Prabayar ini. Dengan mengadakan sosialisasi pemakaian, pemasangan serta kelebihan-kelebihan yang dimiliki oleh listrik Prabayar. Sejauh ini, pengguna listrik Prabayar terus mengalami peningkatan, dan hal ini tentu saja tidak dapat dipisahkan dari peranan humas yang terus berupaya untuk mensosialisasikan dan mempromosikan produk listrik Prabayar kepada masyarakat. Humas juga berperan dalam penyediaan informasi kepada masyarakat

yang membutuhkan informasi berkaitan dengan hal-hal yang menyangkut penggunaan listrik, baik itu listrik pasca bayar maupun Prabayar.

Jadi berdasarkan peranan diatas, jelas terlihat bahwa humas memiliki peranan yang sangat penting dalam mensosialisasikan program hemat listrik kepada masyarakat, khususnya masyarakat di kawasan perumahan nasional Rumbai. Peranan itu terlihat dari upaya humas dalam mensukseskan program hemat energi listrik yang dicanangkan oleh pemerintah pusat. Telah banyak upaya yang telah dilakukan oleh pihak humas supaya sosialisasi ini benar-benar sampai kepada masyarakat, seperti penyuluhan-penyuluhan secara langsung, iklan layanan masyarakat baik itu media cetak, elektronik, maupun internet, serta tidak luput spanduk atau baliho yang mengajak masyarakat ikut serta mensukseskan program hemat energi listrik. Dengan demikian, sosialisasi ini dapat tersalurkan dengan baik kepada masyarakat, dan diharapkan masyarakat menyadari pentingnya hemat energi listrik dengan ikut serta berhemat energi listrik sehingga program ini tidak hanya sebatas sosialisasi, namun ada hasil yang nyata dan dapat dirasakan oleh semua pihak. Dengan adanya peranan humas dapat memberikan kecepatan dan kenyamanan dalam mendapatkan informasi yang aktual dan obyektif serta faktual bagi pihak-pihak yang membutuhkan khususnya bagi pelanggan.

Seperti yang telah diungkapkan oleh Scott M. Cutlip and H. Center (1982) bahwa Public Relation/humas adalah suatu fungsi manajemen yang menilai sikap publik, mengidentifikasi kebijaksanaan dan tata cara organisasi demi kepentingan publiknya, serta merencanakan suatu program kegiatan komunikasi untuk memperoleh pengertian dan dukungan dari publiknya ( Ruslan, 2006: 25).

## **B. SOSIALISASI PROGRAM HEMAT LISTRIK KEPADA MASYARAKAT DI PERUM NASIONAL RUMBAI**

Dalam mensosialisasikan program hemat listrik kepada masyarakat khususnya masyarakat yang ada di perum nasional Rumbai, setiap jajaran humas dan staffnya harus memiliki kemampuan untuk mengkomunikasikan program hemat listrik ini. Pada dasarnya, kemampuan dalam berkomunikasi menentukan kesuksesan sosialisasi yang dilakukan. Dengan komunikasi yang efektif, maka akan terjalin hubungan yang intens dan saling mendukung antara pihak PLN dengan masyarakat sebagai pelanggan.

Sosialisasi program hemat listrik ini walaupun terus dilakukan, tidak tertutup kemungkinan terjadinya hambatan-hambatan yang terjadi dilapangan. Seperti perbedaan budaya, peralatan atau akomodasi, serta kurangnya kesadaran masyarakat akan pentingnya hemat listrik menjadikan setiap petugas humas yang turun kelapangan ketika melaksanakan sosialisasi langsung harus berinteraksi secara optimal kepada masyarakat sehingga sosialisasi dapat berjalan dengan baik.

Supaya sosialisasi dapat berjalan dengan maksimal, pihak humas dituntut untuk lebih komunikatif memberikan informasi kepada masyarakat. Hal ini sesuai dengan defenisi public relation bahwa humas merupakan suatu fungsi manajemen dari sikap yang berencana dan berkesinambungan dengan organisasi dan lembaga yang bersifat umum dan pribadi yang berupaya membina pengertian, simpati dari mereka yang ada kaitanya dengan mengkorelasikan kebijaksanaan dengan

informasi yang berencana dan tersebar luas untuk mencapai kerjasama yang lebih produktif (Effendy. 2006: 21).

Dalam memberikan sosialisai betapa pentingnya berhemat energi listrik kepada masyarakat, pihak humas memberikan sosialisasi atau penyuluhan secara langsung kepada masyarakat secara bertahap disekitar Rayon Rumbai. Selain itu pemasangan spanduk dan baliho ditempat yang strategis serta pemasaran produk listrik prabayar merupakan bentuk nyata sosialisasi yang dilakukan oleh pihak humas PT.PLN (Persero) Rayon Rumbai dalam memberikan sosialisasi kepada masyarakat dikawasan Kec.Rumbai khususnya di perum nasional Rumbai.

Setiap petugas yang turun langsung kelapangan, memiliki kewajiban untuk memberikan informasi secara rinci kepada masyarakat tentang program hemat listrik yang harus mendapatkan dukungan penuh dari masyarakat. Sosialisasi ini juga dilakukan supaya masyarakat ikut serta berhemat dalam pemakaian listrik, ini merupakan tujuan akhir dari sosialisasi yang telah dilaksanakan. Walaupun masyarakat telah mengetahui pentingnya hemat energi listrik, namun jika masyarakat belum mengaplikasikannya maka sosialisasi ini dinilai kurang mencapai sasaran. Untuk itu, pihak humas terus berusaha supaya melalui sosialisasi ini masyarakat dapat berperan lebih aktif lagi dalam mendukung program hemat energi listrik.

Sosialisasi yang dilaksanakan sejauh ini sudah berjalan dengan baik, dengan penyuluhan atau sosialisasi langsung masyarakat dapat berinteraksi dengan para petugas, sehingga dapat saling bertukar informasi dengan masyarakat, baik mengenai program hemat listrik mapun keluhan-keluhan masyarakat terkait

program ini. Selain sosialisasi langsung, pemasangan spanduk, baliho, iklan di berbagai media baik cetak maupun elektronik menjadikan sosialisasi yang dilaksanakan oleh pihak humas berjalan dengan efektif.

Penggunaan media yang tepat dan pesan-pesan persuasif yang mengajak masyarakat untuk berhemat listrik telah memberikan dampak yang signifikan. Seperti semakin banyaknya masyarakat yang menyadari bahwa hemat listrik sangat penting untuk kelangsungan energi selain itu juga dapat menguntungkan masyarakat dari segi finansial/ekonomi, karena dengan hemat energi, jumlah tagihan juga otomatis akan berkurang.

Sosialisasi yang dilakukan oleh pihak humas di perum nasional Rumbai sangat berperan dalam mensukseskan program hemat listrik. Dengan adanya sosialisasi ini, masyarakat semakin mengerti tentang pentingnya berhemat energi listrik.

Jadi dapat dikatakan bahwa sosialisasi yang dilakukan oleh pihak humas PT.Perusahaan Listrik Negara (PLN) Rayon Rumbai telah berjalan dengan baik. Berbagai bentuk sosialisasi yang terus dilakukan, baik itu sosialisasi langsung dengan masyarakat (face to face), pemasangan spanduk, baliho maupun iklan layanan masyarakat diberbagai media cetak dan elektronik, serta upaya peningkatan jumlah pelanggan listrik Prabayar terus dijalankan untuk meningkatkan partisipasi masyarakat dalam menjalankan program hemat energi listrik.

Namun, hasil final dari sosialisasi ini diserahkan kepada pribadi masyarakat itu sendiri, walaupun pesan sosialisai telah sampai kepada masyarakat namun masyarakatlah yang mengambil keputusan apakah akan berhemat energil listrik atau

tidak. Tentu saja dengan adanya sosialisasi ini, diharapkan masyarakat dapat mendukung program ini, tidak hanya sebatas mengetahui pentingnya hemat energi listrik saja, tetapi juga menerapkannya secara nyata dengan ikut berhemat dalam pemakaian listrik.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Dari berbagai hal yang telah penulis paparkan diatas dapat disimpulkan bahwa peranan humas PT.PLN (Persero) Cabang Rumbai dalam mensosialisasikan program hemat listrik kepada masyarakat di perumahan nasional (Perumnas) Rumbai yaitu; Humas PT. PLN (Persero) Rayon Rumbai merupakan suatu unit bagian yang bertugas untuk memberikan pengertian dan dukungan dari masyarakat akan program-program yang telah ditetapkan oleh PT. PLN (Persero), khususnya mensosialisasikan program hemat listrik kepada masyarakat, Peranan humas dalam mensosialisasikan program hemat listrik adalah dengan mengkomunikasikan program hemat listrik kepada masyarakat, memastikan bahwa sosialisasi telah sampai kepada sasaran, memperkenalkan listrik Prabayar sebagai produk hemat listrik, serta membuka saluran komunikasi tentang hemat listrik kepada masyarakat, Sosialisasi yang dilakukan oleh Humas PT.PLN Rayon Rumbai adalah sosialisasi secara langsung dengan masyarakat (face to face), pemasangan spanduk, baliho maupun iklan layanan masyarakat diberbagai media cetak dan elektronik, serta upaya peningkatan jumlah pelanggan listrik Prabayar, Sosialisasi hemat listrik yang dijalankan oleh Humas PT. PLN Rayon Rumbai telah berjalan dengan baik dan berkesinambungan. Namun peran dan kesadaran masyarakat memegang peranan penting untuk ikut mensukseskan program hemat energi listrik ini.

## **B. Saran**

Sebagai sumbang saran penulis kepada Humas PT.PLN (Persero Rayon Rumbai) adalah sebagai berikut:

1. Hendaknya pihak humas melakukan inovasi-inovasi baru dalam melaksanakan kegiatan sosialisasi, sehingga dapat lebih menarik perhatian masyarakat.
2. Diharapkan kegiatan sosialisasi ini menyentuh semua kalangan, sehingga program hemat listrik dapat berjalan dengan baik dan mendapatkan dukungan dari masyarakat.



## Daftar Kepustakaan

- Bungin Burhan, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Jakarta : Prenada Media Group, 2008
- Effendy Uchjana, Onong. 2004. *Ilmu Komunikasi*. Bandung: Rosda karya
- Littlejohn, Stephen W, and Foss, Karen, *Teori komunikasi, edisi 9* Jakarta: Salemba Humanika, 2011
- Moleong, Dr. Lexy J, *Metode penelitian kualitatif edisi revisi*, Jakarta: PT. Remaja Rosdakarya, 2006
- Moore Frazier Ph.d, *Humas*, Bandung : Remaja Rosdakarya, 2004
- Morissan, *Manajemen Public Relation*. Jakarta: Perdana Media Group, 2008
- Ruslan, Rosady, *Manajemen Public Relation dan Media Komunikasi*, Jakarta : RajaGrafindo Persada, 2003
- Scott M. Cutlip, Glen M. Broom dan Allen H, *Public Relation*, Tahun 2006
- Soekanto, Soerjono, *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada : 2000
- Soleh soemirat, Elvinaro ardianto, *Dasar – dasar PUBLIC RELATION*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 2005.
- Sugiyono, Prof.Dr. *Metode Penelitian*, Bandung; Alfabeta, 2008
- Tondowidjojo, John, *Dasar – dasar dan arah PUBLIC RELATION*. Jakarta : PT. Grasindo, 2004.
- <http://www.detik.com> (Tanggal 01 nov 2010 – 11.44 wib)
- <http://www.pln.co.id> (Tanggal 01 nov 2010 – 11.44 wib)

<http://organisasi.org/tips-cara-hemat-listrik-pln> (Tanggal 01 nov 2010 – 11.44 wib)

<http://buku.kiathematlistrik>. Oleh Gatut susanta & Sasi Agustoni (Tanggal 01 nov 2010 – 11.44 wib)

<http://perawatanrumah.blogspot.com/2010/11/tips-hemat-listrik.html> (Tanggal 01 nov 2010 – 11.44 wib)