

ABSTRAKSI

Judul : Strategi Humas PT. PLN (Persero) Distribusi Jawa Tengah dan D.I.Y
Dalam Mendukung Sosialisasi Program Hemat Listrik di Wilayah
Kota Semarang.
Nama Penyusun : Prita Dewi Prasanti
NIM : DOC 006 090

Meningkatnya populasi jumlah penduduk, berdampak pada meningkatnya kebutuhan masyarakat akan energi listrik terutama di kota Semarang. Padahal pasokan listrik yang ada sangat terbatas. Apalagi dengan naiknya BBM sebagai bahan bakar untuk pengadaan listrik. PLN pun sebetulnya telah berupaya memenuhi kebutuhan listrik tersebut. Namun, upaya-upaya itu tidak akan ada artinya jika tidak dibarengi kesadaran masyarakat untuk menghemat listrik. Karena itu, PLN (Perusahaan Listrik Negara) sebagai lembaga BUMN yang mengurus semua aspek kelistrikan yang ada di Indonesia berupaya mengatasi hal tersebut lewat program hemat listrik. Tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan strategi Humas PT. PLN (Persero) Distribusi Jawa Tengah dan D.I.Y dalam mendukung sosialisasi program Hemat Listrik di wilayah kota Semarang. Penelitian ini menggunakan tipe penelitian deskriptif kualitatif dengan memperoleh data dari hasil wawancara kepada Humas dan Staf Analisis Humas PT. PLN (Persero) Distribusi Jawa Tengah dan D.I.Y.

Dari hasil temuan penelitian yang diperoleh dari wawancara dengan Humas dan Staf Analisis Humas PT. PLN (Persero) Distribusi Jawa Tengah dan D.I.Y, dalam melaksanakan sosialisasi program Hemat Listrik pada pelanggan PLN di Wilayah Kota Semarang, PLN Jawa Tengah telah menerapkan strategi komunikasi melalui tahapan *fact finding, planning and programming, taking action and communication*, serta *evaluations*. Pada tahap *fact finding*, PLN Jawa Tengah melakukan analisis data dan penentuan lapangan untuk mengetahui lebih dalam tentang permasalahan yang akan disosialisasikan. Pada tahap *planning and programming*, PLN Jawa Tengah menentukan target sasaran, menyusun strategi komunikasi dan menentukan media komunikasi yang akan digunakan. Ketiga, tahap *taking action and communication*, PLN Jawa Tengah melaksanakan kegiatan sosialisasi program hemat listrik melalui media radio, televisi, media cetak, media luar ruang, kegiatan lomba menghias tong sampah, program PLN Menyapa, sosialisasi lintas sektoral dengan PDAM, serta sosialisasi melalui media Ketoprak Rancak Sari. Tahap terakhir yaitu *evaluations*. Pada tahap ini PLN Jawa Tengah melakukan evaluasi terhadap pelaksanaan sosialisasi dengan melihat kembali hasil data statistik tahunan PT. PLN (Persero) Distribusi Jawa Tengah dan D.I.Y yang diperoleh dari laporan pertanggung jawaban seluruh PLN APJ dan UPJ kota Semarang. Berdasarkan temuan penelitian, informan telah mengetahui adanya program hemat listrik oleh PLN dan menyambut positif sosialisasi tersebut. Walaupun informan belum dapat menerapkan pola hemat listrik secara nyata, namun Informan cukup terpengaruh untuk lebih bersikap dan berperilaku hemat listrik seperti yang disosialisasikan PLN Jawa Tengah.

Dari hasil analisis dalam penelitian ini, peneliti menyimpulkan bahwa strategi komunikasi yang dilakukan PT. PLN (Persero) Distribusi Jawa Tengah dan D.I.Y sudah cukup baik, namun dalam pelaksanaannya, sosialisasi yang bersifat langsung (tatap muka) tidak maksimal, masih belum merata dan frekuensinya kurang. Hal tersebut mengakibatkan masyarakat kurang mengerti tentang program ini sehingga sosialisasi yang dilakukan kurang efektif karena tidak ada feedback dari masyarakat.

Semarang, April 2010
Dosen Pembimbing

Muchamad Yuliyanto, S.Sos., M.Si.
NIP. 19700704.199903.1.001