

BAB III
TEMUAN PENELITIAN
STRATEGI MEDIA RELATIONS PT.PLN (PERSERO) DISTRIBUSI JAWA
TENGAH & D.I YOGYAKARTA SEBAGAI SARANA MENINGKATKAN
PUBLISITAS

Dalam bab ini akan dirumuskan temuan penelitian mengenai strategi media relations PT PLN (persero) Distribusi Jawa Tengah sebagai saran meningkatkan publisitas positif. Narasumber penelitian ini adalah Hardian sakti laksana selaku manager komunikasi bina lingkungan relations PT PLN (persero) Distribusi Jawa Tengah, Budi Hermono selaku staff humas relations PT PLN (persero) Distribusi Jawa Tengah, Syarafina novianti, selaku staff analisa media dan informasi relations PT PLN (persero) Distribusi Jawa Tengah,

Media relations merupakan salah satu kegiatan dari humas PT PLN (persero) Distribusi Jawa Tengah untuk membina dan membangun hubungan baik kepada media massa sebagai sarana komunikasi antara organisasi perusahaan dengan publiknya. Menjalini hubungan dengan media dirasa penting oleh humas PT PLN (persero) Distribusi Jawa Tengah karena media merupakan salah satu cara yang efektif untuk membangun, menjaga, dan meningkatkan citra atau reputasi organisasi di mata stakeholder. Selain itu, Media relations sangat penting artinya sebagai wujud komunikasi dan mediasi antara suatu lembaga dengan publiknya. Dalam proses strategi media relations sebagai sarana untuk meningkatkan publisitas positif, humas PT PLN (persero) Distribusi Jawa Tengah menggunakan model hubungan strategi yang dibentuk dalam model (Darmastuti, 2012:163) :

1. Model hubungan antara public relations dengan institusi media
2. Model hubungan antara seorang public relations dengan pekerja media (termasuk wartawan)

Setelah mengetahui bentuk model hubungan antara humas PT PLN (persero) Distribusi Jawa Tengah dengan institusi media dan pekerja media (termasuk wartawan). humas PT PLN (persero) Distribusi Jawa Tengah menggunakan strategi media relations menurut Soleh Sumirat dan Elvinaro Ardianto dalam Darmastuti (2016 : 156) :

1. *By serving the media* (pelayanan kepada media)
2. *By establishing a reputations for reliability* (menegakkan reputasi perusahaan agar tetap di percaya)
3. *By supplying good copy* (memasok naskah informasi yang baik)
4. *By cooperations in providing material* (kerjasama dalam menyediakan bahan informasi)
5. *By providing verification facilities* (menyediakan fasilitas)
6. *By building personal relationship with the media* (membangun hubungan secara personal dengan media)

3.1 Hubungan Public Relations dengan Media Massa

Praktisi public relations dalam membangun hubungan dengan media massa memerlukan strategi. Adapun strategi yang digunakan oleh praktisi public relations adalah duah buah strategi yang digambarkan dalam bentuk model (Darmastuti, 2012:163), yaitu :

1. Model hubungan antara public relations dengan institusi media

Model hubungan antara public relations dengan institusi media ini adalah model hubungan yang bersifat bisnis. Hubungan dibangun dalam kondisi formal dan

saling menguntungkan. Model hubungan ini disebut dengan model “simbiosis mutualisme-symmetric model”. Model hubungan ini adalah model hubungan yang terjalin dalam hubungan sama-sama menguntungkan antara perusahaan dengan organisasi.

Dalam penelitian ini humas PT PLN (persero) Distribusi Jawa Tengah dapat memasang iklan di institusi media, sebaliknya humas PT PLN (persero) Distribusi Jawa Tengah, berharap agar media massa memuat berita yang dikirimkan oleh humas PT PLN (persero) Distribusi Jawa Tengah. Sesuai yang dikemukakan oleh Hardian Sakti Laksana selaku manager humas PT PLN (persero) Distribusi Jawa Tengah:

“bentuk kerja sama kami antara humas PT PLN (PERSERO) DISTRIBUSI JAWA TENGAH dengan institusi media yaitu berkaitan dengan promosi dan publikasi, jadi kami dengan institusi media bekerjasama untuk mencapai tujuan masing-masing, media menawarkan iklan kepada PT PLN (PERSERO) DISTRIBUSI JAWA TENGAH untuk promosi, sedangkan kami mengirimkan artikel untuk publikasi ke media agar di angkat ke media”.

3. Model hubungan antara seorang public relations dengan pekerja media (termasuk wartawan)

Model hubungan antara seorang public relations dengan pekerja media (termasuk wartawan) adalah hubungan yang mengarah pada Model Harmonious Mutualisme Relationship. Model Harmonious Mutualisme Relationship adalah model hubungan combined symmetric-public information model, yaitu model hubungan persahabatan dalam konteks simbiosis mutualisme dimana terjadi proses saling mempercayai dan saling membantu. Hubungan ini adalah hubungan yang informal dan pertemanan, bahkan dapat

disebut sebagai hubungan persahabatan yang saling menguntungkan dan tidak ada jarak antara pekerja media termasuk wartawan dengan public relations.

Dalam penelitian ini, humas PT PLN (persero) Distribusi Jawa Tengah dan DIY berhubungan baik dengan wartawan. humas PT PLN (persero) Distribusi Jawa Tengah dan DIY menganggap wartawan sebagai teman baik. Hubungan yang dilakukan oleh humas PT PLN (persero) Distribusi Jawa Tengah dan DIY dengan wartawan saling membantu satu sama lain. Humas memberikan informasi perusahaan kepada wartawan untuk publikasi. dan wartawan membutuhkan informasi perusahaan dari humas PT PLN (persero) Distribusi Jawa Tengah dan DIY untuk bahan berita. Sesuai yang dikemukakan oleh Budi hermono selaku humas PT PLN (persero) Distribusi Jawa Tengah:

“strategi yang dilakukan oleh pihak PT.PLN (PERSERO) DISTRIBUSI JAWA TENGAH dalam membangun hubungan baik kepada rekan – rekan media salah satunya memberikan pelayanan terbaik kepada mereka rekan-rekan media, kami menganggap rekan media sebagai teman baik. seperti kita ketahui kami juga butuh rekan rekan media untuk mempublikasi atau memberitakan terkait pemberitaan yang bersifat positif selain itu juga rekan media juga membutuhkan berita untuk diolah karena pekerjaan mereka mencari berita,jadi jika kita memberikan pelayanan terbaik kepada media dengan keterbukaan informasi, media juga akan memberikan feedback kepada kita terkait pemberitaan yang berifat informasi positif”

3.3.1 Strategi media relations humas PT PLN (persero) Distribusi Jawa Tengah

Humas PT PLN (persero) Distribusi Jawa Tengah dalam melakukan kegiatan media relations sebagai sarana untuk berkomunikasi kepada publiknya. Dalam melakukan kegiatan media relations humas Humas PT PLN (persero) Distribusi Jawa Tengah juga mempunyai strategi komunikasi yang tepat dan efektif. Menurut Soleh Sumirat dan Elvinaro Ardianto dalam

darmastuti (2016 : 156) strategi public relations dalam membangun hubungan baik kepada media yaitu :

3.3.1 *By serving the media* (pelayanan kepada media)

Strategi ini adalah strategi dengan memberikan pelayanan kepada media. Pada tataran ini, public relations dituntut untuk memberikan pelayanan kepada media dengan cara selalu siap dalam memberikan pelayanannya kepada media massa, sesuai yang dibutuhkan oleh media massa tersebut.

Dalam tahap penelitian ini humas PT PLN (persero) Distribusi Jawa Tengah melakukan berbagai pelayanan terbaik kepada wartawan sesuai dengan yang dibutuhkan oleh wartawan terkait informasi perusahaan. pelayanan kepada media humas PT PLN (persero) Distribusi Jawa Tengah dengan memberikan informasi secara terbuka dan memberikan salinan pers guna untuk bahan berita yang akan di tulis untuk wartawan terkait tentang informasi perusahaan. Sesuai yang dikemukakan oleh Budi hermono selaku humas PT PLN (persero) Distribusi Jawa Tengah :

“kami selalu memberikan informasi perusahaan kepada media, karena kita ketahui media juga membutuhkan bahan berita perusahaan yang didapat dari humas, kami memberikan informasi dengan terbuka kepada wartawan, selain itu juga kami selalu memberikan bahan berita dengan mengirimkan press release ke wartawan.”

Bentuk pelayanan yang dilakukan oleh humas PT PLN (persero) Distribusi Jawa Tengah terkait tentang keterbukaan informasi yaitu salah satunya tentang klarifikasi permasalahan yang sedang dihadapi oleh PT PLN (persero) Distribusi Jawa Tengah. Tujuan keterbukaan informasi juga menciptakan komunikasi yang baik dari humas PT PLN (persero) Distribusi Jawa Tengah yang memberikan bahan informasi klarifikasi suatu masalah, selanjutnya bahan informasi tersebut di proses dan disebarakan oleh media, dan diterima oleh

masyarakat. Sesuai yang dijelaskan oleh Syarafina novianti selaku humas PT PLN (persero) Distribusi Jawa Tengah :

“bentuk dari keterbukaan informasi salah satunya mengenai informasi klarifikasi suatu permasalahan atau pelayanan tentu jelas kami terbuka untuk media, karena untuk menciptakan komunikasi yang baik membutuhkan keselarasan antara media dengan instansi, karena kami juga tidak ingin informasi yang disampaikan oleh kami berbeda dengan pemberitaan wartawan. jadi masyarakat mendapatkan berita yang jelas dan benar.”

Jadi pada tahap penelitian ini humas PT PLN (persero) Distribusi Jawa Tengah dalam melakukan pelayanan kepada media dengan memberikan pelayanan berupa memberikan informasi yang dibutuhkan oleh media massa yang berhubungan dengan informasi perusahaan secara terbuka. Bentuk dari keterbukaan informasi yang dilakukan oleh humas PT PLN (persero) Distribusi Jawa Tengah yaitu pemberian informasi kepada media terkait tentang perusahaan dengan sebenarnya. Tujuannya agar informasi tersebut bisa diolah oleh media dan disampaikan kepada masyarakat.

3.3.2 *By establishing a reputations for reliability* (menegakkan reputasi perusahaan agar tetap di percaya)

Strategi yang dilakukan oleh public relations sebagai upaya untuk menegakkan reputasi perusahaan supaya perusahaan/organisasi tersebut tetap dapat dipercaya. Untuk membangun masyarakat, perusahaan atau organisasi tidak hanya bisa mengandalkan promosi atau memasang iklan di media massa. Perusahaan atau organisasi harus melakukan kegiatan untuk membangun reputasi perusahaan supaya tetap dipercaya oleh masyarakat.

Pada tahap penelitian ini humas PT PLN (persero) Distribusi Jawa Tengah dan dalam menegakkan reputasi perusahaan melalui media humas PT PLN (persero) Distribusi Jawa Tengah dan menggunakan media sebagai alat

komunikasi., humas PT PLN (persero) Distribusi Jawa Tengah menganggap bahwa media mempunyai dampak besar terkait penyebaran informasi. Strategi yang dilakukan oleh humas PT PLN (persero) Distribusi Jawa Tengah dan dalam menegakkan reputasi dengan melakukan kegiatan pembuatan tulisan yang dikirimkan ke media massa. Press release tersebut berupa informasi kegiatan perusahaan dan klarifikasi masalah. . Sesuai yang dijelaskan oleh budi hermono selaku humas PT PLN (persero) Distribusi Jawa Tengah :

“kami humas PT PLN selalu menggunakan media massa sebagai alat komunikasi kepada masyarakat khususnya pelanggan PLN, karena media mempunyai dampak besar terkait penyebaran informasi. Kami menggunakan banyak media baik itu media televisi, surat kabar cetak dan online, radio. Untuk membangun kepercayaan kepada masyarakat kami humas PT PLN selalu memberikan informasi perusahaan berupa press release contohnya informasi tentang pelayanan listrik kepada pelanggan (penambahan daya, kenaikan tarif listrik), Informasi usaha PT PLN dalam mengeksplorasi energi terbarukan untuk menyumplai kebutuhan listrik negara, informasi kegiatan PLN dalam kekegiatan CSR, informasi klarifikasi suatu permasalahan”

Strategi lain dalam menegakkan reputasi saat perusahaan mengalami permasalahan humas PT PLN akan melibatkan top management sebagai spoke person dengan menunjukkan fakta –fakta yang sesungguhnya. Tujuannya agar masyarakat lebih percaya kepada PT PLN. Sesuai yang dijelaskan oleh Syarafina novianti selaku humas PT PLN (persero) Distribusi Jawa Tengah:

“tentunya kita selalu melibatkan General Manager dan sekaligus jajaran manager semua bidang. Karena mereka semua mempunyai dampak kepercayaan kepada masyarakat terkait klarifikasi masalah selain itu juga kami melibatkan pakar ahli untuk membenarkan dengan penelitiannya. Agar masyarakat percaya kembali kepada kami.”

Jadi humas PT PLN (persero) Distribusi Jawa Tengah menegakkan reputasi perusahaan dengan berbagai strategi seperti, penulisan press release terkait informasi kegiatan perusahaan dan klarifikasi masalah dengan spoke person

yang kredibilitas. Tujuannya agar masyarakat lebih percaya dengan kinerja PT PLN (persero) Distribusi Jawa Tengah.

3.3.3 *By supplying good copy* (memasok naskah informasi yang baik)

Strategi dengan memasok naskah informasi yang baik. Naskah informasi dapat dibuat dalam bentuk artikel yang berupa opini atau pendapat tentang suatu permasalahan. Naskah informasi yang baik bisa diberikan berdasarkan data-data yang sebenarnya.

Pada penelitian ini humas PT PLN (persero) Distribusi Jawa Tengah melakukan strategi untuk press releasenya menarik perhatian wartawan untuk diangkat ke media. Strategi penulisan press release humas PT PLN (persero) Distribusi Jawa Tengah yaitu dengan pembuatan judul press release yang unik dengan judul yang membuat penasaran pembaca, penambahan foto, menyediakan sumber data, selain itu humas PT PLN (persero) Distribusi Jawa Tengah mengangkat suatu permasalahan yang sedang menarik untuk dibahas agar menjadikan press releasenya menjadi selera wartawan. Sesuai yang dijelaskan oleh Syarafina novianti selaku humas PT PLN (persero) Distribusi Jawa Tengah:

“Strategi kami dalam penulisan naskah news release agar dimuat oleh media yaitu dengan pembuatan press release yang unik dengan judul yang membuat penasaran pembaca, penambahan foto didalam press release, menyediakan sumber data yang akurat selain itu memuat suatu permasalahan yang sedang menarik untuk dibahas agar mempunyai nilai berita.”

Jadi pada tahap penelitian ini humas PT PLN (persero) Distribusi Jawa Tengah berusaha memasok berita ke media dengan penulisan yang benar agar wartawan tertarik dengan press release yang dibuat oleh humas PT PLN (persero)

Distribusi Jawa Tengah. Sehingga press releasenya akan dimuat di media oleh wartawan.

3.3.4 *By cooperations in providing material* (kerjasama dalam menyediakan bahan informasi)

Strategi yang dilakukan dengan kerjasama yang baik dalam menyediakan bahan informasi. Yang menjadi penekanan strategi ini adalah penghargaan yang tinggi dari seorang public relations kepada media massa, termasuk pekerja media. Maksudnya seorang public relations dituntut untuk menghargai media massa serta pekerja media dengan menyediakan waktu yang tepat dan menghargai kedatangan mereka.

Pada penelitian ini humas PT PLN (persero) Distribusi Jawa Tengah melakukan kerjasama yang baik dalam menyediakan bahan informasi. Bentuk kerjasama humas PT PLN (persero) Distribusi Jawa Tengah dengan instansi media dengan melakukan media visit. Dalam kegiatannya humas PT PLN (persero) Distribusi Jawa Tengah dan melakukan kerjasama sebagai pemasok bahan berita kepada media massa Sesuai yang dijelaskan oleh Hardian Sakti Laksana selaku manager humas PT PLN (persero) Distribusi Jawa Tengah dan :

“media visit yang dilakukan oleh kami didalamnya ada press briefing dimana kami merencanakan untuk selalu bekerjasama antara institusi media dengan PT PLN (PERSERO) DISTRIBUSI JAWA TENGAH & D.I YOGYAKARTA. Selain itu kami juga selalu mengirimkan press release kepada rekan-rekan media guna untuk bahan berita.”

Bentuk penghargaan humas PT PLN (persero) Distribusi Jawa Tengah kepada wartawan dengan menyediakan waktu yang tepat dan menghargai kedatangan mereka. Karena humas PT PLN (persero) Distribusi Jawa Tengah mengerti profesi wartawan yang harus bekerja dilapangan mencari berita, maka dari itu bentuk penghargaan mereka yaitu dengan menghargai kedatangan mereka

sekalipun wartawan datangnya telambat. Sesuai yang dijelaskan oleh Syarafina novianti selaku humas PT PLN (persero) Distribusi Jawa Tengah:

‘kami sangat menunggu kehadiran rekan-rekan media saat kami mengadakan konferensi pers atau kunjungan mereka ke kantor PLN. Karena kami juga mengetahui profesi wartawan yang harus bekerja mencari bahan berita dilapangan. Jadi kami menghargai kedatangan mereka.. kami tidak akan menyalahkan rekan media jika kedatangannya terlambat, karena kami memahami kondisi lapangan.’

Jadi pada penelitian ini humas PT PLN (persero) Distribusi Jawa Tengah selain melakukan kerjasama yang baik dalam memasok bahan berita, humas PT PLN (persero) Distribusi Jawa Tengah juga menghargai dari profesi wartawan

3.3.5 *By providing verification facilities* (menyediakan fasilitas)

Strategi memikirkan fasilitas yang harus disediakan bagi pekerja-pekerja media. Tujuannya adalah agar pekerja media massa merasa nyaman dalam bekerja, yaitu ketika mereka melakukan liputan terhadap perusahaan tempat public relations itu berada.

Pada penelitian ini humas PT PLN (persero) Distribusi Jawa Tengah memberikan fasilitas guna menunjang kenyamanan wartawan saat bekerja. Fasilitas yang diberikan oleh humas PT PLN (persero) Distribusi Jawa Tengah berupa ruang pertemuan ber-ac, wifi dan media kit. Fasilitas tersebut guna untuk menunjang pekerjaan media. Sesuai yang dijelaskan oleh Syarafina novianti selaku humas PT PLN (persero) Distribusi Jawa Tengah :

“fasilitas yang tentunya menunjang pekerjaan wartawan ya, dalam hal ini bukan uang, fasilitasnya yaitu berupa ruang pertemuan yang ber-ac, wifi untuk menunjang kerja wartawan online, dan juga media kit. Kaena kami juga menyadari jika kita bekerja pada posisi yang tidak nyaman pekerjaan itu dikerjakan tidak maksimal.”

Jadi pada penelitian ini humas PT PLN (persero) Distribusi Jawa Tengah memberikan fasilitas yang menunjang pekerjaan wartawan saat kunjungan media atau konferensi pers. Fasilitas tersebut juga sangat mempengaruhi dari

hasil pekerjaan dari wartawan. Jika humas PT PLN (persero) Distribusi Jawa Tengah memberikan fasilitas yang nyaman untuk bekerja maka wartawan juga bekerja maksimal dalam mengolah berita yang bersifat informasi perusahaan.

3.3.6 *By building personal relationship with the media* (membangun hubungan secara personal dengan media)

Strategi ini merupakan strategi yang dilakukan dengan membangun hubungan secara personal antara public relations dengan media massa (baik itu orang-orang yang ada di institusi media maupun dengan wartawan dan pekerja media lainnya). Hubungan personal yang baik antara public relations dengan pekerja media diharapkan dapat digunakan sebagai dasar untuk membangun keterbukaan dan saling menghormati antar profesi masing-masing. Dalam strategi ini,

Pada penelitian ini ini humas PT PLN (persero) Distribusi Jawa Tengah membangun hubungan personal yang baik dengan orang-orang yang berada di institusi media maupun dengan wartawan melalui sms, e-mail, atau pesan dengan menggunakan media sosial untuk menyapa dan menanyakan kabar pekerja media. Sesuai yang dijelaskan oleh Syarafina novianti selaku humas PT PLN (persero) Distribusi Jawa Tengah :

“bentuk berhubungan baik dengan wartawan secara personal. untuk mewujudkan rasa kerjasama yang baik kepada wartawan kami melakukan dengan menyimpan Contac Person wartawan, untuk menanyakan kabar wartawan, memberikan informasi agenda media relations kepada wartawan melalui pesan media sosia atau e-mail.”

Strategi lain yang dilakukan humas PT PLN (persero) Distribusi Jawa Tengah dengan memberikan informasi dan ide-ide yang dapat digunakan sebagai masukan ketika pekerja media akan membuat bahan pemberitaan. Sesuai yang dijelaskan oleh hardian sakti laksana selaku manager humas PT PLN (persero)

Distribusi Jawa Tengah :

“kami selalu memberikan bahan informasi kepada wartawan, berbagai pertanyaan kami berusaha menjawab dan memberi jawaban dengan terbuka. Karena kami berusaha memberikan informasi update baik melalui konferensi pers atau press release. Selain itu juga kami memberikan masukan tentang penulisan berita kepada media agar pemberitaanya tidak merugikan perusahaan.”

Jadi pada penelitian ini humas PT PLN (persero) Distribusi Jawa Tengah berusaha membangun hubungan baik dengan media. Hubungan baik yang dilakukan humas PT PLN (persero) Distribusi Jawa Tengah dengan pekerja media, saling mengerti, saling memahami, dan saling menghormati antara profesi public relations dengan media.