

**STRATEGI HUMAS PT.PLN (PERSERO) WILAYAH SUMATERA
SELATAN JAMBI DAN BENGKULU (WS2JB) DALAM
MEMPROMOSIKAN PROGRAM LISTRIK PRABAYAR**

Skripsi

Disusun untuk memenuhi sebagian persyaratan
mencapai derajat Sarjana Strata 1 (S1) Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : Hubungan Masyarakat



Disusun Oleh:

**RARA ANUM ANGGRAINI
07031381419118**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
TAHUN 2018**

HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI

**STRATEGI HUMAS PT. PLN (PERSERO) WILAYAH
SUMATERA SELATAN JAMBI DAN BENGKULU
DALAM MEMPROMOSIKAN PROGRAM LISTRIK
PRABAYAR**

SKRIPSI

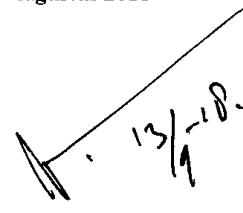
**Sebagai salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana S-1
Ilmu Komunikasi**

**Oleh
RARA ANUM ANGGRAINI
07031381419118**

Telah Disetujui oleh Dosen Pembimbing, Agustus 2018


Pembimbing I

**Dr. Andries Lionardo, M.Si
NIP. 197905012002121005**

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'A. 13/11-18', written over a horizontal line.

Pembimbing II

Krisna Murti, S.I.Kom., MA

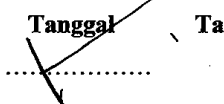
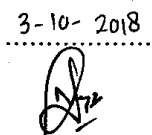

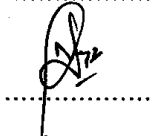
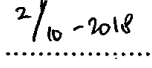

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Krisna Murti', written over a horizontal line.

HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI SKRIPSI
STRATEGI HUMAS PT.PLN (Persero) WILAYAH
SUMATERA SELATAN JAMBI DAN BENGKULU (WS2JB)
DALAM MEMPROMOSIKAN PROGRAM LISTRIK
PRABAYAR

Skripsi
Oleh

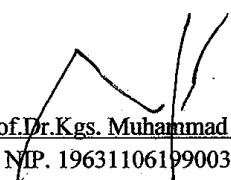
Rara Anum Angraini
07031381419118

Telah dipertahankan di depan penguji
dan dinyatakan telah memenuhi syarat
pada tanggal 26 September 2018

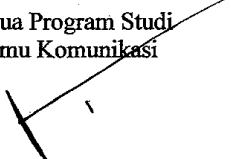
Jabatan	Nama	Tanggal	Tanda Tangan
Ketua	Dr. Andries Lionardo, S.IP, M.Si NIP. 197905012002121005		
Sekretaris	Krisna Murti. S.I.KoM, M.I.Kom NIP.	3-10-2018 	
Anggota	Dra. Hj. Rogaiyah, M.Si NIP. 195407241985032001		
Anggota	Nurly Meilinda, S.I.Kom, M.I.Kom NIP. 199005142015042001	2/10-2018 	

Mengetahui,

Dekan FISIP UNSRI

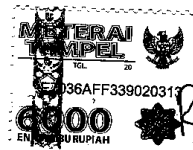

Prof. Dr. Kgs. Muhammad Sobri, M.Si
NIP. 196311061990031001

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi


Dr. Andries Lionardo, S.IP, M.Si
NIP. 197905012002121005

PERNYATAAN KEASLIAN DAN PERSYARATAN PUBLIKASI

1. Skripsi yang berjudul: “ Strategi Humas PT. PLN (Persero) Wilayah Sumatera Selatan, Jambi dan Bengkulu (WS2JB) dalam mempromosikan program listrik prabayar” ini adalah karya penelitian saya sendiri dan tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik serta tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang tertulis dengan acuan yang disebutkan sumbernya, baik dalam naskah karangan dan daftar pustaka. Apabila ternyata di dalam naskah Skripsi ini dapat dibuktikan unsur-unsur plagiasi, maka saya bersedia menerima sanksi, baik Skripsi beserta gelar Sarjana saya dibatalkan serta proses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.
2. Publikasi sebagian atau keseluruhan isi Skripsi pada jurnal atau forum ilmiah harus menyertakan tim promotor/ pemimbing sebagai *author* dan program studi Ilmu Komunikasi Universitas Sriwijaya sebagai institusinya. Apabila saya melakukan pelanggaran dari ketentuan publikasi ini, maka saya bersedia mendapatkan sanksi akademik yang berlaku.



Palembang, 2018

Rara Anum Anggraini
Rara Anum Anggraini

07031381419118

HALAMAN PERSEMBAHAN

“ Menyia-nyiakan waktu lebih buruk dari kematian karena kematian memisahkanmu dari dunia sementara menyia-nyiakan waktu memisahkanmu dari Allah – Imam bin Al-Qayim

“ Barang siapa keluar untuk mencari ilmu maka dia berada di jalan Allah” – HR. Ahmad

Skripsi ini dipersembahkan untuk:

1. Ayahanda Sudirman S.Pd dan Ibunda Angki Novirma S.pd
2. Adikku Windi Rizki Oktaria dan Firman Nugraha Putra
3. Almamater Tercinta

ABSTRAK

Rara Anum Anggraini, **Strategi Humas PT. PLN (Persero) Wilayah Sumatera Selatan Jambi Dan Bengkulu (WS2JB) Dalam Mempromosikan Program Listrik Prabayar**

Dalam penelitian ini penulis ingin meneliti tentang strategi Humas PT. PLN (Persero) Wilayah Sumatera Selatan, Jambi dan Bengkulu (WS2JB) dalam mempromosikan program listrik Prabayar. Cakupan wilayahnya yang besar namun jumlah pengguna listrik prabayar yang meningkat setiap bulannya, adanya pemberitaan di media lebih banyak yang positif dan kendala listrik prabayar itu sendiri. Penelitian ini diharapkan dapat menjawab rumusan masalah yaitu bagaimana strategi Humas PT. PLN (Persero) Wilayah Sumatera Selatan, Jambi dan Bengkulu (WS2JB) dalam mempromosikan Program Listrik Prabayar. Penelitian ini menggunakan teori strategi Humas menurut Rosady Ruslan yang memiliki empat dimensi. Diantaranya, strategi operasional, pendekatan persuasi dan edukatif, pendekatan tanggung jawab sosial humas dan pendekatan kerjasama. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif dengan melakukan wawancara mendalam, observasi non-partisipan dan mengumpulkan data yang didapat dari objek yang diteliti. Penelitian ini juga menggunakan analisis deskriptif dimana akan dikumpulkan informasi terpecaja yang didapatkan dari objek yang diteliti secara rinci dan mengetahui masalah penelitian secara jelas. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi Humas PT. PLN (Persero) Wilayah Sumatera Selatan, Jambi dan Bengkulu (WS2JB) dalam mempromosikan program listrik Prabayar sudah membentuk strategi humas yang cukup baik. Dari hasil tersebut penulis lebih menyarankan agar promosi yang dilakukan lebih merata.

Kata kunci: Strategi Humas, Promosi, Program Listrik Prabayar

Pemimbing I

Dr. Andries Lionardo, S.IP.,M.Si
NIP. 197905012002121005

Pemimbing II

Krisna Murti, S.I.Kom., MA
NIP.

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Dr. Andries Lionardo, S.IP.,M.Si
NIP. 197905012002121005

ABSTRACT


Rara Anum Anggraini, Public Relations Strategy at PT. PLN (Persero) South Sumatra Jambi and Bengkulu Region (WS2JB) in Promoting Prepaid Electricity Programs. In this study the author wants to examine the PR strategy of PT. PLN (Persero) Region of South Sumatra, Jambi and Bengkulu (WS2JB) in promoting Prepaid electricity programs. Its large area coverage but the number of prepaid electricity users is increasing every month, there are more positive news in the media and prepaid electricity constraints themselves. This research is expected to answer the formulation of the problem, namely how the PR strategy of PT. PLN (Persero) Region of South Sumatra, Jambi and Bengkulu (WS2JB) in promoting Prepaid Electricity Program. This research uses PR strategy theory according to Rosady Ruslan who has four dimensions. Among them, operational strategies, persuasion and educative approaches, public relations social responsibility approaches and collaborative approaches. The research method used is qualitative research methods by conducting in-depth interviews, non-participant observation and collecting data obtained from the object under study. This study also uses descriptive analysis where reliable information will be collected from the object that is examined in detail and knows the research problem clearly. The results of this study indicate that the PR strategy of PT. PLN (Persero) Region of South Sumatra, Jambi and Bengkulu (WS2JB) in promoting Prepaid electricity program has formed a good public relations strategy. From the results of these results the authors suggest that the promotion is more evenly distributed.

Keywords: Public Relations Strategy, Promotion, Prepaid Electricity Program

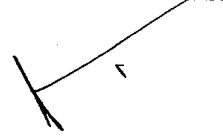
Advisor I

Dr. Andries Lionardo, S.IP.,M.Si
NIP. 197905012002121005

Advisor II


Krisna Murti, S.I.Kom., MA
NIP.

Head of Communication Science Department
Faculty of Social and Political Sciences


Dr. Andries Lionardo, S.IP.,M.Si
NIP. 197905012002121005

KATA PENGANTAR

Puji syukur alhamdulillah peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT atas berkat, rahmat, taufik dan hidayah-Nya, penyusunan skripsi yang berjudul “*Strategi Humas PT.PLN (Persero) Wilayah Sumatera Selatan, Jambi dan Bengkulu (WS2JB) dalam Mempromosikan Program Listrik Prabayar*” dapat diselesaikan dengan baik.

Peneliti menyadari bahwa dalam proses penulisan skripsi ini banyak mengalami kendala, namun berkat bantuan, bimbingan, kerjasama dari berbagai pihak dan berkah dari Allah SWT sehingga kendala-kendala yang dihadapi tersebut dapat diatasi. Untuk itu peneliti menyampaikan ucapan terima kasih dan penghargaan kepada bapak Dr. Andries Lionardo,S.IP.,M.Si selaku dosen pembimbing I dan Bapak Krisna Murti, S.I.Kom., MA selaku dosen pembimbing II yang telah dengan sabar, tekun, tulus dan ikhlas meluangkan waktu, tenaga dan pikiran memberikan bimbingan, motivasi, arahan, dan saran-saran yang sangat berharga kepada peneliti selama menyusun skripsi.

Selanjutnya ucapan terima kasih penulis sampaikan pula kepada:

1. Bapak Prof.Dr.Kgs.M.Sobri., selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan bimbingan dan nasihat selama perkuliahan kepada peneliti.
2. Bapak Dr. Andries Lionardo,S.IP., M.Si selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP UNSRI yang telah memberikan ijin dan kesempatan untuk melakukan penelitian.
3. Dra. Hj. Rogayah, M.Si., selaku Sekretaris Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Sriwijaya.
4. Dr. Andries Lionardo,S.IP., M.Si selaku Dosen Pembimbing I dalam membantu penyusunan skripsi
5. Krisna Murti, S.I.Kom., MA selaku Dosen Pembimbing II dalam membantu penyusunan skripsi

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING SKRIPSI	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii

BAB I : PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.1.1 Jumlah pengguna listrik Prabayar yang meningkat perbulan.....	2
1.1.2 Pemberitaan di media lebih banyak yang positif.....	4
1.1.3 Kendala Listrik Prabayar.....	6
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori.....	8
2.1.1 Strategi Humas.....	8
2.2 Beberapa Teori Strategi Humas.....	17
2.3 Teori Strategi Humas yang digunakan.....	21
2.4 Kerangka Teori.....	22

2.5 Kerangka Pemikiran.....	23
2.6 Penelitian Terdahulu	25

BAB III : METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian.....	29
3.2 Definisi Konsep.....	29
3.3 Fokus Penelitian.....	30
3.4 Unit Analisis.....	33
3.5 Informan Penelitian.....	33
3.6 Data dan Sumber Data	34
3.6.1 Jenis Data	34
3.6.2 Sumber Data.....	34
3.7 Teknik Pengumpulan Data.....	34
3.8 Teknik Keabsahan Data	35
3.9 Teknik Analisis Data.....	36

BAB IV : GAMBARAN UMUM TEMPAT PENELITIAN

4.1 Gambaran Umum Tempat Penelitian.....	38
4.1.1 Sejarah dan Perkembangan Kota Palembang.....	38
4.1.2 Visi dan Misi Kota Palembang	40
4.1.3 Lambang Kota Palembang	41
4.2 Gambaran Umum Perusahaan Listrik Negara.....	42
4.1.1 Sejarah PT.PLN WS2JB	42
4.1.2 Visi dan Misi PT.PLN WS2JB.....	42
4.1.3 Lambang PT.PLN	44
4.3 Gambaran Umum Divisi Humas PT.PLN WS2JB	45

BAB V : HASIL DAN ANALISIS

5.1 Hasil dan Analisis	51
5.1.1 Strategi Operasional	52
5.1.1.1 Iklan Melalui Media	52
5.1.1.2 Promosi Langsung	60
5.1.2 Pendekatan Persuasif dan Edukatif	65
5.1.2.1 Informasi bersifat persuasif	65
5.1.2.2 Informasi bersifat edukatif	69
5.1.3 Pendekatan Tanggung Jawab Sosial	76
5.1.3.1 Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL)	76
5.1.3.2 Program Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR)	80
5.1.4 Pendekatan Kerjasama	83
5.1.4.1 Kerjasama dengan Pihak Internal	84
5.1.4.2 Kerjasama dengan Pihak Eksternal	87

BAB VI : PENUTUP

6.1 Kesimpulan	93
6.2 Saran	94

DAFTAR PUSTAKA	95
-----------------------------	----

LAMPIRAN	98
-----------------------	----

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Pelanggan listrik prabayar tahun 2017.....	3
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	26
Tabel 3.1 Fokus Penelitian.....	31
Tabel 4.1 Jumlah Penduduk menurut JK	39
Tabel 4.2 Daftar staff Divisi Hukum dan Humas	46
Tabel 5.1 Iklan melalui media	53
Tabel 5.2 Promosi Langsung	61
Tabel 5.3 Informasi bersifat persuasif	65
Tabel 5.4 Informasi bersifat edukatif.....	70
Tabel 5.5 Definisi listrik pintar	72
Tabel 5.6 Keuntungan listrik pintar	73
Tabel 5.7 Program Kemitraan dan Bina Lingkungan	77
Tabel 5.8 Program CSR	81
Tabel 5.9 Kerjasama dengan pihak internal.....	84
Tabel 5.10 Kerjasama dengan Pihak Eksternal	88

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pemberitaan media di tahun 2017	5
Gambar 1.2 Jadwal bank offline	6
Gambar 2.1 Alur pemikiran	25
Gambar 4.1 Lambang Kota Palembang	41
Gambar 4.2 Lambang PLN	44
Gambar 4.3 Struktur divisi Hukum dan Humas	46
Gambar 5.1 Pemberian Brosur.....	55
Gambar 5.2 Talkshow DM Humas	55
Gambar 5.3 Rekap kliping media	56
Gambar 5.4 Website resmi PLN	56
Gambar 5.5 Grafik persentasi penggunaan medsos.....	58
Gambar 5.6 Meteran listrik Prabayar	58
Gambar 5.7 Brosur listrik Prabayar	59
Gambar 5.8 Promosi langsung dengan komunitas.....	62
Gambar 5.9 Kegiatan Customer Gathering	63
Gambar 5.10 Komunikasi tatap muka	67
Gambar 5.11 Talkshow radio Sonora	67
Gambar 5.12 Penyerahan bantuan PKBL	78
Gambar 5.13 Peresmian kampung pintar.....	82
Gambar 5.14 Acara Rewang galo	85
Gambar 5.15 Kegiatan COC	86
Gambar 5.16 DM Humas dan wartawan	89
Gambar 5.17 Talkshow dengan pihak eksternal	90
Gambar 5.18 Acara customer gathering	90
Gambar 5.19 Bantuan program CSR	91

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran Halaman Persetujuan Skripsi

Lampiran SK Izin Pengambilan Data

Lampiran SK Dosen Pemimbing Skripsi

Lampiran Konsultasi Pemimbing Skripsi

Lampiran Pedoman Wawancara

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Humas adalah suatu seni sekaligus disiplin ilmu sosial yang menganalisis berbagai kecenderungan, memprediksikan setiap kemungkinan konsekuensi dari setiap kegiatannya, memberi masukan-masukan dan saran-saran kepada para pemimpin organisasi dan mengimplementasikan program-program tindakan yang terencana untuk melayani kebutuhan organisasi dan atau kepentingan khalayaknya. Tugas Humas adalah membangun pengenalan dan pengetahuan merek secara efektif sehingga Humas bertanggung jawab untuk mempromosikan program-program yang sedang dijalankan. Humas juga bertanggung jawab untuk memicu tercapainya sikap saling mengerti antara masyarakat dan perusahaan termasuk kebutuhan masyarakat.

Dalam penelitian ini akan membahas Humas PT.PLN (Persero) Wilayah Sumatera Selatan, Jambi dan Bengkulu yang memiliki tugas untuk mempertahankan citra perusahaan di mata publik dan menyusun rencana komunikasi internal maupun eksternal dalam mempromosikan program-program layanan yang dibuat oleh perusahaan. Salah satu program yang dibuat oleh PT.PLN (Persero) adalah Program Listrik Prabayar yang mana memungkinkan pelanggan untuk mengendalikan sendiri penggunaan listriknya sesuai kebutuhan dan kemampuan. Seperti halnya pulsa isi ulang pada telepon seluler, pada sistem listrik pintar, pelanggan terlebih dahulu membeli pulsa (voucher atau token) listrik isi ulang melalui gerai ATM sejumlah bank atau melalui loket-loket pembayaran tagihan listrik online. Kesimpulannya adalah program listrik prabayar merupakan program pelayanan untuk pelanggan yang bertujuan untuk memberikan kemudahan, kebebasan dan kenyamanan pelanggan untuk mengendalikan pemakaian listrik sesuai dengan kebutuhan pelanggan itu sendiri.

Kebutuhan akan energi listrik sangat dominan bagi manusia, dimulai dari kebutuhan di dalam rumah tangga, bisnis, pemerintahan dan seluruh aspek kehidupan lainnya. Ketersediaan energi listrik ini sangat penting dan sangat berpengaruh dalam meningkatkan laju pertumbuhan kualitas sosial ekonomi masyarakat secara umum. Di Indonesia adanya Perusahaan Listrik Negara yang merupakan perusahaan BUMN yang bergerak di bidang penyediaan jasa kelistrikan. PT. PLN (Persero) menyadari akan kebutuhan masyarakat yang semakin bergantung pada tenaga listrik, sehingga membuat pihak PT.PLN (Persero) terus melakukan berbagai kajian untuk meningkatkan mutu pelayanan dengan cara menawarkan berbagai program layanan. Seiring berjalannya waktu dan untuk mengembangkan pelayanan suatu perusahaan maka dibuatlah suatu inovasi demi mempertahankan eksistensi dan juga untuk kemajuan serta pengembangan dalam memberikan pelayanan yang lebih baik kepada masyarakat.

Alasan penelitian tersebut ada tiga point diantaranya adalah jumlah pengguna listrik Prabayar yang meningkat perbulan, pemberitaan di media lebih banyak yang positif dan kendala listrik Prabayar. point-point tersebut akan dipaparkan dibawah ini.

1.1.1 Jumlah pengguna listrik Prabayar yang meningkat perbulan

Bentuk inovasi yang diciptakan oleh PT.PLN (Persero) adalah dengan mengeluarkan program listrik Prabayar. Selain untuk peningkatan pelayanan, alasan PT. PLN (Persero) mengeluarkan program listrik Prabayar untuk mengatasi kejadian salah baca meter, tagihan listrik yang tidak menentu, tunggakan rekening pada pelanggan dan terjadinya salah pemutusan arus listrik. Hal ini menimbulkan kerugian diantara kedua pihak yaitu masyarakat dan PT. PLN (Persero) sendiri. Dikutip di link salah satu media online mengenai kesadaran masyarakat untuk membayar listrik masih sangat rendah yang menyebabkan kerugian PT.PLN(Persero) Wilayah Sumatera Selatan Jambi dan Bengkulu tepatnya di Area Musi Banyu Asin (http://palembang.tribunnews.com/2018/03/30/kesadaran-masyarakat-bayar-tagihan-masih-minim-tunggakan-listrik-di-muba-capai-9_m?page=2.) Sehingga

daripada itu dibuatlah Listrik Prabayar yang mana program listrik prabayar ini membuat masyarakat lebih menghargai akan keberadaan tenaga listrik dan lebih bijak dalam penggunaan listrik. Pihak PT. PLN (Persero) memang tidak mewajibkan masyarakat untuk menggunakan listrik prabayar namun mereka lebih mengarahkan kepada pelanggan untuk menggunakan listrik prabayar. Hal ini dilakukan agar masyarakat bisa lebih bijaksana dalam menggunakan listrik karena pelanggan sendiri yang mengendalikan sendiri penggunaan listrik sesuai kebutuhan dan kemampuan pelanggan. Pihak PT. PLN (Persero) mengakui adanya beberapa kelemahan listrik prabayar ini seperti biaya administrasi yang dibebankan kepada pelanggan. Namun melihat lebih efektif dan praktisnya program listrik prabayar ini membuat pihak PT.PLN (Persero) terus mengarahkan program listrik prabayar pada masyarakat.

Tabel 1.1
Pelanggan Listrik Prabayar Tahun 2017

Unit									
	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Agt	Sep
Area Palembang	362,590	369,310	376,419	383,804	390,879	398,013	406,486	417,400	425,445
Area Lahat	210,837	214,795	219,481	223,208	227,815	233,141	238,427	245,560	251,706
Area Jambi	165,840	168,872	172,656	175,746	179,281	181,437	184,016	188,170	192,018
Area Muara Bungo	123,290	125,442	128,326	130,710	132,773	134,496	136,541	139,813	142,398
Area Bengkulu	150,502	152,514	155,476	158,191	162,297	165,682	169,563	174,470	178,289
Gabungan	1,013,059	1,030,933	1,052,358	1,071,659	1,093,04	1,112,763	1,165,41	1,165,41	1,189,85

WS2JB					5		3	3	6
-------	--	--	--	--	---	--	---	---	---

(Sumber: Laporan Tahunan Divisi Pemasaran dan Niaga PT PLN (Persero) Wilayah Sumatera Selatan Jambi dan Bengkulu)

Melihat dari tabel di atas, menunjukkan adanya peningkatan pengguna listrik prabayar di Wilayah Sumatera Selatan, Jambi dan Bengkulu (WS2JB) setiap bulannya di tahun 2017. Pada area Palembang meningkat tujuh hingga sebelas ribu pelanggan. Di area Lahat meningkat sekitar 4 ribu pelanggan di tiap bulannya. Untuk daerah Muaro Bungo meningkat 2-3 ribu pelanggan di tiap bulannya. Area Bengkulu meningkat 2-4 ribu pelanggan di tiap bulannya. Untuk total gabungan di wilayah Sumatera Selatan Jambi dan Bengkulu meningkat 24-27 ribu pelanggan.

1.1.2 Pemberitaan di media lebih banyak yang positif

Untuk mengatasi hambatan atau kendala dalam mempromosikan listrik prabayar maka Humas melakukan beberapa strategi dimulai dari promosi secara langsung dengan masyarakat maupun melalui media dan kegiatan eksternal lainnya. Dikutip dari media online <https://penasumatera.co.id/pt-pln-persero-area-palembang-terapkan-layanan-sehari-kelar-laser/> mengatakan bahwa layanan yang resmi diluncurkan pada November 2017 lalu ini, merupakan salah satu solusi yang ditawarkan pihak PT PLN demi meningkatkan kepuasan masyarakat atas layanan PLN. Dengan konsep *One Day Service* untuk pelayanan pasang baru, perubahan daya dan migrasi Listrik Prabayar tanpa perluasan jaringan dapat dilayani dalam waktu 1 hari kerja setelah pembayaran.

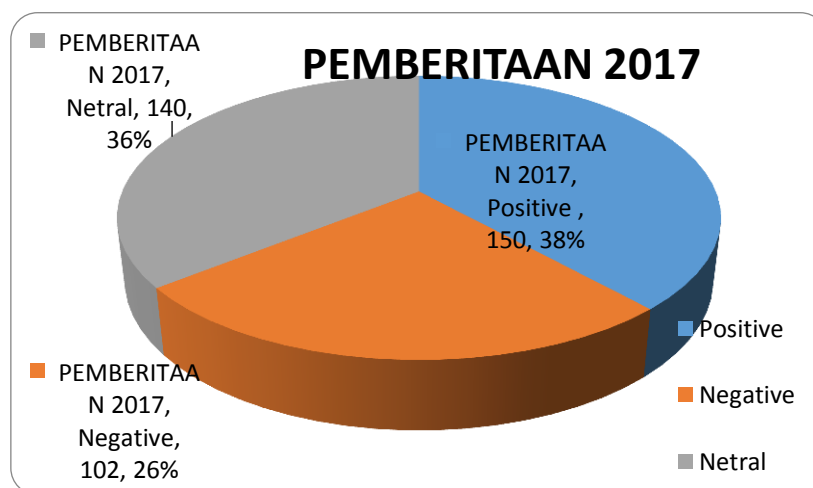
Tidak hanya itu, Humas PLN (Persero) Wilayah Sumatera Selatan, Jambi dan Bengkulu juga melakukan sosialisasi dengan aparat TNI. Dikutip dari media online <http://tvsumsel.com/gencarkan-listrik-prabayar-pln-sosialisasi-kepada-anggota-tni-kodam-ii-sriwijaya/> .Saat ini jumlah pelanggan Listrik Prabayar atau yang dikenal dengan Listrik Pintar di Provinsi Sumatera Selatan, Jambi dan Bengkulu yaitu 1.262.565 dari total 3.073.773 atau 41,08% dari total pelanggan serta angka ini terus menunjukkan peningkatan. Mengingat begitu besarnya minat

masyarakat terhadap Listrik Prabayar maka PT PLN (Persero) Wilayah Sumatera Selatan, Jambi dan Bengkulu (WS2JB) kerap melakukan sosialisasi terkait Listrik Prabayar. Berlokasi di KODAM II Sriwijaya, PLN memberikan sosialisasi kepada Anggota TNI Kodam II Sriwijaya Bidang Logistik dengan total peserta hampir 200 orang.

Dari pemberitaan tersebut dapat dilihat berbagai strategi promosi yang dilakukan Humas PLN (Persero) Wilayah Sumatera Selatan, Jambi dan Bengkulu untuk meningkatkan jumlah pelanggan listrik prabayar. Berdasarkan pemberitaan dari media-media online tersebut menunjukkan bahwa Humas PT.PLN melakukan tanggung jawabnya dalam mempromosikan listrik prabayar. Berikut ini merupakan grafik gambar yang menunjukkan pemberitaan media di sepanjang tahun 2017.

Gambar 1.1

Pemberitaan Media di tahun 2017



(Sumber: Divisi Humas PT.PLN (Persero) WS2JB)

Gambar 1.1 menunjukkan bahwa pemberitaan media di tahun 2017 lebih banyak mengandung berita positif dan netral. Dengan pemberitaan positive sebanyak 150, pemberitaan negative sebanyak 102 dan pemberitaan netral sebanyak 140. Strategi promosi yang dilakukan oleh Pihak Humas PT PLN

(Persero)Wilayah Sumatera Selatan, Jambi dan Bengkulu (WS2JB) di tahun 2017 dirasa cukup efektif , hal ini dikarenakan mengalami peningkatan yang cukup pesat. Dapat dilihat tabel dibawah ini mengenai media monitoring pemberitaan di Wilayah Sumatera Selatan, Jambi dan Bengkulu di tahun 2017.

1.1.3 Kendala Listrik Prabayar

Hambatan atau kendala Humas dapat berupa pola pikir masyarakat itu sendiri yang sebagian masyarakatnya mengeluh dan menganggap sulit dengan adanya mekanisme pemasangan listrik prabayar. Hal lainnya adalah dari segi teknis, dikarenakan pembayaran dilakukan secara online. Salah satu cara pembayaran listrik prabayar ini melalui internet banking bank. Kelemahan dari internet banking bank sendiri karena memiliki jam offline.

Gambar 1.2

Jadwal bank offline

JADWAL BANK OFFLINE	
	Jam Offline BCA Hari senin – jumat 20.30-00.30 WIB Hari sabtu – minggu 18.00-21.00 WIB (00:00 – 05:00)
	Jam Offline MANDIRI Hari Senin – Jumat 22.45 – 04.00 WIB Hari Sabtu & minggu Offline 22.00-04.00
	Jam Online BNI Online 24 Jam
	Jam Offline BRI Hari Senin – Minggu 00.00 – 06.00 WIB

(Sumber:jam offline bank di Indonesia.com)

Gambar 1.2 menunjukkan beberapa jadwal bank offline diantaranya BCA, Bank Mandiri, BNI dan BRI. Sistem listrik prabayar yang berarti menggunakan sistem membayar dahulu maka hal ini berpengaruh dalam penggunaan listrik jika dalam keadaan terdesak dan tidak bisa melakukan pembayaran dikarenakan kendala teknis tersebut.

Berdasarkan alasan ketiga point diatas, maka peneliti tertarik melakukan penelitian yang terkait Strategi Humas PT.PLN (Persero) Wilayah Sumatera Selatan Jambi dan Bengkulu dalam mempromosikan program listrik Prabayar

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang diatas, masalah yang dikaji dalam penelitian ini adalah “Bagaimana strategi humas PT.PLN (Persero) Wilayah Sumatera Selatan Jambi dan Bengkulu dalam mempromosikan program listrik Prabayar ?”

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui strategi humas PT.PLN (Persero) Wilayah Sumatera Selatan Jambi dan Bengkulu dalam mempromosikan program listrik Prabayar.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat seperti:

1. Manfaat Teoritis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat memberi sumbangan ilmu pengetahuan kepada mahasiswa Ilmu Komunikasi
- b. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumber referensi, landasan serta pedoman untuk peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian dengan variabel yang sama.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi atau masukan bagi kemajuan PT. PLN (Persero) Wilayah Sumatera Selatan Jambi dan Bengkulu sebagai salah satu perusahaan milik Negara yang bergerak di bidang kelistrikan.

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Data dari Buku :

- Basu, Swastha dan Irawan.2008. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: PT Liberty
- Herlambang,Susatyo.2014.*Basic Marketing (Dasar-Dasar Pemasaran)*. Yogyakarta: PT. Gosyen Publishing
- Jefkins, Frank.2003. *Public Relations Edisi Kelima*. Jakarta: Erlangga
- Kriyantono, Rachmat.2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Edisi Pertama. Jakarta: PT Kencana Prenadamedia
- Marty, Yevis. 2010. *Sukses Mengelola Marketing Mix, CRM, Customer Value, dan Customer Dependency (Kasus Pada Pemasaran Shopping Center)*. Bandung : PT Alfabeta
- Morissan.2008. *Manajemen Public Relations*. Jakarta : PT Kencana
- Mukarom, Zainal& Muhibudin Wijaya.2015. *Manajemen Public Relation (Panduan Efektif Pengelolaan Hubungan Masyarakat)*. Bandung: PT Pustaka Setia
- Nova, Firsan.2011. *Crisis Public Relations Bagaimana PR Menanagani Krisis Perusahaan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Ruslan, Rosady. 2006. *Manajemen Public Realtions dan Media Komunikasi Konsep dan Aplikasinya*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Shannon, Claude& Warren Weaver.1949. *A Matchematical Model Of Communication*. Urbana: University of Illnoes Press
- Sistaningrum, Widiyaningtyas. (2002).*Manajemen Penjualan Produk*.Yogyakarta: Penerbit Kanisius

Smith , Ronald D.2005. *Strategic Planning For Public Relations*. London: Mahwah

Sugiyono.2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: PT Alfabeta

Tjiptono,Fandi. (1997). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: PT. Andi

Wijayanti, Titik.2017. *Marketing Plan! Dalam Bisnis*. Edisi Ketiga. Jakarta :PT Elex Media Komputindo

Sumber Data dari Internet :

BUMN. *Perhutani*. <http://www.bumn.go.id/perhutani/halaman/162>. diakses pada 10 Juni 2018 pukul 20.00 WIB

PT.PLN (Persero). *Mekanisme Listrik Pintar*.www.pln.co.id diakses pada 10 Oktober 2017 pukul 20.00 WIB

PT.PLN (Persero). *Definisi listrik pintar*. <http://www.pln.co.id/pelanggan/listrik-pintar/apa-itu-listrik-pintar> diakses pada 10 Oktober 2017 pukul 21.00 WIB

PT.PLN (Persero).*PLN Peduli* . (<http://www.pln.co.id/pln-peduli/corporate-social-responsibility-csr> . diakses pada 10 Juni 2018 pukul 20.00 WIB

Pena Sumatera online. *PLN Terapkan Layanan*. <https://penasumatera.co.id/pt-pln-persero-area-palembang-terapkan-layanan-sehari-kelar-laser/> diakses pada 20 juni 2018

Sumeks. *PLN Sosialisasi*. <http://tvsumsel.com/gencarkan-listrik-prabayar-pln-sosialisasi-kepada-anggota-tni-kodam-ii-sriwijaya/> diakses pada 20 juni 2018

Tribun.*Kesadaran Masyarakat*.<http://palembang.tribunnews.com/2018/03/30/kesadaran-masyarakat-bayar-tagihan-masih-minim-tunggakan-listrik-di-muba-capai-9m?page=2> diakses pada 20 juni 2018

Sumber Data dari Jurnal :

Ambarwati, Kirana (2009). *Peran dan Strategi Public Relations Dalam Membangun Citra (Studi Deskriptif Pada PT. (Persero) Angkasa Pura 1 Kantor Cabang Banda Udara Internasional Adisutjipto*. Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Yogyakarta

Kamaliya, Amalia Dessy.(2010). *Pengaruh strategi promosi terhadap keputusan konsumen menggunakan Speed*. Jurnal Ekonomi. Vol 1 No.3 (2010)

Saputra, Satria. (2007). *Pengaruh bauran promosi terhadap keputusan pembelian di dealer sentral yamaha Blitar*. Skripsi, Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Malang, Malang.

Produk Di Pt. United Indo Surabaya. Jurnal Ilmu & Riset Manajemen Vol. 3 No. 10 (2014)

Setia, Noor Ari (2011). *Analisis Keputusan Bauran Promosi Yang Mempengaruhi Proses Pembelian Konsumen Pada Perusahaan Batik Irmasasirangan di Kota Banjarmasin*. Jurusan Ilmu Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjary, Banjarmasin.

Tria Ariyanti/ Siti Rokhmi Fuadati (2014). *Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Penjualan*

Yani, Irma. (2011). *Strategi Humas dan Citra Perusahaan (Studi Korelasi Pengaruh Strategi Humas Terhadap Citra Perusahaan Di Kantor Bank Indonesia Medan)*. Skripsi. Departemen Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Sumatera Utara (2011)