

LAPORAN  
KULIAH KERJA LAPANGAN

Aktivitas Hubungan Media yang Dijalankan oleh PT PLN (Persero) Distribusi  
Jawa Tengah dan Daerah Istimewa Yogyakarta



Oleh:

Sika Saputry BR Girsang

1209047770

Konsentrasi Studi *Public Relations*

Dosen Pembimbing: Meylani Yo, Ph. D

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

2016

## HALAMAN PERSETUJUAN

Laporan Kuliah Kerja Lapangan dengan judul

### **AKTIVITAS HUBUNGAN MEDIA YANG DIJALANKAN OLEH PT PLN (PERSERO) DISTRIBUSI JAWA TENGAN DAN D.I.YOGYAKARTA**

Disusun oleh:

**Sika Saputry BR Girsang**

**120904770/ KOM**

Disetujui dan diterima dengan baik

oleh:



**Meylani Yo, Ph. D**

**Dosen Pembimbing**

## HALAMAN PENGESAHAN

Penyusun : Sika Saputry BR Girsang

NIM : 120904770

Telah diuji dan dipertahankan pada Sidang Ujian Kuliah Kerja Lapangan yang diselenggarakan pada:

Hari / Tanggal : Selasa, 06 Desember 2016

Pukul : 11:00 WIB

Tempat : Ruang Ujian Pendadaran FISIP Universitas Atma Jaya  
Yogyakarta

TIM PENGUJI

**Meylani Yo, Ph. D**

**Penguji I**



FAKULTAS  
ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

**Sherly Hindra Negoro, M.I.Kom**

**Penguji II**

## HALAMAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Sika Saputry BR Girsang  
NIM : 120904770  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa laporan Kuliah Kerja Lapangan yang saya tulis ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan pengambilalihan tulisan atau pikiran orang lain yang saya aku sebagai hasil tulisan atau pikiran saya sendiri.

Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan laporan Kuliah Kerja Lapangan ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Yogyakarta, 06 Desember 2016

Yang membuat pernyataan



**Sika Saputry BR Girsang**

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa karena berkat rahmat dan anugerahNya penulis mampu menyelesaikan laporan Kuliah Kerja Lapangan (KKL) tepat waktu. Tidak lupa juga penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada pihak-pihak yang sudah membantu, mendukung dan membimbing dalam proses penyusunan laporan KKL ini. Penulis ingin berterimakasih kepada:

1. Kedua orangtua yang sangat saya kasihi, Ayah saya M.S Girsang dan Ibu saya G. Br Ginting yang selalu mendoakan dan memberikan dukungan dan menjadi penyemangat dalam menyusun laporan ini. Terimakasih untuk semua doa dan dukungan kalian, aku menyayangi kalian 'mak, 'pak. Dan juga Untuk kakak-kakak serta abang yang sangat saya cintai, Kak Eva, Kak Sri, dan Bang Alfra. Terimakasih untuk semua doa dan dukungan kalian. Selangkah lagi, doakan aku yaa 😊
2. Bu Meylani Yo, Ph.D selaku dosen pembimbing Kuliah Kerja Lapangan saya yang selalu memberikan kesabaran dalam membimbing penulis dalam menyelesaikan laporan kuliah kerja lapangan ini. Terimakasih banyak Bu, Tuhan memberkati kita dan sampai jumpa kembali.
3. PT PLN (Persero) Distribusi Jawa Tengan dan DIY yang memberikan kesempatan kepada penulis untuk melaksanakan Kuliah Kerja Lapangan. Secara khusus kepada staf di Divisi Humas yaitu: Pak Haris (Supervisor Humas), Bu Estining Tyas, Pak Budi, Mbak Vina, Mbak Lastika, Mas Putra, Mas Iwan, dan

Mbak Windy yang memberikan pembelajaran dan pengalaman baru bagi penulis dan menerima penulis dengan baik pada saat melakukan Kuliah Kerja Lapangan.

4. Untuk *hasian* ku, Dalan Saragih. Terimakasih untuk semua doa dan dukungan yang yang tanpa lelah. Semoga aku secepatnya bisa menyusul dapat gelar ya. Sukses selalu untuk kita.
5. Terimakasih juga untuk *partner-partner* saya sesama “*magangers*”, yaitu Shella, Nana dan Adabella. Terimakasih sudah menerima saya menjadi sahabat dan keluarga kalian, kalian yang terbaik! Sampai jumpa lagi untuk kalian, dan semoga sukses untuk kita semua.
6. Untuk sahabat-sahabatku yang luar biasa “*the ciwi-ciwi*”. Terimakasih sudah menjadi sahabat yang luar biasa yang selalu mendukung ku dalam segala hal. Terimakasih untuk doa dan dorongan dari kalian. Semoga sukses untuk kita semua. Aku mengasihi kalian.

Akhir kata penulis menyadari bahwa dalam penulisan Laporan Kuliah Kerja Lapangan ini masih jauh dari kesempurnaan. Karena itu, penulis memohon saran dan kritik yang sifatnya membangun demi kesempurnaannya dan semoga bermanfaat bagi kita semua.

Yogyakarta, 06 Desember 2016



Sika Saputry BR Girsang

## DAFTAR ISI

Halaman Persetujuan.....	ii
Halaman Pengesahan.....	iii
Halaman Keaslian Tulisan .....	iv
Kata Pengantar .....	v
Daftar isi.....	vii
Daftar Lampiran .....	ix
<b>BAB I      PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan KKL.....	6
D. Manfaat KKL .....	6
E. Kerangka Teori .....	7
<b>BAB II      DESKRIPSI OBJEK KKL</b>	
A. Sejarah PT Perusahaan Listrik Negara (PLN).....	20
B. Visi, Misi dan Motto Perusahaan .....	22
C. Falsafah Perusahaan .....	22
D. Tujuan Perusahaan .....	24
E. Lambang PLN dan Maknanya .....	25
F. Lokasi Tempat KKL .....	26

G. Kedudukan PT PLN (Persero) Distribusi Jawa Tengah dan D.I. Yogyakarta .....	27
H. Struktur Organisasi PT PLN (Persero) Distribusi Jawa Tengah dan D.I. Yogyakarta .....	28
I. Deskripsi Humas di PT PLN Distribusi Jawa Tengah dan DIY .....	29
<b>BAB III</b> <b>HASIL PELAKSANAAN DAN ANALISIS KKL</b>	
A. Hasil Pelaksanaan KKL	
1. Gambaran Umum Humas PT PLN Distribusi Jawa Tengah dan DIY .....	36
2. Prosedur Pembentukan Program Kehumasan di PLN DJTY .....	38
3. Konsep Hubungan Media PT PLN DJTY .....	41
4. Aktivitas Hubungan Media di PLN DJTY .....	43
B. Deskripsi Partisipasi Penulis .....	51
C. Analisis Hasil Pelaksanaan KKL.....	61
1. Analisis Konsep Humas di PLN DJTY .....	61
2. Aktivitas Hubungan Media PT PLN DJTY .....	63
<b>BAB IV</b> <b>PENUTUP</b>	
A. Kesimpulan.....	73
B. Saran .....	75



## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Surat Persetujuan Permohonan Magang dari Perusahaan
- Lampiran 2 : Surat Keterangan Melakukan Magang dari Perusahaan
- Lampiran 3 : Daftar Aktivitas Magang Harian
- Lampiran 4 : Contoh Rekapitulasi Pemberitaan per Hari
- Lampiran 5 : Contoh Kliping Berita Terkait PLN DJTY

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang

*Public Relations* atau biasa disingkat dengan PR menurut Effendy (1992: 6-8) pertama kali dikenal oleh masyarakat Amerika dan juga Eropa sejak pertengahan abad ke-19. Effendy mengungkapkan bahwa istilah PR pertama kali digunakan oleh Ivy Lee dalam penanganan permasalahan di industri batu bara di Amerika yang muncul akibat adanya mogok kerja yang dilakukan oleh para pekerja. Melihat ini, Lee kemudian memiliki ide untuk memberikan keuntungan bagi kedua belah pihak yaitu perusahaan dan pekerja serta menjalin hubungan dengan pers. Setelah keberhasilannya dalam kasus ini, Lee kemudian mendapatkan banyak tawaran dalam kasus yang mirip yang kemudian menjadikannya sebagai *the father of Public Relations*.

Seiring perkembangan jaman, profesi PR atau yang juga sering disebut dengan humas semakin berkembang di masyarakat dunia. Profesi Humas tidak hanya diperlukan dalam organisasi-organisasi besar saja tetapi juga organisasi-organisasi yang berskala kecil. Kehadiran seorang Humas dinilai sebagai suatu pilar yang membantu tumbuh dan kembangnya suatu organisasi. Perkembangan ini tidak hanya berada di negara-negara maju tetapi juga meluas ke negara berkembang seperti Indonesia. Sebagaimana yang diungkapkan Holmes dalam Ariani (2014) bahwa penelitian dari *The Holmes Report* dan *The International Communications Consultancy Organisation*

(ICCO) menyebutkan dalam artikel yang dirilis tahun 2013 ini bahwa industri PR secara global mencatat pertumbuhan sebesar 8% pada tahun 2012 dan pertumbuhan terbesar dialami Asia-Pasifik. Pertumbuhan terjadi baik dalam PR di *multi national company* (MNC) hingga level agensi dan hal ini akan semakin meningkat.

Pengetahuan yang semakin berkembang tentang profesi kehumasan menjadikan profesi ini menjadi profesi yang diperhitungkan oleh masyarakat. Profesi yang pada awalnya dianggap sebagai profesi yang hanya dibutuhkan oleh organisasi-organisasi besar dan tidak memiliki kedudukan yang penting ini kini dianggap sebagai salah satu profesi yang memiliki andil besar terhadap jalannya perusahaan. Sebagaimana yang diungkapkan Nitbani (2013) bahwa arti penting seorang humas kini dianggap sebagai jaminan dalam sebuah organisasi, baik organisasi yang telah lama maupun baru saja berdiri membutuhkan proses manajemen yang baik dalam hal publikasi, pembentukan citra, pengelolaan isu, hingga pembentukan reputasi. Nitbani menyampaikan bahwa setiap organisasi dalam proses perkembangannya membutuhkan peran seorang Humas yang nantinya akan mengelola hal tersebut.

Beberapa definisi *Public Relations* salah satunya adalah menurut (British) *Institute of Public Relations* (IPR) dalam Jefkins (1995) mengungkapkan bahwa praktek humas adalah keseluruhan upaya yang dilangsungkan secara terencana dan berkesinambungan dalam rangka menciptakan dan memelihara niat baik dan saling pengertian antara suatu organisasi dengan segenap khalayaknya. Dari pengertian ini dapat kita lihat bahwa keberadaan seorang humas dibutuhkan dalam rangka menjalin hubungan baik antara organisasi dengan khalayaknya. Adanya saling pengertian antara

pihak organisasi dengan khalayaknya akan memberikan pengaruh pada kelangsungan hidup organisasi. Selain itu Jefkins juga menyampaikan bahwa fungsi humas sebagai fungsi komunikasi sangat dibutuhkan oleh sebuah organisasi, bukan hanya organisasi besar tetapi juga organisasi yang sedang berkembang, bukan hanya organisasi swasta tetapi juga organisasi milik pemerintah. Berdasarkan pernyataan tersebut dapat dilihat bahwa tujuan utamanya merupakan membangun dan memelihara hubungan baik baik antara organisasi dengan khalayaknya. Seorang humas bertugas memastikan bahwa organisasi dan pihak-pihak yang berkepentingan (*stakeholders*) memiliki pengertian yang sama.

Untuk membangun saling pengertian antara organisasi dengan publiknya, seorang humas harus mampu menjalin hubungan baik pula dengan mereka. Selain itu seorang humas juga harus mengetahui siapa saja pihak-pihak yang menjadi publik bagi organisasi yang diwakilinya. Menurut Effendy (1992:106) publik sasaran dalam organisasi terbagi ke dalam dua kelompok besar, yaitu internal dan juga eksternal. Dimana publik internal adalah karyawan dan pemegang saham sedangkan media dan komunitas adalah publik eksternalnya. Media menjadi publik eksternal dalam hal ini karena media dalam organisasi berperan sebagai medium atau penyampai informasi dari pihak organisasi kepada pihak-pihak di luar organisasi. Melalui media masyarakat luas akan mengetahui informasi-informasi seputar organisasi. Untuk itu, seorang humas harus mampu menjalin hubungan media karena media adalah salah satu jembatan komunikasi organisasi dengan masyarakat.

Hubungan media menjadi penting karena media dianggap mampu untuk membentuk opini publik terutama opini yang memberikan pengaruh positif pada organisasi. Hal ini sejalan dengan yang diungkapkan oleh Hidayat (2014:69) bahwa, alasan kenapa Humas memerlukan media yaitu sebagai sarana untuk penyambung informasi dari ide-gagasan atau kegiatan Humas agar mudah untuk diterima publik secara cepat dan luas. Frank Jefkins dalam Hidayat juga menjelaskan bahwa antara Humas dengan hubungan media adalah dua hal yang sangat mempengaruhi. Menurutnya, tanpa adanya hubungan media seorang Humas akan mengalami kesulitan dan mensosialisasikan informasi terkait perkembangan atau kebutuhan konsumennya.

Sejalan dengan aktivitasnya dalam menjalin hubungan dengan media, salah satu fungsi humas adalah sebagai jembatan organisasi dengan publiknya dalam berkomunikasi serta menyampaikan pesan lembaga yang diwakilinya kepada publiknya. Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya bahwa keberadaan seorang Humas semakin diperhitungkan dalam perkembangan sebuah organisasi, baik itu organisasi besar ataupun kecil, organisasi swasta maupun organisasi milik negara terutama melalui hubungan mediana. Di Indonesia sendiri dapat dilihat dari dibentuknya organisasi atau wadah bagi humas pemerintah dengan nama Bakohumas yang dimana anggotanya terdiri dari humas departemen, lembaga negara, serta unit usaha negara (BUMN). Hal ini menunjukkan bagaimana kehadiran seorang Humas melalui hubungan media juga dibutuhkan dalam menjembatani hubungan dan komunikasi antara instutusi milik pemerintah dengan publiknya. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Dewi Poedjiastuti dalam (Poedjiastuti, 2005) yang berjudul “ Peran biro hubungan masyarakat

dalam koalisi dominan pada Badan Usaha Milik Negara (BUMN): studi kasus PT Asuransi Jasa Indonesia” mengungkapkan bahwa praktik *Public Relations* mempunyai potensi dalam mengembangkan BUMN karena departemen ini memiliki akses pada subsistem manajemen komunikasi. Berdasarkan penelitian tersebut juga dapat dilihat bahwa praktisi Humas dalam BUMN adalah salah satu pilar penting dalam menjaga citra dan hubungan dengan khalayaknya.

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 19 tentang Badan Usaha Milik Negara, BUMN adalah salah satu pelaku kegiatan ekonomi dalam perekonomian nasional dan memiliki peran penting dalam mewujudkan kesejahteraan masyarakat. Dimana perusahaan Perseroan merupakan BUMN yang berbentuk perseroan terbatas yang modalnya terbagi dalam saham yang seluruh atau paling sedikit 51 % (lima puluh satu persen) sahamnya dimiliki oleh Negara Republik Indonesia yang tujuan utamanya mengejar keuntungan sebagaimana yang tercantum dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 19 Tahun 2003 tentang Badan Usaha Milik Negara ( UU RI tentang BUMN, 2003). Berdasarkan kutipan tersebut, peneliti melihat bahwa BUMN memiliki peranan penting dalam pergerakan ekonomi nasional sehingga kehadiran Humas dalam perusahaan negara sangat dibutuhkan terutama dalam membangun dan menjaga hubungan baik dengan masyarakat luas yang menjadi khalayak dari BUMN.

Dalam rangka mengetahui aktivitas hubungan media yang dijalankan oleh organisasi milik pemerintah, penulis bermaksud melaksanakan Kuliah Kerja Lapangan (KKL) di PT PLN (Persero) Distribusi Jawa Tengah dan Daerah Istimewa Yogyakarta (PLN DJTY), yang berlokasi di Semarang. Organisasi ini merupakan salah satu Badan

Usaha Milik Negara yang bertugas menyediakan tenaga listrik bagi kepentingan umum. Tujuan utama didirikannya PT PLN (Persero) Distribusi Jawa Tengah dan Daerah Istimewa Yogyakarta adalah untuk menyelenggarakan usaha penyediaan tenaga listrik bagi kepentingan umum dalam jumlah dan mutu yang memadai serta memupuk keuntungan dan melaksanakan penugasan Pemerintah di bidang ketenagalistrikan dalam rangka menunjang pembangunan dengan menerapkan prinsip-prinsip Perseroan Terbatas. Hal ini dilakukan untuk menghasilkan produk dan layanan jasa yang bermutu tinggi sehingga mampu meningkatkan nilai perusahaan dan meningkatkan kepercayaan masyarakat.

#### **B. Rumusan Masalah**

Bagaimana aktivitas hubungan media yang dijalankan oleh PT PLN (Persero) Distribusi Jawa Tengah dan Daerah Istimewa Yogyakarta?

#### **C. Tujuan KKL**

Tujuan KKL ini adalah untuk mengetahui bagaimana aktivitas hubungan media yang dijalankan oleh PT PLN (Persero) Distribusi Jawa Tengah dan Daerah Istimewa Yogyakarta

#### **D. Manfaat KKL**

##### a) Akademis

- 1 Hasil kegiatan dari KKL ini dapat menjadi referensi bagi civitas akademik yang akan meneliti topik yang sama.

- 2 Hasil dari penelitian KKL ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan baru bagi civitas akademik tentang aktivitas hubungan media.

b) Praktis

- 1 Memberi pengetahuan bagi akademis yang berfokus pada bidang *public relations* terkait dengan implementasi aktivitas hubungan media di BUMN seperti PT PLN (Persero) Distribusi Jawa Tengah dan D.I. Yogyakarta.
- 2 Memberikan gambaran kepada pembaca yang ingin bekerja di sebagai praktisi Humas di BUMN.

**E. Kerangka Teori**

**1. Definisi *Public Relations***

Terdapat berbagai macam pendapat tentang definisi dari *Public Relations* sendiri. Salah satunya adalah Frank Jefkins (1995: 9) yang mengungkapkan bahwa menurutnya *Public Relations* adalah sesuatu yang merangkum keseluruhan komunikasi yang terencana, baik itu ke dalam maupun ke luar, antara satu organisasi dengan semua khalayaknya dalam rangka mencapai tujuan-tujuan spesifik yang berlandaskan saling pengertian. Menurutny semua tujuan yang akan dicapai oleh praktisi PR sudah terencana dan saling berkaitan antara satu dengan yang lainnya.

Berbeda dengan Jefkins, terdapat definis Humas yang lain yaitu menurut *The Mexican Statement* dalam Ruslan (2012:17) dikatakan bahwa praktik



kehumasan adalah suatu seni sekaligus suatu disiplin ilmu sosial yang menganalisis berbagai kecenderungan, memperkirakan setiap kemungkinan konsekuensi darinya, memberi masukan dan saran kepada pemimpin organisasi serta menerapkan program-program terencana untuk melayani kebutuhan organisasi atau khalayaknya. Pendapat ini menyebutkan bagaimana Humas berfungsi untuk membuat program-program yang tujuannya untuk melayani kebutuhan organisasi dan khalayaknya. Hal ini menjelaskan bagaimana Humas berkaitan langsung dengan niat baik dan nama baik organisasi. Selain itu juga berkaitan dengan bagaimana *public relations* dilihat sebagai kegiatan pengelolaan komunikasi antara sebuah organisasi dengan publiknya.

## **2. Proses Manajemen *Public Relations***

Cutlip, Center & Broom (2009:320) dalam bukunya menyebutkan bahwa PR merupakan bagian dari proses pemecahan sebuah masalah dalam suatu organisasi dimana penyelesaiannya dilakukan secara ilmiah dan melalui empat tahapan, yaitu:

- a. *Mendefinisikan masalah (atau peluang)*. Tahap ini lebih mengarah ke penyelidikan terkait sikap, perilaku, atau opini dan perilaku pihak-pihak yang berkaitan dengan kebijakan organisasi. Penyelidikan ini nantinya akan menjadikan dasar mengenai apa yang sebenarnya terjadi.

- b. *Perencanaan dan pemrograman*. Berdasarkan temuan dari langkah pertama, tahap selanjutnya adalah membuat perencanaan tentang program atau tindakan apa sebaiknya yang dilakukan. Langkah ini akan mempertimbangkan dalam membuat kebijakan dalam organisasi.
- c. *Mengambil tindakan dan berkomunikasi*. Dalam tahapan ini, yang harus dilakukan adalah mengimplementasikan program aksi dan komunikasi dalam mencapai tujuan organisasi.
- d. *Mengevaluasi program*. Langkah akhir yang harus dilakukan adalah melakukan penilaian atas persiapan, implementasi, dan hasil program. Program akan dilanjutkan setelah menjawab pertanyaan “Bagaimana keadaan kita sekarang, atau seberapa baik langkah yang telah kita lakukan?”

### **3. Fungsi Manajemen *Public Relations***

*Public Relations* menurut Cutlip, Center & Broom (2009: 5), memiliki fungsi manajemen yang membangun dan mempertahankan hubungan yang baik dan bermanfaat antara organisasi dengan publik yang mempengaruhi kesuksesan atau kegagalan organisasi tersebut. Dalam hal ini, publik dianggap penting bagi organisasi karena keberadaan atau eksistensi organisasi tidak terlepas dari publiknya. Tiap organisasi sendiri memiliki fokus publik yang berbeda-beda, tergantung publik mana yang dianggapnya penting. Oleh karena itu, fungsi

*Public Relations* yang dimiliki oleh suatu organisasi menunjukkan publik siapa yang menjadi prioritasnya.

Ruslan (2012: 234) juga menyampaikan bahwa pada dasarnya Humas bukanlah fungsi yang terpisah dari fungsi organisasi atau lembaga yang diwakilinya. Humas bersifat melekat pada manajemen perusahaan yang menjadikan mereka dapat melakukan komunikasi timbal balik antara organisasi yang diwakilinya dengan khalayaknya. Selain itu juga disebutkan bahwa kegiatan manajemen humas tidak terlepas dari fungsi-fungsi pokok manajemen secara umum seperti perencanaan, pengorganisasian, kepemimpinan, penyusunan kepegawaian, pengkomunikasian, pengawasan serta penilaian. Pendapat ini menunjukkan bahwa dalam praktiknya, kegiatan seorang humas berkaitan dengan kegiatan manajemen secara umum. Seorang Humas dalam menjalankan tugasnya tidak terlepas dari fungsi manajemen organisasi yang diwakilinya seperti melakukan pengawasan, penilaian, perencanaan, dan kegiatan manajemen lainnya.

L.F Urwick dalam Ruslan (2012:32) menyebutkan beberapa aktivitas *Public Relations* sebagai suatu fungsi manajemen organisasi yang didalamnya terdapat 3 unsur, yaitu:

- 1) Manajemen Mekanik

Fungsi manajemen mekanik dilakukan dengan kegiatan pengamatan (peramalan) organisasi di masa yang akan datang, perencanaan, dan pengorganisasian.

## 2) Manajemen Dinamik

Di dalam manajemen dinamik ini terdapat unsur komando dan pengarahan, koordinasi, dan pengawasan.

## 3) Manajemen Relasi

Adapun unsur-unsur penting yang harus dilaksanakan dalam manajemen relasi adalah:

- a. Mendengarkan dan mengidentifikasi opini serta aspirasi publiknya.
- b. Memberikan sumbang-saran, ide, ataupun gagasan kepada pimpinan organisasi demi menfaat bagi publik dan organisasi.
- c. Menciptakan suasana kondusif dan positif untuk kalangan internal perusahaan dengan membangun hubungan baik kedua belah pihak dalam organisasi.

## 4. Publik dalam *Public Relations*

Kata publik dalam *Public Relations* adalah berarti khalayak atau sasaran dari kegiatan yang akan dilaksanakan oleh praktisi Humas. Kata publik juga biasa digantikan dengan kata *stakeholders* yang berarti pihak-pihak yang

berkepentingan terhadap perusahaan. Berikut ini beberapa klasifikasi publik dalam *Public Relations* (Kasali, 1994: 10-11) :

1) Publik Internal dan Publik Eksternal

Publik internal adalah khalayak atau publik yang ada dalam ruang lingkup organisasi atau perusahaan, seperti para karyawan, satpam, supervisor, manajer, para pemegang saham, dan lainnya. Sedangkan contoh dari publik eksternal adalah media, penyalur, pemasok, bank, pemerintah, dan komunitas. Mereka adalah pihak-pihak yang memiliki kepentingan terhadap perusahaan tetapi berada di luar perusahaan.

2) Publik Primer, Sekunder, dan Marjinal

Setiap organisasi atau perusahaan memiliki urutan atau tingkatan prioritas publik yang berbeda-beda sekalipun organisasi tersebut bergerak di bidang yang sama. Dan urutan atau tingkatan dari publik ini juga memiliki kemungkinan untuk berubah. Publik primer adalah publik yang dianggap paling penting, publik sekunder adalah publik yang dianggap kurang penting, sedangkan marjinal adalah publik yang dapat diabaikan.

3) Publik Tradisional dan Publik Masa Depan

Yang termasuk dalam publik tradisional adalah karyawan dan konsumen, sedangkan pejabat pemerintah, mahasiswa, dan konsumen potensial adalah publik masa depan.

#### 4) *Proponents, Opponents, dan Uncommitted*

*Opponents* adalah publik yang menentang perusahaan atau organisasi, *proponents* adalah publik yang memihak, sedangkan *uncommitted* adalah mereka yang tidak peduli terhadap organisasi. Seorang Humas harus mampu membedakan ketiga jenis publik ini saat terjadi suatu permasalahan, sehingga dapat dilihat sumber dan penyebab permasalahan sebenarnya.

#### 5) *Silent Majority dan Vocal Majority*

*Vocal Majority* adalah khalayak yang aktif menyuarakan pendapat dan opini mereka, sedangkan mereka yang tergolong dalam *silent majority* adalah khalayak yang hanya diam dan pasif serta tidak mengeluarkan opini mereka.

### 5. Hubungan Media

McLuhan dalam Hidayat (2012: 66-67) menyampaikan pendapatnya mengenai apa itu media. Menurutnya, media merupakan perpanjangan alat indra manusia. Melalui media menurutnya manusia dapat mengetahui tentang apa saja yang diperlukan. Hadirnya media terutama media massa semakin menambah pengetahuan dan wawasan. Menurutnya media juga bertanggung jawab memberikan perubahan yang luas mengenai pengetahuan dan informasi yang didapatkan masyarakat mengingat jangkauan media massa yang tanpa batas dan serentak dapat dinikmati masyarakat. Hal inilah kemudian yang menjadi sebab seorang Humas sangat membutuhkan adanya media. Hubungan media sangat dibutuhkan dalam aktivitas seorang Humas karena media dalam hal ini menjadi

sarana atau penyambung informasi dari setiap ide-gagasan atau kegiatan PR agar mudah untuk diterima publik secara cepat dan luas.

Jefkins (1995:98) menyebut hubungan media (*media relations*) adalah usaha untuk mencapai publikasi atau penyiaran yang maksimum atas suatu pesan atau informasi humas dalam rangka menciptakan pengetahuan dan pemahaman bagi khalayak. Berdasarkan pengertian tersebut dapat dikatakan bahwa hubungan media merupakan hal yang penting sebagai wujud komunikasi dan mediasi antara suatu lembaga dengan publiknya dan sebagai *tools* seorang Humas dalam menjalankan pekerjaannya. *Media relations* adalah bagian utama dari fungsi *public relations*, di mana praktisi Humas harus membangun dan menjaga hubungan yang saling menghormati dan mempercayai dengan awak media.

Dalam salah satu tulisannya, Saleh (2014) menyampaikan pentingnya hubungan media dalam aktivitas kehumasan. Menurutnya, hubungan media merupakan sebagai alat, pendukung, atau media kerja sama untuk kepentingan proses publikasi dan publisitas berbagai kegiatan program kerja atau untuk kelancaran aktivitas komunikasi humas dengan pihak publik. Selain itu, Saleh juga menambahkan bahwa hubungan media dalam kehumasan dapat berguna sebagai *channel* dalam penyampaian pesan dan upaya untuk peningkatan pengenalan (*awareness*) dari pihak publikasi humas. Hal tersebut dikarenakan salah satu fungsi pers adalah kekuatan pembentuk opini (*power of opinion*) yang sangat efektif melalui media massa.

Selanjutnya Saleh juga menyampaikan bahwa kerja sama dengan pers akan menghasilkan frekuensi publisitas yang cukup tinggi. Dampak pemberitaan tersebut baik yang bersifat *simultaneity effect* (efek keserampakan), efek dramatisir, atau efek publisitas tinggi, dan memiliki pengaruh yang luar biasa besarnya terhadap pembentukan opini publik dalam waktu yang relatif singkat, sehubungan dengan jumlah pembaca atau audiensi yang tersebar di berbagai tempat atau kawasan dalam waktu bersamaan.

#### **6. Aktivitas Hubungan Media**

Berbagai aktivitas hubungan media menurut Wardhani (2008) yang pada umumnya dijalankan oleh Departemen *Pubic Relations* antara lain meliputi:

a. Pengiriman siaran pers (*press release*)

*Press release* merupakan informasi yang diproduksi oleh organisasi yang biasanya dilakukan oleh praktisi *public relations*. Informasi tersebut pada umumnya adalah informasi yang berkaitan dengan perkembangan organisasi, peristiwa atau kejadian khusus, pergantian manajemen/kebijakan atau hal lain yang memiliki nilai berita yang tinggi.

b. Menyelenggarakan *press conference*

*Press conference* (konferensi pers) merupakan sebuah pertemuan para jurnalis yang sengaja berkumpul untuk mendapatkan informasi perihal topik yang tengah hangat dibicarakan dan menarik perhatian. Konferensi



Pers (KP) terdiri dari dua jenis, yaitu KP yang direncanakan dan KP yang tidak direncanakan. KP yang direncanakan adalah misalnya terkait peluncuran produk/jasa baru, pemberitahuan *special event*, kebijakan baru dan lainnya. Sedangkan KP yang tidak direncanakan adalah misalnya untuk mengklarifikasi masalah tertentu dengan maksud agar dipublikasikan.

c. *Press Tour*

*Press tour* merupakan acara yang diselenggarakan oleh organisasi untuk memberikan kesempatan kepada wartawan mengetahui kondisi, aktivitas serta permasalahan yang dihadapi organisasi. Kegiatan ini biasanya dilakukan oleh pihak perusahaan untuk meningkatkan hubungan baik dengan wartawan.

d. *Resepsi Pers*

*Resepsi Pers* biasanya dilaksanakan bersamaan dengan peristiwa-peristiwa penting organisasi. Misalnya seperti peringatan ulang tahun, buka puasa bersama, natal bersama, ulang tahun pimpinan perusahaan, dan sebagainya.

e. *News Release Radio*

Aktivitas ini berkaitan dengan menyediakan atau menulis informasi untuk radio. Untuk penyediaan informasi ini, seorang Humas harus paham mengenai sifat radio itu sendiri, seperti terbatas untuk indera pendengaran. Sebagaimana yang diungkapkan oleh Wardhani bahwa

menulis untuk media radio adalah menulis untuk telinga sehingga untuk memunculkan informasi yang menarik maka penyajiannya harus menggunakan bahasa yang bertutur atau bercerita.

f. Nara Sumber Berita

Untuk menjadi nara sumber yang dipercaya oleh media, seorang Humas dituntut untuk mampu menguasai materi. Selain itu juga mereka dituntut untuk mampu menguasai masalah yang menjadi topik wawancara.

## **7. Prinsi-Prinsip dalam Menjalin Hubungan yang Baik dengan Media**

Seorang praktisi Humas adalah jembatan penghubung antara organisasi yang diwakilinya dengan khalayak seperti komunitas, pemerintah, dan juga media. Mereka bertugas untuk melakukan komunikasi dua arah. Selain itu Humas juga bertugas untuk menciptakan pengertian tentang organisasinya kepada khalayak. Hubungan yang baik antara organisasi dengan khalayaknya tergantung dengan komunikasi yang mereka lakukan. Menjalin hubungan baik dengan pihak eksternal organisasi seperti konsumen, pemerintah, dan terutama media sangat diperlukan. Menurut Iriantara (2011: 83), hal yang penting untuk kita lakukan pada saat menjalin hubungan media adalah bahwa hubungan tersebut merupakan hubungan antara dua bidang profesi atau bidang tugas yang saling membutuhkan. Sehingga, dalam hubungan ini dibutuhkan adanya komunikasi yang cukup intens antara kedua belah pihak.

Selain itu, berikut beberapa hal yang perlu diperhatikan oleh seorang Humas dalam menjalin hubungan dengan media menurut Iriantara (2011: 142-143):

- a. Seorang Humas harus bersikap proaktif dan terus mengembangkan relasi dengan media.

Hal ini maksudnya adalah bahwa seorang Humas harus intens melakukan komunikasi dengan media. Jangan hanya bersifat reaktif dan hanya menunggu. Seorang Humas harus mampu untuk melakukan kegiatan-kegiatan yang berhubungan dengan media seperti, memberikan informasi, melakukan aktivitas-aktivitas hubungan media, dan sebagainya. Sehingga dengan kegiatan ini hubungan antara media dan organisasi akan semakin terjalin.

- b. Mengenal media.

Menurut Iriantara, sama halnya dengan berteman, kita harus mengenal media massa tersebut dengan mendalam. Kita juga sebaiknya mengetahui karakteristik dan minatnya sama seperti saat kita akan berteman dengan seseorang.

- c. Memenuhi kebutuhan dan keinginan media massa.

Tahapan selanjutnya setelah mengenal media dengan baik adalah memberikan apa yang mereka butuhkan. Memenuhi apa yang dibutuhkan oleh media adalah sebagai rekan atau mitra kita dalam mencapai tujuan organisasi. Adapun kebutuhan media yang dimaksud disini adalah informasi

dari seorang Humas yang nantinya akan disampaikan kepada khalayak. Informasi yang diinginkan oleh media adalah berupa data dan fakta atau pun yang bersifat peristiwa dimana dalam hal ini media sering mengadakan peliputan ke organisasi. Tentunya informasi yang mereka inginkan adalah informasi yang mengandung nilai berita, yang memenuhi hasrat ingin tahu publik.

d. Memposisikan organisasi kita dalam relasinya dengan media.

Iriantara menyampaikan bahwa kita harus bisa menempatkan media bukan hanya sebagai rekan sejalan untuk mencapai tujuan organisasi, melainkan memposisikan mereka sebagai mitra penting organisasi kita. Apabila kita ingin mengembangkan hubungan media yang baik maka mengambil posisi sebagai lawan media atau tertutup pada media adalah hal yang buruk. Hal tersebut akan mempengaruhi pemberitaan organisasi.

## BAB II

### DESKRIPSI OBJEK KULIAH KERJA LAPANGAN

#### A. Sejarah PT Perusahaan Listrik Negara (PLN)

Merujuk pada sejarah berdirinya PLN berdasarkan website resmi PLN Indonesia (<http://www.pln.co.id/2011/03/profil-perusahaan,2011>), diketahui bahwa ketenagalistrikan di Indonesia mulai berkembang pada akhir abad ke-19 yang dimiliki oleh pemerintah dan terdapat juga milik beberapa perusahaan asal Belanda. Disampaikan bahwa perusahaan-perusahaan ini bergerak di industri gula dan pabrik teh dimana mereka mendirikan pembangkit listrik untuk keperluan usahanya sendiri yang diberi nama *N.V Soloces Electricet Mij* (S.E.M). Kemudian, pada tahun 1942, perusahaan listrik dan personil yang ada dalam perusahaan listrik tersebut diambil alih oleh Jepang sejalan dengan diserahkannya Indonesia oleh Belanda.

Sumber yang sama menyebutkan, pada 1945 Indonesia memproklamasikan kemerdekaannya dan Jepang menyerah ke tangan sekutu. Kesempatan ini kemudian dimanfaatkan oleh para pemuda dan buruh listrik untuk mengambil alih perusahaan listrik yang ada dan Presiden Soekarno mengubah namanya menjadi Jawatan Listrik dan Gas bawah Departemen Pekerjaan Umum dan Tenaga dengan kapasitas pembangkit tenaga listrik sebesar 157,5 MW.

Menurut dokumen internal perusahaan yang berjudul “Sejarah Perusahaan Listrik Negara (PLN)” (2009), disebutkan bahwa pengambil alihan yang dilakukan oleh kaum pemuda tidak bertahan lama karena pada tahun 1948 terjadi Agresi Militer

Belanda I dan II dan sebagian besar perusahaan listrik kembali dikuasi pemerintah Belanda dan bertahan hingga tahun 1958. Namun, dengan meningkatkan perjuangan Bangsa Indonesia untuk membebaskan Irian Jaya dari Belanda, kemudian dikeluarkan Undang-Undang No.86 Tahun 1958 pada 30 Desember 1958 tentang nasionalisasi semua perusahaan Belanda dan Peraturan Pemerintah No.18 Tahun 1958 tentang perusahaan listrik dan gas milik Belanda berada ditangan Bangsa Indonesia. Berdasarkan UU ini Perusahaan Listrik dan Gas berubah menjadi Perusahaan Listrik Negara (PLN). Oleh karena itu, pada tahun 1960 dikeluarkan Perpu No.19 Tahun 1950 tentang perusahaan Negara.

Pada tahun 1962 menurut Anggraini (2009), pemerintah mengeluarkan Peraturan Pemerintah No. 18 Tahun 1972 tentang Perusahaan Umum Listrik Negara berdasarkan UU No. 19 Tahun 1965 dengan berdasarkan pada PP No. 18 Tahun 1972, ditetapkan statusnya menjadi Perusahaan Umum Listrik Negara ( PERUM PLN). Dimana dengan adanya Peraturan Pemerintah ini ditetapkan bahwa tugas PLN adalah mengatur, membina, mengawasi, serta melaksanakan perencanaan umum di bidang kelistrikan nasional di samping tugas sebagai perusahaan. Anggraini juga menyebutkan bahwa Setelah beberapa kali mengalami perubahan bentuk usaha, tepatnya pada tahun 1974 hingga saat ini status PLN berubah dari Perusahaan Umum (PERUM) menjadi Perseroan Terbatas (PERSERO) berdasarkan PP No.23 Tahun 1994 dan Akta notaris Soetjipto, SH No.169 tertanggal 30 Juli 1994 di Jakarta.

## **B. Visi, Misi dan Motto Perusahaan**

Berikut adalah visi dan misi dari PT PLN (Persero) berdasarkan dokumen internal perusahaan:

### 1. Visi PT PLN (Persero)

Diakui sebagai perusahaan kelas dunia yang bertumbuh kembang, unggul dan terpercaya dengan bertumpu pada potensi insani.

### 2. Misi PT PLN (Persero)

- a. Menjalankan bisnis kelistrikan dan bidang lain yang terkait, berorientasi pada pelanggan, anggota perusahaan, dan pemegang saham.
- b. Menjadikan tenaga listrik sebagai media untuk meningkatkan kualitas kehidupan masyarakat.
- c. Mengupayakan agar tenaga listrik menjadi pendorong kegiatan ekonomi.
- d. Menjalankan kegiatan usaha yang berwawasan lingkungan.

### 3. Motto

Listrik untuk kehidupan yang lebih baik (*Electricity for a Better Life*)

## **C. Falsafah Perusahaan**

Sebagai suatu perusahaan yang bergerak dibidang jasa kelistrikan, PLN memiliki falsafah tersendiri yang ditanamkan pada karyawannya dalam melayani seluruh pelanggan. Adapun falsafah dari PLN menurut dokumen internal perusahaan adalah:

*“Pembawa Kecerahan dan Kegairahan dalam Kehidupan Masyarakat yang Produktif”.*

Falsafah ini menunjukkan bagaimana para karyawan PLN memandang diri mereka. Dari falsafah ini dapat dilihat bahwa PLN dalam kinerjanya bertujuan untuk membawa kecerahan bagi kehidupan masyarakat sebagai konsumennya. Melalui jasanya, PLN mengharapkan memunculkan masyarakat-masyarakat yang produktif. Selain dalam falsafah tersebut, PLN juga menanamkan beberapa pandangan mengenai perusahaannya bagi para karyawannya, seperti:

1. Perusahaan Listrik neraga (PLN) bukan sekedar penyedia energi akan tetapi juga berkontribusi pada pengembangan masyarakat produktif dan peningkatan kualitas kehidupan masyarakat.
2. Keberhasilan perusahaan bukan sekedar ditentukan oleh besarnya laba tetapi juga oleh kemampuan perusahaan memberi pelayanan terbaik bagi para pelanggan, sehingga mereka mampu ikut serta secara aktif dalam kegiatan produktif dan memperoleh kehidupan sejahtera.
3. Pekerja PLN bukan faktor produksi, tetapi adalah manusia bermartabat yang memiliki potensi, yang dapat dikontribusikannya untuk mewujudkan keberhasilan perusahaan.
4. Kegiatan Usaha dan proses Kerja tidak sekedar dijalankan untuk mengejar efisiensi melainkan juga untuk memungkinkan terjadinya kerjasama cerdas pembaruan perusahaan secara berkesinambungan, dalam penyelenggaraan bisnis secara etikal.



#### **D. Tujuan Perusahaan**

Dalam dokumen internal milik perusahaan disampaikan sifat, maksud serta tujuan PT. PLN (Persero) berdasarkan Peraturan Pemerintah No.23 Tahun 1994, yaitu:

1. Menyediakan tenaga listrik bagi kepentingan umum dan jug memupuk keuntungan berdasarkan prinsip pengelolaan perusahaan.
2. Mengusahakan penyediaan tenaga listrik dalam jumlah serta mutu yang memadai dengan tujuan untuk:
  - a. Meningkatkan kesejahteraan dan kemakmuran rakyat secara adil dan merata serta mendorong peningkatan kegiatan ekonomi.
  - b. Mengusahakan keuntungan agar dapat membiayai pengembangan penyediaan tenaga listrik untuk melayani kebutuhan masyarakat.
3. Merintis kegiatan-kegiatan usaha penyediaan tenaga listrik.
4. Menyelenggarakan usaha-usaha lain yang menunjang usaha penyediaan tenaga listrik sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang ada.

## E. Lambang PLN dan Maknanya

Gambar 2.1 Logo PT PLN



Sumber: Website resmi PLN ([www.pln.co.id](http://www.pln.co.id) , 2011)

Berikut penjelasan bentuk lambang logo PLN, elemen dasar lambang serta makna dalam logo PLN diatas:

### a. Bentuk Lambang

Bentuk, lambang serta warna yang digunakan oleh PT PLN (Persero) adalah lambang yang telah ditetapkan dalam Lampiran Surat Keputusan Direksi Perusahaan Umum Listrik Negara No.031/DIR/76 Tanggal 1 Juni 1976 tentang Pembakuan Lambang Perusahaan Umum Listrik Negara.

### b. Elemen Dasar Lambang

- i. Persegi Panjang Berwarna Kuning : Persegi panjang dalam hal ini dijadikan sebagai dasar untuk elemen-elemen lainnya yang melambangkan bahwa PT PLN (Persero) adalah organisasi yang terorganisir dengan sempurna. Warna kuning memiliki arti bahwa PLN

membawa pencerahan di tengah-tengah masyarakat dan juga melambangkan semangat yang menyala-nyala.

- ii. Petir dan Kilat : Petir dan Kilat dalam logi PT PLN (Persero) melambangkan tenaga listrik merupakan produk jasa utama yang dihasilkan oleh perusahaan. Petir juga dalam hal ini menunjukkan kerja cepat dan tepat dalam memberikan pelayanan bagi pelanggannya. Warna merah melambangkan PLN yang semakin dewasa sebagai perusahaan listrik pertama di Indonesia.
- iii. Tiga Gelombang : Tiga Gelombang menyampaikan bahwa gaya rambat energi listrik yang dialirkan oleh tiga bidang usaha utama yang digeluti oleh perusahaan, yaitu pembangkitan, penyaluran, dan distribusi yang seiring sejalan dengan kerja keras para insan PT PLN (Persero) untuk memberikan layanan terbaik pada para pelanggannya.

#### **F. Lokasi Tempat KKL**

PT PLN (Persero) Distribusi Jawa Tengah dan D.I.Yogyakarta

Jl. Teuku Umar No.47 Jatingaleh, Semarang, Jawa Tengah, Indonesia

Telepon : (024) 8411991, 8449534,8507174

### **G. Kedudukan PT PLN (Persero) Distribusi Jawa Tengah dan DIY**

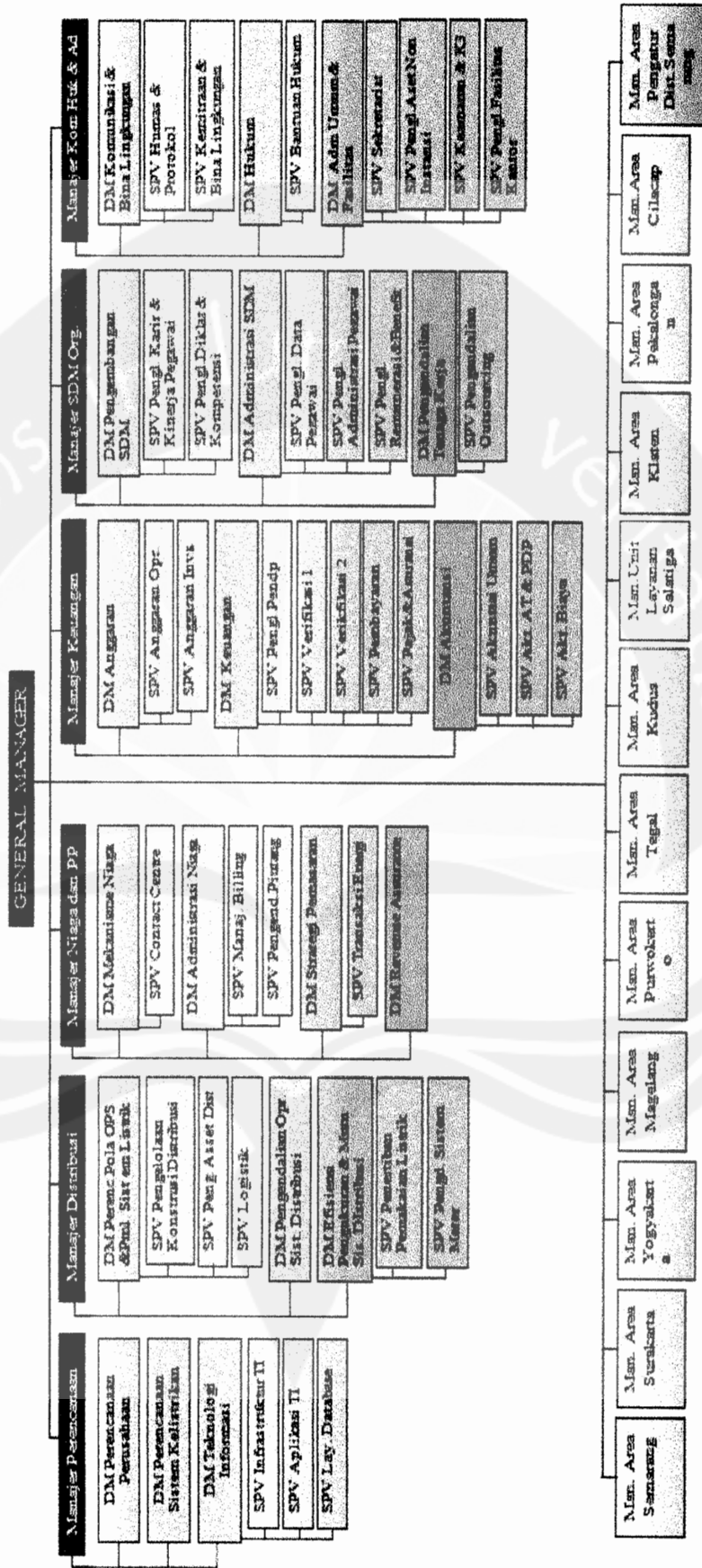
Untuk menunjang agar misinya tercapai, PT PLN memiliki susunan perusahaan yang berlandaskan surat keputusan tentang uraian jabatan PT PLN. Adapun susunan perusahaan PT PLN adalah sebagai berikut:

1. Unsur Pelaksana Utama: PLN Pusat (Direktorat-direktorat)
2. Unsur Pengawas Utama: satuan Pengawasan Intern
3. Unsur Penunjang, terdiri dari:
  - a. Pusat Penyelidikan Masalah Kelistrikan
  - b. Pusat Pendidikan dan Latihan
  - c. Pusat Pembangunan Manajemen
  - d. Pusat Pelayanan Engineering
4. Unsur Pelaksana Wilayah, terdiri dari:
  - a. PLN Proyek Induk
  - b. PLN Proyek Khusus
  - c. PLN Wilayah
  - d. PLN Pembangkitan dan Penyaluran
  - e. PLN Distribusi
  - f. PLN Pusat Pengatur Beban

Jadi dalam hal ini PT PLN (Persero) Distribusi Jawa Tengah dan DIY atau yang biasa disingkat dengan DJTY, berkedudukan sebagai salah satu unsur pelaksana PT PLN (Persero) untuk daerah Jawa Tengah dan Daerah Istimewa Yogyakarta.

## H. Struktur Organisasi PT PLN (Persero) Distribusi Jawa Tengah dan DIY

Gambar 2.2 Struktur Organisasi PT PLN Distribusi Jateng & DIY



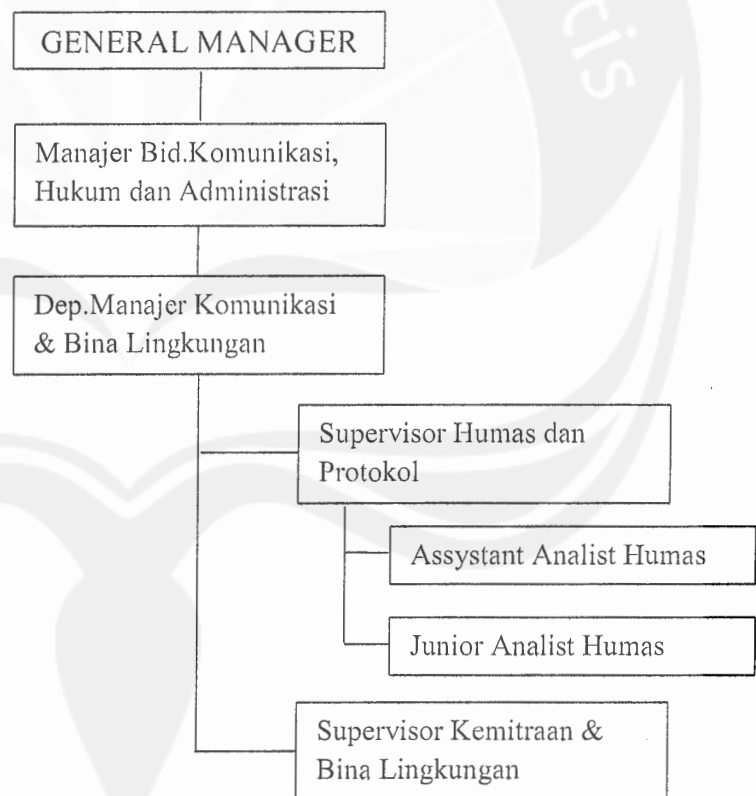
Sumber: Buku Statistik PLN DJTY, 2014

## I. Deskripsi Humas di PT PLN Distribusi Jawa Tengah dan DIY

### a) Struktur Divisi Humas

PLN secara keseluruhan memiliki struktur organisasi yang menunjukkan tingkatan jabatan dan tanggung jawab karyawannya. Struktur organisasi yang mencakup keseluruhan divisi ini kemudian dibagi dalam bagian setiap divisi masing-masing. Berikut ini struktur, kegiatan, dan tanggung jawab setiap jabatan pada divisi humas:

Gambar 2.3 Struktur Divisi Humas PT PLN DJTY



Sumber: Buku Statistik PLN DJTY,2014

Divisi Humas di PLN DJTY berada di bawah naungan Manajer Komunikasi, Hukum dan Administrasi Umum dan Fasilitas (MKHA). Selanjutnya, dibawah MKHA terdapat Deputi Manajer (DM) Komunikasi dan Bina Lingkungan, Deputi Manajer Hukum, dan Deputi Manajer Administrasi Umum dan Fasilitas. Divisi Humas sendiri berada di bawah DM Komunikasi dan Bina Lingkungan yang dimana DM akan dibantu oleh bawahannya yaitu Supervisor Humas dan Protokol dan Supervisor Kemitraan dan Bina Lingkungan.

Supervisor Humas menangani bagian kegiatan kehumasan dan protokol yang berkaitan dengan kegiatan perusahaan yang menjalankan komunikasi pelayanan seperti pemberian informasi produk dan layanan perusahaan, pengelolaan dokumentasi dan *sponsorship* yang dalam kinerja akan dibantu oleh *Assistant Analyst* Humas dan *Junior Analyst* Humas. Sedangkan Supervisor Kemitraan dan Bina Lingkungan akan menangani dan mengkoordinir pelaksanaan program kemitraan dan *corporate social responsibility* (CSR) sesuai dengan rencana kerja yang telah ditetapkan.

Tanggung jawab serta tugas pokok divisi Humas di PLN DJY berbeda pada tiap tingkatan jabatannya mulai dari *Assistant Analyst* Humas hingga Deputi Manajer. Masing-masing dari jabatan ini memiliki tanggung jawab sendiri sesuai dengan keahlian dan jabatan yang berada diatas jabatan yang dimilikinya. Adapun tugas pokok serta tanggung jawab yang dimiliki oleh masing-masing jabatan dalam divisi Humas di PLN DJTY adalah sebagai berikut:

i. *Assistant Analyst* Humas dan *Junior Analyst* Humas.

Kedua jabatan ini memiliki tugas yang sama dimana mereka bertugas melaksanakan kerja dan anggaran program humas sesuai dengan waktu yang ditentukan. Jabatan ini juga bertugas melaksanakan kegiatan hubungan media, sosialisasi, publikasi internal dan eksternal (media massa), menganalisis keluhan pelanggan, menganalisis berita, tulisan dan tayangan media, melakukan pelayanan informasi atau promosi perusahaan dimana keseluruhan kegiatannya dipertanggungjawabkan kepada atasannya yaitu supervisor humas dan protokol.

ii. Supervisor Humas dan Protokol

Supervisor Humas dan Protokol sendiri bertugas untuk menyusun dan mengevaluasi kegiatan pelaksanaan program kehumasan, mengkoordinir pelaksanaan edukasi kelistrikan bagi masyarakat dan pelanggan, serta mengkoordinir kegiatan protokoler dan dokumentasi kehumasan. Selain itu, seorang supervisor juga bertanggungjawab dalam program penyelenggaraan *sponsorship* serta pemberian informasi produk dan layanan perusahaan dan keseluruhan tugas ini akan dipertanggungjawabkan langsung kepada Deputy Manajer Komunikasi dan Bina Lingkungan.



iii. Deputi Manajer Komunikasi dan Bina Lingkungan

Selaku atasan dari dua supervisor yaitu Supervisor Humas dan Protokol serta Supervisor Kemitraan dan Bina Lingkungan, seorang Deputi Manajer (DM) bertugas untuk mengelola komunikasi dengan publiknya, memantapkan perencanaan kegiatan pelaksanaan program kehumasan seperti edukasi kelistrikan kepada masyarakat, mengoptimalkan peliputan perusahaan, mengkoordinasi kegiatan protokoler, mengkoordinasikan penanganan kerusuhan sosial seperti demonstrasi, menganalisa program kemitraan dan CSR, mengoptimalkan pengelolaan asset dokumentasi, serta merancang dan mengevaluasi Anggaran Operasi untuk sub bidang komunikasi dan bina lingkungan. DM juga bertanggung jawab dalam terlaksananya program kehumasan baik internal maupun eksternal dan juga dituntut untuk berperan sebagai juru bicara perusahaan. Dalam melaksanakan keseluruhan tugasnya, DM bertanggungjawab langsung kepada Manajer Bidang Komunikasi, Hukum dan Administrasi.

b) Aktivitas Divisi Humas

Dalam Keputusan Direksi PT PLN (Persero) tentang pedoman pelaksanaan komunikasi perusahaan, disebutkan bahwa komunikasi perusahaan adalah merupakan bentuk komunikasi korporat kepada publik internal dan juga eksternal dengan tujuan untuk mendapatkan pengertian dan pemahaman yang sama. Selain itu

juga ditetapkan mengenai apa saja yang menjadi kewenangan divisi komunikasi perusahaan sesuai dengan tingkatannya mulai dari Kantor Pusat hingga Unit Induk. Adapun kewenangan divisi komunikasi dari Unit Induk adalah sebagai berikut:

- i. Memproduksi materi komunikasi sesuai desain yang diberikan oleh Kantor Pusat;
- ii. Mengelola komunikasi pelanggan;
- iii. Mengelola media internal yang bersifat lokal, cetak maupun online;
- iv. Melaksanakan kegiatan komunikasi dengan lembaga Eksekutif, Legislatif, Yudikatif di tingkat Unit Induk;
- v. Menyupervisi pelaksanaan komunikasi di Unit Pelaksana;
- vi. Menjalin hubungan dengan pers lokal dan regional;
- vii. Mengelola konten lokal untuk website korporat;
- viii. Merancang program CSR dan PKBL di tingkat Unit Induk untuk kepentingan komunikasi Perusahaan.

Jika merujuk pada struktur kehumasan yang telah diajarkan sebelumnya, divisi humas berada dibawah naungan Manajer bidang Komunikasi, Hukum dan Administrasi. Oleh sebab itu yang menangani bidang komunikasi perusahaan adalah divi humas sendiri. Sehingga kewenangan untuk mengelola kegiatan komunikasi di perusahaan dalam divisi humas.

Selain berwenang menangani komunikasi perusahaan seperti beberapa poin diatas, para staf humas juga bererwenang dalam menjalankan kegiatan komunikasi

perusahaan yang disebutkan dalam buku referensi kegiatan komunikasi PT PLN (2012). Adapun kegiatan yang tercantum dalam buku internal perusahaan ini adalah sebagai berikut:

- i. Mengadakan penyuluhan internal
- ii. Membuat produk print ad (barang cetak)
- iii. Memonitor pemberitaan media massa
- iv. Menjadi juru bicara perusahaan
- v. Menanggapi keluhan pelanggan
- vi. Menyelenggarakan konferensi pers
- vii. Membuat *press release*
- viii. Membuat hak jawab media massa
- ix. Melaksanakan safari jurnalistik
- x. Melakukan anjangan ke media
- xi. Menyelenggarakan *talk show*
- xii. Menyelenggarakan seminar/*workshop*
- xiii. Membina hubungan baik dengan media massa
- xiv. Menerbitkan iklan
- xv. Membina hubungan baik dengan komunitas
- xvi. Membina hubungan baik dengan pelanggan
- xvii. Menyelenggarakan temu pelanggan
- xviii. Mengadakan pameran

Seperti dijelaskan sebelumnya bahwa keseluruhan kegiatan kehumasan ini dijalankan demi membina hubungan baik antara perusahaan dengan publiknya, baik itu publik internal maupun eksternalnya. Keseluruhan kegiatan ini telah dijalankan secara rutin dalam waktu yang telah ditetapkan setiap semesternya.



## BAB III

### HASIL PELAKSANAAN DAN ANALISIS KKL

#### A. Hasil Pelaksanaan KKL

Berdasarkan hasil wawancara dan partisipasi penulis dalam kegiatan divisi humas di PT PLN (Persero) Distribusi Jawa Tengah dan D.I. Yogyakarta (DJTY), penulis menemukan beberapa pengetahuan tentang kehumasan khususnya pada bidang hubungan media yang dijalankan oleh humas di PLN DJTY. Adapun temuan yang penulis peroleh adalah sebagai berikut:

#### 1. Gambaran Umum Humas PT PLN Distribusi Jawa Tengah dan DIY

Sesuai dengan Surat Keputusan Direksi PT PLN (Persero) No. 418.k/dir/2012, PT PLN Distribusi Jawa Tengah dan DIY (DJTY) dinyatakan berkedudukan sebagai Unit Induk. Seperti dijelaskan sebelumnya pada Bab II, Divisi kehumasan pada unit induk dipimpin oleh seorang Deputy Manajer (DM) Komunikasi dan Bina Lingkungan yang bertanggung jawab kepada Manajer Bidang Komunikasi, Hukum dan Administrasi. Dalam melaksanakan tugasnya, seorang DM dibantu oleh Supervisor (SPV) Hubungan Masyarakat dan Protokol dan Supervisor (SPV) Kemitraan dan Bina Lingkungan. Masing-masing SPV ini bertanggung jawab di bidang yang berbeda-beda. Dimana SPV Humas dan Protokol menangani kegiatan protokoler perusahaan dan kegiatan yang berkaitan dengan komunikasi perusahaan, sedangkan SPV Kemitraan dan Bina Lingkungan khusus menangani program kemitraan dan CSR perusahaan.

Selain SPV, terdapat juga dua jabatan lainnya di bidang humas yang berada di bawah SPV yaitu *Assistant Analyst* Hubungan masyarakat dan *Junior Analyst* Hubungan Masyarakat. *Assistant Analyst* Humas dan *Junior Analyst* Humas bertanggungjawab dalam melaksanakan kegiatan kehumasan yang berkaitan dengan program internal dan eksternal perusahaan. Adapun tugas yang secara umum dilaksanakan adalah melaksanakan kegiatan program hubungan media, sosialisasi, publikasi internal dan eksternal (media massa), melakukan analisis mengenai keluhan pelanggan, analisis berita dan tayangan media, dan melakukan promosi perusahaan. Tugas-tugas mengelola hubungan internal dan eksternal ini nantinya akan dipertanggungjawabkan kepada SPV.

Berbeda dengan *Assistant Analyst* dan *Junior Analyst* Humas, seorang SPV bertugas untuk menyusun serta mengevaluasi kegiatan pelaksanaan program kehumasan, mengkoordinir pelaksanaan edukasi kelistrikan, mengkoordinasikan kegiatan protokoler dan keseluruhan tugasnya dipertanggungjawabkan langsung kepada Deputy Manajer. Selanjutnya tugas dari jabatan Deputy Manajer (DM) adalah merancang kegiatan pelaksanaan program kehumasan, mengoptimalkan kegiatan peliputan kegiatan perusahaan, mengkoordinasikan penanggulangan kerusakan sosial seperti unjuk rasa, merancang dan menganalisa program kemitraan, CSR, dan juga berperan sebagai juru bicara perusahaan.

Seperti yang telah dijelaskan pada Bab sebelumnya bahwa seluruh staf humas bertanggung jawab dalam mengelola hubungan perusahaan baik itu internal maupun eksternal. Setiap jabatan harus mampu bekerja sama dalam menjalankan kegiatan

kehumasan yang telah dirancang. Dalam kinerjanya, para staf humas juga dituntut untuk terlibat langsung dalam proses pengelolaan kegiatan kehumasan di perusahaan.

## **2. Prosedur Pembentukan Program Kehumasan di PLN DJTY**

Berdasarkan wawancara dengan Supervisor Humas PLN, penulis menemukan bahwa seluruh staf dalam divisi humas dilibatkan langsung dalam proses perancangan kegiatan kehumasan. Dalam hal ini para staf humas akan bekerja sama menjalankan tahap demi tahap mulai dari menemukan apa yang menjadi masalah perusahaan, pebentukan program, hingga tahap evaluasi.

Pada dasarnya kegiatan kehumasan di PLN DJTY dirancang langsung oleh Humas PLN Pusat yang berlokasi di Jakarta. Kegiatan yang dirancang berkaitan dengan hubungan media, hubungan pelanggan, hingga CSR. Namun kegiatan yang dirancang disini hanyalah kegiatan yang bersifat umum. Misalnya seperti untuk hubungan media dirancang program anjagsana media, mengirimkan *press release*, dan mengundang media untuk berkunjung ke perusahaan (*press tour*). Demikian juga halnya untuk program lainnya seperti untuk karyawan hingga CSR.

Perencanaan kegiatan kehumasan yang dirancang oleh humas kantor pusat hanya kegiatan yang bersifat umum. Untuk kegiatan lainnya yang bersifat lebih detail diserahkan langsung kepada masing-masing divisi humas di Unit Induk. Seperti yang dilakukan di PLN DJTY adalah misalnya mengadakan makan malam dengan para

wartawan, halal bihalal dengan wartawan, pelatihan jurnalistik dan resepsi pers. Kegiatan-kegiatan seperti ini dirancang sendiri oleh divisi kehumasan di PLN DJTY. Untuk kegiatan yang dirancang khusus oleh divisi humas di PLN DJTY ini menurut supervisor humas harus melalui beberapa tahapan mulai tahap perencanaan hingga tahap evaluasi.

Pada tahap awal, staf divisi humas akan melakukan pengamatan untuk melihat penilaian masyarakat tentang perusahaan, serta melakukan perencanaan kegiatan-kegiatan yang dianggap tepat untuk dilakukan oleh perusahaan untuk satu tahun ke depan. Apakah program yang dijalankan akan memberikan dampak diterima publik yang dituju dan berdampak positif bagi perusahaan. Setiap staf dalam divisi humas diberikan kesempatan untuk menyampaikan program apa saja yang akan dilaksanakan di perusahaan.

Program-program kehumasan yang dirancang ini dipersiapkan untuk satu tahun atau dua semester masa kerja. Perencanaan program-program kehumasan ini biasanya dilakukan pada awal tahun. Dalam rapat penentuan program kehumasan untuk satu tahun ini seluruh staf kehumasan mulai dari *Junior Analyst Humas*, *Senior Analyst Humas*, hingga *Supervisor Humas* diberikan kesempatan untuk menyampaikan ide nya terkait program kehumasan yang akan dijalankan. Setelah semua ide terkumpul akan dilihat program yang dianggap tepat untuk dijalankan perusahaan. Selanjutnya setelah program yang dianggap paling efektif ditentukan maka dilakukan konsultasi dengan Deputi Manajer. Hal ini dilakukan mengingat Deputi Manajer adalah pihak yang paling bertanggung jawab atas kegiatan kehumasan yang dijalankan di PLN DJTY.



Setelah mendapatkan masukan serta persetujuan dari Deputi Manajer selanjutnya rencana program-program kehumasan ini akan disampaikan kepada MKHA dan *General Manager* untuk disetujui. Setelah keseluruhan proses ini berjalan dan mendapatkan persetujuan dari MKHA dan terutama *General Manager* maka seluruh staf pada divisi humas akan kembali melakukan rapat. Rapat ini dilakukan untuk menentukan waktu pelaksanaan program kehumasan yang telah ditentukan baik itu yang dirancang humas PLN Pusat maupun kegiatan yang dirancang oleh humas PLN DJTY.

Selanjutnya setelah waktu pelaksanaan kegiatan telah ditentukan, humas di PLN DJTY akan menyampaikan keputusan tersebut kepada humas di kantor area karena kegiatan kehumasan di Kantor Area biasanya menyesuaikan dengan Unit Induk. Penyampaian informasi tentang kegiatan ini disampaikan kepada humas di Kantor Area langsung setelah mendapat persetujuan dari *General Manager* agar pihak kantor area dapat menyesuaikannya dengan jadwal nya. Sedangkan informasi untuk media dan masyarakat sendiri hana akan dilakukan pada saat waktu mendekati pelaksanaan kegiatan.

Selanjutnya setelah program dibentuk dan dijalankan, perusahaan akan melihat kembali apakah program yang dijalankan mendapat respon positif dari masyarakat atau sebaliknya. Perusahaan akan melihat apakah keluhan dari masyarakat berkurang atau tidak berpengaruh dengan adanya program tersebut. Apakah dengan melibatkan media mampu menjangkau masyarakat ataukah harus diganti dengan program lainnya.

Keseluruhan kegiatan kehumasan PLN biasanya akan bekerjasama dengan pihak media terutama kegiatan kehumasan yang berhubungan dengan pihak eksternal. Seperti kegiatan halal bihalal, sosialisasi listrik pintar, ataupun kegiatan lainnya akan melibatkan media. Untuk hal inilah pihak PLN sangat membutuhkan adanya hubungan yang terjalin dengan baik dengan media. Dengan melibatkan pihak media dalam berbagai kegiatan yang dijalankan PLN diharapkan mampu mempererat hubungan pihak media dengan PLN.

### **3. Konsep Hubungan Media PT PLN DJTY**

Berdasarkan wawancara dengan supervisor Humas PLN DJTY, penulis menemukan bahwa media di PLN DJTY dipandang sebagai penyampai informasi dari perusahaan kepada masyarakat. Melalui media, masyarakat diharapkan mampu mendapatkan informasi terkait perusahaan. Melihat pentingnya peranan media bagi perusahaan, dibentuklah program-program hubungan media. Hubungan media di PLN DJTY dipandang sebagai sebuah jalan untuk mendekatkan para awak media dengan perusahaan. Dengan dijalankannya hubungan media menurutnya akan mempererat hubungan kedua pihak. Selain itu, melalui hubungan yang terjalin ini diharapkan perusahaan mendapatkan publisitas dari media.

Sumber yang sama juga menyampaikan bahwa adanya program khusus untuk hubungan media sangat dibutuhkan perusahaan karena seperti disebutkan sebelumnya bahwa media adalah salah satu publik kunci PLN setelah pelanggan. Karena melalui

media, perusahaan mengetahui tentang apa keluhan dari pelanggannya baik itu lewat surat pembaca (media cetak) ataupun melalui pemberitaan di media elektronik. Melalui media juga perusahaan mampu berkomunikasi dengan pelanggannya dalam waktu yang singkat seperti adanya pemberitahuan pemeliharaan jaringan, sosialisasi dari perusahaan dan sebagainya. Menyadari besarnya peran penting media, pihak perusahaan melalui divisi Humas kemudian merancang program-program kehumasan yang berkaitan dengan media. Sehingga diharapkan melalui program tersebut akan semakin mempererat hubungan antara PLN dengan para awak media.

Menurut Humas PLN DJTY dengan berhubungan baik dengan media maka akan banyak keuntungan yang didapat keduabelah pihak, yaitu PLN dan juga media. Media mendapatkan berita, dan PLN diliput. Menurutnya, dipublikasikan oleh media adalah hal yang sangat penting untuk sebuah perusahaan. Dengan memanfaatkan media sebagai partner penyampai informasi, maka perusahaan yang dalam hal ini melalui divisi kehumasan akan mampu menyampaikan pesan dari pihak perusahaan kepada publiknya seperti pelanggan dan komunitas, seperti misalnya penyampaian informasi mengenai kebijakan baru perusahaan dan program-program yang akan dijalankan perusahaan.

Melalui hubungan baik yang terjalin dengan media, diharapkan hubungan keduanya saling menguntungkan dan saling memberi pengaruh positif. Selain dampak yang dirasakan media melalui hubungannya dengan PLN, hubungan ini juga diharapkan dapat memberikan dampak bagi masyarakat. Dampak yang dimaksud disini adalah dimana melalui media dan pemberitaan yang mereka lakukan terkait perusahaan akan

membuat masyarakat semakin mengerti dan mengenal PLN dengan baik. Baik itu tentang kegiatan perusahaan, tentang kebijakan pemerintah terkait kelistrikan dan informasi lainnya. Sikap positif masyarakat ini lah yang tentunya akan sangat bermanfaat bagi perusahaan yang berpengaruh pada citra perusahaan di mata masyarakat. Selain itu, melalui media sebagai perantara penyampai pesan, komunikasi yang dijalankan perusahaan akan berjalan efektif dimana pesan akan menyebarkan dalam waktu singkat dan tersebar dengan luas.

#### **4. Aktivitas Hubungan Media di PLN DJTY**

Melihat pentingnya peran serta media dalam perjalanan perusahaan, divisi humas kemudian merancang kegiatan-kegiatan yang bertujuan untuk mempererat hubungan antara perusahaan dengan media. Kegiatan-kegiatan ini dilakukan untuk meraih apa yang menjadi target perusahaan melalui hubungan media seperti yang telah dijelaskan pada poin sebelumnya.

Perancangan aktivitas hubungan media di PLN DJTY melalui proses yang sama dengan program kehumasan lainnya seperti program untuk hubungan karyawan dan juga pelanggan. Seperti yang dijelaskan sebelumnya bahwa program kehumasan di PLN DJTY dirancang pada awal tahun atau pada awal semester I. Program-program yang akan dijalankan dirancang untuk program satu tahun masa kerja (2 semester). Perancangan kegiatan hubungan media dimulai dengan melihat terlebih dahulu program apa saja yang cocok untuk dijalankan oleh perusahaan untuk satu tahun ke depan.

Kemudian setelah mendapatkan program-program yang dianggap cocok, selanjutnya akan diserahkan kepada bagian Deputi Manajer dan disampaikan kepada Manager bidang seta General Manager untuk disetujui dan selanjutnya dijalankan.

Berikut beberapa kegiatan humas di PLN DJTY yang berkaitan dengan program hubungan media:

1. Pengecekan Surat Kabar

Setiap harinya, PLN berlangganan surat kabar baik itu surat kabar lokal ataupun surat kabar nasional. Melalui surat kabar ini, humas akan melakukan pengecekan mengenai pemberitaan-pemberitaan yang berkaitan dengan PLN, baik itu berupa keluhan masyarakat ataupun kinerja PLN. Melalui surat kabar, pelanggan dapat dengan mudah menyampaikan keluhan yang dialaminya yang nantinya akan menjadi masukan untuk perusahaan. Dan sebagai jawaban nantinya pihak PLN yang biasanya diwakilkan oleh humas akan memberikan tanggapan akan keluhan ataupun pertanyaan-pertanyaan masyarakat.

2. Kliping Surat Kabar

Setelah melakukan pengecekan surat kabar, berita-berita yang berkaitan dengan PLN akan dimasukkan dalam form kliping PLN. Kliping ini dibentuk sebagai dokumentasi pemberitaan yang berkaitan dengan perusahaan dan sebagai data jika dibutuhkan suatu saat. Kliping berita ini bukan hanya berita yang berasal dari surat kabar cetak, tetapi juga media-media *online*. Dari pengklipingan ini nantinya dapat

dilihat surat kabar mana yang paling aktif memberitakan perusahaan dan topik apa yang tengah hangat diperbincangkan berkaitan dengan PLN. Proses pengklippingan berita ini sendiri dilakukan dengan langkah, membaca surat kabar, selanjutnya menggunting pemberitaan yang berkaitan dengan PLN, kemudian berita yang telah digunting akan ditempel pada kertas form kliping yang telah disediakan oleh perusahaan. Setelah semua selesai, form ini akan *discan* dan dikirim ke *email* humas dan DM dalam bentuk *soft file*.

### 3. Pengarsipan Kliping

Setelah tahap pengklippingan berita, berita-berita yang sebelumnya telah *discan* kemudian disimpan dalam bentuk *softfile* secara berkelompok. Pengelompokan berita ini dilakukan berdasarkan media lokal atau nasional, selanjutnya dikelompokkan lagi berdasarkan media yang memberitakannya. Pengarsipan kliping ini dilakukan sebagai *file* cadangan saat dibutuhkan.

### 4. Rekap dan Grafik Berita

Berdasarkan berita-berita yang ditemukan dari media-media, maka selanjutnya akan dilakukan monitoring. Dalam memonitoring, berita-berita yang berkaitan dengan perusahaan akan dikelompokkan dalam 22 topik utama pemberitaan seperti topik tentang pelayanan gangguan, pembangunan pembangkit, subsidi, *recruitment*, tarif dasar listrik, keselamatan kerja, dan topik lainnya. Selain mengelompokkan berita berdasarkan topiknya, monitoring ini juga melihat *tone* berita, media yang memberitakan, halaman dan kolom, serta inti dari isi berita tersebut.

Selanjutnya, setelah rekap selesai, selanjutnya akan dimasukkan dalam bentuk grafik yang nantinya akan menunjukkan media mana yang aktif memberitakan perusahaan, topik apa yang paling sering muncul dalam sebulan, dan *tone* berita mana yang paling tinggi dalam pemberitaan terkait PLN.

5. Menanggapi surat keluhan pelanggan

Dalam pengecekan surat kabar, tidak jarang ditemukan adanya keluhan atau pertanyaan yang disampaikan oleh masyarakat kepada pihak PLN. Misalnya seperti pertanyaan mengenai tarif dasar listrik atau keluhan tentang gangguan berupa pemadaman atau gangguan tiang listrik. Pertanyaan ataupun keluhan ini biasanya akan ditanggapi oleh humas PLN melalui surat kabar pula sehingga informasi yang dijelaskan dapat diketahui masyarakat secara luas.

6. Menjalin Kerjasama dengan media lokal maupun nasional

Kerjasama dengan awak media tidak hanya dilakukan dengan menjadi sumber berita tetapi juga dilakukan dengan kegiatan pensponsoran atau membuat iklan di media tersebut. Dengan kerjasama-kerjasama seperti ini kedua pihak baik PLN maupun media akan sama-sama diuntungkan. Media diuntungkan melalui *sponsorship* dan PLN akan diuntungkan dengan liputan tentang perusahaan. Hubungan timbal balik ini akan menguntungkan kedua pihak yang bekerjasama.

## 7. Membangun hubungan dengan media

Untuk menjaga hubungan baik dengan media, humas PLN bukan hanya dengan melakukan *sponsorship*. Humas PLN juga bertugas untuk merancang kegiatan-kegiatan yang melibatkan media di dalamnya sehingga mempererat hubungan antara PLN dengan media.

Adapun program-program yang dibentuk guna menjaga hubungan baik kedua belah pihak adalah seperti anjagsana ke media, safari jurnalistik, temu wartawan, pelatihan jurnalistik, dan kegiatan lainnya. Dengan program diharapkan para awak media semakin mengenal PLN dan hubungan baik diantara kedua pihak semakin terjalin. Dalam kegiatan ini, humas akan merancang tatanan kegiatan mulai dari mengundang wartawan hingga mempersiapkan materi yang akan dibahas. Mater-materi yang akan disampaikan kepada media dipersiapkan oleh humas yang nantinya akan disebarkan kepada media.

## 8. Pengelolaan Media Sosial

Selain memanfaatkan media cetak dan media elektronik, humas PLN juga memanfaatkan media sosial sebagai alat untuk berkomunikasi dengan pelanggannya. Melalui media sosial, humas biasanya menyampaikan mengenai kegiatan-kegiatan PLN, atau menyampaikan pemberitahuan pemadaman dan juga memantau keluhan pelanggan dan bila perlu di tanggapi kembali.



Media sosial yang kerap digunakan adalah media twitter dengan nama *@infolistrikdity* dan facebook dengan nama 'PLN Distribusi Jawa Tengah dan D.I. Yogyakarta'. Melalui kedua akun ini, humas PLN kerap menyampaikan pemberitahuan berupa pemadaman, adanya pemeliharaan jaringan listrik, dan juga membagikan foto-foto dokumentasi seputar kegiatan yang baru dijalankan oleh PLN. Selain itu, melalui akun ini juga, masyarakat dapat menyampaikan keluhan ataupun pertanyaan-pertanyaan kepada pihak PLN yang nantinya akan direspon oleh humas PLN. Menurut pengamatan penulis selama melakukan KKL, melalui media sosial ini perusahaan mendapatkan beberapa informasi dari masyarakat baik berupa masukan maupun keluhan namun tetap didominasi oleh keluhan-keluhan pelanggan.

#### 9. Membuat berita pemadaman

Humas dari masing-masing kantor area akan berkoordinasi dengan humas di kantor distribusi yang ada di Semarang. Humas area akan menyampaikan kepada humas di distribusi jika ada rencana kegiatan pemadaman di area-area yang biasanya disebabkan oleh adanya kegiatan pemeliharaan jaringan. Pemberitahuan dari humas area ini akan disampaikan melalui *email* ataupun *fax* untuk kemudian disebarkan kepada masyarakat. Melalui pesan ini, humas di distribusi kemudian akan menyampaikan pemberitahuan kepada masyarakat. Pemberitahuan ini biasanya disampaikan melalui surat kabar, radio, dan yang paling sering adalah melalui media sosial seperti *facebook* dan *twitter*.

## 10. Membuat *media mapping*

Selanjutnya, staf humas di PLN DJTY juga memiliki *media mapping* tersendiri. Dalam kinerjanya, humas membuat *media mapping* baik itu media cetak ataupun media elektronik. Media elektronik terdiri atas televisi dan radio, sedangkan media cetak adalah seperti majalah dan juga surat kabar. *Mapping* surat kabar dan majalah terbagi dalam surat kabar lokal dan juga surat kabar nasional.

Menurut Supervisor humas PLN DJTY, kegiatan *media mapping* ini dilakukan untuk melihat media mana yang perlu dijangkau terlebih dahulu. *Media mapping* ini dilakukan dengan mengelompokkan media mana yang paling sering meliput atau mempublikasikan perusahaan. Sebagai contoh adalah surat kabar Kedaulatan Rakyat, Solo Pos, Tribun Jateng, Bisnis Indonesia, Jawa Pos, Koran Tempo, Media Indonesia dan *The Jakarta Post*. Media-media yang disebutkan sebelumnya adalah beberapa contoh media yang kerap menjalin hubungan dengan PLN. Bukan sekedar pemberitaan tetapi aktif dalam kegiatan-kegiatan yang diselenggarakan oleh PLN DJTY.

Selain menjalankan program kehumasan seperti yang disebutkan diatas, staf humas PLN DJTY juga memiliki prinsip untuk membangun hubungan yang baik dengan media, yaitu:

- 1) Rutin berkomunikasi dengan para wartawan

Pada saat melakukan wawancara dengan supervisor humas disebutkan bahwa humas di PLN DJTY cukup intens dalam melakukan komunikasi, baik itu saat akan

menjelang adanya *event* perusahaan ataupun hanya sekedar bertegur sapa. Selain itu juga menurutnya, divisi humas PLN DJTY dalam setiap semesternya pasti merancang kegiatan yang melibatkan media seperti kegiatan temu wartawan, silaturahmi dengan Persatuan Wartawan Indonesia (PWI), ataupun pelatihan Jurnalistik. Kegiatan seperti temu wartawan biasanya bersifat formal namun santai. Kegiatan-kegiatan seperti ini menurutnya dilakukan untuk menyampaikan kepada para wartawan bahwa mereka adalah mitra dari perusahaan dan perusahaan membutuhkan peran para wartawan.

2) Mengetahui karakter masing-masing media

Berdasarkan hasil wawancara dengan salah satu *assystant analyst* humas PLN DJTY, penulis menemukan bahwa bahwa media yang sering terlibat dengan perusahaan pasti memiliki karakter yang berbeda. Terdapat beberapa dari awak media yang bersifat acuh tak acuh saat humas mencoba untuk mendekati diri. Namun menurutnya semakin rutin humas melakukan pendekatan maka semakin gampang pula mengetahui karakteristik dari masing-masing media.

3) Menjadi mitra kerja media

Supervisor humas PLN DJTY menyampaikan bahwa selain mengenal karakter dari masing-masing media, perusahaan juga harus mampu memenuhi kebutuhan dari media tersebut. Kebutuhan media yang dimaksud dalam hal ini adalah berita. Perusahaan harus mampu menjadi sumber informasi yang bernilai berita bagi para wartawan sehingga kedua pihak yaitu perusahaan ataupun media sama-sama saling diuntungkan.

## **B. Deskripsi Partisipasi Penulis**

Dalam melaksanakan Kuliah Kerja Lapangan (KKL) penulis diterima di PT PLN (Persero) Distribusi Jawa Tengah dan D.I. Yogyakarta di Semarang. KKL dilakukan selama 6 (enam) minggu, yaitu sejak 27 Juni 2016 hingga 5 Agustus 2016. Oleh manajer bagian SDM, penulis ditempatkan di Divisi Humas yang berada di bawah naungan Manajer bagian Komunikasi, Hukum dan Administrasi Umum dan Fasilitas (MKHA). Selama pelaksanaan KKL penulis dibimbing langsung oleh Supervisor Humas yaitu Bapak Haris dan dibantu oleh *Assistant Analyst* Humas yaitu Ibu Estyning Tyas.

Keseluruhan pegawai di PLN DJTY diwajibkan untuk disiplin dalam dalam hal jam kerja termasuk juga para peserta magang dan *internship*. Selama melaksanakan KKL, penulis diwajibkan untuk hadir sebanyak 5 ( lima ) hari kerja dalam satu minggu sama hal nya dengan para pegawai PLN lainnya, yaitu setiap hari Senin hingga Jumat. Dimana pada setiap hari Senin hingga kamis jam kerja dimulai pada pada pukul 7.30 WIB dan berakhir pada pukul 16.30 WIB, berbeda dengan hari Jumat yang dimulai sejak pukul 07.00 WIB dan berakhir pad apukul 15.00 WIB. Hal ini karena setiap hari Jumat seluruh pagawai PLN serta mahasiswa *internship* diwajibkan untuk mengikuti senam pagi.

Selain disiplin jam kerja, pegawai PLN juga dituntut untuk disiplin serta rapi dalam hal berpakaian. Pada hari Senin dan Kamis setiap pegawai PLN diwajibkan untuk bekerja dengan menggunakan kemeja putih dan celana abu-abu yang telah diberikan

perusahaan, selanjutnya pada hari Selasa dan Rabu menggunakan baju kerja bebas namun rapi. Untuk hari Jumat seluruh pegawai dan peserta *internship* diwajibkan menggunakan pakaian olahraga (sopan) dan diganti dengan batik setelah selesai melakukan senam.

Dalam hal aturan berpakaian di lingkungan kerja, mahasiswa *internship* tidak diwajibkan mengikuti peraturan yang ditetapkan perusahaan. Namun dalam hal ini para mahasiswa yang sedang mengikuti *internship* diwajibkan menggunakan almamater universitasnya dan mengikuti kegiatan senam yang dilakukan setiap hari Jumat. Selain diwajibkan untuk mengikuti senam setiap hari Jumat, setiap karyawan diberikan hari libur kerja pada hari Sabtu dan Minggu.

Pada hari pertama kerja, penulis diperkenalkan oleh salah satu *Assistant Analyst* Humas kepada karyawan lainnya yang ada di bawah naungan Manajer Komunikasi, Hukum dan Administrasi Umum dan Fasilitas (MKHA) karena dalam lingkungan inilah penulis nantinya akan banyak melakukan kegiatan. Selanjutnya, oleh Supervisor Humas yang secara langsung menjadi pembimbing penulis di lapangan diperkenalkan mengenai kegiatan dan pekerjaan di divisi humas secara garis besar. Selanjutnya, setelah mendapatkan penjelasan mengenai peraturan-peraturan yang harus diikuti serta kegiatan-kegiatan yang nantinya akan dilakukan, penulis diarahkan untuk langsung ikut ambil bagian dalam tugas-tugas yang menjadi tanggung jawab divisi humas.

Saat melakukan KKL penulis menyampaikan pada pembimbing di lapangan bahwa pada dasarnya penulis hanya meneliti terkait hubungan media yang dijalankan

oleh humas PLN DJTY. Namun, mengikuti keadaan dilapangan, penulis tidak hanya ambil bagian dalam kegiatan yang melibatkan media, tetapi setiap kegiatan yang membutuhkan bantuan penulis. Hal ini juga berkaitan karena kegiatan hubungan media yang biasanya rutin dilakukan dalam waktu dekat belum dapat dilakukan karena dalam masa pergantian semester dimana pada masa ini kegiatan-kegiatan kehumasan biasanya mengalami penundaan karena menunggu koordinasi dari PLN Pusat di Jakarta.

Adapun beberapa kegiatan yang dilakukan penulis selama melaksanakan KKL adalah:

- 1) Latihan *Monitoring* (pengecekan) Pemberitaan

Hari pertama melaksanakan KKL, penulis diberikan pengarahan mengenai tatacara melakukan *media monitoring* yang didalamnya terkait berita apa saja yang dimuat media mengenai PLN, berita seperti apa yang memiliki kaitan dengan PLN dan dapat digolongkan sebagai berita yang menjadi arsip PLN. Selain itu, penulis juga diajarkan untuk melihat apa inti dari berita yang dimuat.

Penulis juga diperkenalkan tentang media mana yang perlu untuk dimonitor, dan yang rutin dilakukan adalah *monitoring* media cetak. *Monitoring* media cetak sendiri dikelompokkan atas media lokal dan media nasional. Yang termasuk ke penggolongan media lokal adalah seperti Tribun Jateng, Solo Pos, dan Kedaulatan Rakyat, sedangkan media nasional adalah seperti Bisnis Indonesia, Jawa Pos, Koran Tempo, Media Indonesia dan *The Jakarta Post*.

## 2) Kliping Berita

Kliping berita adalah kegiatan rutin yang dilakukan oleh humas di PLN DJTY. Setelah diberikan pengarahan mengenai tatacara melakukan media *monitoring* dan mengkliping penulis diberikan kesempatan untuk mempraktekkan langsung apa yang telah diajarkan. Langkah awal yang dilakukan sebelum mengkliping berita adalah dengan mengecek pemberitaan terkait PLN. Berita yang terkait dengan PLN dalam ahal ini menurut pembimbing penulis di lapangan adalah berita yang didalamnya mencantumkan nama PLN, berita tentang pembangkit listrik, kecelakaan akibat korsleting listrik, dan keluhan terkait pemadaman, subsidi listrik dan lainnya.

Selanjutnya setelah ditemukan berita seperti itu akan dilakukan pengguntingan berita. Guntingan-guntingan berita inilah yang nantinya akan dikliping dan dimasukkan dalam form kliping yang telah disediakan perusahaan. Isi dari form ini sendiri adalah judul berita, media yang memuat, berita yang terdapat pada halaman dan kolom berapa, tanggal berapa dan juga dilampirkan guntingan berita yang maksud.

## 3) *Scan* Kliping dan Mengarsip *Soft file* Kliping

Setelah keseluruhan pemberitaan pada hari tersebut masuk dalam form kliping, selanjutnya penulis diminta untuk *men-scan* kliping tersebut. *Scan-an* kliping ini nantinya akan disimpan dalam bentuk soft file dan disimpan dalam

folder yang berbeda sesuai dengan medianya. Menurut supervisor humas, langkah ini dilakukan sebagai data cadangan saat diperlukan nantinya.

Selanjutnya setelah mengarsip data yang telah *discan*, penulis diminta untuk menyebarkan hasil *scan*-an tersebut ke Supervisor Humas, *Assystant Analyst* Humas dan Deputi Manajer. Penulis diperbolehkan untuk mengakses *email* kerja milik salah seorang *assystant analyst* untuk menyampaikan hasil *scan*-an berita-berita yang ada kepada ketiga pihak diatas.

#### 4) Membuat Rekapitulasi dan Grafik Pemberitaan

Perusahaan telah menyediakan tabel dalam format *excel* yang digunakan untuk membuat rekapitulasi pemberitaan. Dari berita-berita yang telah ditemukan pada media cetak sebelumnya, penulis diminta untuk meng-*entry* berita tersebut ke dalam tabel yang ada. Adapun hal yang harus diperhatikan adalah tanggal berita, nama media yang memberitakan, halaman dan kolom, nada berita, judul berita, dan inti dari berita tersebut. Selain itu juga harus diperhatikan berita yang termasuk dalam topik yang mana karena dalam tabel ini terdapat 23 topik utama seperti terkait pemadaman, pembangkit listik, CSR, pasokan listik, tarif listik dan banyak lagi. Kegiatan rekapitulasi ini adalah salah satu kegiatan rutin yang dilakukan oleh penulis setelah klipng berita setiap harinya.

Pada setiap akhir bulan, berdasarkan hasil rekapitulasi berita setiap harinya akan dibuatkan grafik. Grafik ini memuat tentang media mana yang paling



sering melakukan pemberitaan, topik mana yang paling sering diberitakan, dan dari pemberitaan tersebut berita dengan *tone* mana yang paling tinggi jumlahnya. Selanjutnya setelah dibentuk grafik, kemudian di *print out* dan diserahkan kepada supervisor humas yang selanjutnya akan membuat surat pengantar terkait isi grafik dan akan disampaikan kepada Deputy Manajer.

Rekapitulasi pemberitaan ini tidak hanya dilakukan pada media-media cetak tetapi penulis juga diminta untuk melanjutkan rekap pada *media online* yang telah dilakukan sebelumnya oleh petugas lain di divisi humas. Selain itu penulis juga diminta untuk merekap pemberitaan tidak hanya yang terkait dengan PLN DJTY tetapi juga pemberitaan yang berkaitan dengan PLN di area bawahan PLN DJTY seperti PLN Yogyakarta, PLN Surakarta, PLN Semarang dan area lainnya.

#### 5) Publikasi Informasi Pemadaman di Media Sosial

Kegiatan mempublikasikan info pemadaman biasanya ditangani langsung oleh salah satu staf dibawah pengawasan supervisor humas, yaitu *junior analyst* humas namun dalam hal ini penulis diberikan kepercayaan untuk ikut ambil bagian. Namun penulis hanya diberikan kesempatan untuk melakukan publikasi pemadaman di media sosial karena untuk publikasi di surat kabar tergolong jarang dilakukan di PLN DJTY.

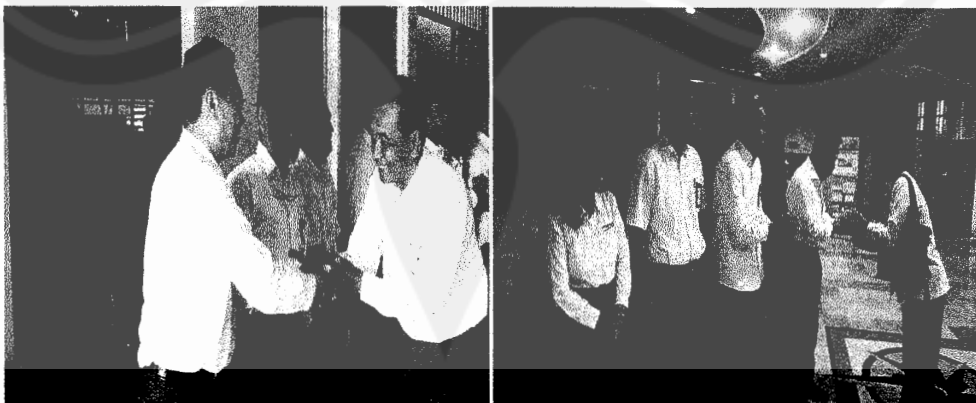
Setiap harinya, humas dari masing-masing rayon ataupun area akan menyampaikan informasi kepada PLN DJTY jika di daerahnya akan dilakukan pemadaman listrik. Baik itu pemadaman karena adanya pemeliharaan ataupun

karena adanya kerusakan instalasi. Humas dari rayon ataupun area wajib menyampaikan pemberitahuan melalui *fax* ataupun *email* humas PLN DJTY selambat-lambatnya satu hari sebelum dilaksanakannya pemadaman sehingga humas di PLN Distribusi dapat membuat pemberitahuan melalui sosial media.

Dalam melaksanakan tugas ini, penulis diminta untuk memeriksa dengan teliti *email* dari rayon atau area mana saja yang masuk setiap harinya dan wilayah mana dari rayon tersebut yang akan terkena dampak pemadaman. Yang disampaikan dalam publikasi pemadaman listrik ini adalah, waktu pemadaman, alasan pemadaman, dan area spesifik yang terkena dampak pemadaman. Publikasi informasi pemadaman ini dilakukan setiap harinya pada jam 4 sore sehingga masyarakat dapat melihat wilayah mana saja yang mengalami pemadaman listrik keesokan harinya dan dapat membuat persiapan.

#### 6) Mengikuti Halal Bihalal Karyawan PLN DJTY

Gambar 3.1 Halal Bihalal Karyawan PLN DJTY



Sumber: Dokumen Perusahaan,2016

Setelah libur selama satu minggu dalam rangka menyambut Hari Raya Idul Fitri, PLN DJTY mengadakan kegiatan halal bihalal yang melibatkan seluruh karyawan, *outsourcing*, peserta magang dan mahasiswa *internship*. Kegiatan ini sendiri berlangsung sejak pukul 08.00 hingga pukul 12.00 WIB. Seluruh warga PLN diundang untuk hadir dalam kegiatan ini, namun tidak dipaksakan ikut ibadah untuk para karyawan yang non muslim. Setelah selesai ibadah dan pengajian, perusahaan menyuguhkan hidangan sebagai simbol dari lebaran di perusahaan.

Selain untuk merayakan Idul Fitri, kegiatan ini menurut Humas PLN DJTY juga bertujuan untuk mempererat hubungan antara sesama karyawan di PLN. Melalui acara ini diharapkan membangun semangat yang baru bagi para karyawan dalam melaksanakan pekerjaannya.

#### 7) Mengarsip *press release*

Pembuatan *press release* atau siaran pers biasanya dilakukan jika perusahaan akan mengadakan suatu kegiatan atau ada kebijakan baru dari pemerintah. Pembuat *press release* ini biasanya dilakukan oleh salah satu *junior analyst* humas dan dikonsultasikan dengan supervisor. Namun pada saat penulis melaksanakan KKL bertepatan dengan masa transisi semester I (januari hingga juni) dengan semester kedua (juli hingga desember) sehingga belum banyak program yang menuntut adanya *press release*. Beberapa kegiatan yang membutuhkan *press release* juga langsung ditangani oleh *junior analyst* humas

dan penulis hanya diberikan petunjuk-petunjuk membuat *press release*. Oleh sebab itu, pembimbing di lokasi KKL memberikan hanya tugas untuk mengarsip *press release* yang ada sejak januari kepada supervisor dalam bentuk print out sebagai arsip.

Kegiatan ini sendiri dilakukan dengan mengumpulkan semua *press release* yang telah dikirimkan kepada media sejak januari hingga juni yang masih berbentuk *soft file* dan kemudian di *print out*. Setelah di *print out* selanjutnya kumpulan *press release* ini dimasukkan dalam satu stop map dan diserahkan langsung kepada supervisor.

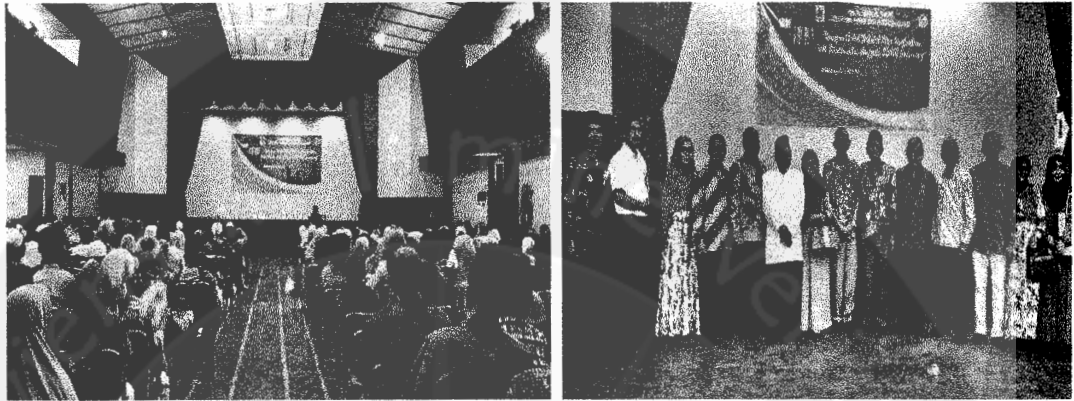
8) Memantau Keaktifan Media Sosial oleh PLN di Area dan Rayon

Kegiatan memantau keaktifan penggunaan media sosial ini memang kegiatan rutin tetapi bukan harian tetapi biasanya dilakukan setiap akhir bulannya. Yang diamati dalam hal ini adalah apakah informasi yang dipublikasikan di media sosial adalah info terbaru, kapan terakhir kali informasinya diperbarui, dan apa saja info yang disampaikan selama satu bulan terakhir.

Kegiatan pemantauan ini menurut staf humas PLN DJTY dilakukan untuk melihat apakah media sosial di kantor area ataupun rayon penggunaannya telah efektif atau belum. Selain itu juga melalui media sosial ini dilihat apakah humasnya juga aktif memberikan tanggapan akan pertanyaan-pertanyaan masyarakat atau tidak.

## 9) Halal Bihalal Ikatan Keluarga Pensiunan PLN (IKPLN)

Gambar 3.2 Halal Bihalal IKPLN



Sumber: Dokumentasi Perusahaan, 2016

Selain membuat program untuk mempererat hubungan di antara sesama karyawan, PLN juga mengusung program yang mempererat hubungan antara sesama pensiunan karyawan PLN. Untuk itulah secara rutin setiap tahunnya setelah menyambut Hari Raya Idul Fitri diadakan Halal Bihalal IKPLN. Acara ini diadakan di salah satu gedung milik PLN di Semarang yang melibatkan pensiunan PLN dari Kantor PLN Distribusi hingga Rayon dan Area.

Dalam kesempatan ini penulis dilibatkan langsung menjadi bagian dokumentasi didampingi oleh staf dokumentasi dari pihak PLN DJTY. Penulis diminta untuk mendokumentasikan seputar acara yang berlangsung mulai dari penyampaian *tausiyah* dari pemuka agama hingga penutupan acara. Adapun dokumentasi dari keseluruhan rangkaian acara selanjutnya diserahkan kepada bagian *assystant officer* dokumentasi dan perpustakaan.

## **C. Analisis Hasil Pelaksanaan KKL**

### **1. Analisis Konsep Humas di PLN DJTY**

Frank Jefkins (1995:9) menyampaikan pendapatnya mengenai definisi dari *Public Relations* yaitu sesuatu yang merangkum keseluruhan komunikasi yang terencana, baik itu ke dalam maupun ke luar, antara satu organisasi dengan semua khalayaknya dalam rangka mencapai tujuan-tujuan spesifik yang berlandaskan saling pengertian. Sejalan dengan hal itu, Humas di PLN DJTY melalui supervisor humas menjelaskan bahwa humas di PLN DJTY adalah suatu divisi yang penugasannya berkaitan dengan kegiatan untuk mengelola terjalannya hubungan baik dengan pihak internal dan terutama eksternal perusahaan melalui jalur komunikasi. Kegiatan-kegiatan kehumasan yang dilakukan keseluruhannya harus melalui tahap perencanaan yang matang. Para praktisi humas harus mampu menentukan program yang dianggap sesuai dengan target perusahaan dan tujuan perusahaan melakukannya. Dalam hal ini, pihak eksternal adalah yang utama karena PLN DJTY merupakan perusahaan dengan jasa sebagai produk utamanya sehingga kepuasan pelanggan merupakan hal yang harus diutamakan.

Sesuai dengan pengamatan yang dilakukan oleh penulis selama melakukan praktik KKL dan juga melalui wawancara, humas di PLN DJTY juga merancang program-program yang berfungsi untuk memenuhi kebutuhan dari khalayaknya baik itu internal maupun eksternal. Kegiatan-kegiatan ini dilakukan dengan tujuan untuk mendekatkan perusahaan dengan publik internal dan juga publik eksternalnya.

Sebagai contoh, untuk internal perusahaan, divisi humas merancang kegiatan-kegiatan yang mempererat hubungan sesama karyawan seperti adanya program bincang-bincang pagi setiap satu bulan sekali, dan untuk eksternal seperti media dilakukan kegiatan temu wartawan dan untuk masyarakat tak jarang dilakukan kegiatan CSR. Selain itu juga bagi para pelanggannya PLN juga merancang beberapa program yang bertujuan memberikan pelayanan terbaik bagi pelanggannya seperti diberikannya pelayanan bebas tambah daya, dan layanan *call centre* 123 untuk menyampaikan keluhan-keluhannya.

Menurut Cutlip, Center & Broom (2009: 5) humas memiliki fungsi manajemen yang berguna untuk mempertahankan dan membangun hubungan yang baik dan bermanfaat antara organisasi dengan publiknya dan kesuksesan organisasi dipengaruhi publiknya. Sejalan dengan hal ini, Supervisor Humas PLN DJTY menyampaikan bahwa humas di PLN DJTY dalam kinerjanya bertugas menjaga opini publik tentang perusahaan dan membangun citra perusahaan di mata mereka. Untuk itu, pelayanan dan komunikasi yang baik dengan publik adalah hal yang diutamakan di PLN DJTY. Selain itu, Humas di PLN juga terlibat langsung dalam proses manajemen perusahaan seperti perencanaan, pengawasan, penilaian, dan evaluasi kegiatan kehumasan yang dijalankan perusahaan. Divisi humas dijadikan sebagai jembatan komunikasi antara perusahaan dengan publiknya baik itu internal maupun eksternal.

Selain fungsi manajemen humas, untuk membentuk perencanaan program-program kehumasan dibutuhkan adanya proses manajemen humas. Proses manajemen humas sendiri memiliki 4 (empat) tahapan seperti yang dijelaskan pada Bab 1 yaitu

mendefinisikan permasalahan (*fact finding*), perencanaan dan pemrograman, mengambil tindakan dan berkomunikasi, serta mengevaluasi program. Maksudnya disini adalah bahwa dalam menentukan program atau aktivitas yang akan dijalankan perusahaan harus melalui tahapan, termasuk dalam menentukan aktivitas hubungan media.

PLN DJTY dalam menentukan program kehumasan yang akan dijalankan juga melalui tahapan-tahapan yang telah disebutkan sebelumnya. Dimana pada tahap awal akan diadakan monitoring atau pengamatan terkait pandangan masyarakat terhadap perusahaan. Hal ini dilakukan untuk melihat bagaimana penilaian masyarakat tentang perusahaan sehingga perusahaan dapat menentukan program yang tepat untuk dilakukan oleh perusahaan. Setelah program terbentuk kemudian selanjutnya disampaikan kepada masyarakat. Penyampaian atau komunikasi yang dilakukan harus disesuaikan publik yang dituju sehingga publik mengerti dan dapat menerima informasi yang disampaikan perusahaan. Tahapan selanjutnya setelah program dijalankan adalah dengan melakukan evaluasi. Evaluasi ini dijalankan untuk melihat efektifitas program yang ditujukaan perusahaan kepada publiknya. Proses ini dilakukan dalam keseluruhan pemrograman kegiatan kehumasan termasuk dalam aktivitas hubungan media.

## **2. Aktivitas Hubungan Media PT PLN DJTY**

Kasali (1994:10-11) mengklasifikasikan publik dalam *Public Relations* ke dalam lima (5) kelompok, yaitu (1) Publik internal dan eksternal, (2) Publik Primer, Sekunder dan Marjinal, (3) Publik Tradisional dan Masa Depan, (4) Publik *Proponents*, *Opponents*, dan *Uncommitted*, dan (5) *Silent Majority* dan *Vocal Majority*. Berdasarkan



lima (5) klasifikasi publik tersebut, penulis menemukan bahwa media termasuk ke dalam publik eksternal di PLN DLN DJTY. Hal ini karena pengertian dari publik eksternal sendiri adalah pihak yang memiliki pengaruh terhadap perusahaan tetapi berada di luar perusahaan seperti media dan pelanggan.

Selain tergolong ke dalam publik eksternal, media juga masuk dalam publik primer di PLN DJTY. Hal ini karena seperti yang disampaikan oleh supervisor humas bahwa media dan pelanggan adalah publik yang paling penting untuk PLN mengingat PLN adalah organisasi profit dimana listrik adalah produk utamanya. Dalam hal ini pelanggan adalah sebagai konsumen dan media adalah penyampai informasi dari organisasi kepada konsumennya. Sehingga media termasuk salah satu publik yang utama bagi PLN DJTY.

MC Luhan dalam Dasrun (2012:66-67) menyebutkan bahwa media adalah perpanjangan alata indra manusia dimana melalui media manusia mendapatkan pengetahuan tentang apa saja yang dibutuhkannya. Sejalan dengan ini media di PLN DJTY juga dipandang sebagai penyampai informasi dari perusahaan kepada masyarakat. Dimana melalui media perusahaan dapat menyampaikan informasi-informasi yang dianggap penting untuk diketahui oleh masyarakat misalnya seperti tarif listrik, kebijakan baru dari pemerintah terkait kelistrikan, kegiatan-kegiatan PLN dan lainnya dimana media dapat dengan cepat menyebarkan berita dalam cakupan wilayah yang luas. Melalui media masyarakat diharapkan mampu mendapatkan informasi-informasi terkait perusahaan yang mereka butuhkan.

Dengan menggunakan media sebagai alat penyampai informasi dibutuhkan adanya hubungan yang baik antara perusahaan dengan media itu sendiri sehingga dibentuklah hubungan media. Jefkins (1995:98) menyampaikan bahwa hubungan media merupakan usaha yang dilakukan untuk mencapai publikasi atau penyiaran atas suatu informasi humas dalam rangka menciptakan pengetahuan bagi khalayaknya. Melalui media masyarakat akan mendapatkan informasi tentang kegiatan-kegiatan yang akan dijalankan perusahaan seperti misalnya CSR, PLN Peduli, atau kegiatan edukasi kelistrikan yang dilakukan ke sekolah-sekolah dan lainnya.

Berdasarkan wawancara yang dilakukan oleh penulis dengan supervisor humas, disebutkan bahwa hubungan media di PLN DJTY dipandang sebagai sebuah jalan untuk mendekatkan para awak media dengan perusahaan dengan tujuan untuk memperoleh publisitas. Salah satu staf humas menyebutkan bahwa kegiatan hubungan media kerap dijalankan di perusahaan ini. Seperti misalnya sebagai contoh adalah halal bi halal dengan para media lokal, pelatihan singkat jurnalistik, anjongsana media, dan kegiatan lain yang membuat hubungan perusahaan dengan media semakin terjalin. Hal ini sejalan juga dengan yang diungkapkan oleh Saleh (2014) bahwa hubungan media adalah alat pendukung dalam proses publikasi dalam berbagai program kerja untuk kelancaran aktivitas humas dengan publiknya. Dengan terjalinnya hubungan yang baik dengan media, PLN mengharapkan adanya publisitas atas kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan sehingga masyarakat semakin mengenal perusahaan.

Divisi humas di PLN DJTY menjalankan program-program yang berhubungan dengan media baik itu yang telah ditetapkan oleh PLN Pusat sesuai dengan Keputusan

Direksi PT PLN (Persero) No 418.K/DIR/2012 tentang pedoman pelaksanaan komunikasi perusahaan ataupun program yang dirancang khusus oleh humas di PLN DJTY. Pelaksanaan program-program ini biasanya dibagi dalam dua semester sejalan dengan masa kerja PLN yang dibagi dalam dua semester dalam setiap tahunnya dimana Januari hingga Juni adalah semester I dan Juli hingga Desember adalah semester II . Namun, kegiatan kehumasan baik itu yang berhubungan dengan hubungan media, CSR dan kegiatan lainnya akan terhambat pada saat masa transisi dari setiap semester karena pelaksanaan program dan biaya yang dikeluarkan harus menunggu koordinasi dari PLN Pusat di Jakarta.

Berdasarkan teori yang disampaikan oleh Wardhani (2008) tentang aktivitas hubungan media, penulis membandingkannya dengan yang aktivitas hubungan media yang dijalankan oleh PLN DJTY, antara lain:

a. Pengiriman Siaran Pers (*press release*)

Dalam teori yang disampaikan oleh Wardhani (2008:79) dikatakan bahwa pengiriman *press release* biasanya dilakukan oleh praktisi humas. Informasi yang ada didalamnya biasanya berisikan perkembangan organisasi, peristiwa atau kejadian tertentu, kebijakan perusahaan atau hal lain yang memiliki nilai berita. Pengiriman *press release* ini biasanya dilakukan agar khalayak mendapatkan informasi tentang perusahaan.

PLN DJTY biasanya mengirimkan *press relase* pada saat ada kegiatan tertentu yang dianggap layak untuk diinformasikan kepada masyarakat. Seperti

yang diungkapkan oleh salah satu staf humas, acara yang biasanya membutuhkan adanya *press release* adalah seperti perayaan ulangtahun perusahaan, halal bihalal dengan karyawan dan pensiunan, adanya kegiatan pelatihan jurnalistik, dan kegiatan lainnya yang penting untuk diketahui masyarakat.

Selama penulis melakukan praktik KKL, staf humas di PLN DJTY beberapa kali melakukan pengiriman *press release* kepada media, misalnya seperti saat dilakukan halal bihalal perusahaan dan kegiatan amal Lazis PLN. Menurut salah satu staf humas, pengiriman *press release* biasanya rutin dilakukan setiap ada kegiatan besar, namun kali ini terbilang jarang karena dalam masa transisi pergantian semester kerja. Dalam pembuatan *press release*, PLN telah menentukan staf mana yang menangani pembuatan *press release* sehingga penulis tidak terlibat langsung dalam pembuatannya. Penulis hanya diberikan pengetahuan dan bimbingan terkait cara membuat *press release* di PLN.

b. Menyelenggarakan *Press conference*

Wardhani (2008:124) menyebutkan bahwa *press conference* adalah sebuah pertemuan jurnalistik yang sengaja berkumpul untuk mendapatkan informasi perihal topik yang tengah dibicarakan. Selain itu juga disebutkan bahwa terdapat dua jenis *press conference* yaitu yang direncanakan dan tidak direncanakan. Dimana *press conference* yang direncanakan biasanya

membahas tentang peluncuran produk baru suatu perusahaan, *special event*, kebijakan baru dan lainnya. Sedangkan *press conference* yang tidak direncanakan adalah seperti untuk mengklarifikasi suatu masalah yang dihadapi perusahaan agar dipublikasikan oleh media.

Selama melakukan praktik KKL di PLN DJTY, penulis belum melihat adanya kegiatan *press conference* yang dijalankan oleh perusahaan baik itu *press conference* yang direncanakan ataupun tidak. Sama seperti kegiatan *press release*, supervisor humas menyampaikan bahwa PLN DJTY beberapa kali melakukan *press conference* membahas topik tertentu misalnya tentang listrik pintar, permasalahan tarif listrik dan masalah lainnya. Hanya saja saat penulis melakukan penelitian memang belum ada program untuk melaksanakan *press conference* lagi.

c. *Press Tour*

Wardhani (2008:135) menyebutkan bahwa *press tour* adalah acara yang diselenggarakan organisasi untuk memberikan kesempatan kepada wartawan mengetahui kondisi, aktivitas serta permasalahan yang dihadapi organisasi.

Saat melakukan wawancara dengan salah satu staf humas PLN DJTY mereka menyampaikan bahwa PLN DJTY sempat beberapa melakukan program *press tour*. Beberapa media lokal dan juga nasional diundang untuk datang ke gedung PLN DJTY untuk melihat langsung bagaimana lingkungan kerja PLN DJTY, melihat aktivitas para karyawannya dan segala aktivitas yang

ada didalamnya. Mereka juga menyampaikan bahwa ini memang salah satu kegiatan kehumasan yang telah dirancang oleh PLN Pusat sehingga sudah menjadi agenda kehumasan di PLN DJTY sebagai bawahan dari PLN Pusat di Jakarta.

Namun hingga akhir masa praktik KKL penulis tidak menemukan adanya kegiatan ini. Kegiatan *press tour* yang menurut perusahaan merupakan kegiatan penting untuk mempererat hubungan perusahaan dengan media nyatanya belum terlalu diajalkan dengan maksimal.

#### d. Resepsi Pers

Aktivitas hubungan media selanjutnya menurut Wardhani (2008:136) adalah resepsi pers. Resepsi pers ini dilaksanakan bersamaan dengan peristiwa-peristiwa penting organisasi. Misalnya acara ulangtahun perusahaan, buka puasa bersama dan kegiatan penting perusahaan. Dengan adanya kegiatan penting yang sedang berlangsung di perusahaan, media juga diundang untuk terlibat di dalamnya. Hal ini dilakukan guna menyampaikan kepada media bahwa media adalah pihak penting bagi perusahaan.

Dalam beberap kegiatan yang ada selama penulis melaksanakan praktik KKL, penulis menemukan bahwa PLN DJTY melibatkan media dalam beberapa acara penting yang dilakukan oleh perusahaan. Misalnya sebagai contoh adalah kegiatan halal bihalal karyawan PLN dengan pensiunan PLN (IKPLN). Dalam acara ini, humas PLN DJTY mengundang beberapa media

lokal untuk ikut bergabung didalamnya. Para wartawan dilibatkan dalam jalannya acara yang berlangsung. Supervisor humas menyampaikan hal ini dilakukan untuk menyampaikan secara tidak langsung kepada wartawan bahwa mereka adalah bagian dari PLN dan keluarga dari PLN juga.

e. *News Release Radio*

Wardhani (2008:97) menyampaikan bahwa yang menjadi kegiatan kehumasan yang berkaitan dengan hubungan media selanjutnya adalah *news release radio*. *News release radio* berkaitan dengan kegiatan memberikan informasi kepada radio. Dimana dalam memberikan berita ini humas harus memahami karakter dari radio yang dihadapinya yaitu terbatas untuk indera pendengaran. Sehingga Wardhani menyebutkan bahwa menulis berita untuk radio adalah menulis untuk telinga, untuk itu penyajian beritanya harus menggunakan bahasa yang bercerita.

Selama penulis melakukan praktik KKL di PLN DJY perusahaan belum pernah mengirimkan *news release* kepada radio. Namun, penulis melakukan wawancara dengan salah satu *junior analyst* humas dan beliau menjelaskan bahwa PLN sebenarnya cukup aktif dalam mengirimkan berita kepada radio-radio lokal dan juga aktif dalam melakukan *talk show* dengan beberapa radio. Namun, pada saat penulis melakukan KKL adalah masa dimana pergantian semester I ke semester II. Dimana dalam masa transisi seperti ini, PLN DJTY memang mengalami kesulitan dalam menjalankan kegiatan-kegiatan

kehumasan karena harus menunggu koordinasi dari kantor pusat. Menurutnya, beberapa kegiatan kehumasan lainnya juga mengalami kendala pelaksanaan pada saat masa transisi sehingga biasanya memang saat melakukan perencanaan akan dihindari untuk melakukan kegiatan pada saat masa transisi semester kerja. Sehingga penulis belum pernah terlibat langsung dalam kegiatan pembuatan *news release* radio ini.

f. Narasumber Berita

Kegiatan kehumasan terakhir yang disebutkan oleh Wardhani (2008:113) menyebutkan bahwa adalah menjadi narasumber berita. Untuk menjadi narasumber berita seorang humas harus bisa menjadi sumber berita yang dipercaya oleh media dengan menguasai masalah yang menjadi topik wawancara. Untuk itu, seorang humas wajib mempelajari dan tau dengan benar pokok permasalahan yang akan dijadikan pokok pembicaraan. Dalam kegiatan ini penulis melihat PLN DJTY menjadi sumber berita yang kebanyakan diwakilkan antara Deputi Manajer Humas atau langsung dilakukan oleh General Manajer. Namun berdasarkan pengamatan penulis, DM humas ataupun General Manajer tidak sepenuhnya menjadi nara sumber berita, tetapi hanya dilakukan pengutiban atas beberapa wawancara singkatnya saja. Berdasarkan pengamatan yang penulis lakukan dari monitoring dan kliping pemberitaanman di lapangan, PLN DJTY masih tergolong jarang menjadi narasumber utama berita suatu berita.



Berdasarkan pengamatan dan hasil wawancara penulis dengan supervisor, penulis menemukan divisi humas di PLN DJTY aktif dalam menjalankan program-program kehumasan baik itu untuk hubungannya dengan media, karyawan, dan pelanggannya. Namun demikian, karyawan dalam divisi humas ini tidak diberikan pembagian tugas dengan detail tentang staf yang khusus menangani hubungan media sehingga kerap kali memunculkan adanya tumpang tindih pekerjaan antara salah satu staf dengan staf lainnya. Pada dasarnya setiap jabatan dalam divisi humas memiliki tanggungjawab masing-masing namun setiap karyawan bekerja sama untuk menjalankan seluruh program secara bersamaan. Walau tidak diberikan pembagian tugas secara lebih khusus, hubungan PLN dengan media dapat dikelola dengan baik oleh keseluruhan staf dalam divisi humas.

## **BAB IV**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Melalui surat keputusan perusahaan tentang uraian jabatan PLN DJTY penulis menemukan bahwa Divisi Humas di PLN DJTY adalah suatu divisi yang penugasannya berkaitan dengan kegiatan untuk mengelola terjalannya hubungan baik dengan pihak internal dan eksternal perusahaan melalui jalur komunikasi. Pengelolaan hubungan dengan publik perusahaan ini dilakukan melalui program-program kehumasan yang dirancang langsung oleh para staf divisi humas sendiri. Adapun program-program yang dirancang ini akan melalui tahapan sesuai dengan prosedur pembentukan program kehumasan.

Sebagai perusahaan yang produk utamanya adalah jasa kelistrikan, maka pelanggan adalah salah satu publik utama dari PLN. Untuk menjangkau pelanggannya PLN membutuhkan media sebagai perantara penyampai pesannya. Sebagaimana yang disebutkan oleh supervisor humas bahwa media bagi PLN DJTY dipandang sebagai pihak penyampai informasi dari perusahaan kepada masyarakat. Menurutnya, melalui media perusahaan dapat menyampaikan informasi-informasi yang dianggap penting untuk diketahui oleh masyarakat. Melalui media masyarakat diharapkan mampu mendapatkan informasi-informasi terkait perusahaan yang mereka butuhkan. Selain menjadi penyampai informasi perusahaan pada publik, media memiliki peranan penting

lainnya bagi perusahaan yaitu sebagai pembentuk opini masyarakat tentang perusahaan melalui pemberitaan dan publisitas yang dilakukannya.

Berdasarkan wawancara dengan supervisor humas, penulis menemukan bahwa hubungan media di PLN DJTY dipandang sebagai sebuah jalan untuk mendekatkan dan membangun hubungan baik media dengan perusahaan. Hubungan baik dengan para media bertujuan untuk mendapatkan publisitas dari media pada saat perusahaan menjalankan program kehumasannya yang berdampak pada pembentukan opini pelanggan terhadap perusahaan. Dengan hubungan yang semakin dekat dan komunikasi yang intens ini maka tujuan mendapatkan publisitas akan dapat diperoleh.

Divisi humas PLN DJTY memiliki prinsip tersendiri dalam membangun hubungan baik perusahaan dengan para media. Yang pertama, dengan rutin berkomunikasi baik itu melalui komunikasi secara langsung atau hanya sebatas mengirim pesan singkat, kedua adalah dengan mengetahui karakter dari masing-masing media karena menurutnya setiap media memiliki karakter yang berbeda-beda, dan prinsip yang ketiga adalah dengan menjadikan media sebagai mitra kerja. Maksudnya disini adalah bahwa perusahaan harus mampu menjadi sumber informasi bagi wartawan dan perusahaan mendapatkan keuntungan berupa publisitas. Prinsip ini menurut PLN DJTY akan membantu perusahaan untuk mengelola hubungannya dengan para wartawan tetap agar tetap baik.

Selain memiliki prinsip tersendiri dalam membangun hubungan baik dengan para awak media, PLN DJTY juga memiliki program hubungan media. Pembentukan

program-program hubungan media harus melalui beberapa tahapan. Pada tahap awal perancangan program, setiap staf dalam divisi humas diberikan kesempatan untuk menyampaikan ide mereka tentang program apa yang cocok untuk dijalankan oleh organisasi untuk satu tahun masa kerja. Selanjutnya setelah program telah terpilih maka rancangan yang ada diserahkan kepada Deputi Manajer Komunikasi dan Bina Lingkungan untuk dipelajari, kemudian selanjutnya diserahkan kepada Manajer Bidang Komunikasi, Hukum dan Administrasi (MKHA) dan General Manager untuk disetujui dan dilaksanakan.

Adapun aktivitas hubungan media yang kerap dijalankan di PLN DJTY adalah seperti pengiriman siaran pers (*press release*), menyelenggarakan *press conference*, *press tour*, resepsi pers, *news release* Radio, dan menjadi narasumber berita. Kegiatan-kegiatan seperti ini adalah kegiatan yang rutin dijalankan organisasi dan dirancang untuk dilakukan dalam satu tahun masa kerja. Waktu pelaksanaan program-program ini akan disesuaikan dengan aktivitas kehumasan lainnya.

## **B. Saran**

Kegiatan hubungan media di PLN DJTY dilakukan mengikuti masa kerja PLN yang dibagi kedalam dua semester. Sehingga pada saat masa transisi pergantian semester, biasanya para staf humas tidak memiliki kegiatan kehumasan untuk dijalankan terutama pada hubungan media karena keseluruhan kegiatan harus menunggu dana dan koordinasi dari humas PLN Pusat di Jakarta. Penulis melihat ini

sebagai suatu kelemahan PLN DJTY. Seperti diketahui bahwa pada masa pergantian semester banyak moment yang dapat mempererat hubungan media dengan perusahaan seperti natal, tahun baru, dan kegiatan lainnya yang justru dikosongkan oleh pihak PLN.

Penulis berpendapat bahwa akan lebih baik jika pelaksanaan kegiatan kehumasan terutama program hubungan media tidak hanya bergantung pada PLN Pusat. Akan lebih baik jika dana dan beberapa kegiatan disusun khusus untuk mengisi masa-masa transisi pergantian semester kerja. Dalam hal ini para staf divisi humas dimaksudkan mempersiapkan beberapa program-program khusus yang melibatkan media di dalamnya sehingga selama masa transisi ini tidak terjadi kekosongan aktivitas kehumasan terutama di bidang hubungan medianya.

Dalam aktivitas *monitoring* pemberitaan hingga pengarsipan kliping, penulis melihat bahwa berita-berita yang dikliping hanya digunakan sebagai arsip dan tidak terlalu digunakan dalam menilai citra perusahaan dimata publiknya terutama pelanggan. Dalam hal ini, penulis beranggapan bahwa alangkah lebih baik jika kumpulan kliping-kliping ini digunakan sebagai alat memonitoring tentang pandangan publik terhadap perusahaan.

Selain itu penulis juga melihat bahwa kegiatan kehumasan di PLN ditangani oleh seluruh staf humas secara bersama. Penulis melihat bahwa tidak ada pembagian kerja khusus mengenai staf humas mana yang secara khusus menangani hubungan media walaupun perusahaan telah menjelaskan bahwa media adalah salah satu publik inti dari PLN DJTY. Misalnya sebagai contoh adalah tidak dijelaskannya staf mana

yang harus menangani kegiatan merekap pemberitaan setiap harinya sehingga kerap terjadi tumpang tindih pekerjaan antara salah satu staf dengan staf lainnya. Penulis melihat hal ini sebagai suatu hal yang dapat dijadikan sebagai suatu masukan bagi perusahaan untuk membagi staf yang ada dalam bidang masing-masing hingga setiap aktivitas memiliki penanggungjawabnya tersendiri. Perlu adanya perbaikan deskripsi kerja bagi setiap staf sehingga tidak menimbulkan pekerjaan yang tumpang tindih dalam menangani hubungan media.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, Yeni. 2009. *Peran Humas Di PT. PLN (Persero) Apj Surakarta Dalam Pelaksanaan Acara Talkshow Program Solusi di Radio RRI Surakarta*. Skripsi.Universitas Sebelas Maret, Surakarta, Indonesia.
- Ariani, Rawi. 2014. *Fungsi Public Relations di Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif*. Laporan Kuliah Kerja Lapangan. Universitas Atma Jaya Yogyakarta, Yogyakarta, Indonesia.
- Cutlip, Scott M., Allen H. Center, dan Glen M. Broom. (2009). *Effective Public Relations*. Edisi Kesembilan, Jakarta: Kencana
- Effendy, Onong Uchjana. 1992. *Hubungan Masyarakat Suatu Studi Komunikologis*. Edisi Revisi, Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Hidayat, Dasrun. 2014. *Media Public Relations: Pendekatan Studi Kasus Cyber Public Relations Sebagai Metode Kerja PR Digital*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Iriantara, Yosol. 2011. *Media Relations: Konsep, Pendekatan, dan Praktik*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Jefkins, Frank. 1995. *Public Relations*. Edisi Keempat, Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kasali, Rhenald. 1994. *Manajemen Public Relations: Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta: Pustaka Utama Grafiti
- Nitbani, Acista. 2013. *Fungsi Public Relations di Direktorat Jenderal ASEAN dan Kementerian Luar Negeri*. Laporan Kuliah Kerja Lapangan. Universitas Atma Jaya Yogyakarta, Yogyakarta, Indonesia.
- Perusahaan Listrik Negara. 2009. *Sejarah Perusahaan Listrik Negara (PLN)*. Jakarta: PT PLN (Persero)
- PLN Distribusi Jawa Tengah dan Yogyakarta. 2014. *Buku Statistik PLN DJTY*. Semarang: PT PLN (Persero) Distribusi Jawa Tengah dan Yogyakarta
- Poedjiastuti, Dewi. 2005. *Peran biro hubungan masyarakat dalam koalisi dominan pada Badan Usaha Milik Negara (BUMN) : (studi kasus PT. Asuransi Jasa Indonesia)*. Disertasi Akademik. Universitas Indonesia, Jakarta, Indonesia.
- Ruslan, Rosady. 2012. *Manajemen Public Relations dan Manajemen Komunikasi, Konsep dan Aplikasinya*. Edisi Revisi, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Wardhani, Diah. 2008. *Media Relations: Sarana membangun reputasi organisasi*. Edisi Pertama, Yogyakarta: Graha Ilmu.

## Sumber Online

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 19 Tahun 2003 tentang BUMN. 2003. Diakses pada 23 April 2016, dari <http://www.jdih.kemenkeu.go.id/fullText/2003/19Tahun2003UU.HTM>

Perusahaan Listrik Negara. 2010. Sejarah Perusahaan Listrik Negara (PLN). Jakarta: PT PLN (Persero)

*Profil PT PLN Persero*. Website PT PLN. Diakses pada 05 Agustus 2016, dari <http://www.pln.co.id/2011/03/profil-perusahaan/>

Saleh, Muwafik. 2014. Dasar PR: Media Relations . Diakses pada 24 April 2016, dari <http://muwafikcenter.lecture.ub.ac.id/2014/04/media-relations/>

*Sejarah PT PLN Persero*. Website PT PLN. Diakses pada 23 Juli 2016, dari <http://www.pln.co.id/>





LAMPIRAN



**PT PLN (Persero)**  
**DISTRIBUSI JAWA TENGAH DAN D.I. YOGYAKARTA**

Jl. Teuku Umar No. 47 Semarang, 50234

Telp. : 024-8411991 (hunting)

Fac : 024-8412268

Website : [www.pln.co.id/disjateng/](http://www.pln.co.id/disjateng/)

Kotak Pos :-

E-Mail : [plnjatengdiy@pln.co.id](mailto:plnjatengdiy@pln.co.id)

Nomor : 0388 /SDM.03.02/DJTY/2016 15 Juni 2016

SuratSdr. No : 715/KKL/16

Lampiran : -

Sifat : -

Perihal : Persetujuan Permohonan  
Magang

Kepada :

UNIVERSITAS ATMA JAYA  
YOGYAKARTA

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu politik

Jl. Babarsari No. 06

Yogyakarta 55281

Menindak lanjuti permohonan magang yang disampaikan oleh mahasiswa UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, atas nama :

1. Sika Saputry BR Girsang NIM. 120947770

maka dengan ini permohonan magang di Kantor PT PLN (Persero) Distribusi Jawa Tengah dan D.I.Yogyakarta dapat disetujui, dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Siswa yang bersangkutan tidak diperkenankan menyampaikan data atau informasi yang berhubungan dengan rahasia perusahaan kepada pihak luar yang tidak berkepentingan atau tanpa ijin dari perusahaan.
2. Pelaksanaan magang dilakukan mulai tanggal 15 Juni – 15 Juli 2016.
3. Sebelum melaksanakan magang diharapkan agar yang bersangkutan terlebih dahulu melengkapi administrasi di Bidang Pengembangan SDM PT PLN (Persero) Distribusi Jawa Tengah dan D.I.Yogyakarta.

Demikian disampaikan, atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

an. MANAJER SDM & ORGANISASI  
SDM. PENGEMBANGAN SDM



ARIE YUDI PRAKOSA



**PT. PLN (Persero)**  
**DISTRIBUSI JAWA TENGAH DAN DI. YOGYAKARTA**



## SURAT KETERANGAN

No : 0076.Skt/SDM.03.02/DJTY/2016

Yang bertanda tangan dibawah ini menerangkan bahwa pemegang surat keterangan tersebut dibawah ini :

Nama : SIKA SAPUTRY BR GIRLANG.

NIM/NIS : 120904770

Perguruan Tinggi/Sekolah : UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

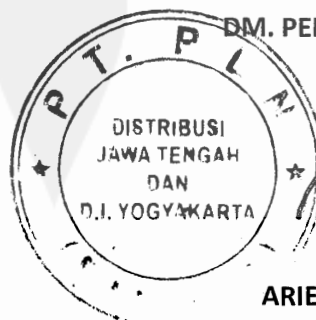
Telah melaksanakan magang di PT PLN (Persero) Distribusi Jawa Tengah & DI. Yogyakarta pada 27 Juni – 05 Agustus 2016 2016.

Demikian surat keterangan ini dibuat, untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Semarang, 02 Agustus 2016

an. MANAJER SDM DAN ORGANISASI

DM. PENGEMBANGAN SDM



*[Handwritten Signature]*  
**ARIEF YUDI PRAKOSA**

**DAFTAR NILAI PRAKTEK KERJA LAPANGAN  
(LIST VALUE ON THE JOB TRAINING)**

ASPEK YANG DINILAI / ASPECT IN THE VALUE		TINGKAT PENCAPAIAN / LEVEL REACHABLE
<b>I</b>	<b>KEPRIBADIAN / PERSONALITY</b>	
1	Disiplin waktu / Time Discipline	93
2	Kemampuan Kerja dan Motifasi / Wish Work and Motivation	86
3	Kualitas kerja / Work Quality	90
4	Inisiatif dan Kreatifitas / Initiative and Creativity	85
5	Perilaku / Behavior	95
<b>II</b>	<b>PENGUASAAN KETRAMPILAN / SKILL ABILITY</b>	
1	Kemampuan Memahami Pekerjaan / Capacity to Understand a Work	95
2	Kecepatan dan Kecekatan Melaksanakan Pekerjaan / Velocity and Ability to do a Work	96
3	Kerapian dan Ketelitian Melakukan Pekerjaan / Neatness and Accuracy to do a Work	94
4	Kuantitas dan Kualitas Hasil Kerja / Quality and Quantity Result a work	94
Jumlah / Total : 831		
Rata – rata / Everage : 92,3		

Tingkat Pencapaian / Level reachable : **SANGAT BAIK / VERY GOOD**

Keterangan / Explanation :

- A. Sangat Baik / Very Good (90,01 – 100,00)
- B. Baik / Good (80,01 – 90,00)
- C. Cukup / Quite (71,01 – 80,00)
- D. Kurang / Not Quite (<70,00)

**DAFTAR AKTIVITAS MAGANG HARIAN**  
**Periode 27 Juni – 05 Agustus 2016**

NO.	Hari & Tanggal	Jenis Kegiatan
1	Senin, 27 Juni 2016	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Mengkliping berita di Koran lokal Jawa Tengah maupun Nasional yang berkaitan dengan PLN/kelistrikan</li> </ul>
2	Selasa, 28 Juni 2016	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Mengkliping berita di Koran lokal Jawa Tengah maupun Nasional yang berkaitan dengan PLN/kelistrikan</li> <li>▪ Meng-entry hasil kliping berita ke dalam <i>form</i> excel dan membuat grafik pemberitaan</li> </ul>
3	Rabu, 29 Juni 2016	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Mengkliping berita di Koran lokal Jawa Tengah maupun Nasional yang berkaitan dengan PLN/kelistrikan</li> <li>▪ Meng-entry hasil kliping berita ke dalam <i>form</i> excel dan membuat grafik pemberitaan</li> <li>▪ Merekap berita online pada bulan Mei per Area</li> </ul>
4	Kamis, 30 Juni 2016	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Mengkliping berita di Koran lokal Jawa Tengah maupun Nasional yang berkaitan dengan PLN/kelistrikan</li> <li>▪ Meng-entry hasil kliping berita ke dalam <i>form</i> excel dan membuat grafik pemberitaan</li> </ul>
5	Jumat, 1 Juli 2016	<p>Media Monitoring</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Mengkliping berita di Koran lokal Jawa Tengah maupun Nasional yang berkaitan dengan PLN/kelistrikan</li> <li>▪ Meng-entry hasil kliping berita ke dalam <i>form</i> excel dan membuat grafik pemberitaan</li> <li>▪ Scan, pengarsipan, menyerahkan softfile &amp; hardfile guntingan koran kepada pihak Humas PLN.</li> </ul>

**DAFTAR AKTIVITAS MAGANG HARIAN**  
**Periode 27 Juni – 05 Agustus 2016**

6	Senin, 11 Juli 2016	<p>Media Monitoring</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Mengkliping berita di Koran lokal Jawa Tengah maupun Nasional selama libur Lebaran (tanggal 2-11 Juli 2016) yang berkaitan dengan PLN/kelistrikan</li> <li>▪ Meng-<i>entry</i> hasil kliping berita ke dalam <i>form excel</i> dan membuat grafik pemberitaan</li> <li>▪ Scan, pengarsipan, menyerahkan <i>softfile &amp; hardfile</i> guntingan koran kepada pihak Humas PLN</li> </ul>
7	Selasa, 12 Juli 2016	<p>Media Monitoring</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Mengkliping berita di Koran lokal Jawa Tengah maupun Nasional yang berkaitan dengan PLN/kelistrikan</li> <li>▪ Meng-<i>entry</i> hasil kliping berita ke dalam <i>form excel</i> dan membuat grafik pemberitaan</li> <li>▪ Scan, pengarsipan, menyerahkan <i>softfile &amp; hardfile</i> guntingan koran kepada pihak Humas PLN</li> </ul>
8	Rabu, 13 Juli 2016	<p>a. Media Monitoring</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Mengkliping berita di Koran lokal Jawa Tengah maupun Nasional yang berkaitan dengan PLN/kelistrikan</li> <li>▪ Meng-<i>entry</i> hasil kliping berita ke dalam <i>form excel</i> dan membuat grafik pemberitaan</li> <li>▪ Scan, pengarsipan, menyerahkan <i>softfile &amp; hardfile</i> guntingan koran kepada pihak Humas PLN</li> </ul> <p>b. Mengunjungi Perpustakaan PT. PLN Disjateng, mempelajari buku-buku &amp; laporan mengenai PT. PLN &amp; Kelistrikan.</p> <p>c. Mengarsip <i>press release</i></p>
9	Kamis, 14 Juli 2016	a. Media Monitoring

**DAFTAR AKTIVITAS MAGANG HARIAN**  
**Periode 27 Juni – 05 Agustus 2016**

		<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Mengkliping berita di Koran lokal Jawa Tengah maupun Nasional yang berkaitan dengan PLN/kelistrikan</li> <li>▪ Meng-<i>entry</i> hasil kliping berita ke dalam <i>form excel</i> dan membuat grafik pemberitaan</li> <li>▪ Mengelompokkan berita sesuai dengan kategori &amp; regionalnya</li> <li>▪ Scan, pengarsipan, menyerahkan <i>softfile &amp; hardfile</i> guntingan koran kepada pihak Humas PLN</li> <li>▪ Rekap berita minggu terakhir bulan juni di media <i>online</i></li> </ul> <p>b. Mempelajari Buku Panduan Protokol PT. PLN.</p>
10	Jumat, 15 Juli 2016	<p>a. Media Monitoring</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Mengkliping berita di Koran lokal Jawa Tengah maupun Nasional yang berkaitan dengan PLN/kelistrikan</li> <li>▪ Meng-<i>entry</i> hasil kliping berita ke dalam <i>form excel</i> dan membuat grafik pemberitaan</li> <li>▪ Scan, pengarsipan, menyerahkan <i>softfile &amp; hardfile</i> guntingan koran kepada pihak Humas PLN</li> <li>▪ Mengelompokkan berita sesuai dengan kategori &amp; regionalnya</li> </ul> <p>b. Mengamati Persiapan acara “Halal Bihalal” PLN Disjateng.</p>
11	Senin, 18 Juli 2015	<p>a. Media Monitoring</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Mengkliping berita di Koran lokal Jawa Tengah maupun Nasional yang berkaitan dengan PLN/kelistrikan</li> <li>▪ Meng-<i>entry</i> hasil kliping berita ke dalam <i>form excel</i> dan membuat grafik pemberitaan</li> </ul>

**DAFTAR AKTIVITAS MAGANG HARIAN**  
**Periode 27 Juni – 05 Agustus 2016**

		<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Scan, pengarsipan, menyerahkan <i>softfile &amp; hardfile</i> guntingan koran kepada pihak Humas PLN</li> <li>▪ Mengelompokkan berita sesuai dengan kategori &amp; regionalnya</li> </ul> <p>b. Mengikuti acara “Halal Bihalal” PLN Disjateng bersama seluruh karyawan.</p>
12	Selasa, 19 Juli 2016	<p>a. Media Monitoring</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Mengkliping berita di Koran lokal Jawa Tengah maupun Nasional yang berkaitan dengan PLN/kelistrikan</li> <li>▪ Meng-<i>entry</i> hasil kliping berita ke dalam <i>form excel</i> dan membuat grafik pemberitaan</li> <li>▪ Scan, pengarsipan, menyerahkan <i>softfile &amp; hardfile</i> guntingan koran kepada pihak Humas PLN</li> <li>▪ Mengelompokkan berita sesuai dengan kategori &amp; regionalnya</li> </ul> <p>b. Membuat pengumuman pemadaman listrik untuk daerah Jateng &amp; DI. Yogyakarta</p> <p>c. Memposting pengumuman pemadaman listrik untuk daerah Jateng &amp; DI. Yogyakarta.</p>
13	Rabu, 20 Juli 2016	<p>Media Monitoring</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Mengkliping berita di Koran lokal Jawa Tengah maupun Nasional yang berkaitan dengan PLN/kelistrikan</li> <li>▪ Meng-<i>entry</i> hasil kliping berita ke dalam <i>form excel</i> dan membuat grafik pemberitaan</li> <li>▪ Scan, pengarsipan, menyerahkan <i>softfile &amp; hardfile</i> guntingan koran kepada pihak Humas PLN</li> <li>▪ Mengelompokkan berita sesuai dengan kategori &amp; regionalnya.</li> </ul>



**DAFTAR AKTIVITAS MAGANG HARIAN**  
**Periode 27 Juni – 05 Agustus 2016**

14	Kamis, 21 Juli 2016	<p>Media Monitoring</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Mengkliping berita di Koran lokal Jawa Tengah maupun Nasional yang berkaitan dengan PLN/kelistrikan</li> <li>▪ Meng-<i>entry</i> hasil kliping berita ke dalam <i>form excel</i> dan membuat grafik pemberitaan</li> <li>▪ Scan, pengarsipan, menyerahkan <i>softfile &amp; hardfile</i> guntingan koran kepada pihak Humas PLN</li> <li>▪ Mengelompokkan berita sesuai dengan kategori &amp; regionalnya.</li> </ul>
15	Jumat, 22 Juli 2016	<p>a. Media Monitoring</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Mengkliping berita di Koran lokal Jawa Tengah maupun Nasional yang berkaitan dengan PLN/kelistrikan</li> <li>▪ Meng-<i>entry</i> hasil kliping berita ke dalam <i>form excel</i> dan membuat grafik pemberitaan</li> <li>▪ Scan, pengarsipan, menyerahkan <i>softfile &amp; hardfile</i> guntingan koran kepada pihak Humas PLN</li> <li>▪ Mengelompokkan berita sesuai dengan kategori &amp; regionalnya</li> </ul> <p>b. Membuat dan <i>posting</i> pengumuman pemadaman listrik untuk daerah Jateng &amp; DI. Yogyakarta (tanggal 23-25 Juli 2016)</p>
16	Senin, 25 Juli 2016	<p>a. Media Monitoring</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Mengkliping berita di Koran lokal Jawa Tengah maupun Nasional yang berkaitan dengan PLN/kelistrikan (tanggal 23 – 24 Juli 2016)</li> <li>▪ Meng-<i>entry</i> hasil kliping berita ke dalam <i>form excel</i> dan membuat grafik pemberitaan</li> </ul>

**DAFTAR AKTIVITAS MAGANG HARIAN**  
**Periode 27 Juni – 05 Agustus 2016**

		<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Scan, pengarsipan, menyerahkan <i>softfile &amp; hardfile</i> guntingan koran kepada pihak Humas PLN</li> <li>▪ Mengelompokkan berita sesuai dengan kategori &amp; regionalnya.</li> </ul>
17	Selasa, 26 Juli 2016	<p>Media Monitoring</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Mengkliping berita di Koran lokal Jawa Tengah maupun Nasional yang berkaitan dengan PLN/kelistrikan</li> <li>▪ Meng-<i>entry</i> hasil kliping berita ke dalam <i>form excel</i> dan membuat grafik pemberitaan</li> <li>▪ Scan, pengarsipan, menyerahkan <i>softfile &amp; hardfile</i> guntingan koran kepada pihak Humas PLN</li> <li>▪ Mengelompokkan berita sesuai dengan kategori &amp; regionalnya</li> </ul>
18	Rabu, 27 Juli 2016	<ol style="list-style-type: none"> <li>a. Mengelompokkan berita sesuai dengan kategori &amp; regionalnya</li> <li>b. Menghadiri acara “Halal Bihalal Ikatan Keluarga PLN”</li> <li>c. Membantu mendokumentasikan acara “Halal Bihalal Ikatan Keluarga PLN”</li> <li>d. Membuat dan <i>posting</i> pengumuman pemadaman listrik untuk daerah Jateng &amp; DI. Yogyakarta di media sosial.</li> </ol>
19	Kamis, 28 Juli 2016	<ol style="list-style-type: none"> <li>a. Media Monitoring <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Mengkliping berita di Koran lokal Jawa Tengah maupun Nasional yang berkaitan dengan PLN/kelistrikan</li> <li>▪ Meng-<i>entry</i> hasil kliping berita ke dalam <i>form excel</i> dan membuat grafik pemberitaan</li> <li>▪ Scan, pengarsipan, menyerahkan <i>softfile &amp; hardfile</i></li> </ul> </li> </ol>

**DAFTAR AKTIVITAS MAGANG HARIAN**  
**Periode 27 Juni – 05 Agustus 2016**

		<p>guntingan koran kepada pihak Humas PLN</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Mengelompokkan berita sesuai dengan kategori &amp; regionalnya</li> </ul> <p>b. Membuat dan <i>posting</i> pengumuman pemadaman listrik untuk daerah Jateng &amp; DI. Yogyakarta di media sosial.</p>
20	Jumat, 29 Juli 2016	<p>a. Media Monitoring</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Mengkliping berita di Koran lokal Jawa Tengah maupun Nasional yang berkaitan dengan PLN/kelistrikan</li> <li>▪ Meng-<i>entry</i> hasil kliping berita ke dalam <i>form excel</i> dan membuat grafik pemberitaan</li> <li>▪ Scan, pengarsipan, menyerahkan <i>softfile &amp; hardfile</i> guntingan koran kepada pihak Humas PLN</li> <li>▪ Mengelompokkan berita sesuai dengan kategori &amp; regionalnya</li> </ul> <p>b. Membuat dan <i>posting</i> pengumuman pemadaman listrik untuk daerah Jateng &amp; DI. Yogyakarta (untuk tanggal 29 Juli – 1 Agustus 2016) di media sosial.</p>
21	Senin, 1 Agustus 2016	<p>Media Monitoring</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Mengkliping berita di Koran lokal Jawa Tengah maupun Nasional yang berkaitan dengan PLN/kelistrikan</li> <li>▪ Meng-<i>entry</i> hasil kliping berita ke dalam <i>form excel</i> dan membuat grafik pemberitaan</li> <li>▪ Scan, pengarsipan, menyerahkan <i>softfile &amp; hardfile</i> guntingan koran kepada pihak Humas PLN</li> <li>▪ Mengelompokkan berita sesuai dengan kategori &amp; regionalnya</li> </ul>

**DAFTAR AKTIVITAS MAGANG HARIAN**  
**Periode 27 Juni – 05 Agustus 2016**

22	Selasa, 2 Agustus 2016	<p>Media Monitoring</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Mengkliping berita di Koran lokal Jawa Tengah maupun Nasional yang berkaitan dengan PLN/kelistrikan</li> <li>▪ Meng-<i>entry</i> hasil kliping berita ke dalam <i>form excel</i> dan membuat grafik pemberitaan</li> <li>▪ Scan, pengarsipan, menyerahkan <i>softfile &amp; hardfile</i> guntingan koran kepada pihak Humas PLN</li> <li>▪ Mengelompokkan berita sesuai dengan kategori &amp; regionalnya</li> </ul>
23	Rabu, 3 Agustus 2016	<p>a. Media Monitoring</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Mengkliping berita di Koran lokal Jawa Tengah maupun Nasional yang berkaitan dengan PLN/kelistrikan</li> <li>▪ Meng-<i>entry</i> hasil kliping berita ke dalam <i>form excel</i> dan membuat grafik pemberitaan</li> <li>▪ Scan, pengarsipan, menyerahkan <i>softfile &amp; hardfile</i> guntingan koran kepada pihak Humas PLN</li> <li>▪ Mengelompokkan berita sesuai dengan kategori &amp; regionalnya</li> </ul> <p>b. Membuat dan posting pengumuman pemadaman listrik untuk daerah Jateng &amp; D.I. Yogyakarta di media sosial.</p>
24	Kamis, 4 Agustus 2016	<p>a. Media Monitoring</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Mengkliping berita di Koran lokal Jawa Tengah maupun Nasional yang berkaitan dengan PLN/kelistrikan</li> <li>▪ Meng-<i>entry</i> hasil kliping berita ke dalam <i>form excel</i> dan membuat grafik pemberitaan</li> <li>▪ Scan, pengarsipan, menyerahkan <i>softfile &amp; hardfile</i></li> </ul>


**DAFTAR AKTIVITAS MAGANG HARIAN**  
**Periode 27 Juni – 05 Agustus 2016**

		<p>guntingan koran kepada pihak Humas PLN</p> <ul style="list-style-type: none"><li>▪ Mengelompokkan berita sesuai dengan kategori &amp; regionalnya</li><li>▪ Melakukan rekap tentang <i>trending topic</i> &amp; region selama satu minggu ( 25 - 31 Juli 2016).</li></ul> <p>b. Memantau keaktifan media sosial (Twitter &amp; facebook) pada seluruh rayon dan area di wilayah Jawa Tengah &amp; D.I. Yogyakarta.</p>
25	Jumat, 5 Agustus 2016	<p>a. Media Monitoring</p> <ul style="list-style-type: none"><li>▪ Mengkliping berita di Koran lokal Jawa Tengah maupun Nasional yang berkaitan dengan PLN/kelistrikan</li><li>▪ Meng-<i>entry</i> hasil kliping berita ke dalam <i>form excel</i> dan membuat grafik pemberitaan</li><li>▪ Scan, pengarsipan, menyerahkan <i>softfile</i> &amp; <i>hardfile</i> guntingan koran kepada pihak Humas PLN</li><li>▪ Mengelompokkan berita sesuai dengan kategori &amp; regionalnya</li></ul> <p>b. Membuat dan <i>posting</i> pengumuman pemadaman listrik untuk daerah Jateng &amp; D.I. Yogyakarta di media sosial</p>

Semarang, 05 Agustus 2016

Mengetahui,

Supervisor Humas & Protokol

  
Haris

**REKAPITULASI JENIS PERMASALAHAN BERITA SURAT KABAR TENTANG PT. PLN (Persero)**

**BULAN JULI 2016**

NO	Jenis Permasalahan	angka	Media	Halaman/	Tone			Judul berita	Deskripsi
					+	N	-		
1	Pemadaman	26	Suara Merdeka	27/5	0	0	1	Listrik di Sayung Sering Mati	Warga menanyakan tentang seringnya listrik mati pada malam hari di Kecamatan Sayung sehingga mengganggu aktivitas warga.
		29	Kompas	11/1	0	1	0	PLN Melakukan Pemadaman Listrik	PT PLN Persero Rayon Surakarta akan melakukan pemadaman sementara pada hari Jumat. Pemadaman dilakukan untuk keperluan pemeliharaan jaringan.
2	Pembacaan Meter								
3	Pelayanan PD/ PB	20	Tribun	2/2-3	0	1	0	Perubahan Daya Listrik Masih Bisa Dilayani	Perubahan Daya Listrik dari 3500 menjadi 5500 menggunakan kWh meter paska bayar masih bisa dilayani.
		29	Koran Tempo	3/2	1	0	0	Contact Centre PLN 123	PLN memberikan layanan selama 24 jam untuk kemudahan Pemasangan Baru, Penambahan Daya, Sambungan Sementara, Pengaduan Listrik dan Cek Tagihan.
4	Pelayanan Loker								
5	Listrik Pedesaan	18	Bisnis Indonesia	23/1-3	1	0	0	Program Indonesia Terang Proyek Didanai Lintas Kementerian	Pemerintah akan berkoordinasi dalam menyediakan dana yang dibutuhkan untuk program Indonesia Terang bagi pemenuhan listrik di desa terpencil. Menurut Menteri ESDM seluruh program yang bertujuan melistriki desa-desa terpencil dari berbagai kementerian akan dimasukkan kedalam Program Indonesia Terang.
		22	Jawa Pos	8&1&5-7	0	0	1	Petir Menyambar, Desa Gelap Gulita	Wonosobo, Desa Kalidadap, kecamatan Wadaslintang akan mengalami mati lampu setiap ada petir menyambar. Lampu akan kembali pulih 3-4 jam kemudian. Akibat terlalu sering mengalami padam listrik, sejumlah warga terpaksa membeli genset.
6	P2TL	14	Media Indonesia	22/4-5	0	0	1	Gedung Pemuda terlantar Habis Dijarah Pencuri	Gedung Graha Pemuda Herlan Agus Salim milik KNPI Kalimantan Timur habis dijarah pencuri. Instalasi listrik dan genset dengan kekuatan 250.000KVA ikut raib dalam kejadian ini.
7	Oknum Petugas PLN								
		14	Jawa Pos	4/3	0	0	1	Tiang Listrik Mendadak 'Tumbuh' Di Depan Rumah	Warga mengeluh menemukan tiang listrik baru yang dipasang persis di depan rumah. Hingga saat ini komplain yang disampaikan belum ditanggapi dari pihak PLN.

8	Asset PLN/Tiang Listrik/Meter Listrik							Baru	terlalu dekat dengan permukiman warga dan warga tidak pernah diberi sosialisasi tentang pendirian tiang tersebut.	
		16	Kedaulatan Rakyat	1 & 7/ 2-6, 3-5	0	1	0	0	KRL Yogya-Solo beroperasi 2019	Sebanyak 8000 tiang listrik untuk pembangunan jalur KRL yang sudah didatangkan di Solo terpaksa belum dapat digunakan. Rencana pembangunan infrastruktur ini tersendat lantaran anggaran dari Kementerian Perhubungan dialihkan ke pos lain
		19	Jawa Pos	4/4-5	1	0	0	0	Pemasangan Tiang Listrik Sudah Melalui Prosedur	Pihak PLN Area Surabaya menanggapi keluhan Elita Josephin mengenai penempatan tiang listrik didepan rumahnya. Pihak PLN menyampaikan bahwa penempatan listik dilokasi tersebut untuk keperluan peningkatan mutu dan keandalan aliran listrik disekitar Semolowaru.
		26	Jawa Pos	4/1-2	0	0	1	Minta Geser Tiang Listrik	Warga jalan Brigjen Katamso,Sidoarjo menyampaikan permintaan agar pihak PLN segera memindahkan tiang lampu penerangan jalan. Karena akan mendirikan bangunan di lahan tersebut.	
9	Tunggakan	9	Solo Pos	XII/5-6	0	0	1	Tunggakan Pembayaran,Aliran Listrik 13.003 Pelanggan Terancam Diputus	Sebanyak 13.003 pelanggan rumah tangga di di Sukoharjo menunggak pembayaran rekening listrik selama satu hingga tiga bulan dengan beban tunggakan mencapai Rp 1,203 Miliar. Akibat tunggakan ini Manajemen PLN Rayon Sukoharjo mengancam akan memutuskan aliran listrik.	
		23	Solo Pos	11/3-6	0	0	1	Penghuni Rusunawa Nunggak Listrik 5 Bulan	Sebagian penghuni rusunawa Purwodiningratan menunggak biaya listrik dan air hingga 5 bulan. PLN Sempat memutus aliran listrik selama 5 hari karena warga tak kunjung membayar iuran. Padahal menurut pengelola rusunawa, tagihan listrik penyewa cukup terjangkau yaitu rata-rata Rp 54 ribu/bulan.	
		26	Kedaulatan Rakyat	18/1	1	0	0	0	tunggakan pelanggan Listrik Turun	Jumlah tunggakan pelanggan listrik di wilayah PT PLN Area Kudus selama 3 bulan terakhir mengalami penurunan. Tunggakan didominasi pelanggan masyarakat umum dan sisanya relatif kecil dari para pelaku usaha.
10	Rekening	13	Suara Merdeka	13&14/1-5	0	0	1	iuran diminta dihentikan	Dinas Tata Kota meminta agar iuran di Rusun Kudu segera dihentikan dan DTKP akan membantu persoalan listrik kepada warga Kebonharjo Rusun Kudu.	
		13	Wawasan	9/1-3	0	0	1	iuran Listrik di Rusun Kudu Agar dihentikan	Kepa a DTKP menghimbau agar iuran listrik di Rusun Kudu dihentikan karena menurutnya pihaknya tidak mengeluarkan kebijakan soal iuran tersebut.	
11	Pelayanan Gangguan									
12	Keandalan/Tranmisi/SUTT/	27	Kompas	19/1	1	0	0	Gambar: Mengganti Isclator	petugas pekerjaan dalam keadaan bertegangan Area Pelaksana Pemeliharaan Bandung seusai mengganti isolator pada saluran udara tegangan ekstra tinggi (SUTET) di kawasan Tenjc, Bogor, Jawa Barat.	

1	Kontan	14/1	1	0	0	PLN Dapat Kredit Rp 25 Triliun dari 3 Bank BUMN	PLN mendapatkan pinjaman sebesar Rp 15 Triliun dari BRI, Bank Mandiri, dan BNI untuk mendukung program kelistrikan 35.000 Mega Watt. Utang sebesar 15 triliun tersebut merupakan kredit modal kerja untuk memperkuat arus kas PLN terkait pembayaran energi primer.
2	Kompas	18/2-4	0	1	0	Tanggung Train 3 Dimulai	Investasi Akhir proyek LNG Tangguh Train 3 di Papua Barat senilai 8 miliar dollar AS sudah disetujui. Produksi gas alam cair dari lokasi tersebut diproyeksikan 3,8 juta ton per tahun.
5	Kompas	20/2-4	1	0	0	Fokus Bangun Transmisi	Pemerintah meminta PT PLN (persero) untuk fokus pada pembangunan transmisi dalam program ketenagalistrikan 35.000 megawatt dan mengkaji kembali pembangunan pembangkit berkapasitas 10.000 megawatt.
12	Kontan	14/1-4	0	0	1	Produksi Karendan Terganjil Infrastruktur	Jadwal produksi awal sumur gas Lapangan Karendan kembali d'undur. Penyebab utama hal ini adalah pembangunan ir infrastruktur oleh PT PLN (Persero) yang belum kelar.
12	Bisnis Indonesia	23/3-5	1	0	0	Proyek Pembangkit Listrik 35000 MW, Tahap Konstruksi Baru 20%	Proyek Pembangkit Listrik yang dicetuskan Presiden Joko Widodo pada 2015 sudah mencapai 22% dari target 35.000 MW. Dirut PLN Sofyan Basir mengatakan realisasi pembangunan tersebut sesuai dengan rencana.
13	Koran Tempo	16/1-6	1	0	0	PLN Tunjuk Anak Perusahaan Garap PLTU Jawa 5	PT PLN (Persero) berencana menyerahkan pembangunan PLTU Jawa 5 kepada anak perusahaannya, yaitu antara PT. PJB atau PT Indonesi Poer. Penunjukan langsung ini dilakukan agar pembangunan PLTU tersebut cepat kelar.
13	Koran Tempo	18/1-4	0	1	0	PLN Rombak Aturan Lelang Pembangkit	PT PLN akhirnya menuruti permintaan pemerintah untuk menyederhanakan aturan lelang pembangkit listrik program 35000 MW. Dana jaminan yang awalnya 10% akan diturunkan menjadi 5% bagi pengembang lokal. Tetapi jaminan yang telah ditetapkan sebelumnya tidak akan berubah bagi pengembang asing.
14	Kontan	14/3-6	1	0	0	PLN Menunjuk PJB Cari Mitra Garap PLTU Jawa 5	PT PLN mulai menyiapkan strategi untuk merealisasikan PLTU Jawa 5 berkapasitas 2000MW di Serang Banten. PLN Akhirnya memutuskan menunjuk anak usahanya PT Pembangkitan Jawa Bali (PJB).
14	Koran Tempo	16/1-5	1	0	0	Pengusaha Batu Bara Andalkan Proyek Pembangkit	APBI masih optimistis penjualan batu bara domestik bisa meningkat hingga akhir tahun depan. Kementerian ESDM menyampaikan bahwa peningkatan konsumsi batu bara domestik didukung pengoperasian PLTU Celukan Bawang sebesar 1x125 MW dan PLTU Cilacap ekspansi sebesar 660 MW yang memasuki kapasitas puncak.



						Lahan Untuk Transmisi	pembangunan transmisi listrik untuk mendukung program pembangunan pembangkit listrik 35.000 MW.
15	Suara Merdeka	18/3-7	0	0	1	Pembebasan Delapan Lahan BUMN dan Instansi Masih Alot	Hingga kini delapan lahan milik BUMN, instansi dan swasta masih belum dibebaskan. Yakni milik BPJS Kesehatan, PLN, PT Wijaya Karya, Maria Dewi, Kodam IV Diponegoro, Lanal, dan KPP Pratama. Untuk lahan PLN yang dibebaskan seluas 164 meter persegi.
15	Bisnis Indonesia	3/1-3	0	1	0	Optima dan Enel Green Menang	Konsorsium PT. Optima Nusantara Energi dan Enel Green Power menjadi pemenang tender wilayah kerja panas bumi Way Rantai di Lampung dengan rencana kapasitas pengembangan PLTP sebesar 55 MW.
16	Media Indonesia	15/2-5	1	0	0	Mengolah Angin di Kampung Bungin	Akses yang sulit dan memakan waktu lama membuat desa Bungin, Desa Pantai Bakti, Kabupaten Bekasi mengalami pemadaman listrik dalam waktu yang cukup lama. Dibealik kendala ini, Desa Bungin memiliki potensi sumber angin yang banyak dan belum dimanfaatkan. Kecepatan Angin yang mencapai angka 12 meter per detik membuat ADI yakin untuk menjadikannya sebagai sumber energi listrik
16	Bisnis Indonesia	9/3-6	1	0	0	Peta Jalan Nuklir Terus Digeber	Pemerintah terus menggeber rencana pengembangan energi nuklir. Pemerintah juga telah membahas program Reaktor Daya Eksperimental (RDE). Kepala Batan memaparkan program RDE sebagai bentuk tindak lanjut dari langkah pertama penyiapan reaktor nuklir sebagai EBT.
17	Solo Pos	2/2-5	1	0	0	Contoh Mandiri Energi di Tiga Pilar Sejahtera	Pada 16 Juli PT Tiga Pilar Sejahtera food Tbk meresmikan unit PLTU PT Patra Power Nusantara (PPN). Prosesnya hasil pemanasan batu bara dan air diolah menghasilkan energi uap panas kemudia dimasukkan kedalam turbin dan suhu uap panas di tubin mencapai 400 derajat celcius sehingga bisa menghasilkan energi listrik.
18	Kedaulatan Rakyat	15/4	1	0	0	Listrik Sampah Dekati Realisasi	Pengolahan sampah di TPA Putri Cempo menjadi energi listrik yang tersendat sejak empat tahun silam mendekati realisasi setelah dua calon investor dinyatakan llos tahap prakualifikasi.
18	Jawa Pos	5/1	1	0	0	Susun Peta Jalan Peta Nuklir	Indonesia segera memiliki peta jalan pengembangan nuklir untuk pembangkitan energi. Pemerintah telah menyiapkan rencana umum energi nasional untuk mengurangi alergi publik terhadap pemanfaatan nuklir sebagai sumber energi.
18	Kontan	14/1	1	0	0	Pemerintah Menyiapkan Opsi Sumber Energi Nuklir	Pemerintah mulai menyiapkan peta jalan pengembangan PLTN di Indonesia. Opsi pengembangan nuklir ini untuk memenuhi bauran energi nasional dengan porsi EBT sebanyak 23% pada tahun 2025.

							Indonesia-kepada-batari-menyebutkan-program-rencana-langkah-pertama-penyiapan-reaktor-nuklir-untuk-sumber-EBT
18	Bisnis Indonesia	21	1	0	0	Perkembangan Terkini Program 35.000 MW	1 Tahun sejak diresmikan Presiden, PLN terus berupaya mempercepat realisasi program 35.000 MW. Komitmen ini terlihat dari proses pembangunan pembangkit, transmisi dan gardu induk, dimana pada Juni 2016 tahap perencanaan sudah mencapai 22%, pengadaan 28%, financial close 27% dan konstruksi 22%.
18	Solo Pos	VIII/1-5	0	1	0	TPS Food Perlu Bangun "Pagar Mangkok"	Bupati Sragen meminta IPSF membantu masyarakat memperbaiki infrastruktur jalan dan jembatan. Permintaan ini disampaikan karena ada prediksi penghematan biaya hampir Rp 2 Milyar /bln lewat pembangunan PLTU di perusahaan makanan itu.
18	Bisnis Indonesia	14/1-2	0	1	0	Penjualan Semen SMBR Naik 45	PT Semen Baturaja membukukan volume penjualan semen sepanjang Januari-Juni 2016 naik 4% dibandingkan realisasi tahun lalu. Beberapa proyek besar yang mendapat pasokan dari PT Semen Baturaja adalah pabrik pulp and paper 8.850 ton, mal Lippo di Lubuk Linggau 3.667 ton dan PLTA Way Semangka 3.025 ton.
19	Suara Merdeka	2/5-6	1	0	0	Indonesia- Selandia Baru Kembangkan Panas Bumi	Dalam kunjungan Perdana Menteri Selandia Baru terdapat 2 pembahasan mengenai kerjasama Bilateral dengan Indonesia. Pertama peningkatan ekspor buah tropis ke Selandia Baru dan kedua penguatan kerja sama di bidang energi baru dan terbarukan.
19	Kontan	5/1-4	0	1	0	TOBA Menggarap Proyek PLTU 5 x 50 MW	PT TOBA mendapat proyek PLTU Sulbagut I berkapasitas 2x50 MW di Gorontalo. Penggarapan ini melalui anak usahanya PT Gorontalo Listrik Perdana. Proyek ini memiliki kontrak 25 tahun dan akan dikerjakan oleh konsorsium yang bernaung dibawah Gorontalo Listrik Perdana.
19	Bisnis Indonesia	23/3-6	0	0	1	Porsi Pembangkit PLN Berpotensi Dipangkas	Pemerintah menilai jatah proyek pembangkit listrik milik PLN berpotensi untuk dikurangi jika keuangan perseroan tidak mencukupi akibat beban subsidi listrik yang kian menngkat.
19	Koran Tempo	16/1-6	0	1	0	Medco dan Mitsui Pecah Kongsi Dalam Proyek Listrik Gas	PT Medco Power Generation Indonesia menyatakan tetap akan mengikuti lelang terbuka proyek PLTU Jawa I yang dimulai pada pekan depan. Perseroan menggandeng mitra baru yaitu Korea Electric Power Corporation dan Pembangkit Listrik asal Qatar Nebras Power.
20	Kontan	14/1-2	0	1	0	Medco Power Ganti Pasangan di Jawa 1	Salah satu peminat tender proyek PLTU Jawa I, berkapasitas 1.600MW adalah PT Medco Power Generation Indonesia. Perusahaan ini mengganti mitra yang digandengnya dalam proyek ini. Dimana semula adalah Mitsui & Co.Ltd dan sekarang digantikan oleh perusahaan Korea Selatan, Korea Electric Power Corporation dan Qatar Nebras Power.

13 Pembangkit/EBT/PLTN/Pe  
mbangunan

20	Widada Indonesia	10/1-4	1	0	0	0	Udara	pada peningkatan polusi udara, seperti penggunaan BBM pada kendaraan bermotor.
20	Koran Tempo	17/1-4	1	0	0	0	Tiga BUMN Diserahi Tujuh Blok Panas Bumi	Kementerian ESDM menugasi 3 BUMN mengembangkan 7 PLTP. Menurut Direktur Panas Bumi Kementerian ESDM hal ini merupakan proyek untuk mneggenjot kapasitas penggunaan energi panas bumi menjadi 7.200 MW pada 2025.
20	Kontan	13/1-4	0	1	0	0	Langkah Bekasi Power Terganjai PLN	Ekspansi PT Bekasi Power di Kendal terhententi karena belum adanya persetujuan perjanjian jual beli listrik (PPA) dengan PT PLN. Akibatnya, rencana pembangunan pembangkit listrik swasta dikawasan industri Kendal terancam batal.
20	Suara Merdeka	27/3-6	1	0	0	0	Izin Diperpanjang, PT GIS Ajak Mitra Kerja	Semarang, Pengelolaan energi Listrik dari Panas Bumi dengan membangun PLTPB Gunung Ungaran kembali berjalan.
20	Wawasan	4/1-4	1	0	0	0	Izin Diperpanjang, PT GIS Ajak Mitra Kerja	Rencana pembangunan PLTPB di Gunung Ungaran yang sempat terhenti kini kembali berjalan menyusul keluarnya izin eksplorasi untuk diperpanjang sampai Oktober 2017.
20	Bisnis Indonesia	23/1	1	0	0	0	Percepat Realisasi 35.000 MW	PT. PLN berupaya mempercepat realisasi progam 35.000 MW dan komitmen tsb terus berjalan dengan adanya pembangunan sejumlah pembangkit, transmisi dan gardu induk di beberapa daerah.
21	Bisnis Indonesia	3/1-4	0	1	0	0	Medco Ubah Konsorsium, PLN Ubah Waktu	Perusahaan yang berminat mengikuti tender proyek PLTGU Jawa I mengubah susunan keanggotaan konsorsiumnya. PLN sebagai pemilik proyek menggeser batas waktu penyerahan proposal penawaran menjadi agustus 2016.
21	Bisnis Indonesia	23/1-6	0	0	0	1	Babak Baru Seteru PLTU Mulut Tambang	Menteri ESDM menegaskan bahwa aturan mnegenai margin harga batu bara untuk PLTU Mulut Tambang tidak akan diubah. Menurutnya, sidang kabinet telah memutuskan bahwa regulasi bertujuan untuk dilakukan dan dilaksanakan.
21	Bisnis Indonesia	14/1-2	0	1	0	0	POWR Terbitkan Notes US \$ 550 Juta	Perusahaan Pembangkit Listrik PT Cikarang Listrindo Tbk mengungkap rencana aksi korporasi berupa penerbitan surat utang global senilai US \$ 550 juta untuk refinancing utang.
22	Koran Tempo	18/1-6	0	1	0	0	PTPN X Jual Listrik Ampas Tebu	PT Perkebunan Nusantara X akan menjual energi terbarukan dari ampas tebu kepada PT PLN (Persero). Perusahaan Negara sektor gula itu menjual setrum yang akan dihasilkan oleh pembangkit listrik tenaga biomassa (PLTBm).
22	Bisnis Indonesia	9/1-2	0	1	0	0	Energi Terbarukan Jadi Incaran	Sektor pertambangan dan energi terbarukan menjadi incaran investor untuk menanamkan modalnya di sumater Barat mengingat potensi sektor energi daerah itu terbilang besar. Selain potensi minyak dan gas Sumbar juga membuka peluang investasi energi panas bumi atau geothermal.

							berkapasitas 3MW.
23	Kompas	2/3	0	1	0	Kualifikasi DPT PT PLN (Persero)	Pengumuman kualifikasi DPT PT PLN (Persero) dalam rangka pembangunan proyek kelistrikan 35000 MW.
23	Media Indonesia	4/1-2	0	1	0	Kualifikasi DPT PT PLN (Persero)	Pengumuman kualifikasi DPT PT PLN (Persero) dalam rangka pembangunan proyek kelistrikan 35000 MW.
23	Kontan	1/1-5	0	0	1	Konflik ESDM Vs PLN Bisa Berakhir di Tangan Presiden	Konflik Menteri ESDM dengan Dirut PT PLN tentang harga listrik untuk pembangkit mikrohidro, harga batu bara untuk pembangkit di Mulut Tambang, pembangunan jaringan listrik tegangan tinggi Jawa-Sumatera hingga masalah kontrak penjualan listrik 18.000 MW kian memanas.
23	Bisnis Indonesia	1/2-5	1	0	0	Investasi Listrik Melonjak	Investasi di bidang ketenagalistrikan pada periode 2025 akan meningkat sebesar 16,3 % atau menyusul ditambahnya kapasitas pembangkit dalam Rencana usaha Penyediaan Tenaga Listrik yang baru. Adapun porsi investasi pembangkit oleh swasta mendominasi dengan nilai US\$78,2 miliar dibanding dengan investasi PT PLN yang hanya US\$ 31,9
23	Media Indonesia	13/5-6	0	0	1	Sisa fastrack bebani proyek 35000 MW	Mangkraknya beberapa proyek pembangunan pembangkit listrik 10000 MW tahap I dan II harus segera dituntaskan. Setidaknya harus dilakukan penambahan kapasitas dan pengembangan kinerja pembangkit hingga 7000MW di luar proyek 35.000 MW.
23	Jawa Pos	6/1	1	0	0	Pabrik gula Jual 3 Mw ke PLN	PTPN X merealisasikan rencana untuk menjual listrik ke PLN sebagai perwujudan diversifikasi produk non gula. Kelebihan listrik berkapasitas 3Mw akan dialirkan melalui fasilitas interkoneksi sistem keistrikan milik PLN.
24	Media Indonesia	4/1	0	1	0	Kualifikasi DPT PT PLN (Persero)	Pengumuman kualifikasi DPT PT PLN (Persero) dalam rangka pembangunan proyek kelistrikan 35000 MW.
24	Suara Merdeka	7/2	0	1	0	Proyek Listrik Di Balik Demo Kelompok Hazara	Kelompok minoritas Syiah, Hazara harus bertaruh nyawa saat memprotes pengalihan rute proyek listrik pemerintah. Pasalnya, unjuk rasa yang mereka gelar diserang dan paling tidak 65 anggota kelompok itu tewas.
25	Bisnis Indonesia	23/1-4	0	1	0	PLN masih Cari Pasokan Gas	PT PLN akan berkoordinasi dengan SKK Migas dalam hal pemenuhan gas untuk bahan bakar pembangkit listrik yang dipercepat pengoperasiannya pada 2017-2018. perseroan belum mendapatkan kepastian pasokan gas untuk dijadikan bahan bakar pembangkit.

26	Kontan	13/1-5	0	0	1	Inalum Menjadwal Ulang PLTU	pembangunan yang semula akan dilakukan pada kuartal III 2016, berubah menjadi tahun 2017
26	Republika	15/1-3	1	0	0	Dirut PLN: Progres Proyek 35C00 MW Positif	Dirut PLN menegaskan bahwa proyek 35ribu MW hingga saat ini menunjukkan progres positif. PLN encatat hingga Juli 2016 sudah ada 19ribu MW pembangkit listrik yang dibangun PLN.
26	Jawa Pos	13/1	1	0	0	PLN Tambah Listrik dari PLTSa Benowo	PT PLN meningkatkan pembelian listrik dari sumber energi baru terbarukan (EBT). Salah satunya pembelian listrik 8,31 mw dari tempat pembuangan sampah akhir (TPA) Benowo di Surabaya.
26	Bisnis Indonesia	23/1-2	1	0	0	Pabrikan Modul Kepincut Proyek PLTS 5.000 MW	Asosiasi Pabrikan Modul surya Indonesia kepincut untuk ikut serta dalam pembangunan pembangkit listrik tenaga surya dengan total kapasitas 5.000 MW dalam 5 tahun mendatang.
27	Koran Tempo	16/5-6	0	1	0	Hemat Energi, PLN Diminta Tambah Smart Grid	PT PLN masih berpeluang menurunkan biaya pokok pembangkitan listrik menggunakan teknologi jaringan pintar atau smart grid. Teknologi ini dianggap lebih cocok untuk mengejar komitmen perseroan menambah porsi energi baru
28	Solo Pos	III/2-5	1	0	0	PLTS Putri Cempo Beroperasi Tahun Ini	Pemkot Solo memastikan proyek PLTS dengan memanfaatkan sampah di TPA Putri Cempo akan dikerjakan tahun ini.
28	Media Indonesia	18/1-4	1	0	0	Proyek Listrik 35.000 MW Pacu Pembangunan	Proyek pembangunan listrik, terutama di daerah rural harus diutamakan untuk menopang pembangunan. Pasokan listrik nemberi dampak berkelanjutan yang besar bagi pembangunan.
28	Kontan	13/1-5	0	1	0	Darma Henwa membidik Proyek Listrik 1x600MW	Setelah bergelut dengan bisnis batu bara PT Darma Henwa berencana melebarkan sayap ke bisnis setrum. Sejauh ini Darma Henwa lewat Pendopo Energi mengincar tender PLTU 1x600MW di Sumatera Selatan.
28	Republika	14/5	0	1	0	Dua Investor Lolos Pralelang PLTS Cempo	Dua Investor menjadi calon pelaksana proyek PLTS di TPA Putri Cempo Solo Jawa Tengah. Perusahaan pemenang lelang untuk proyek tersebut kemungkinan akan dilelang minggu depan.
28	Koran sindo	14/1	0	1	0	Proyek PLTSa Tunggu Pemenang Lelang	Pemkot Solo memastikan proyek PLTSa direalisasikan tahun ini. Pengerjaan fisik proyek yang memanfaatkan sampah dari TPA Putri Cempo tinggal menunggu pemenang lelang.

		28	Media Indonesia	11/1-7	1	0	0	Kahara menuju Provinsi Energi	meningkatkan pembangunan PLTA Pesu di Sungai kayan, PLTA Sempayang di Sungai Mentarang, PLTA Sembakung didi Sungai Sembakung.
		29	Koran Tempo	16/1-2	0	1	0	Pengusaha Persoalkan Proyek PLTS	Upaya kementerian ESDM mempercepat belanja melalui penugasan khusus kepada BUMN dikeluhkan pengusaha. Menurut Ketua Hubungan Lembaga Asosiasi Pabrik Modul Surya Indonesia, pengusaha yang terlibat dalam Apamsi ingin terlibat lebih banyak dalam proyek PLTS.
		29	Bisnis Indonesia	8/5-6	0	0	1	SUMUT Dihantui Krisis Listrik	Sumatera Utara kembali menghadapi pemadaman listrik bergilir. Hal ini akibat saat ini ini terdapat 3 pembangkit listrik utama pemasok sedang rusak. Adapun pembangkit yang mengalami kerusakan adalah PLTU Pangkalan Susu, PLTA Asahan II unit I dan PLTU Naga Raya Unit II.
14	Pengrusakan Instalasi/ Bangunan/Tiang Listrik/Kabel	13	Solo Pos	10/1-2	0	1	0	Pekan Depan, Pedagang Pasar Matesih Harus Pindah	Kabid Pasar Disperindagkop dan UMKM Kabupaten Karanganyar meminta pedagang yang sudah memiliki instalasi listrik agar melapor kepada PLN suapa PLN dapat mendata dan mengamankan instalasi untuk dipasang kembali ke pasar yang baru.
		14	Bisnis Indonesia	2/2-4	0	1	0	tidak Ramah Investor	Rapat kordinasi kementerian kemaritiman dengan kementerian lainnya memutuskan mnghtentikan reklamasi pulau G karena banyak terdapat pelanggaran. Salah satu poin pelanggaran yang ada adalah terdapat kabel yang ditanam dibawah laut seperti kabel PLN, pipa gas, dll.
		16	Media Indonesia	5/6-7	1	0	0	Pompa Waduk Pluit Harus Segera Diperbaiki	Kerusakan yang terjadi pada pompa di waduk Pluit bukan disebabkan aliran listrik dari PLN namun karena matinya trafo yang mengalirkan listrik ke pompa tersebut.
		21	Kompas	25/1	0	0	1	Instalasi Listrik Rawan Sebakkan Kebakaran	Catatan Dinas Penanggulangan Kebakaran DKI Jakarta menunjukkan, sepanjang tahun 2016 lebih dari 73% kasus kebakaran disebabkan oleh konsleting listrik. Dari 36 laporan yang masuk, instalasi listrik paling banyak disebut sebagai penyebab kebakaran.
		22	Kompas	26/1	1	0	0	Penggugat Memasukkan Keberatan PLN	Tim kuasa hukum Koalisi Selamatkan Teluk Jakarta memasukkan bukti keberatan pihak PLN terhadap rekalmasi Teluk Jakarta. Karena dampak rekalmasi tidak hanya disebabkan satu pulau, tetapi juga pulau lainnya karena arus klaut berubah dan membuat instalasi listrik tidak maksimal.
15	Pegawai PLN								
		14	Kompas	23/1-5	0	1	0	Memilih Perabotan yang Aman Untuk Anak (Kabel dan Hubungan Arus Listrik)	Tips: Sembunyikan Bagian kabel yang menggantung atau mencolok perhatian, pastikan desain stop kontak berada di ketinggian atau jauh dari jangkauan anak-anak.

		28	Suara Merdeka	25/1	0	0	1	Korsleting, Rumah Ludes Terbakar	Rumah milik Triyati di Desa Mojoagung Kabupaten Grobogan ludes terbakar. Petugas Damkar menyampaikan kebakaran tersebut diduga berasal dari hubungan pendek arus listrik dan kerugian mencapai Rp 55 Juta.
17	Penerangan Jalan Umum (PJU)	14	Jawa Pos	5 & 7/ 6-7	0	0	1	Hindari Motor Sayur, Truk Nyungsep (Tak Ada Lampu Penerangan)	Ketua RT 02 Dusun Simunggang menerangkan bahwa kecelakaan yang terjadi di daerah tersebut bukan terjadi kali in saja. Penyebabnya selain jalur lurus yang memicu pengendara melaju dengan kecepatan tinggi, jalan tersebut juga minim penerangan jalan. Dijelaskan sepanjang perempatan Karanganyar hingga Kantor PT Tambi Sampuran belum ada lampu penerangan jalan.
		22	Kedaulatan Rakyat	4/2-5	1	0	0	Anggaran Program Strategis Bakal Ditambah	Program terkait dengan perawatan Jalan Kabupaten serta peningkatan jumlah Lampu Penerangan Jalan Umum akan ditambah anggarannya. Bupati menyampaikan bahwa lampupenerangan jalan umum harus diperbanyak , sehingga tarun depan anggaran untuk bidang ini akan ditambah.
18	Tarif Dasar Listrik	12	Media Indonesia	15/1-5	0	0	1	PLN Kembali Naikkan Tar f Listrik	Setelah naik Rp 11 per kWh pada Juni lalu, pada Juli ini tarif listrik naik kembali sebesar Rp 8 per kWh untuk golongan non subsidi. Dirut PT PLN menyatakan kenaikan ini sebagai akibat dari naiknya harga ICP.
		16	Tribun	2/2-3	0	1	0	Listrik 1300 VA Alami Penyesuaian Tarif	Untuk golongan Tarif R1/1300VA sejak bulan Jnauari 2016 masuk dalam golongan tarif yang mengalami penyesuaiam tarif setiap bulannya karena dipengaruhi oleh nilai tukar kurs, ICP, dan atau inflasi.
		22	Suara Merdeka	6/1-2	1	0	0	Diskon Tarif Listrik 30% Ramai Peminat	Paket diskon tarif listrik 30% sebagai bagian Paket kebijakan Ekonomi jilid III ramai peminat. Pemberlakuan paket ini ditawarkan kepada industri sebagai program jangka panjang 3 tahun berupa diskon tarif bagi tambahan pemakaian listrik pukul 23.00-08.00
Pasokan/ Pemakaian		13	Bisnis Indonesia	24/1-2	1	0	0	ESDM Apresiasi Upaya Pertamina	Kementerian ESDM mengapresiasi tercukupinya pasokan listrik dan BBM selama arus mudik dan arus balik lebaran 2016.
		13	Bisnis Indonesia	3/1-4	0	1	0	Produksi Anjlok, Konsumsi Lokal jadi Andalan	Data Kementerian ESDM mencatat produksi batu bara mrnurutn dari 143,68 juta ton menjadi 102,22 juta ton sepanjang januari-juni 2016.
		16	Kontan	14/1-2	0	1	0	Batu Bara Andalkan Pasar Domestik	Ketua APBI menyebut lonjakan permintaan batu bara dari dalam negeri terutama berasal dari PT PLN. Hal ini karena bebrapa PLTU yang memakai bahan bakar batu bara mulai beroperasi, selain itu beberapa industri seperti semen di dalam negeri sudah banyak beralih menggunakan batu bara dari bahan bakar minyak.

		19	Koran Tempo	15/1-5	0	1	0	Tambang Direvisi	Juru yang sekarang berlaku telah membuat PT PLN menyampaikan harga batubara dipasar lebih murah ketimbang harga yang ditetapkan pemerintah dan hal tersebut merugikan PLN.
		19	Bisnis Indonesia	3/1-4	0	0	1	Formula Harga Batu Bara Dipertahankan	Dirjen Minerba Kementerian ESDM tidak lagi akan mengubah formula margin harga batu bara Mulut Tambang. Padahal PT PLN sebagai pembeli listrik dari PLTU Mulut Tambang merasa margin tersebut masih terlalu tinggi pada kondisi harga batu bara saat ini.
20	Amdal/CSR/								
21	Pasokan Listrik/Aliran Listrik/Konsumsi Listrik	4	Media Indonesia	13/1-4	1	0	0	Jelang Lebaran, Cadangan Listrik Diperkuat	PT PLN Penyaluran dan Pengatur Beban (P3B) Jawa Bali menyeciakan cadangan listrik sebesar 2.500 Mw menjelang lebaran. Cadangan listrik ini bertujuan mencegah resiko
		4	Jawa Pos	6/5-6	1	0	0	Lebaran,Beban Listrik Jawa-Bali Turun	Kebutuhan Paokan Listrik pada saat lebaran menurun hingga 20 persen di Jawa-Bali. Penurunan ini terjadi karena mayoritas kantor dan industri yang mengelola listrik sangat
		4	Suara Merdeka	5/1-4	1	0	0	Konsumsi Listrik Jawa-Bali Turun	Libur Lebaran memberikan dampak pada menurunnya konsumsi listrik di wilayah Jawa-Bali. Beban pasokan menurun menjadi 15.325 megawatt dari daya mampu pasok
		4	Kedaulatan Rakyat	10/2-5	1	0	0	Libur Lebaran, PLN Jamin Pasokan Listrik	PT PLN (Persero) menjamin pasokan listrik akan cukup selama libur lebaran walaupun dipastikan konsumsi listrik rumah tangga akan mengalami kenaikan.
		4	Kompas	22/7	1	0	0	Pasokan Listrik dan BBM Dijamin	Pada masa lebaran, Jambi dijamin tidak akan mengalami pemadaman listrik bergilir karena pasokan listrik dianggap cukup. Dan kelangkaan bahan bakar minyak tidak akan
		11	Solo Pos	6/1-4	0	1	0	Pabrik Sepatu Adidas Akan Berinvestasi	Perusahaan Produsen Sepatu asal Korea Adidas berminat untuk berinvestasi di Kabupaten Jepara senilai US\$ 150 Juta. Perusahaan ini nantinya akan bekerjasama dengan pihak
		12	Bisnis Indonesia	21/1-6	0	0	1	Realisasi Investasi Terganjil Naker Terampil	Ketua Umum Asosiasi Persepatuan Indonesia mengatakan proses pendirian pabrik sepatu oleh Parkland Wood terhambat karena keterbatasan tenaga kerja ahli.
		15	Bisnis Indonesia	23/3	0	0	1	Konsumsi Listrik Jawa-Bali Turun	Berita Gambar: PT PLN Wilayah Sumsel, Jambi, dan Bengkulu mencatat konsumsi listrik selama Ramadhan 2016 naik sebesar 6% atau menjadi 1169 MW dibanding dengan
		15	Bisnis Indonesia	23/1-2	1	0	0	Penjualan Listrik Tumbuh 7,8 %	Konsumsi listrik sepanjang semester II / 2016 naik 7,82 % menjadi 105,96 TWh, dibandingkan dengan realisasi penjualan pada periode yang sama tahun lalu 98,27 TWh. Peningkatan ini menjadi indikasi perekonomian masih terus
		19	Bisnis Indonesia	23/1	1	0	0	Konsumsi Listrik	Membaiknya perekonomian Indonesia berpengaruh pada naiknya konsumsi listrik pada tahun ini. Sepanjang semester I/ 2016 PT PLN mencetak penjualan listrik sebesar 105, 96



26	Media Indonesia	18/4	1	0	0	Gambar:Pasokan Listrik	Pekerja menyiapkan kabel listrik di kawasan bandara Internasional Soekarno-Hatta. Kabel ini disiapkan untuk memasok aliran listrik yang ada di terminal 3.
26	Media Indonesia	18/4-6	1	0	0	PLN Perbaiki Koordinasi	Kementerian BUMN memastikan PT PLN bisa menjalankan tugas untuk mempercepat perbaikan dan pengembangan infrastruktur serta pasokan listrik nasional.
28	Bisnis Indonesia	31/5-6	1	0	0	PLN Bidik Pertumbuhan 15%	PT PLN mengincar pertumbuhan konsumsi listrik 15% di Pulau Bintan pada tahun ini menyusul bertambahnya kapasitas listrik yang berasal dari Batam. Hal ini bukan karena Bintan kekurangan daya, tetapi dengan tambahan daya ini diharapkan perekonomian bisa bertumbuh.
28	Jawa Pos	6/3	1	0	0	PLN Jatim Rangkul Kawasan Industri	PT PLN Distribusi Jawa Timur terus mendekati pelaku usaha maupun kawasan industri. Sebab, segmen tersebut masih mengaami lonjakan permintaan di tengah lesunya permintaan instalasi listrik pada segemen rumah tangga.
1	Koran Sindo	3/1-4	1	0	0	PLN Bukukan Laba Bersih Rp 15,6 Triliun	PT PLN (Persero) berhasil meningkatkan kinerja keuangan dengan memperoleh laba bersih Rp 15,6 Triliun sepanjang 2015. Laba ini naik 33% dibandingkan dengan laba pada tahun sebelumnya.
2	Kontan	6/2	1	0	0	PLN Cetak Laba	PT PLN Berhasil mencatatkan laba bersih sebesar Rp 5 Triliun pada 3 bulan pertama 2016. Laba ini diperoleh setelah PLN mencetak pendapatan usaha sebanyak Rp 53,73 Triliun.
13	wawasan	7/1-4	0	1	0	Subsidi Listrik	Badan Anggran DPR menetapkan bahwa besaran subsidi listrik pada APBN-P 2016 tidak naik, ya tu tetap Rp 38,39 Triliun. Hal ini mneagakibatkan adanya kemungkinan tarif listrik bagi pelanggan 900VA dinilai mampu akan naik seperti yang telah direncanakan.
21	Koran Tempo	15/1-6	1	0	0	25 BUMN Siap Tampung Dana Repatriasi	Menteri BUMN mengatakan, ada 25 BUMN yang siap menampung dana repatriasi hasil progam pengampunan pajak. Dari 25 BUMN tsb, PT PLN (Persero) dinilai siap mendapatkan dana investasi.
21	Kedaulatan Rakyat	8/1-2	0	1	0	Kasus FSRU Lampung Rugikan Negara Rp 2 T	Kejaksaaan Agung diminta segera menuntaskan kasus dugaan penyimpanan pembangunan dan operasional FSRU Lampung yang melibatkan jajaran direksi PT. PGN yang menyebabkan harga gas lebih mahal sehingga PLN meminta renegotiasi harga gas.
24	Koran Tempo	8/1-3	1	0	0	Diskon Tarif PLN Jangkau 1000 Pelanggan Industri	PT PLN Menjalankan kebijakn pemerintah berupa pemotongan tarif listrik untuk kalangan industri. Diskon tarif sebesar 30% yang termasuk dalam paket kebijakan ekonomi III yang dirilis oktober tahun lalu diklaim sukses menjangkau banyak peminat.

									Yogyakarta.
26	Media Indonesia	17/1-2	0	1	0	PP Holding BUMN Energi Segera Terbit			Peraturan Pemerintah yang memayungi pembentukan perusahaan induk untuk BUMN energi akan terbit bulan depan. Hal ini disampaikan oleh menteri BUMN dalam temu media di kantornya.
26	Kontan	1/2-5	0	0	1	Rugikan Kebijakan Pemerintah			Persetujuan antara Menteri ESDM dan Dirut PT PLN (Persero) menunjukkan adanya komunikasi yang buruk antarinstansi pemerintah. Seyogyanya, Kementerian ESDM dan PLN selaku BUMN bisa berjalan selaras tanpa kesalahpahaman.
27	Koran Tempo	17/5-6	0	1	0	Harga Jual Listrik Energi Surya Naik			Kementerian ESDM menerbitkan aturan harga jual setrum dari PLTS. Regulasi baru duharapkan bisa menggenjot pembangunan PLTS hingga 5000MW pada 2019.
28	Koran Tempo	14/1-6	0	1	0	La Nina dan Tarif Listrik Picu Inflasi Juli			Gubernur BI, Agus Martowardojo menyampaikan bahwa La Nina yang mempengaruhi produksi dan hra pangan rencana kenaikan tarif listrik golongan 900VA berpotensi memicu laju inflasi pada bulan Juli.
28	Kontan	23/4-6	0	1	0	Target PLN dan Politisasi ISAK 8			Dalam rapat kabinet terbatas mengenai Percepatan Penyelesaian Program Pembangunan Infrastruktur Kelistrikan 35.000MW, Presiden bersama PT PLN dan kementerian terkait membahas berbagai kendala dalam pencapaian proyek 35.000 MW,.
29	Bisnis Indonesia	28/5-6	0	1	0	Subsidi Energi Terbarukan Rp 1,2 Triliun			Kebutuhan subsidi untuk pengembangan energi terbarukan pada tahun depan mencapai Rp 1,2 triliun yang akan dialokasikan pdari APBN 2017.
30	Bisnis Indonesia	10/1-5	0	1	0	Menteri ESDM Siapkan 3 Kebijakan			Menteri ESDM Archandra telah mempersiapkan tiga fokus utama kebijakan yang bertujuan membangun kedaulatan energi demi kesejahteraan masyarakat. Archandra juga berencana memanggil stakeholder yang terkait dengan proyek listrik termasuk megaprojek 35.000MW.

23 Penghargaan/Lain-lain/Inov

30	Bisnis Indonesia	10/1-6	0	1	0	Wenteri ESDM Siapkan Kebijakan	Ketersediaan energi demi kesejahteraan masyarakat. Archandra juga berencana memanggil stakeholder yang terkait dengan proyek listrik termasuk megaprojek 35.000MW.
16	Republika	4/1	0	0	1	Negeri Kita Terjual	Ahmad Sastra: "Entah apa yang sedang dipikirkan oleh pemimpin negeri ini setelah mendapatkan amanah mengurus negeri kaya SDA ini. Saat rakyat menjerit karena biaya listrik terus meroket, pemerintah justru membolehkan saham pembangkit listrik dikuasai asing.
14	Kompas	31/1-3	1	0	0	Transportasi Tenaga Listrik Sclusi Berkendara Masa Kini	Kendaraan bertenaga listrik digadang-gadang mampu menyasati krisis energi dalam negeri, lebih hemat bahan bakar dan mengurangi emisi karbon dan kehadiran kendaraan ini dianggap sebagai angin segar.
15	Jawa Pos	6/1-2	0	1	0	Efisiensi, Pelindo Tambah Crane Listrik	PT Pelindo III menambah fasilitas bongkar muat berupa MHC bertenaga listrik dari Italia untuk meningkatkan produktivitas.
21	Media Indonesia	9	0	1	0	Pengumuman Pelelangan	Pengumuman pelelangan Terbuka dalam "Pengadaan Fasilitas Ruang Rapat PT. PLN (Persero) Pusat enjiniring ketenaga listrikan"
19	Koran Tempo	2/ 4	1	0	0	UI Luncurkan Mobil Listrik	Tim Mobil Listrik Nasional UI meluncurkan 4 ragam mobil listrik dimana keempat mobil tersebut memiliki masing-masing daya sebesar 120 kW dan 300 Ah, 25 kW, 32 kW dengan baterai 102 Ah, dan motor AC induksi dengan daya 7.5 kW dengan baterai 102 Ah.
20	Jawa Pos	1&11/2-3&1-3	1	0	0	Mahasiswa Teknik Industri Unissula Ciptakan Mobil Listrik	Semarang, Tim Mobil Listrik jurusan TI Unissula Semarang berhasil menorehkan presatasi gemilang di tingkat nasional. Mobil buatan mereka meraih best design dalam Kompetisi Mobil Listrik Indonesia.

Semarang, 1 Agustus 2016  
DM KOMUNIKASI DAN BINA LINGKUNGAN

AUDI ROYKE DAMAL

# KOMPAS

AMANAT HATI NURANI RAKYAT

TANGGAL : 29 JULI 2016 | HALAMAN : 2 | KOLOM : 1

## PLN Lakukan Pemadaman Listrik

SOLO-PT PLN (Persero)

Rayon Surakarta akan melakukan pemadaman sementara aliran listrik pada Jumat (29/7) pukul 13.00 WIB-15.00 WIB. Pemadaman dilakukan untuk keperluan pemeliharaan jaringan distribusi di Jl. Gajah Mada dan pemasangan jaringan di Jl. Tarakan.

Dalam rilis yang diterima Espos, Kamis (28/7), daerah pemadaman tersebar di Jl. Gajah Mada, sekitar Masjid Solikhin, Punggawan, Jl. RM Said, dan sekitar RRI. "Pemadaman juga dilakukan di sekitar Stasiun Balapan, sekitar Kestalan, sekitar Setabelan dan Pasar Legi," ujar Manajer PLN, Irvan Hardiansyah.

(cha/\*)

# SUARA MERDEKA

TANGGAL : 28 JUNI 2016 | HALAMAN : 8 | KOLOM : 1 - 4

## PLTD Legon Bajak Bisa Rusak Lagi

• Daya Serap Listrik Minim

**SEMARANG** - Masih kecilnya daya serap listrik oleh masyarakat Karimunjawa memaksa PLN menonaktifkan satu unit Pembangkit Listrik Tenaga Diesel (PLTD) di Legon Bajak yang diresmikan 30 Mei lalu.

Hal ini untuk mengantisipasi kerusakan unit pembangkit seperti yang terjadi pada 4 Juni lalu. Satu unit lain tetap aktif namun belum maksimal pemanfaatannya.

General Manager PT PLN Distribusi Jateng, DIY Dwi Kusnanto menjelaskan, tiap unit pembangkit berkapasitas 2.700 KW. Namun hingga pekan lalu, jumlah pelanggan baru hanya 1.800 kepala keluarga dengan total daya yang diserap maksimal 400 KW pada malam hari, dan di bawah 400

KW pada siang hari. Hal inilah yang membuat kondisi mesin tak stabil. Daya besar namun yang diserap sangat sedikit. "Membuat mesin menjadi panas," kata Kusnanto, Jumat (24/6).

Kegiatan serupa menyebabkan dua unit PLTD rusak pada 4 Juni lalu. Sehingga daya listrik di ambikan dari mesin lama. PLTD baru bisa beroperasi lagi dan listrik kembali ayala 24 jam sekitar lima hari dari kerusakan.

Untuk mengantisipasi hal se-

perti PLN berupaya mengancam Bank Jateng untuk menambal jumlah pelanggan secara agresif. Muncul kredit listrik bagi pelanggan baru atau pelanggan lama yang merakit dan daya Pasokan Aman.

Di samping dua unit PLTD itu dengan perhitungan kebutuhan listrik di Karimunjawa mencapai 3.500 KW. Perhitungannya berasal dari instansi pelanggan hotel dan tempat usaha di Karimunjawa.

"Sedang kami jajak, Bank Jateng gimana bisa *take over* (mengambil alih) dulu biaya penyambungannya. Jadi masyarakat tidak langsung bayar keseluruhan. Memudahkan dan sistem ekonomi," katanya.

Sementara itu, pasokan listrik di Jateng, jelasnya, masih melebihi kebutuhan dan surplus 760 MW. Jika dirata-rata ada 504 ribu sambungan baru tiap tahun dan tiap pelanggan membutuhkan 1.000

watt/bulan, dibutuhkan itu Luluah 40 MW per tahun. Jumlah itu terbilang kecil jika dibandingkan dengan surplus daya listrik saat ini. Apalagi dengan rencana tambahan pembangkit listrik di Cilacap dan Batang," katanya.

Gubernur Ganjar Pranowo meminta bantuan masyarakat agar listrik tetap bisa menyala 24 jam penuh. Harapannya, masyarakat Karimunjawa beraktifitas daya listrik minimal 1.500 VA. Sehingga listrik yang diserap dari PLTD semakin tinggi, dan tidak lagi terjadi masalah lantaran kondisi mesin yang panas.

"Agar mesin tidak rusak-rusak lagi, kami minta bantuan pada masyarakat. Daya 1.500 VA bisa dipasang di situ. Nanti bisa hitung belakang. Kalau daya mesin besar dan hanya sedikit yang digunakan, logika awalnya mesin jadi *meledak* dan bermasalah," tandasnya. (HR118/94)

## Cara Menghemat Biaya Listrik

**SELAMAT** pagi, Tribun Jateng. Saya mau tanya, mengapa listrik di rumah biayanya mahal banget? Setengah bulan, saya harus bayar Rp 50.000. Padahal, bebannya cuma kulkas dan TV. Mengapa tetangga saya yang sama-sama menggunakan daya

900 kWh, satu bulan cuma bayar Rp 50.000? Bagaimana cara menghematkannya? Tolong penjelasannya. Terima kasih.

**+6281578127XXX**

**TERIMA** kasih. Cara penghematan listrik

adalah nyalakan alat elektronika seperlunya. Gunakan peralatan listrik sesuai standar PLN dan SNI. **(aqy)**

**Mundi Wahyu Ardi**  
**Humas PLN**  
**Area Semarang**

# SUARA MERDEKA

TANGGAL : 4 AGUSTUS 2016 | HALAMAN : 25 | KOLOM : 1

YTH PLN Kendal, masak kita mau tambah daya 900 kwh ndak boleh, harus 1.300 kwh? La kita orang kampung gaji pas-pasan, terus nanti bagaimana bayar bulanan-nya?(085325303427)



# SUARA MERDEKA

TANGGAL : 30 JUNI 2016 | HALAMAN : 26 | KOLOM : 1 - 3



## PLN Jamin Tak Ada Pemadaman Listrik

**SIDOREJO** - Perusahaan Listrik Negara (Persero) Unit Pelayanan, Salatiga, menjamin pasokan listrik di wilayah ini optimal saat Lebaran. Sehingga tidak ada pemadaman di daerah Salatiga dan sekitarnya.

Hal ini disampaikan Manajer Distribusi PLN Jateng DIY Heru Sunaryanto, ketika memimpin apel pasukan dan peralatan dalam rangka menyambut Hari raya Idul Fitri tahun ini, di halaman Kantor PLN Unit Layanan Salatiga, Rabu (29/6). "Kami tidak merencanakan pemadaman listrik, untuk kepentingan pembangunan dan

pemeliharaan jaringan sejak H-7 hingga H+7 Lebaran," kata dia, didampingi Susilo Sigit Asisten Manajer PLN Unit Layanan Salatiga.

Dikatakan, pemadaman listrik bisa saja terjadi dalam keadaan tidak terencana, seperti gangguan sistem jaringan tenaga listrik. Guna mengantisipasi, PLN

Salauga akan siaga penuh pasokan pelayanan gangguan di beberapa lokasi di Salatiga, Ambarawa, dan sekitarnya.

"Kami mempersiapkan diri 2 jam untuk menjaga pasokan listrik. Siap-segalanya baik tenaga tim dan peralatan yang dibutuhkan," katanya.

### Siaga Penuh

Dikatakan, untuk melayani gangguan listrik di wilayah Salatiga dan sekitarnya, telah disiapkan 11 regu. Mereka sudah siap dengan peralatan dan tenaga profesional. Terlebih Salatiga termasuk daerah yang akan dilalui arus mudik yang diperkirakan cukup padat. "Dari hasil pengecekan peralatan dan tenaga, sudah siap. Disastronang jam berlebaran, tenaga kami siap siaga menjaga agar listrik tetap merivaya. Meski begitu, keselamatan kerja harus diutamakan," katanya. (H32-63)

**CEK PERALATAN** - Manajer Distribusi PLN Jateng DIY, Heru Sunaryanto mengecek peralatan, saat apel pasukan dan peralatan dalam rangka menyambut Idul Fitri tahun ini di halaman Kantor PLN Unit Layanan Salatiga, Rabu (29/6). (63)