FUNGSI HUMAS PT PLN (PERSERO) WILAYAH SUMATERA SELATAN JAMBI DAN BENGKULU (WS2JB) DALAM MENGELOLA OPINI PUBLIK DI MEDIA CETAK TAHUN 2017

SKRIPSI

Disusun Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Mencapai Derajat Sarjana Strata (S1) Ilmu Komunikasi
Konsentrasi Hubungan Masyarakat

DISUSUN OLEH:
MEUTIA SABARINI
NIM. 07031381320034

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
2018

FUNGSI HUMAS PT PLN (PERSERO) WILAYAH SUMATERA SELATAN JAMBI DAN BENGKULU (WS2JB) DALAM MENGELOLA OPINI PUBLIK DI MEDIA CETAK TAHUN 2017

Oleh :

MEUTIA SABARINI
07031381320034

Komisi Pembimbing	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
Pembimbing I	Dr. Andy Alfatih, MPA NIP. 196012241990011001	.....	16/11-2018 .....
Pembimbing II	Nurly Meilinda, S.I.Kom, M.I.Kom. NIK. 199005142015042001	.....	16/11-2018 .....

Telah dinyatakan memenuhi syarat

pada tanggal 9 Oktober 2018

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Universitas Sriwijaya

Dr. Andries Lionardo, S.I.P., M.Si

NIP. 197905012002121005

HALAMAN PERSETUJUAN TIM PENGUJI

FUNGSI HUMAS PT PLN (PERSERO) WILAYAH SUMATERA SELATAN JAMBI DAN BENGKULU (WS2JB) DALAM MENGELOLA OPINI PUBLIK DI MEDIA CETAK TAHUN 2017

SKRIPSI

Telah dipertahankan di Depan Tim Penguji
Pada Tanggal 7 November 2018
dan Dinyatakan Telah Memenuhi Syarat

TIM PENGUJI SKRIPSI

Dr. Andy Alfatih, M.P.A
Ketua

Nurly Meilinda, S.I.Kom, M.I.Kom.
Anggota

Hoirun Nisyak, S.Pd., M.Pd
Anggota

Oemar Madri Bafadhal, S.I.Kom., M.Si
Anggota

Palembang, 7 November 2018
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Sriwijaya

Dekan

Prof. Dr. Kgs. M. 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 "Fungsi Humas PT PLN (Persero) Wilayah Sumatera Selatan Jambi dan Bengkulu (WS2JB) Dalam Mengelola Opini Publik di Media Cetak Tahun 2017" ini adalah karya penelitian saya sendiri dan tidak terdapat karya serta 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 terdapat unsur-unsur plagiasi, maka saya bersedia menerima sanksi, baik skripsi beserta gelar Sarjana saya dibatalkan serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.
2. Publikasi sebagian atau seluruh isi Skripsi pada jurnal atau forum ilmiah harus menyertakan tim promotor / pembimbing 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, 1 November 2018

METERAI TEMPEL
TGL 20
2590CAFF504226598
6000
ENAM RIBU RUPIAH

MEUTIA SABARINI
NIM. 07031381320034

Motto dan Persembahan

Motto:

“Untuk mewujudkan mimpi menjadi nyata, hal pertama yang harus kau lakukan adalah bangun.”

– Unknown

“Ketika kau merasa sedang mengalami hari yang buruk, maka bersyukurlah karena yang kau alami bukanlah hidup yang buruk.”

– Unknown

“Motivasi tanpa usaha adalah kegagalan.”

– Unknown

Kupersembahkan Skripsi Ini Untuk:

1. Kedua Orang Tuaku Tercinta, Rizal Achmadi dan Maimunah Yubis
2. Kedua Kakakku, Erha dan Zahra beserta adikku, Lulu
3. Orang Tua Keduaku, Aslawati
4. Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
5. Alamamaterku, Universitas Sriwijaya

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya ucapkan kehadirat Allah SWT yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang atas Rahmat dan Karunia-nya sehingga dengan kehendak-nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "Fungsi Humas PT PLN (Persero) Wilayah Sumatera Selatan Jambi dan Bengkulu (WS2JB) Dalam Mengelola Opini Publik di Media Cetak Tahun 2017".

Dalam penyusunan skripsi ini tentunya saya banyak mendapatkan bimbingan, petunjuk, dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, atas tersusunnya dan selesainya skripsi ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya dan setulus-tulusnya kepada:

1. Allah SWT, yang telah memberikan kemudahan dan kelancaran seama menyelesaikan skripsi ini.
2. Kedua orang tua penulis, Rizal Achmadi dan Maimunah Yubis yang selalu memberikan doa dan motivasi serta dukungan moril dan materil yang tak terhingga.
3. Kakak dan Adik penulis, Annisa Rizmani Habsah Muthmainnah Azzahra dan Nabila Hurun'in yang selalu memberi dukungan, semangat dan menghibur penulis.
4. Orang tua kedua penulis, Aslawati yang memberikan kasih sayang, doa, dan motivasi serta dukungan moril dan materil yang tak terhingga.
5. Bapak Prof. Dr. Ir. H. Anis Saggaf, MSCE, selaku Rektor Universitas Sriwijaya.

6. Bapak Prof. Dr. Kiagus Muhammad Sobri, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.
7. Bapak Dr. Andries Lionardo, M. Si selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
8. selaku Sekretaris Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
9. Bapak Dr. Andy Alfatih, MPA selaku pembimbing I dan Ibu selaku pembimbing II yang telah membimbing dan memberikan ilmu serta masukan yang sangat berarti dalam penulisan skripsi ini.
10. Ibu Dra. Dyah Hapsari Eko Nugraheni, M.Si. selaku dosen penguji proposal penelitian skripsi saya dan yang memberikan ilmu serta masukan yang sangat berarti dalam penulisan skripsi ini.
11. selaku dosen penguji skripsi saya dan yang memberikan ilmu serta masukan yang sangat berarti dalam penulisan skripsi ini.
12. Bapak Drs. Gatot Budiarto, M.S. selaku Penasehat Akademik yang telah membimbing saya selama melaksanakan studi kuliah.
13. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya yang telah banyak memberikan ilmu dan bimbingannya.
14. General Manager PT PLN (Persero) Wilayah Sumatera Selatan, Jambi, dan Bengkulu (WS2JB) beserta seluruh pegawai divisi Humas dan Hukum yang telah memberikan izin melakukan penelitian serta memberikan data informasi yang diperlukan untuk penulisan skripsi.

15. Alnida Cahya Fatrisa, staff Humas dan Hukum PT PLN (Persero) WS2JB yang telah membantu dalam proses pengumpulan data serta memberikan dukungan dan ilmu selama proses penulisan penelitian.
16. Anas Chairil Murthadi, Aviza Dwi Amalia, Monica Christy, dan Nurhasanah, teman-teman dekat masa perkuliahan penulis yang telah membantu dalam berbagi ilmu dan pemikiran selama penulisan skripsi, yang telah menjadi bagian dari cerita kehidupan penulis, yang selalu menghibur dan memberi semangat dalam proses penulisan skripsi.
17. Seluruh teman-teman seperjuangan Ilmu Komunikasi angkatan 2013 yang telah bersama-sama menempu perkuliahan.
18. Dan yang terakhir semoga Allah SWT memberikan rahmat, rezeki, dan perlindungan-nya untuk orang-orang atau nama-nama yang saya sebutkan diatas, serta orang-orang yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kata sempurna dan memiliki beberapa kelemahan, maka kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan guna membuat skripsi ini menjadi lebih baik. Atas kerjasama dan perhatiannya, penulis mengucapkan terima kasih dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Palembang, 2018
Penulis,

Meutia Sabarini
07031381320034

ABSTRAK

Skripsi ini berjudul Fungsi Humas PT PLN (Persero) Wilayah Sumatera Selatan Jambi dan Bengkulu (WS2JB) Dalam Mengelola Opini Publik di Media Cetak Tahun 2017. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui fungsi Humas PT PLN (Persero) WS2JB dalam mengelola opini publik di media cetak tahun 2017. Jenis penelitian ini adalah penelitian desktriptif kualitatif untuk menggambarkan fungsi Humas PT PLN (Persero) WS2JB yang dijalankan oleh divisi Humas dan Hukum. Data yang digunakan berupa data primer dan sekunder yang didapatkan melalui obeservasi, wawancara, dan dokumentasi. Penelitian ini dianalisis menggunakan teori fungsi Humas menurut Onong Uchjana Effendy. Hasil penelitian menunjukkan bahwa fungsi Humas PT PLN (Perseroo) WS2JB dalam mengelola opini publik di media cetak dilakukan dengan baik. Pada pelaksanaan pengelolaan opini publik, Humas PT PLN (Persero) WS2JB telah menerapkan berbagai fungsi Humas sesuai dengan teori, pengidentifikasi masalah pada media cetak dilakukan oleh Humas PT PLN (Persero) WS2JB dengan baik, disusul dengan perencanaan yang dilakukan Humas sesuai dengan data yang terkumpul untuk selanjutnya ditentukan sasaran khalayak beserta tujuan dari perencanaan tersebut.

Kata Kunci: Fungsi, Humas, Opini Publik, Media Cetak

Pembimbing I	Pembimbing II
Dr. Andy Alfatih, M.PA	Nurly Meilinda, S.I.Kom., M.I.Kom
NIP. 196012241990011001	NIP. 199005142015042001

Palembang,
Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Sriwijaya

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

ABSTRACT

This thesis entitled Public Relations Function of PT PLN (Persero) Sumatera Selatan Jambi and Bengkulu Region (WS2JB) in managing public opinion on the printed media year 2017. This study aims to determine the public relations function of PT PLN (Persero) WS2JB in managing public opinion on the printed media year 2017. This research is a qualitative descriptive research to describe the public relations function of PT PLN (Persero) WS2JB run by the Public Relations and Law division. The data which is used in the form are primary data and secondary data, obtained through observation, interviews, and documentation. This study was analyzed using the theory of public relations function according to Onong Uchjana Effendy. The results showed that the public relation function of PT PLN (Persero) WS2JB in managing public opinion on the printed media is running well. In the implementation of public opinion management, Public Relations of PT PLN (Persero) WS2JB has implemented various of Public Relations functions which is suitable to the theory, the problem identify on the printed media are running well by Public Relations of PT PLN (Persero) WS2JB, followed by planning which is conducted by Public Relations in accordance to the collected data further more to determine the audience target along with the purpose of the plan.

Key Words: Function, Public Relations, Public Opinion, Printed Media

Advisor I

Dr. Andy Alfatih, M.PA
NIP. 196012241990011001

Advisor II

Nurly Meilinda, S.I.Kom., M.I.Kom
NIP. 199005142015042001

Palembang,
Chairman of The Department of Communication
Faculty of Social and Political Sciences
Sriwijaya University

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

DAFTAR ISI

***COVER*……** **i**

LEMBAR PENGESAHAN……...… **ii**

LEMBAR PERSETUJUAN TIM PENGUJI ..…… **iii**

PERNYATAAN KEASLIAN……..…….. **iv**

MOTTO DAN PERSEMBAHAN…….…… **v**

KATA PENGANTAR…….……... **vi**

ABSTRAK……..... **ix**

***ABSTRACT*……...** **x**

DAFTAR ISI……. **xi**

DAFTAR TABEL…… **xv**

DAFTAR GAMBAR…… **xvi**

BAB I PENDAHULUAN……. **1**

1.1 Latar Belakang……... 1

1.1.1 Adanya Berita yang Bersifat Negatif Mengenai PT PLN (Persero)Pada Media Cetak di Kota Palembang Setiap Bulan di Tahun 2017……. 3

1.1.2 Adanya Surat Pembaca yang Bersifat Negatif Mengenai PT PLN (Persero) Pada Media Cetak di Kota Palembang Setiap Bulan di Tahun 2017……... 4

1.2 Rumusan Masalah……. 5

1.3 Tujuan……... 5

1.4 Manfaat Penelitian……. 6

1.4.1 Manfaat Teoritis…….. 6

1.4.2 Manfaat Praktis…….. 6

1.4.3 Manfaat Bagi Peneliti……. 6

BAB II TINJAUAN PUSTAKA…… 7

2.1 Landasan Teori…….. 7

2.2 Fungsi Humas Dalam Mengelola Opini Publik di Media Cetak…. 7

2.2.1 Hubungan Masyarakat (Humas)……. 7

2.2.2 Opini Publik…….. 8

2.2.3 Media Cetak…… 11

2.3 Teori Fungsi Humas……. 12

2.4 Teori Yang Digunakan…….. 16

2.5 Kerangka Teori…….. 17

2.6 Kerangka Pemikiran…….. 18

2.7 Penelitian Terdahulu……. 19

2.8 Hipotesis Deskriptif…….. 22

BAB III METODE PENELITIAN…….. 23

3.1 Desain Penelitian……. 23

3.2 Definisi Konsep…… 23

3.3 Fokus Penelitian…….. 24

3.4 Unit Analisis Data…… 25

3.5 Key Informants……. 26

3.6 Data dan Sumber Data…….. 26

3.6.1 Jenis Data…… 26

3.6.2 Sumber Data…… 27

3.7 Teknik Pengumpulan Data…… 28

3.7.1 Dokumentasi…… 28

3.7.2 Observasi……. 28

3.7.3 Wawancara Mendalam……. 28

3.8 Teknik Keabsahan Data……. 29

3.9 Teknik Analisis Data……. 29

3.10 Jadwal Penelitian Data…….. 30

3.11 Sistematika Penelitian Skripsi…….. 30

3.11.1 Bab I (Pendahuluan)…… 30

3.11.2 Bab II (Tinjauan Pustaka)……... 31

3.11.3 Bab III (Metode Penelitian)…… 31

3.11.4 Bab IV (Gambaran Umum Perusahaan)……. 31

3.11.5 Bab V (Hasil dan Pembahasan)……. 31

3.11.6 Bab VI (Penutup)…… 31

BAB IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN…….. 32

4.1 Sejarah PT Perusahaan Listrik Negara (Persero)…… 32

4.2 Latar Belakang PT PLN (Persero) WS2JB…… 32

4.3 Visi dan Misi PT PLN (Persero)…….. 35

4.4 Uraian dan Tanggung Jawab Unit Organisasi…… 35

4.4.1 Bidang Perencanaan……. 36

4.4.2 Bidang Teknik…… 36

4.4.3 Bidang Niaga……. 37

4.4.4 Bidang Keuangan…… 38

BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN…….. 39

5.1 Evaluasi Opini Publik……... 40

5.1.1 Berita…….…….. 40

5.1.2 Surat Pembaca…..…… 47

5.2 Sebagai Pemberi Nasihat…… 53

5.2.1 Perencanaan……..…….. 53

5.2.2 Solusi…….…….. 59

5.3 Adanya Komunikasi…….. 62

5.3.1 Komunikator……. 63

5.3.2 Pesan……. 70

5.3.3 Komunikan…… 75

BAB VI PENUTUP…….. 81

6.1 Kesimpulan…… 81

6.2 Saran…….. 82

DAFTAR PUSTAKA……... 83

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Data Jumlah Berita Mengenai PT PLN (Persero) Pada Media Cetak Di Tahun 2017……..……..... 3

Tabel 2 Data Jumlah Surat Pembaca Mengenai PT PLN (Persero) Pada Media Cetak Di Tahun 2017……..…..…….. 4

Tabel 3 Penelitian Terdahulu……..……. 20

Tabel 4 Fokus Penelitian……..…... 25

Tabel 5 Jadwal Penelitian……..….. 30

Tabel 6 Berita…….……..… 41

Tabel 7 Surat Pembaca…..……... 48

Tabel 8 Perencanaan……..…….. 54

Tabel 9 Solusi……..……. 60

Tabel 10 Komunikator…… 63

Tabel 11 Pesan…… 70

Tabel 12 Komunikan……. 75

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Alur Pemikiran……..……..... 19

Gambar 2 Berita Negatif Mengenai PT PLN (Persero)…….……..….. 43

Gambar 3 Berita Netral Mengenai PT PLN (Persero)……... 44

Gambar 4 Berita Positif Mengenai PT PLN (Persero)…….…….. 45

Gambar 5 Surat Pembaca Negatif Mengenai PT PLN (Persero)……... 46

Gambar 6 Surat Pembaca Netral Mengenai PT PLN (Persero)……. 50

Gambar 7 Surat Pembaca Positif Mengenai PT PLN (Persero)…… 52

Gambar 8 Rencana Jangka Pendek di Media Cetak…….…. 55

Gambar 9 Rencana Jangka Panjang di Media Cetak…….… 57

Gambar 10 Kegiatan Rapat Divisi Humas dan Hukum PT PLN (Persero) WS2JB…….. 62

Gambar 11 Respon Surat Pembaca……. 64

Gambar 12 Media Gathering Bersama Media Sekota Palembang…….. 67

Gambar 13 Buka Puasa Bersama Anak Panti Asuhan…… 68

Gsmbsr 14 Talkshow Bersama Koran Kompas dan Sorona FMRadio….. 69

Gambar 15 Pengumuman Eksternal PT PLN (Persero)…….. 71

Gambar 16 Klarifikasi Oleh PT PLN (Persero)…….. 73

Gambar 17 Surat Pembaca Untuk PT PLN (Persero)..…….. 86

Gambar 18 Media Gathering Bersama Media Sekota Palembang…….. 79

Gambar 19 Talkshow Bersama Koran Kompas dan Sorona FM Radio…. 79

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Profesi seorang Hubungan Masyarakat (Humas) atau *Public Relations* (PR) merupakan seseorang yang memiliki posisi yang penting di dalam organisasi atau perusahaan yang berperan dalam membantu perusahaan untuk menciptakan ikatan emosional yang baik antara sesama pihak internal perusahaan maupun antara pihak internal dan eksternal perusahaan. Ikatan emosional yang baik tersebut meliputi kepercayaan, loyalitas, serta hubungan yang baik. Melalui Humas, sebuah perusahaan dapat membuat opini publik yang baik dan membawa perusahaan ke tingkat eksistensi yang lebih baik. Semua peningkatan positif tersebut ada jika Humas tersebut melaksanakan peran dan fungsinya dengan teliti.

Media massa terdiri dari beberapa jenis, yakni media elektrik, media cetak, dan media online. Menurut Dedy Jamaludi Malik (2001:23), "Pada awalnya, ketika teknologi masih terbatas maka seseorang harus melakukan komunikasi secara langsung. Akan tetapi, seiring dengan peningkatan teknologi, media massa menjadi sarana dalam memberikan informasi, serta melaksanakan komunikasi dan dialog. Secara tidak langsung, dengan makna keberadaan media itu sendiri, media telah menjadi sarana dalam upaya perluasan ide-ide, gagasan-gagasan dan pemikiran terhadap kenyataan sosial." Melalui pendapat Dedy, dapat diahami bahwa melalui media massa,

suatu pemikiran dapat diperluas. Perluasan pemikiran tersebut dapat menimbulkan pembentukan opini publik melalui kesamaan ide atas apa yang disajikan oleh media. Beberapa peristiwa dan informasi yang sampai kepada masyarakat melalui media tidak terlepas dari cara penyajian informasi dan cara media menggambarkan suatu kejadian. Satu berita yang sampai kepada masyarakat akan memiliki banyak penafsiran dan tanggapan tergatung pada gaya bahasa dan cara penyampaiannya. Tidak menghilangkan kemungkinanan suatu media menggunakan gaya bahasa hiperbola untuk menarik minat pembaca berita. Tidak hanya itu, tidak menghilangkan kemungkinan juga suatu berita yang disajikan telah dipengaruhi oleh opini atau pandangan penulis berita. Oleh karena itu, keakuratan data dan keterpercayaan suatu berita harus dijunjung tinggi. Jika tidak, berita keliru yang tersebar akan berkembang menjadi opini publik yang juga keliru serta menciptakan isu.

Bagi PT PLN (Persero), kemungkinan adanya isu mengenai perusahaan tidak akan bisa dihindari, isu tersebut tentu saja didasari oleh opini publik. Jika tidak diambil tindakan yang tepat untuk menyikapinya maka opini publik mengenai isu tersebut akan terus menyebar. Adapun alasan peneliti memilih judul dan permasalahan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1.1.1 Adanya Berita yang Bersifat Negatif Mengenai PT PLN (Persero) Pada Media Cetak di Kota Palembang Setiap Bulan di Tahun 2017

Bagi media massa, *bad news is a good news*. Dimana berita yang buruk lebih menarik untuk diangkat oleh media massa. Media massa yang memiliki jangkauan khalayak yang luas membuat isu buruk dapat tersebar dengan cepat, hal ini juga dapat membangun opini publik yang buruk seputar perusahaan hingga dapat menurunkan citra perusahaan dan sebaliknya.

Tabel 1
Data jumlah berita mengenai PT PLN (Persero) pada media cetak di tahun 2017

No	Bulan	Positif	Netral	Negatif	Jumlah
1.	Januari	21	41	14	76
2.	Februari	19	10	19	48
3.	Maret	18	9	4	31
4.	April	13	6	16	35
5.	Mei	10	24	9	43
6.	Juni	17	13	9	39
7.	Juli	9	16	17	42
8.	Agustus	16	9	5	30
9.	September	10	11	10	31
10.	Oktober	12	16	13	41
11.	November	9	20	5	34
12	Desember	19	10	8	37
Total					487

Sumber: Arsip PT PLN (Persero) WS2JB

Melalui tabel tersebut, dapat dilihat bahwa berita yang bersifat negatif selalu dapat ditemukan setiap bulannya pada tahun 2017. Selanjutnya, Deputi Manajer divisi Humas dan Hukum PT PLN (Persero) WS2JB mengungkapkan, "Isu buruk mengenai perusahaan lebih cepat tersebar karena lebih menarik untuk dibahas oleh media massa. Hal tersebut

akan fatal akibatnya jika berita yang disajikan media tidak sesuai dengan fakta. Karena itulah divisi Humas dan Hukum PT PLN (Persero) WS2JB harus rutin melakukan fungsi pengawasan terhadap media massa, khususnya media cetak. Fungsi pengawasan difokuskan kepada media cetak karena media tersebut paling banyak memuat berita seputar perusahaan dan surat pembaca. Lebih jauh lagi, informasi yang dimuat dapat dinikmati pembaca secara berulang."

1.1.2 Adanya Surat Pembaca yang Bersifat Negatif Mengenai PT PLN (Persero) Pada Media Cetak di Kota Palembang Setiap Bulan di Tahun 2017

Selain berita, dapat ditemukan berbagai jenis surat pembaca untuk PT PLN (Persero) yang kemudian disajikan oleh media cetak. Berikut merupakan data jumlah surat pembaca kepada perusahaan di media cetak Palembang di tahun 2017:

Tabel 2
Data jumlah surat pembaca kepada PT PLN (Persero) pada media cetak di tahun 2017

No	Bulan	Baik	Netral	Buruk	Jumlah
1.	Januari	5	3	6	12
2.	Februari	5	0	7	12
3.	Maret	3	0	8	12
4.	April	5	0	7	12
5.	Mei	2	0	9	12
6.	Juni	3	5	4	12
7.	Juli	2	4	6	12
8.	Agustus	8	0	4	12
9.	September	5	0	7	12
10.	Oktober	6	0	6	12
11.	November	2	3	7	12
12	Desember	4	6	2	12
Total					144

Sumber : Arsip PT PLN (Persero) WS2JB

Melalui tabel tersebut, dapat dilihat bahwa surat pembaca yang bersifat negatif selalu dapat ditemukan dan bahkan melebihi angka surat pembaca yang bersifat positif setiap bulannya pada tahun 2017. Adapun media cetak yang memuat berita dan surat pembaca mengenai PT PLN (Persero) pada tabel 1 (satu) dan tabel 2 (dua) yaitu Sumatera Ekspress, Sindo, Sriwijaya Post, Tribun Sumsel, Berita Pagi, dan Kompas. Humas perusahan dituntut untuk mampu mengambil tindakan yang tepat terhadap berita dan surat pembaca yang bersifat negatif tersebut berdasarkan fungsinya. Oleh karena itulah, kegiatan mengelola opini publik merupakan hal yang sangat penting dan sudah menjadi bagian kegiatan wajib yang tertanam didalam divisi Humas dan Hukum PT PLN (Persero) Wilayah Sumatera Selatan, Jambi, dan Bengkulu (WS2JB).

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan diatas, rumusan masalah dari penelitian ini adalah: “Bagaimana fungsi humas PT PLN (Persero) Wilayah Sumatera Selatan Jambi dan Bengkulu (WS2JB) dalam mengelola opini publik di media cetak tahun 2017?"

1.3 Tujuan

Berdasarkan rumusan masalah yang telah disebutkan diatas, tujuan dari penelitian ini aalah: “Untuk mengetahui bagaimana fungsi humas PT PLN (Persero) Wilayah Sumatera Selatan Jambi dan Bengkulu (WS2JB) dalam mengelola opini publik di media cetak tahun 2017”

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Secara teoritis, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi atau masukan sebagai sumbangan pemikiran dan konsep dalam bidang ilmu komunikasi, khususnya dalam bidang ilmu hubungan masyarakat (*public relations*) untuk mengetahui bagaimana fungsi humas diterapkan di PT PLN (Persero) Wilayah Sumatera Selatan Jambi dan Bengkulu (WS2JB) dalam mengelola opini publik di media cetak.

1.4.2 Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini secara praktis diharapkan dapat menyumbangkan pemikiran dan masukan bagi pihak PT PLN (Persero) Wilayah Sumatera Selatan Jambi dan Bengkulu (WS2JB) dalam mengelola opini publik di media cetak berdasarkan fungsi Humas. Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi acuan pemikiran bagi pihak lain untuk mengelola opini publik di media cetak berdasarkan fungsi Humas.

1.4.3 Manfaat Bagi Peneliti

Melalui penelitian ini, peneliti dapat menambah wawasan mengenai Ilmu Komunikasi khususnya di bidang Hubungan Masyarakat dan dapat mengaplikasikan teori yang telah diperoleh selama perkuliahan. Selain itu, peneliti juga dapat menjelaskan fungsi Humas dalam mengelola opini publik di media cetak.