

**PERAN HUMAS PT. PERUSAHAAN LISTRIK NEGARA
PERSERO CABANG GORONTALO DALAM
MEMPERTAHANKAN CITRA LEMBAGA**

Oleh

**RIRIN MOHA
NIM : S2215036**

SKRIPSI

Untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar sarjana



**PROGRAM SARJANA STRATA SATU (S1)
UNIVERSITAS ICHSAN GORONTALO
2020**

LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING**PERAN HUMAS PT.PERUSAHAAN LISRTIK NEGARA
PERSERO CABANG GORONTALO DALAM
MEMPERTAHANKAN CITRA LEMBAGA**

Oleh

RIRIN MOHA
NIM : S2215036

SKRIPSI

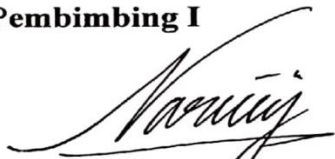
Untuk memenuhi salah satu syarat melakukan ujian skripsi
guna memperoleh gelar sarjana Pada Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik

Universitas Ichsan Gorontalo

Di setujui Oleh Tim Pembimbing

Hari/Tanggal.....2020

Pembimbing I


Minarni Tolapa,S.Sos.,M.Si
NIDN : 0922047803

Pembimbing II


Ariandi Saputra,S.Pd.,M.Pd
NIDN : 9909912841

Mengetahui

Ketua Program Studi Ilmu Komunukasi


Minarni Tolapa,S.Sos.,M.Si
NIDN:0922047803

LEMBAR PENGESAHAN

**PERAN HUMAS PT.PERUSAHAAN LISTRIK NEGARA
PERSERO CABANG GORONTALO DALAM
MEMPERTAHANKAN CITRA LEMBAGA**

Oleh

RIRIN MOHA
NIM : S2215036

SKRIPSI

Diperiksa Oleh Panitia Ujian Strata Satu (S1)

Universitas Ichsan Gorontalo

1. Minarni Tolapa, S.Sos.,M.Si
2. Ariandi Saputra, S.Pd.,M.Pd
3. Dr.Arman, S.Sos.,M.Si
4. Dwi Ratnasari, S.Sos.,M.I.KOm
5. Dra. Salma P. Nua, M.Pd

Gorontalo, 30 Juli 2020

Mengetahui

**Dekan Fakultas
Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik**



Dr.Arman, S.Sos.,M.Si
NIDN.0916078602

**Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi**



Minarni Tolapa, S.Sos.,M.Si
NIDN.0922047801

PERNYATAAN

Nama : Ririn Moha

Nim : S2215036

Judul : Peran Humas PT.Perusahaan Listrik Negara Persero Cabang
Gorontalo Dalam Mempertahankan Citra Lembaga

1. Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “Peran Humas PT.Perusahaan Listrik Negara Persero Cabang Gorontalo Dalam Mempertahankan Citra Lembaga.” Adalah benar-benar asli/ merupakan karya sendiri dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar sarjana baik di Universitas Ichsan Gorontalo maupun perguruan tinggi lainnya.
2. Skripsi ini murni gagasan, rumusan dan penelitian sendiri tanpa bantuan dari pihak lain kecuali arahan dan saran pembimbing dan pengguji pada saat ujian skripsi ini. Dalam skripsi ini tidak ada karya atau pendapat yang telah dipublikasikan oleh orang lain kecuali secara tertulis dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terbukti pernyataan yang saya buat tidak benar, maka saya akan bersedia menerima sanksi akademik yang berupa pencabutan skripsi dan gelar yang saya peroleh dari skripsi ini.

Gorontalo, 2020

Yang Membuat Pernyataan



Ririn Moha

S22.15.036

ABSTRAK

Salah satu faktor yang memegang peranan penting dalam perkembangan sebuah organisasi adalah komunikasi. Sebab komunikasi merupakan aktivitas dasar manusia dan tidak dapat dipisahkan dalam aktivitas manusia sehari-hari. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran Peran Humas PT. PLN Persero Cabang Gorontalo Dalam Mempertahankan Citra Lembaga. Penelitian ini dilakukan di Kantor PT. Perusahaan Listrik Negara Persero Cabang Gorontalo Provinsi Gorontalo. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif kualitatif. Informan penelitian diperoleh secara sengaja (purposive). Pengumpulan data dilakukan melalui kegiatan observasi, wawancara mendalam dengan para informan, serta kajian dokumen dan literatur. Teknik analisis data menggunakan teknik analisis data Miles dan Huberman yang terdiri dari tahapan data collection, data reduction, data display, dan conclusion/drawing verification.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa peran Humas PT. PLN Persero Cabang Gorontalo adalah sebagai penasehat ahli di dalam memberikan saran dan masukan kepada pihak manajemen, sebagai fasilitator komunikasi utamanya mediator atau penghubung diantara pihak manajemen perusahaan dan publik, sebagai fasilitator proses pemecahan masalah dalam mengatasi persoalan-persoalan atau krisis lembaga, Sebagai teknisi komunikasi dengan melaksanakan kegiatan-kegiatan yang bersifat publikasi.

Kata Kunci : Peran, Humas, Citra

ABSTRACT

This study aims to determine the role of Public Relations of PT. PLN Persero Gorontalo in maintaining company image. This research was conducted at the Office of PT. PLN Persero Gorontalo. The method used in this research is a qualitative descriptive research method. Research informants obtained intentionally (purposive). Data collection was carried out through observation, in-depth interviews with informants, and review of documents and literature. Data analysis techniques using data analysis techniques Miles and Huberman which consists of stages of data collection, data reduction, data display, and conclusion / drawing verification. The results showed that the role of Public Relations of PT. PLN Persero Gorontalo as an expert advisor in providing advice and input to management, as the main communication facilitator or mediator between the company management and the public, as a facilitator of the problem solving process in overcoming institutional problems or crises, As a communication technician by carrying out activities that are publications.

Keywords: Role, Public Relations, Image

LEMBAR MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO: *“Janganlah Pernah Menyerah Ketika Anda Masih Mampu
Berusaha lagi. Tidak Ada Kata Berakhir Sampai Anda Berhenti
Mencoba”*

Skripsi ini ku persembahkan kepada:

1. *Skripsi ini ku persembahkan kepada kedua orang tua tercinta yaitu ayah (Kadir Moha) dan ibu (Yanti Sapii) yang selalu memberikan motivasi dan dukungan serta doa sehingga memberikan sumber kekuatan untuk dapat mencapai keberhasilan .*
2. *Bapak dan ibu dosen yang baik hati yang telah sabar dan membantu saya sehingga saya dapat menyelesaikan studi ini dengan baik,*
3. *Teman-temanku seangkatan, yang telah menghibur saya sampai saat ini*
4. *Teman-teman kost yang telah membantu saya meringankan saya untuk dapat menyelesaikan studi.*
5. *Kakak-kakak dan adik-adikku terima kasih juga yang selalu memberikan bantuan modal dan dorongan demi keberhasilan studiku.*
6. *Tak seindah kata yang saya sampaikan hanya Ucapan Kata “ Terima Kasih ” Untuk semuanya*

*ALMAMATERKU TERCINTA
TEMPAT KAMI MENIMBA ILMU
UNIVERSITAS ICHSAN GORONTALO
2020*

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya selaku penulis mengucapkan terima kasih kepada Tuhan yang maha esa karena atas izinnyalah sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Peran Humas PT.Perusahaan Listrik Negara Persero Cabang Gorontalo Dalam Mempertahankan Citra Lembaga. Sesuai dengan waktu yang ditetapkan. Skripsi ini dibuat guna sebagai salah satu syarat untuk meraih gelar Sarjanah Ilmu Komunikasi. Penulis menyadari bahwa tanpa bantuan dari berbagai pihak skripsi ini tidak dapat penulis selesaikan sesuai rencana. Oleh karena itu penulis menyampaikan terima kasih :

1. kedua orang tua peneliti, yang telah melahirkan dan susah payah membesarkan serta membiayai segala keperluan perkuliahan dan tanpa bantuan dari keduanya saya tidak mungkin sampai pada tahap ini.
2. Bapak Moh. Ichan Gaffar , SE.,M Si, Selaku ketua yayasan pengembng Ilmu Pengetahuan dan Teknologi (YPIPT) Ichsan Gorontalo.
3. Bapak DR. Abd Gaffar La Tjokke. M.Si, Selaku Rektor Universitas Ichsan Gorontalo
4. Bapak DR Arman S.Sos.,M.Si Selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Ichsan Gorontalo.
5. Ibu Minarni Tolapa S,Sos.,M.Si, Selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Ichsan Gorontalo Sekaligus Pembimbing I yang telah memberikan banyak sekali masukan bimbingan terbaik sehingga skripsi dapat terselesaikan.
6. Bapak Ariandi Saputra S.Pd.,M.Pd, Selaku Pembimbing II yang juga telah membantu memberikan arahan dan masukan sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.
7. Bapak dan Ibu dosen yang telah mendidik dan membimbing penulis selama menyusun skripsi ini.

8. Seluruh staf Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Universitas Ichsan Gorontalo yang banyak membantu dalam hal pengurusan administrasi dan persyaratan sehingga peneliti dapat sampai ketahap ini.
9. Teman – teman seangkatan yang telah memberikan dorongan moral sehingga penelitian ini dapat terselesaikan.

Kritik dan saran, penulis diharapkan dari Dewan Penguji dan semua pihak untuk menyempurnakan skripsi yang akan datang. Semoga skripsi dapat memberikan manfaat bagi pihak lain.

Gorontalo, 30 Juli 2020

Penulis

DAFTAR ISI

Halaman Sampul	i
Halaman Judul	ii
Halaman Pengesahan Pembimbing	iii
Halaman Pengesahan Tim Pengguji	iv
Kata Pengantar	v
Daftar Isi	vi
Abstrak	vii
Abstact	vii
 BAB I . Pendahuluan	 3
1.1.Latar Belakang Masalah.....	3
1.2.Rumusan Masalah	8
1.3. Tujuan Penelitian	8
1.4. Manfaat Penelitian	8
 BAB II. Tinjauan Pustaka.....	 10
2.1. Pengertian Komunika.....	10
2.2. Pengertian Organisasi	13
2.3. Komunikasi Organisasi	16
2.4. Humas (Hubungan Masyarakat)	19
2.5. Fungsi Dan Tujuan Humas	21
2.6. Peran Humas	23
2.7. Kerangka Pemikiran.....	24
 BAB III. Metode Penelitian.....	 26
3.1. Obyek Penelitian	26
3.2. Desain Penelitian.....	26
3.3. Fokus Penelitian	26
3.4. Informasi Penelitian	27
3.5. Sumber Data.....	27
3.6. Prosedur Pengumpulan Data	28
3.7. Teknik Analisis Data.....	29
 BAB IV. Hasil Penelitian Dan Pembahasan	 32
4.1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	32
4.2. Hasil Penelitian	34
4.3. Peran Humas Dalam Mempertahankan Citra Perusahaan	35
4.4. Pembahasan.....	39
 BAB V. Kesimpulan Dan Saran.....	 43

5.1. Kesimpulan	43
5.2. Saran.....	43
DAFTAR PUSTAKA	45
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dalam kehidupan sehari-hari, manusia tidak akan mungkin lepas dari organisasi. Lingkup organisasi dapat dimulai dari yang terkecil hingga yang terbesar. Salah satu bentuk organisasi terkecil adalah keluarga. Selanjutnya organisasi yang bersifat formal seperti sekolah, instansi dan masih banyak lagi.

Organisasi merupakan tempat atau wadah dimana orang-orang berkumpul, bekerja sama secara sistematis dan terkendali, dengan memanfaatkan sumber daya yang ada untuk digunakan secara efektif dan efisien dalam mencapai tujuan bersama. Namun masing-masing organisasi mempunyai tipe yang berbeda-beda dalam penerapannya sesuai dengan konsep dan tujuan organisasi itu sendiri.

Organisasi yang ideal adalah organisasi yang struktur, fungsi dan tujuannya harus jelas. Agar tidak terjadi tumpang tindih yang berkaitan dengan tugas dan fungsi masing-masing personennya. Sistem yang dijalankan dalam organisasi harus terarah serta memiliki pertanggungjawaban yang jelas dalam bentuk organisasinya mulai dari level atas hingga ke level bawah.

Agar tujuan organisasi dapat tercapai dengan baik, maka diperlukan kerja sama dan usaha yang sungguh-sungguh dari seluruh komponen yang terdapat dalam organisasi tersebut untuk bersama-sama berusaha saling memenuhi hak dan kewajiban masing-masing secara bertanggung jawab. Dengan kerja sama yang baik tersebut maka pencapaian tujuan tentunya akan berjalan lebih mudah.

Salah satu faktor yang memegang peranan penting dalam perkembangan sebuah organisasi adalah komunikasi. Sebab komunikasi merupakan aktivitas dasar manusia dan tidak dapat dipisahkan dalam aktivitas manusia sehari-hari. Dengan berkomunikasi manusia dapat saling berhubungan satu sama lain baik secara individu maupun kelompok. Saat ini, keberhasilan dan kegagalan seseorang maupun sekelompok orang dalam mencapai tujuan yang ingin dicapai banyak ditentukan oleh kemampuan mereka dalam melakukan komunikasi yang efektif.

Dalam sebuah organisasi, proses yang berjalan di dalamnya tidak akan terlepas dari aktivitas komunikasi. Hal ini disebabkan komunikasi merupakan bagian internal dari organisasi. Komunikasi merupakan sistem yang menghubungkan antara orang-orang, maupun antara bagian-bagian dalam organisasi.

Oleh karena itu, dalam sebuah organisasi ataupun lembaga peran komunikasi sangat penting untuk dilakukan. Sebab komunikasi merupakan usaha untuk mengatur hubungan antara atasan dengan bawahan maupun antara sesama karyawan dalam lingkup komunikasi internal, serta untuk mengatur hubungan antara pihak organisasi dengan pihak luar dalam lingkup komunikasi eksternal.

Salah satu bagian atau dimensi dalam struktur organisasi baik kemasyarakatan maupun usaha yang memiliki keterkaitan yang erat dengan aktivitas komunikasi baik internal maupun eksternal adalah bagian Humas (Hubungan Masyarakat) atau sering juga diistilahkan dengan *Public Relations*. Humas atau *Public Relations* merupakan salah satu bagian dalam ilmu komunikasi yang menitik beratkan kepada usaha menumbuhkan saling pengertian dan kerjasama antara pihak organisasi dengan

publik. Humas juga bertindak selaku perwakilan organisasi atau perusahaan dalam berkomunikasi dengan khalayak dengan tujuan untuk membangun hubungan baik antara organisasi atau perusahaan dengan publik.

F. Rachmadi (dalam Soemirat dan Ardianto, 2005 : 6) menyebutkan bahwa “masalah penting yang dihadapi oleh lembaga-lembaga ekonomi, bisnis, sosial dan politik setelah terjadinya revolusi industri adalah masalah hubungan (*relationship*). Permasalahan berkisar pada pertanyaan bagaimana membangun dan mengembangkan hubungan-hubungan yang baik antara lembaga-lembaga tersebut dengan masyarakat (publik) demi tercapainya tujuan lembaga/organisasi. Ketergantungan antara individu dengan perusahaan, dan pemerintah dengan organisasi-organisasi sosial telah menciptakan kebutuhan akan filsafat dan fungsi baru dalam manajemen. Fungsi itulah yang disebut sebagai Hubungan Masyarakat”.

Berbagai permasalahan yang timbul tersebut dapat diselesaikan dengan upaya

Humas atau PR agar keselarasan, saling pengertian, dan kepercayaan publik terhadap organisasi/perusahaan tetap dapat terpelihara.

Kebutuhan untuk meningkatkan hubungan kerjasama antara lembaga/organisasi dengan masyarakat/publiknya bukanlah hal yang baru. Masyarakat dan lembaga memperoleh kepuasan material, sosial, dan kerohanian. Serta kesadaran pimpinan lembaga/organisasi akan pentingnya keberadaan masyarakat/publiknya.

PT. Perusahaan Listrik Negara Persero Cabang Gorontalo merupakan salah satu organisasi yang berbentuk Badan Usaha Milik Pemerintah (BUMN). PT. PLN Persero Cabang Gorontalo bertugas mengurus seluruh aspek kelistrikan yang berada di wilayah Gorontalo dan sekitarnya. Apapun bentuk tenaga listrik yang mencakup wilayah Gorontalo akan menjadi tanggung jawab dari PT. PLN tersebut.

Memegang tanggung jawab yang dapat dikatakan tidak mudah tersebut, PT. PLN dituntut untuk senantiasa melakukan perbaikan-perbaikan di berbagai bidang

dalam organisasi mereka. Mengingat listrik memegang peran yang sangat penting dalam kehidupan manusia saat ini. Penggunaan listrik sudah merupakan salah satu kebutuhan utama dalam kehidupan masyarakat. Mulai dari sektor rumah tangga sampai kepada sektor industri sangat membutuhkan tenaga listrik dalam kegiatan sehari-hari.

Namun akhir-akhir ini situasi dan kondisi yang terjadi sehubungan dengan penyediaan dan pendistribusian listrik kepada masyarakat di wilayah Gorontalo mengalami sedikit hambatan. Hal ini terlihat dari kondisi listrik yang seringkali mengalami pemadaman hingga beberapa jam dalam sehari. Durasi pemadaman listrik yang cukup lama tersebut tentu dirasakan cukup mengganggu bagi masyarakat sebagai pelanggan.

Situasi dan kondisi seperti yang dipaparkan di atas tentu saja sangat meresahkan masyarakat. Hal ini dapat dimaklumi mengingat kondisi listrik yang terkadang padam dengan durasi cukup lama dalam sehari tersebut sangat mengganggu aktivitas dan kegiatan masyarakat sehari-hari. Belum lagi dampak yang ditimbulkan terhadap peralatan rumah tangga dan industri saat ini yang hampir seluruhnya didominasi dengan pemanfaatan tenaga listrik.

Situasi dan kondisi tersebut memicu timbulnya keluhan-keluhan dari masyarakat. Kapasitas masyarakat sebagai pelanggan listrik tentu saja mereka menginginkan pelayanan yang maksimal dari pihak pemasok dalam hal ini adalah PT. PLN.

Dari hasil pengamatan penulis, keluhan yang paling sering terdengar dari pelanggan atau masyarakat terkait dengan kondisi listrik ini adalah cukup terhambatnya mereka dalam melaksanakan kegiatan sehari-hari. Kondisi listrik yang demikian tentu berdampak pada efisiensi kerja mereka.

Hal ini tentu saja menghadirkan penilaian yang negatif terhadap keberadaan dan kinerja PT. PLN. Penilaian yang cenderung negatif ini dikhawatirkan akan berakibat pada menurunnya kepercayaan masyarakat sebagai pelanggan terhadap eksistensi PT. PLN Persero sebagai pihak yang bertanggung jawab dalam menyediakan listrik kepada masyarakat.

Menurunnya kepercayaan masyarakat tersebut akan berdampak pada menurunnya citra positif PT. Perusahaan Listrik Nasional sebagai sebuah lembaga. Di mana berdasarkan pengamatan awal penulis dapat dikatakan bahwa PT. PLN sudah memiliki citra yang cukup baik di mata publik khususnya masyarakat sebagai pelanggan.

Berdasarkan uraian pemaparan masalah di atas, maka penulis mencoba untuk meneliti lebih lanjut peran Humas pada organisasi tersebut dengan mengangkat judul “Peran Humas PT. PLN Persero Cabang Gorontalo Dalam Mempertahankan Citra Perusahaan”.

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana peran Humas PT. PLN Cabang Gorontalo dalam mempertahankan citra lembaga/perusahaan.

1.3 Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui peran Humas PT. PLN Cabang Gorontalo dalam mempertahankan citra lembaga/perusahaan.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan bidang ilmu komunikasi baik dalam teori maupun aplikasinya terutama teori yang menyangkut ilmu Humas atau Public Relations.

2. Manfaat praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan berupa informasi kepada pihak yang berkepentingan, dalam hal ini PT. PLN Cabang Gorontalo agar dapat melaksanakan peran Humas dengan baik dalam rangka mempertahankan citra Lembaga mereka.

3. Manfaat bagi peneliti

Menerapkan ilmu yang didapatkan dibangku kuliah dan sebagai bahan masukan bagi peneliti lain yang akan mengadakan penelitian selanjutnya tentang masalah Humas dalam bidang ilmu komunikasi.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengertian Komunikasi

Komunikasi merupakan kegiatan yang tidak pernah lepas dari kehidupan manusia. Ketika manusia sendirian maupun ketika bersama dengan orang lain selalu melakukan kegiatan komunikasi. Manusia selalu terlibat dalam kegiatan menyampaikan pesan dan menterjemahkan pesan.

Istilah komunikasi berasal dari kata *communicatio* yang berarti pemberitahuan atau pertukaran pikiran. Komunikasi akan terjadi secara efektif apabila setiap orang yang terlibat dalam suatu kegiatan komunikasi dapat menyerap makna yang sama dari suatu pesan yang disampaikan dalam proses komunikasi tersebut. Jika hal ini tidak terjadi maka komunikasi tidak akan berlangsung dengan baik. Tidak akan terjadi saling pengertian satu dengan yang lainnya.

Menurut Hovland, Janis dan Kelley (dalam Muhammad, 2004 : 2) Komunikasi adalah “proses individu mengirim stimulus yang biasanya dalam bentuk verbal untuk mengubah tingkah laku orang lain”. Dengan kata lain komunikasi merupakan suatu proses sosial yang terjadi antara dua orang atau lebih, dimana individu mengirim stimulus kepada orang lain. Stimulus di sini dapat diartikan sebagai pesan yang biasanya dalam bentuk verbal, dimana proses penyampaiannya dilakukan melalui saluran komunikasi, dan terjadi perubahan atau respons terhadap pesan yang disampaikan.

Mulyana (2007 : 67) mengemukakan bahwa komunikasi dapat dipandang dari tiga perspektif sebagai berikut :

1. Komunikasi Sebagai Tindakan satu Arah

Komunikasi sebagai suatu proses penyampaian pesan dari seseorang baik secara langsung melalui tatap muka ataupun tidak langsung melalui suatu media seperti surat, surat kabar, majalah, radio ataupun televisi.

Dalam perspektif ini komunikasi dianggap sebagai tindakan yang disengaja untuk menyampaikan pesan demi memenuhi kebutuhan komunikator, seperti menjelaskan sesuatu kepada orang lain atau membujuknya untuk melakukan sesuatu. Perspektif komunikasi sebagai tindakan satu arah menyoroti penyampaian pesan yang efektif.

2. Komunikasi Sebagai Interaksi

Komunikasi diartikan sebagai suatu proses sebab akibat atau aksi reaksi yang arahnya bergantian. Seseorang menyampaikan pesan baik verbal maupun non verbal, kemudian seorang penerima bereaksi dengan memberikan jawaban verbal atau menganggukkan kepala.

Komunikasi sebagai interaksi dipandang sedikit lebih dinamis daripada komunikasi sebagai tindakan satu arah. Namun perspektif kedua ini masih membedakan para peserta komunikasi sebagai pengirim dan penerima pesan, dan masih tetap berorientasi pada sumber meskipun kedua peran tersebut bergantian.

Salah satu unsur yang dapat ditambahkan dalam perspektif ini adalah umpan balik (feed back), yakni apa yang disampaikan penerima pesan kepada sumber pesan, yang sekaligus digunakan sumber pesan sebagai petunjuk mengenai efektivitas pesan yang disampaikan sebelumnya. Berdasarkan umpan balik tersebut, sumber dapat mengubah pesan selanjutnya agar sesuai dengan tujuannya.

3. Komunikasi Sebagai Transaksi

Komunikasi dalam perspektif ini merupakan suatu proses yang bersifat personal karena makna dan pemahaman yang diperoleh pada dasarnya bersifat pribadi. Penafsiran atas suatu informasi dalam suatu peristiwa komunikasi baik verbal maupun nonverbal bisa sangat bervariasi.

Berdasarkan perspektif ini, orang-orang yang berkomunikasi adalah komunikator-komunikator yang aktif mengirimkan dan menafsirkan pesan. Setiap pihak dianggap sumber dan sekaligus juga penerima pesan. Setiap saat mereka bertukar pesan verbal dan nonverbal.

Selanjutnya definisi yang dibuat oleh Harold D. Lasswell (Cangara, 2012 : 21) yang menyatakan bahwa cara yang tepat untuk menerangkan suatu tindakan komunikasi ialah menjawab pertanyaan “Siapa yang menyampaikan, apa yang disampaikan, melalui saluran apa, kepada siapa, dan apa pengaruhnya”.

Kemudian Ruben (dalam Zuhdi, 2011 : 4) mengemukakan bahwa komunikasi adalah “Suatu proses koordinasi yang dilakukan oleh individu dengan lingkungannya

(kelompok, organisasi, masyarakat) dengan cara menciptakan, mengirimkan, dan menggunakan informasi”.

Dari pendapat-pendapat yang dikemukakan oleh para ahli di atas dapat disimpulkan bahwa komunikasi adalah proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan baik verbal maupun nonverbal dengan tujuan untuk perubahan perilaku.

2.2 Pengertian Organisasi

Organisasi pada dasarnya merupakan kumpulan dari orang-orang yang memiliki tujuan yang sama. Organisasi merupakan tempat dimana orang-orang berkumpul, bekerjasama secara sistematis, terencana, terorganisir dan dipimpin. Konsep organisasi sangat lazim dalam kehidupan sehari-hari. Suatu organisasi terbentuk apabila suatu usaha memerlukan lebih dari satu orang untuk menyelesaikannya.

Pengertian organisasi yang dikemukakan oleh para ahli cukup banyak dan beragam. Salah satunya dikemukakan oleh Muhammad, “Organisasi merupakan suatu struktur hubungan manusia. Struktur ini didesain oleh manusia dan karena itu tidak sempurna. Organisasi bertumbuh dan bertambah matang sebagian melalui suatu skema yang didesain dan sebagian lagi melalui keadaan yang tidak diatur”. (Muhammad, 2004 : 25)

Berikutnya Schein dalam Muhammad (2004 : 23) mengatakan bahwa “organisasi adalah suatu koordinasi rasional kegiatan sejumlah orang untuk mencapai beberapa tujuan umum melalui pembagian pekerjaan dan fungsi melalui

hierarki otoritas dan tanggung jawab”. Schein juga menyatakan bahwa organisasi mempunyai karakteristik tertentu yaitu mempunyai struktur, tujuan, saling berhubungan antara satu bagian dengan bagian lain dan tergantung kepada komunikasi manusia untuk mengkoordinasikan aktivitas dalam organisasi tersebut. Sifat tergantung antara satu bagian dengan bagian lain menandakan bahwa organisasi yang dimaksudkan Schein ini adalah merupakan suatu sistem.

Sementara Haryani dalam Dewi (2007 : 21) menyatakan bahwa “organisasi adalah suatu unit sosial yang dikoordinasikan secara sengaja, yang terdiri dari dua orang atau lebih, yang didirikan untuk jangka waktu lama”.

Selanjutnya Kochler dalam Muhammad (2004 : 24) menyatakan bahwa “organisasi adalah sistem hubungan yang terstruktur yang mengkoordinasi usaha suatu kelompok orang untuk mencapai tujuan tertentu”.

Lebih lanjut Wright dalam Muhammad (2004 : 24) mengemukakan bahwa “organisasi adalah suatu bentuk sistem terbuka dari aktivitas yang dikoordinasi oleh dua orang atau lebih untuk mencapai suatu tujuan bersama”.

Berdasarkan uraian definisi organisasi sebagaimana yang telah dikemukakan oleh para ahli tersebut di atas, maka dapat disimpulkan bahwa organisasi merupakan suatu sistem yang mengkoordinasi kelompok individu untuk mencapai tujuan bersama atau tujuan tertentu.

Organisasi dikatakan sebagai suatu sistem karena organisasi terdiri dari berbagai bagian yang saling bergantung satu sama lain. Bila satu bagian terganggu maka akan ikut berpengaruh pada bagian lain. Setiap organisasi juga memerlukan

koordinasi agar masing-masing bagian dari organisasi bekerja sesuai fungsinya masing-masing dan tidak saling mengganggu antara bagian yang satu dengan bagian lainnya.

Dalam setiap organisasi terdapat tingkatan struktur yang berbeda-beda dari satu organisasi dengan organisasi lainnya. Dalam struktur yang sangat ketat, peran dan posisi setiap orang berada dalam hirarki yang didefinisikan dengan jelas. Sementara dalam struktur organisasi yang lebih longgar, peran bisa bergantian, status hirarki bisa kurang jelas dan relatif kurang penting.

Sutrisna Dewi (2007 : 21) menyatakan bahwa secara umum, organisasi memiliki ciri-ciri sebagai berikut :

1. Adanya pembagian tugas dan tanggung jawab

Pembagian tugas dan tanggung jawab dimaksudkan untuk mempermudah pencapaian tujuan. Organisasi dibagi atas beberapa divisi, departemen, atau bagian yang masing-masing memiliki tugas dan tanggung jawab

2. Adanya pusat kekuasaan

Pimpinan atau atasan merupakan pusat kekuasaan dalam suatu organisasi. Sebagian kekuasaan akan dibagikan kepada bawahan. Sebagai pusat kekuasaan, pimpinan akan menentukan pengawasan dan kepemimpinan

3. Adanya substitusi sumber daya manusia

Dalam organisasi sering terjadi substitusi (pergantian) sumber daya manusia. Substitusi bisa terjadi karena mutasi, promosi, atau keluarnya anggota organisasi

akibat pensiun, meninggal dunia, atau berhenti menjadi anggota organisasi tersebut.

4. Adanya ketergantungan antar anggota

Sebagai suatu sistem, organisasi terbagi atas berbagai subsistem yang saling berhubungan. Aktivitas seseorang atau suatu bagian dalam organisasi tidak bisa lepas dari seseorang atau bagian lain dalam organisasi tersebut

5. Adanya koordinasi antar komponen

Antar komponen dalam organisasi selalu melakukan koordinasi, baik secara lisan maupun tertulis

6. Adanya interaksi yang berulang-ulang

Organisasi melakukan kegiatan yang berulang-ulang (kontinu) dan permanen. Oleh karena itu, interaksi juga terjadi berulang-ulang dan hanya akan berhenti apabila organisasi tersebut bubar.

2.3 Komunikasi Organisasi

Komunikasi memiliki peran yang sangat penting dalam pengelolaan sebuah organisasi. Komunikasi sangat penting untuk menjalin hubungan dan kerja sama baik antara individu yang terdapat dalam organisasi maupun antara individu dengan organisasi. Komunikasi berperan penting dalam pencapaian tujuan organisasi. Komunikasi yang terjadi antara orang-orang di dalam organisasi disebut komunikasi internal. Sedangkan Komunikasi yang terjadi antara organisasi dengan pihak luar

disebut komunikasi eksternal. Masing-masing organisasi akan memilih caranya sendiri untuk menyampaikan informasi.

Terdapat beragam pendapat para ahli mengenai komunikasi organisasi. Berikut ini adalah beberapa pendapat yang dikemukakan oleh para ahli mengenai komunikasi organisasi.

Pace & Faules (2010 : 31) mengemukakan bahwa komunikasi organisasi dapat didefinisikan sebagai “pertunjukan dan penafsiran pesan diantara unit-unit komunikasi yang merupakan bagian dari suatu organisasi tertentu”.

Kemudian Katz dan Kahn (Muhammad, 2004 : 65) mengatakan bahwa komunikasi organisasi merupakan arus informasi, pertukaran informasi, dan pertukaran arti dalam suatu organisasi dan merubah energi ini menjadi produk atau servis dari sistem dan mengeluarkan produk atau servis ini kepada lingkungan.

Goldhaber dalam Muhammad (2004 : 67) memberikan definisi komunikasi organisasi sebagai berikut, “*Organizational communications is the process of creating and exchanging messages within a network of interdependent relationship to cope with environmental uncertainty*”. Dengan kata lain komunikasi organisasi adalah proses menciptakan dan saling menukar pesan dalam satu jaringan hubungan yang saling bergantung satu sama lain untuk mengatasi lingkungan yang tidak pasti atau yang selalu berubah-ubah. Definisi ini mengandung tujuh konsep kunci yaitu proses, pesan, jaringan, saling tergantung, hubungan, lingkungan dan ketidakpastian.

Berikutnya pendapat yang dikemukakan oleh Redding dan Sanborn dalam Muhammad (2004 : 65) yang menyatakan bahwa “komunikasi organisasi adalah

pengiriman dan penerimaan informasi dalam organisasi yang kompleks. Yang termasuk dalam bidang ini adalah komunikasi internal, hubungan manusia, hubungan persatuan pengelola, komunikasi downward atau komunikasi dari atasan kepada bawahan, komunikasi upward atau komunikasi dari bawahan kepada atasan, komunikasi horizontal atau komunikasi dari orang-orang yang sama tingkatnya dalam organisasi, keterampilan berkomunikasi dan berbicara, mendengarkan, menulis dan komunikasi evaluasi program”.

Dari berbagai pendapat ahli sebagaimana telah dikemukakan diatas, dapat disimpulkan bahwa komunikasi organisasi adalah proses pengiriman dan penerimaan berbagai pesan yang terjadi dalam suatu organisasi.

Komunikasi memiliki beberapa fungsi dalam organisasi. Menurut Dewi (2007 : 23) apapun bentuk organisasinya, komunikasi akan berfungsi sebagai berikut :

1. Informatif

Pimpinan dan anggota organisasi membutuhkan banyak sekali informasi untuk menyelesaikan tugas-tugas mereka. Informasi tersebut berkaitan dengan upaya organisasi untuk mencapai tujuannya.

2. Pengendalian

Komunikasi berfungsi sebagai pengatur dan pengendali organisasi. Komunikasi dalam hal ini berupa peraturan, prosedur, perintah dan laporan

3. Persuasif

Komunikasi berfungsi mengajak orang lain mengikuti atau menjalankan ide/gagasan atau tugas

4. Integratif

Dengan adanya komunikasi, organisasi yang terbagi menjadi beberapa bagian atau departemen akan tetap merupakan satu kesatuan yang utuh dan terpadu.

2.4 Humas (Hubungan Masyarakat)

Hubungan Masyarakat atau dalam bahasa Inggris disebut dengan Public Relations merupakan salah satu bagian terpenting dari kegiatan komunikasi kepada publik khususnya pelanggan. Hubungan Masyarakat berkaitan dengan membangun citra organisasi secara langsung dengan publik melalui komunikasi yang efektif.

Peran dan fungsi kegiatan Humas atau Public Relation saat ini semakin strategis. Sebagian besar organisasi bisnis, khususnya yang berorientasi pada pemenuhan kepuasan pelanggan pasti memiliki Hubungan Masyarakat yang menjadi penghubung utama antara organisasi khususnya organisasi bisnis dengan publiknya.

Pentingnya aktivitas Hubungan Masyarakat bagi sebuah organisasi bisnis adalah bahwa Humas atau PR akan mampu menciptakan kesan bagi pelanggan yang merupakan yang merupakan investasi jangka panjang. Jika aktivitas Humas yang dilakukan oleh organisasi tersebut mampu dilaksanakan dengan baik, maka dalam jangka pendek citra organisasi bisnis itu akan baik di mata pelanggan. Dengan demikian tentu akan menambah kepercayaan pelanggan kepada organisasi.

Pada hakikatnya Humas atau Public Relations adalah kegiatan komunikasi, kendati agak lain dengan kegiatan komunikasi lainnya. Rachmadi (dalam Soemirat & Ardianto, 2005 : 11) menyebutkan bahwa “PR (Humas) adalah salah satu bidang ilmu

komunikasi praktis, yaitu penerapan ilmu komunikasi pada suatu organisasi/perusahaan dalam melaksanakan fungsi manajemen”.

Humas atau PR berfungsi menumbuhkan hubungan baik antara segenap komponen pada suatu lembaga atau organisasi/perusahaan dalam rangka memberikan pengertian, menumbuhkan motivasi dan partisipasi. Semua itu bertujuan untuk menumbuhkan dan mengembangkan goodwill (niat baik) publiknya serta memperoleh opini publik yang menguntungkan untuk menciptakan citra positif dari publik atau masyarakat serta dapat menciptakan kerjasama berdasarkan hubungan baik dengan publik.

Griswold (dalam Danandjaya, 2011 : 16) menyatakan bahwa “PR (Humas) adalah suatu fungsi manajemen yang menilai sikap publik, menunjukkan kebijakan dan prosedur dari seorang individu atau sebuah lembaga atas dasar kepentingan publik, merencanakan dan menjalankan rencana kerja untuk memperoleh pengertian dan dapat diterima dengan baik oleh publik”.

Kemudian Cutlip & Center (dalam Danandjaya, 2011 : 16) mendefinisikan Humas atau PR sebagai berikut. *“Public Relations is the continuing process by with management endeavours to obtain goodwill and understanding of its costumer, its employees and the public large, in wardly thought self analysis and corrections. Out wardly thought all means of expression”*.

J.C. Seidel (dalam Soemirat & Ardianto, 2005 : 12) mengemukakan bahwa “PR adalah proses yang kontinu dari usaha-usaha manajemen untuk memperoleh goodwill dan pengertian dari pelanggan, pegawai dan publik yang lebih luas. Ke dalam

mengadakan analisis dan perbaikan diri sendiri, sedangkan keluar memberikan pernyataan-pernyataan”.

Selanjutnya menurut Howard Bonham (dalam Soemirat & Ardianto, 2005 : 13), “PR adalah suatu seni untuk menciptakan pengertian publik yang lebih baik, yang dapat memperdalam kepercayaan publik terhadap suatu individu atau organisasi/perusahaan”.

Lebih lanjut Philip Lesly (dalam Danandjaya, 2011 : 17) mengemukakan definisi Public Relations sebagai berikut. “Public Relations as helping a organizations and its publics adapt mutually to each other”.

(Public Relations membantu organisasi dan publiknya untuk saling menyesuaikan antara satu dengan lainnya).

Berdasarkan pendapat ahli sebagaimana telah dikemukakan diatas, dapat disimpulkan bahwa Humas atau Public Relation adalah bagian dari fungsi manajemen yang membantu membangun dan memelihara hubungan yang mendukung terbentuknya saling pengertian, keterbukaan dan kerja sama antara organisasi dengan publiknya.

2.5 Fungsi dan Tujuan Humas

Canfield dalam Danandjaya (2011 : 19) mengemukakan fungsi Humas atau Public Relations harus mencakup hal-hal sebagai berikut :

1. Mengabdikan kepada kepentingan publik
2. Memelihara komunikasi yang baik

3. Kegiatan Public Relations itu ketika menjalankan fungsinya harus menitik beratkan kepada moral dan tingkah laku yang baik.

Lebih lanjut Effendy (2006 : 36) merumuskan fungsi Humas adalah sebagai berikut :

1. Menunjang kegiatan manajemen dalam mencapai tujuan organisasi
2. Membina hubungan yang harmonis antara organisasi dengan publik, baik publik internal maupun publik eksternal
3. Menciptakan komunikasi dua arah timbal balik dengan menyebarkan informasi dari organisasi kepada publik dan menyalurkan opini publik kepada organisasi
4. Melayani publik dan menasehati pimpinan organisasi demi kepentingan umum

Selanjutnya adalah tujuan Humas atau Public Relations. Dalam menguraikan tujuan dari PR ini, terdapat pembagian tujuan berdasarkan kegiatan atau aktivitas Humas/PR sebagai berikut (Danandjaya, 2011 : 22).

1. Tujuan berdasarkan kegiatan internal Public Relations
 1. Mengadakan suatu penilaian terhadap sikap, tingkah laku dan opini publik terhadap perusahaan
 2. Mengadakan suatu analisa dan perbaikan terhadap kebijaksanaan yang sedang dijalankan
 3. Memberikan penerangan kepada publik karyawan mengenai suatu kebijaksanaan perusahaan yang bersifat obyektif
 4. Merencanakan penyusunan suatu staf yang sefektif bagi penugasan yang bersifat internal Public Relations

5. Tujuan berdasarkan kegiatan eksternal Public Relations

1. Memperluas langganan atau pemasaran
2. Memperkenalkan suatu jenis hasil produksi atau gagasan yang berguna bagi publik dalam arti luas
3. Mencari dan mengembangkan modal
4. Memperbaiki citra perusahaan terhadap pendapat masyarakat luas, guna mendapatkan opini publik yang positif.

2.6 Peran Humas

Humas memiliki peranan penting dalam sebuah organisasi atau lembaga. Dozier & Broom dalam Ruslan (2007 : 20) mengemukakan empat peran PR (Humas) dalam sebuah organisasi atau Lembaga sebagai berikut.

1. Penasehat Ahli (Expert Prescriber)

Seorang praktisi pakar PR (Humas) yang berpengalaman dan memiliki kemampuan tinggi dapat membantu mencari solusi dalam penyelesaian masalah hubungan dengan publiknya (public relationship).

2. Fasilitator Komunikasi

Dalam hal ini praktisi Humas (PR) bertindak sebagai komunikator atau mediator untuk membantu pihak manajemen untuk mendengar apa yang diinginkan dan diharapkan oleh publiknya. Di pihak lain praktisi PR juga dituntut mampu menjelaskan kembali keinginan, kebijakan dan harapan organisasi kepada pihak publiknya.

3. Fasilitator Proses Pemecahan Masalah

Peran praktisi PR (Humas) dalam proses pemecahan persoalan Public Relations ini merupakan bagian dari tim manajemen. Hal ini dimaksudkan untuk membantu pimpinan organisasi baik sebagai penasehat hingga mengambil tindakan eksekusi dalam mengatasi persoalan atau krisis yang tengah dihadapi secara rasional dan professional.

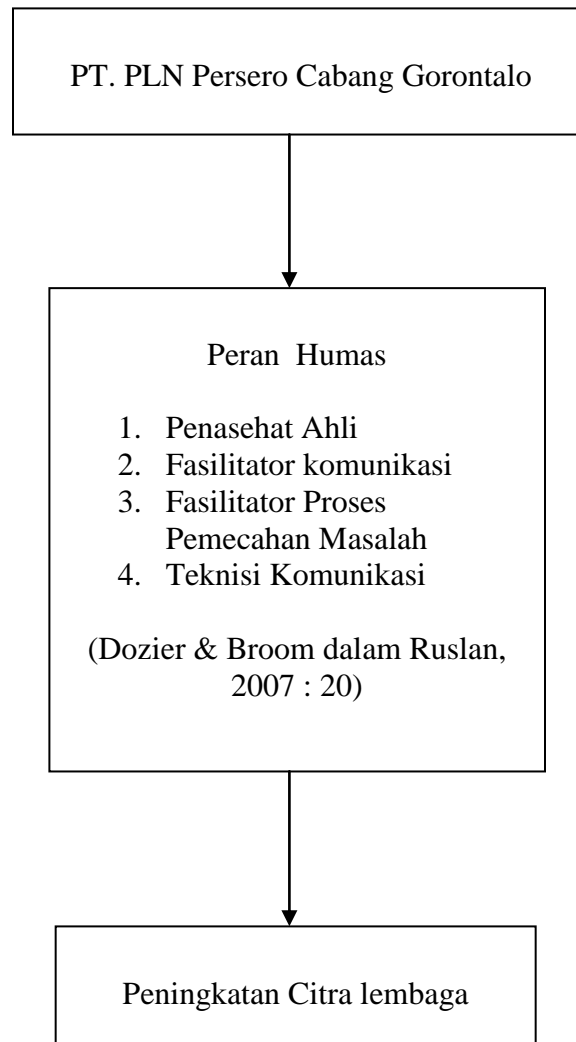
4. Teknisi Komunikasi (Communication Technician)

Peran communication technician ini menjadikan praktisi PR professional sebagai journalist in resident yang hanya menyediakan layanan teknis komunikasi atau dikenal dengan methode of communication in organization.

2.7 Kerangka Pemikiran

PT. PLN Persero Cabang Gorontalo sebagai salah satu organisasi yang berkaitan langsung dengan seluruh aspek kelistrikan di wilayah Gorontalo dan sekitarnya menerima keluhan dan komplain dari pelanggan dalam hal ini masyarakat. Situasi dan kondisi seperti ini akan dapat menurunkan citra positif PT. PLN sebagai sebuah lembaga. Oleh karena itu PT. PLN Persero berupaya memaksimalkan peran Humas organisasi tersebut dalam upaya meningkatkan citra lembaga mereka.

Berdasarkan pemaparan di atas, maka penulis menyusun kerangka pemikiran sebagai berikut :



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Obyek Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah dan kerangka pikir penelitian yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka yang menjadi obyek dalam penelitian ini adalah Humas pada PT. Perusahaan Listrik Negara Cabang Gorontalo. Dalam pelaksanaan penelitian ini, penulis memerlukan waktu kurang lebih 2 bulan.

3.2 Desain Penelitian

Dalam melakukan penelitian ini penulis memilih jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif, yaitu metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah. Dimana peneliti adalah instrumen kunci (Sugiyono, 2014 : 1)

3.3 Fokus Penelitian

Penelitian ini difokuskan pada peran Humas dalam upaya mempertahankan citra Lembaga pada PT. Perusahaan Listrik Negara Persero Cabang Gorontalo.

3.4. Informan Penelitian

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, informan adalah orang yang memberikan informasi atau orang yang menjadi sumber data dalam suatu penelitian. (narasumber). Dalam penelitian ini informan yang ditetapkan berdasarkan keterkaitan mereka dengan tema penelitian yang diangkat oleh penulis.

Adapun informan yang ditetapkan pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Kepala Bagian Humas PT. PLN Persero Cabang Gorontalo : 1 orang
2. Staf Humas PT. PLN Persero Cabang Gorontalo : 2 orang

Dengan demikian, keseluruhan informan yang akan menjadi sumber informasi penulis dalam penelitian ini berjumlah 3 orang.

3.5.Sumber Data

Sumber data yang digunakan penulis dalam penelitian ini terdiri atas dua, sebagai berikut :

- a. Data primer, yaitu data yang diperoleh langsung dari para informan di lokasi penelitian melalui wawancara
- b. Data sekunder, yaitu data yang diperoleh di lokasi penelitian yang dapat berupa dokumen-dokumen yang mempunyai hubungan dengan permasalahan yang akan diteliti, melalui literatur-literatur yang terkait dengan permasalahan yang diteliti, dan lain sebagainya.

3.6 Prosedur Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data di tempat penelitian, maka penulis melakukan prosedur pengumpulan data sebagai berikut :

- a. Observasi atau pengamatan, yaitu suatu teknik pengumpulan data dengan mengadakan pengamatan langsung pada lokasi penelitian. Menurut Arikunto (2006 : 156), observasi atau yang disebut pula dengan pengamatan, meliputi kegiatan pemusatan perhatian terhadap suatu obyek dengan menggunakan seluruh alat indera.
- b. Wawancara, yaitu suatu teknik pengumpulan data melalui tanya jawab dengan informan untuk menggali lebih jauh mengenai permasalahan yang diteliti. Menurut Riduwan (2008 : 102), wawancara adalah suatu cara pengumpulan data yang digunakan untuk memperoleh informasi langsung dari sumbernya.
- c. Dokumentasi

Menurut pendapat Sugiyono (2013 : 84) dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumentasi bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang. Studi dokumentasi merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif.

3.4. Teknik Analisis Data

Menurut Sugiyono (2007 : 91) analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung dan setelah pengumpulan data selesai dalam periode tertentu. Pada saat wawancara, peneliti sudah melakukan analisis terhadap jawaban yang diberikan oleh informan. Bila jawaban yang diwawancarai setelah dianalisis belum memuaskan, maka peneliti akan melanjutkan pertanyaan lagi sampai tahap tertentu diperoleh data yang dianggap kredibel. Miles dan Huberman dalam Sugiyono (2007 : 91) mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh. Aktivitas dalam analisis data, yaitu data reduction, data display, dan conclusion drawing/verification.

a. *Data Reduction*

Data yang diperoleh dari lapangan jumlahnya cukup banyak, untuk itu maka perlu dicatat secara teliti dan rinci. Seperti telah dikemukakan bahwa semakin lama peneliti turun ke lapangan, maka jumlah data akan semakin banyak, kompleks dan rumit. Untuk itu perlu segera dilakukan analisis data melalui data reduction atau reduksi data. Mereduksi data berarti merangkaikan, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari pola dan temanya.

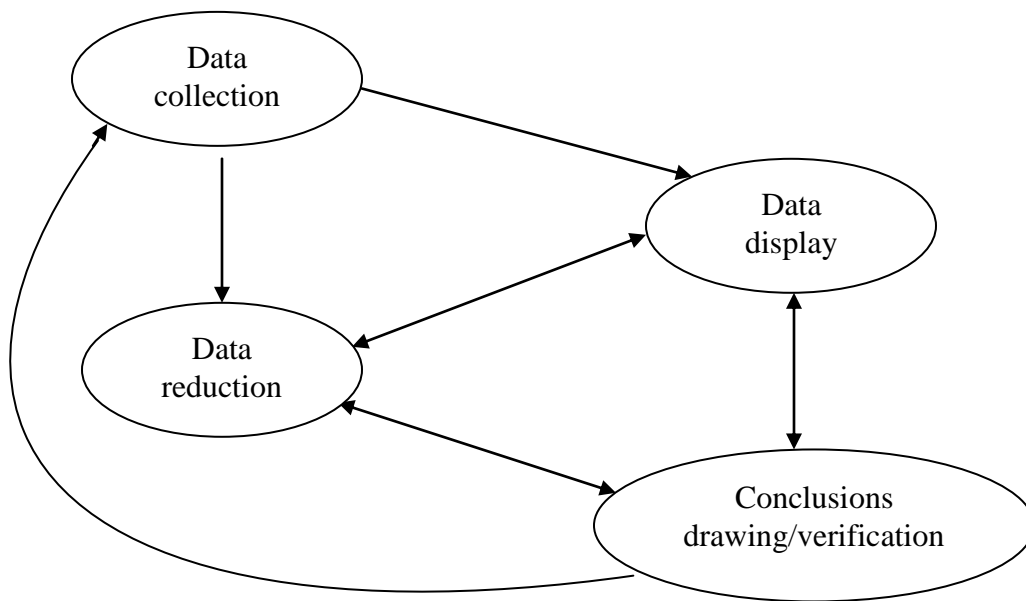
b. *Data Display*

Setelah data direduksi, maka langkah selanjutnya adalah display data atau penyajian data. Jika dalam penelitian kuantitatif penyajian data ini dapat dilakukan

dalam bentuk tabel, grafik, dan sejenisnya. Maka dalam penelitian kualitatif, penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, dan sejenisnya. Melalui penyajian data tersebut, maka data terorganisasikan, tersusun dalam pola hubungan, sehingga akan semakin mudah dipahami.

c. Conclusion Drawing/Verification

Langkah ketiga dalam analisis data kualitatif menurut Mile dan Huberman dalam Sugiyono (2007 : 99) adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Tetapi apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel.



Gambar 3.2. Model Analisis Data Miles and Huberman

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Lokasi penelitian

4.1.1. Gambaran PT. PLN (Persero) Cabang Gorontalo

PT. PLN Cabang Gorontalo berdiri pada tanggal 23 Juli 1991. Diresmikan oleh direktur utama Perusahaan Umum Listrik Negara, Ir. Ermansyah Jamin. Saat ini kapasitas mesin pembangkit tenaga listrik PLN sebesar 73.106 MW, dan daya mampu 51.155 MW. Jumlah pegawai yang bekerja sebanyak 186 orang. Terdiri dari karyawan aktif sejumlah 86 orang dan agen 100 orang.

Adapun visi dan misi kantor PT. PLN (Persero) adalah sebagai berikut.

Visi

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

Misi

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

4.1.2. Tugas Pokok dan Fungsi

1. Manajer

Melakukan pengelolaan dan melaksanakan kegiatan penjualan tenaga listrik, pelayanan pelanggan, pengoperasian dan pemeliharaan pembangkit dan jaringan distribusi tenaga listrik di wilayah kerjanya secara efisien sesuai tata kelola yang baik berdasarkan kebijakan kantor induk untuk menghasilkan pendapatan perusahaan yang mendukung dengan pelayanan, mutu dan keandalan pasokan yang memenuhi kebutuhan pelanggan, serta melakukan pembinaan dan pemberdayaan unit asuhan dibawahnya, merumuskan sasaran kerja, melaksanakan penyusunan konsep kebijakan teknis, melaksanakan analisa dan evaluasi kinerja perusahaan, mengarahkan dan mengontrol aktifitas distribusi, mengontrol aktifitas pemeliharaan, Memeriksa dan menandatangani bukti-bukti pengesahan, penerimaan dan pengeluaran uang cabang, surat perintah kerja, surat dinas resmi lainnya, mengarahkan dan membina rekanan cabang, menyusun laporan berkala.

2. Asisten Manajer Keuangan

Membuat rencana kerja, mengkoordinasikan dan mengendalikan kegiatan bagian keuangan yang meliputi Anggaran dan Keuangan serta Akuntansi untuk kelancaran dan ketertiban pelaksanaannya, melaksanakan tata usaha anggaran dan keuangan, menyusun Rencana Kerja Anggaran Perusahaan (RKAP) dari setiap bagian, mengontrol pendapatan dan pengeluaran perusahaan, melaksanakan dan mengontrol aktifitas akuntansi,

3. Asisten Manajer Distribusi

Melaksanakan perencanaan dan keandalan sistem yang berkaitan dengan kontinuitas penyaluran tenaga listrik kepada pelanggan, serta melakukan perencanaan dan pelaksanaan pemeliharaan jaringan tetap terjaga, mengkoordinir pemetaan jaringan distribusi, melaksanakan penyusunan rencana teknis konstruksi, menyusun rencana operasi dan pemeliharaan sarana distribusi listrik, melaksanakan pemeliharaan jaringan dan gardu listrik

4. Asisten Manajer Kehumasan

Merencanakan dan melaksanakan tugas-tugas kehumasan untuk meningkatkan pendapatan serta mengevaluasi potensi pasar penjualan tenaga listrik, mempelajari dan mengembangkan teknologi informasi komunikasi, mengkaji laporan promosi dan pemasaran, merencanakan dan mengontrol aktifitas promosi, pelayanan pasang baru serta melaksanakan kegiatan penyuluhan.

5. Asisten Manajer Sumber Daya Manusia

Melaksanakan kegiatan bagian sumber daya manusia dan administrasi yang meliputi sekretariat, kepegawaian, kesejahteraan pegawai dan hukum, keamanan dan kesehatan lingkungan kerja,

4.2. Hasil Penelitian

Hubungan Masyarakat (Humas) yang juga dikenal dengan *Public Relations* (PR) merupakan suatu fungsi manajemen yang bertujuan untuk memperoleh

kepercayaan, dan pengertian yang baik, serta penghargaan dari masyarakat atau publik.

Dalam Humas atau PR juga terdapat suatu usaha atau upaya untuk membangun dan menciptakan hubungan yang harmonis antara suatu organisasi dengan publik atau masyarakat. Usaha atau upaya untuk memberikan maupun menanamkan kesan yang positif. Sehingga akan timbul pendapat ataupun tanggapan yang akan menguntungkan bagi kelangsungan dan keberadaan suatu lembaga atau organisasi.

Setelah melakukan pengumpulan data penelitian melalui wawancara dengan para informan, berikut ini adalah kutipan hasil wawancara penulis dengan informan penelitian.

4.3 Peran Humas Dalam Mempertahankan Citra Perusahaan

Peran Humas dalam upaya untuk mempertahankan citra atau reputasi perusahaan pada PT. PLN Persero Cabang Gorontalo akan dijelaskan sebagai berikut.

1. Penasehat Ahli

Peran humas PT.PLN Persero Cabang Gorontalo sebagai penasehat ahli terutama adalah dalam memberikan saran dan masukan kepada pihak manajemen perusahaan yang berkaitan dengan hubungan publik. Humas berperan dalam memberikan masukan kepada pihak manajemen perusahaan utamanya bagaimana perusahaan penting menciptakan hubungan harmonis dengan khalayaknya baik itu internal ataupun eksternal. Dalam hal ini karyawan dengan pelanggan.

Penjelasan diatas berdasarkan kutipan hasil wawancara dengan beberapa informan. Berikut ini adalah kutipan hasil wawancaranya.

Kutipan wawancara dengan Syaiful Djalil (Kepala Kehumasan PT. PLN Persero Gorontalo).

“Peran humas tentu saja dalam hal masukan atau saran kepada manajemen perusahaan di mana perusahaan itu harus menciptakan hubungan yang harmonis dengan khalayak khususnya dan masyarakat pada umumnya. Jadi saran-sarannya yaitu harus harmonis antara internal PLN itu sendiri maupun eksternal stakeholder contohnya, terus berhubungan baik dan menciptakan suasana yang harmonis maksudnya pada pelanggan maupun masyarakat pada umumnya”.

Selanjutnya hasil wawancara dengan Rahim (Staf Humas PT. PLN Persero Gorontalo) sebagai berikut.

“Humas berperan serta dalam menyampaikan saran-saran kepada pihak manajemen utamanya yang mengenai bagaimana menciptakan hubungan baik dengan pelanggan. Supaya diantara lembaga dengan pelanggan itu bisa saling harmonis satu sama lainnya”.

2. Fasilitator Komunikasi

Peran humas PT.PLN sebagai fasilitator komunikasi utamanya dalam bertindak sebagai mediator diantara pihak manajemen perusahaan dan publiknya. Humas senantiasa mengamati aspirasi dan keinginan masyarakat. Sehingga bisa menjadi penghubung antara lembaga atau perusahaan dengan publik yaitu karyawan dan pelanggan.

Penjelasan diatas berdasarkan kutipan hasil wawancara dengan informan. Berikut adalah kutipan hasil wawancaranya.

Kutipan wawancara dengan Syaiful Djalil (Kepala Bagian Humas PT. PLN Persero Gorontalo).

“Humas itu sendiri kita harus banyak mengamati dan mempelajari keinginan dan aspirasi yang terdapat dalam masyarakat, sehingga bisa untuk memberikan nasehat dan sumbang saran dalam menanggapi apa yang menjadi keinginan masyarakat untuk kemudian diteruskan kepada manajemen. sebisanya menciptakan hubungan yang baik diantara manajemen dengan masyarakat sebagai pelanaggaan”.

Selanjutnya hasil wawancara dengan Putri (Staf Humas PT. PLN Persero Gorontalo) sebagai berikut.

“Humas di lembaga kami memang juga berperan untuk menjadi penengah atau penghubung diantara pihak manajemen dengan pelanggan. Disamping itu juga Humas berperan menjadi penghubung dan jembatan diantara manajemen dengan karyawan. Jadi seperti itu”.

3. Fasilitator Proses Pemecahan Masalah

Peran Humas PT. PLN dalam proses pemecahan persoalan ini merupakan salah satu peran penting dari Humas. Hal ini dimaksudkan untuk membantu manajemen baik itu sebagai pemberi saran atau mengambil tindakan dalam mengatasi persoalan-persoalan atau krisis yang tengah dihadapi oleh lembaga.

Penjelasan diatas berdasarkan kutipan hasil wawancara dengan informan. Berikut adalah kutipan hasil wawancaranya.

Kutipan wawancara dengan Syaiful Djalil (Kepala Bagian Humas PT. PLN Gorontalo).

“Kalau ada persoalan atau masalah di dalam lembaga pastinya peran humas selalu diperlukan untuk membantu manajemen mencari solusi atau jalan keluar.

Mulai dari hanya memberikan saran atau nasehat sampai dengan mengambil tindakan apabila memang diperlukan”.

Pendapat yang sama juga disampaikan oleh informan yaitu Rahim (Staf Humas). Berikut ini adalah hasil wawancaranya.

“Humas berperan untuk membantu dalam pemecahan masalah atau persoalan yang ditemui oleh perusahaan itu sudah pasti. Karena dalam sebuah lembaga pasti suatu waktu ada persoalan yang dihadapi. Apalagi kalau persoalan itu menyangkut pelanggan, pasti peran humas sangat diperlukan untuk membantu mencari jalan keluarnya”.

4. Teknisi Komunikasi

Peran Humas PT. PLN sebagai teknisi komunikasi yaitu dengan memfokuskan pada kegiatan yang berkaitan dengan media dan publikasi. Di mana humas melakukan kegiatan-kegiatan yang banyak melibatkan media seperti media massa untuk memberikan berita-berita yang dapat membangun reputasi yang baik di masyarakat.

Penjelasan diatas berdasarkan kutipan hasil wawancara dengan informan. Berikut ini adalah kutipan hasil wawancaranya.

Kutipan wawancara dengan Syaiful Djalil (Kepala Bagian Humas PT. PLN Gorontalo).

“Kegiatan-kegiatan yang berhubungan dengan media seperti media cetak dan elektronik itu sudah menjadi tugas kami di bagian humas. Karena seperti itu fungsi dan peran kami untuk selalu memberikan informasi-informasi yang bisa membangun citra yang baik bagi PT. PLN di mata masyarakat”.

Pendapat yang sama juga disampaikan oleh informan yaitu Putri (Staf Humas) berikut ini.

“Kami di bagian humas tidak bisa dipisahkan dengan publikasi dan media. Itu sudah menjadi salah satu kegiatan sehari-hari kami di sini. Jadi pastinya kami di bagian Humas ini ikut berperan penting dalam soal publikasi dan informasi di media”.

4.4 Pembahasan

Perusahaan Listrik Negara (PLN) merupakan salah satu Badan Usaha Milik Negara. Sebagai satu-satunya perusahaan yang bergerak dalam bidang kelistrikan, maka PLN merupakan satu-satunya perusahaan yang menjadi tumpuan masyarakat untuk memenuhi kebutuhan listrik. Begitu pula halnya PT. PLN Persero Cabang Gorontalo.

Hubungan Masyarakat (Humas) merupakan salah satu fungsi manajemen yang memiliki peranan penting dalam membangun hubungan dan membina hubungan yang harmonis antara organisasi atau lembaga dengan publik. Keberadaan Humas dalam suatu organisasi bertujuan untuk membangun *image* atau citra yang positif dari publik atau masyarakat. Sebagaimana pendapat yang dikemukakan oleh Howard Bonham (dalam Soemirat & Ardianto, 2005 : 13), “PR adalah suatu seni untuk menciptakan pengertian publik yang lebih baik, yang dapat memperdalam kepercayaan publik terhadap suatu individu atau organisasi/perusahaan”.

Salah satu bentuk kegiatan yang dilakukan Humas dalam upaya membangun hubungan yang baik dan harmonis dengan masyarakat adalah dengan membangun

kepercayaan dari publik atau masyarakat. Karena dukungan dan kepercayaan dari masyarakat merupakan salah modal utama bagi sebuah organisasi atau lembaga untuk dapat mencapai tujuan organisasi. Sehingga akan lebih mudah untuk bisa membangun dan mempertahankan citra dan reputasi lembaga mereka.

Sebagaimana yang dilakukan oleh Humas PT. PLN Persero Cabang Gorontalo. PT. PLN sebagai ujung tombak penyediaan listrik di wilayah Gorontalo tentu sangat berkaitan dengan pandangan-pandangan baik itu positif atau negative dari masyarakat sebagai publiknya. Oleh karena itu peran Humas sangat diperlukan untuk bisa melakukan sesuatu dalam rangka membina hubungan yang baik dengan masyarakat dan bisa mempertahankan citra positif dari masyarakat sebagai publik.

Berdasarkan hasil penelitian pada bagian sebelumnya, terdapat beberapa peran Humas PT. PLN Persero Cabang Gorontalo dalam upaya untuk mempertahankan citra perusahaan di masyarakat. Sebagaimana pendapat yang dikemukakan oleh Dozier & Broom dalam Ruslan (2007 : 20) mengemukakan empat peran PR (Humas) dalam sebuah organisasi atau Lembaga. Peran-peran tersebut adalah sebagai berikut:

1. Penasehat Ahli (Expert Prescriber)
2. Fasilitator Komunikasi
3. Fasilitator Proses Pemecahan Masalah
4. Teknisi Komunikasi (Communication Technician)

1. Penasehat Ahli (Expert Prescriber)

Humas PT.PLN Persero Cabang Gorontalo sebagai penasehat ahli terutama berperan di dalam memberikan saran dan masukan kepada pihak manajemen perusahaan yang berkaitan dengan hubungan perusahaan dengan publiknya. Humas memberikan masukan-masukan kepada pihak manajemen perusahaan utamanya di dalam menciptakan hubungan harmonis dengan khalayak atau publik baik itu internal ataupun eksternal seperti karyawan dengan pelanggan.

2. Fasilitator Komunikasi

Peran sebagai fasilitator komunikasi utamanya dilakukan oleh Humas PT. PLN Persero Cabang Gorontalo di dalam berperan sebagai mediator atau penghubung diantara pihak manajemen perusahaan dan publiknya yaitu karyawan dengan pelanggan. Peran sebagai mediator ini dilakukan Humas sebagai salah satu bentuk kegiatan untuk membangun hubungan baik diantara lembaga atau perusahaan dengan publik.

3. Fasilitator Proses Pemecahan Masalah

Peran Humas PT. PLN Persero Cabang Gorontalo dalam proses pemecahan persoalan ini merupakan salah satu peran yang dimiliki Humas. Di mana pada peran ini Humas berusaha untuk membantu manajemen perusahaan baik itu didalam memberikan masukan dan saran atau didalam mengambil tindakan yang diperlukan dalam mengatasi persoalan-persoalan atau krisis yang dialami oleh lembaga. Terutama jika persoalan atau masalah tersebut terjadi diantara pihak manajemen perusahaan dengan publiknya khususnya karyawan dan pelanggan.

4. Teknisi Komunikasi (Communication Technician)

Peran Humas PT. PLN sebagai teknisi komunikasi yaitu dengan melaksanakan kegiatan-kegiatan yang bersifat publikasi kepada masyarakat. Kegiatan publikasi tersebut yaitu penyampaian-penyampaian informasi-informasi melalui media mengenai perusahaan kepada masyarakat. Di mana humas melakukan kegiatan-kegiatan yang melibatkan keberadaan media seperti media massa untuk menyampaikan berita-berita yang dapat membangun citra dan reputasi yang baik mengenai PT. PLN Persero Cabng Gorontalo di masyarakat.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bagian sebelumnya, maka dapat disimpulkan sebagai berikut.

Peran Humas PT. Perusahaan Listrik Negara (PLN) Persero Cabang Gorontalo yaitu sebagai penasehat ahli di dalam memberikan saran dan masukan kepada pihak manajemen perusahaan terutama hubungan public. Sebagai fasilitator komunikasi utamanya dilakukan oleh Humas PT. PLN Persero Cabang Gorontalo di dalam berperan sebagai mediator atau penghubung diantara pihak manajemen perusahaan dan publiknya. Sebagai fasilitator proses pemecahan masalah untuk membantu manajemen perusahaan baik itu didalam memberikan masukan dan saran atau didalam mengambil tindakan yang diperlukan dalam mengatasi persoalan-persoalan atau krisis yang dialami oleh lembaga. Sebagai teknisi komunikasi yaitu dengan melaksanakan kegiatan-kegiatan yang bersifat publikasi melalui media kepada masyarakat

5.2. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang ada pada bagian sebelumnya, maka penulis memberikan beberapa saran sebagai berikut :

1. Hendaknya Humas PT. Perusahaan Listrik Negara Persero Cabang Gorontalo bisa lebih memperkuat peranan mereka di dalam mempertahankan citra positif perusahaan.
2. Hendaknya Humas PT. PLN Persero Cabang Gorontalo bisa lebih aktif terutama di dalam menjalankan setiap peran-perannya tersebut untuk bisa tetap mempertahankan citra perusahaan di mata masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

A. BUKU

- Cangara, Hafied, 2012. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Cutlip, Scott M., Allen H. Center, & Glenn M. Broom. 2011. *Effective Public*. Kencana Prenada Media Group, Jakarta.
- Danandjaya, 2011. *Peranan Humas Dalam Perusahaan*. Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Dewi, Sutrisna. 2009. *Komunikasi Bisnis*. Andi, Jakarta.
- Effendy, Onong Uchjana. 2008. *Dinamika Komunikasi*. Remaja Rosdakarya. Bandung
- Effendy, Onong Uchjana. 2006. *Hubungan Masyarakat*. Remaja Rosdakarya. Bandung
- Kriyantono, Rahmat. 2007. *Teknik praktis Riset Komunikasi*. Kencana Prenada Media Group, Jakarta.
- M.A, Morris. 2012. *Periklanan, Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Kencana Prenada Media. Jakarta
- Mulyana, Dedi. 2007 *ilmu Komunikasi suatu pengantar*. Remaja Rosdakarya. Bandung.
- Muhammmad, Arni. 2004. *Komunikasi Organisasi*. Bumi Aksara, Jakarta.
- Pace, R. Wayne, & Don F. Faulus. 2010. *Komunikasi Organisasi, Strategi meningkatkan Kinerja Perusahaan*. Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Riduwan, 2012. *Metode dan Teknik Menyusun Proposal Penelitian*. Alfabeta, Bandung.

Soemirat, Soleh, & Elvinaro Ardianto. 2005. *Dasar-Dasar Public Relations*. Remaja Rosdakarya, Bandung.

Sugiyono. 2007. *Memahami Penelitian Kualitatif*. PT. Alfabeta, Bandung

JADWAL PENELITIAN

No	TAHAP KEGIATAN	BULAN						
		DES 2019	JAN 2020	FEB 2020	MART 2020	APR 2020	MEI 2020	JUN 2020
1	Penggajuan Judul							
2	Menyusun Proposal							
3	Konsultasi Pembimbing							
4	Seminar Proposal							
5	Pengumpulan Data							
6	Menyusun Laporan Hasil Penelitian							
7	Konsultasi Pembimbing							
8	Ujian Skripsi							

LEMBAR KONSULTASI PEMBIMBING

Judul

: Peran Humas PT. Perusahaan Listrik Negara Peresero Cabang
Gorontalo Dalam Mempertahankan Citra Lembaga.

Nama Mahasiswa

: Ririn Moha









Nim

: S.22.15.036

Pembimbing

: 1. Minarni Tolapa, S.Sos., M.Si

2. Ariandi Saputra, S.Pd., M.Pd

PEMBIMBING 1				PEMBIMBING 2			
No	Tanggal	Koreksi	Paraf	No	Tanggal	Koreksi	Paraf
1.	15/3/2020	1. Hasil penelitian 2. Teks perhitungan		1.	8/04/2020	BAB IV - Deskripsi Lokasi Penelitian - Hasil Penelitian - Pembahasan	
2.	20/3/2020	1. Pembahasan 2. Teks perhitungan		2.	07/05/2020	BAB IV - Cantumkan Tgl Interview - Korelasikan dengan kerangka penelitian	
3.	20/5/2020	1. Kesimpulan & saran 2. Daftar pustaka		3.	25/05/2020	ACC UJIAN.	
4.	24/05/2020						

PEDOMAN WAWANCARA

1. Seberapa penting citra perusahaan dalam pandangan PT.PLN Persero?

- Citra perusahaan sangat penting secara internal dalam menjaga integritas dan komunikasi antara karyawan dan atasan bertujuan untuk memaksimalkan kinerja untuk mencapai tujuan perusahaan.
- Sisi eksternal menjaga komunikasi dengan masyarakat agar citra perusahaan dapat terjaga sehingga perusahaan dapat diterima oleh public.

2. Bagaimana pandangan public/masyarakat mengenai keberadaan PT.PLN saat ini?

- Pandangan public keberadaan PLN dimata public sangat penting karena kualitas pelayanan dilihat berdasarkan persepsi publik.

3. Menurut anda sebagian dari Humas bagaimana hubungan PT.PLN dengan public selama?

- Hubungan PLN selama ini khususnya PT. PLN sangat abik selama ini PLN mengutamakan kepuasan dan kepercayaan pelanggan public menegakan integritas dalam layanan public mencari solusi yang paling menguntungkan.

4. Bagaimana Citra PT.PLN dimata public saat ini?

- Saat ini citra PLN sangat baik dibuktikan dengan adanya pelayanan PLN. Salah satunya sudah tidak ada pemadaman listrik yang bergilir serta pelayanan-pelayanan ini integritas yang sudah transparan.

-Contoh pasang yang baru itu sudah bisa kita akses di internet, atau PLN mobile jadi untuk pelayanan pasang baru tambah daya multi guna untuk bisa langsung. Jadi tidak ada lagi istilah [calo] atau orang-orang yang mencari keuntungan dan merusak citra PLN.

5. Jika citra perusahaan baik, bagaimana PT.PLN untuk mempertahankan citra tersebut?

-Upaya mempertahankan citra, jika citra perusahaan kurang baik, kita harus memberikan pelayanan yang baik dan bisa berkomunikasi dengan seluruh stakeholder dan reputasi PLN kedepan akan lebih baik, selain itu PLN harus transparansi atau terbuka pada public dan lebih cepat bertindak proaktif dan terstruktur lebih baik serta pendendalian resiko yang terukur.

-Artinya, PLN itu sendiri dimata public harus seperti itu harus kita memberikan pelayanan yang cepat dan kemudian juga hal-hal yang sifatnya kurang transparan kita harus informasikan bahwa PLN selama ini sudah terbuka.

-Artinya tidak seperti dulu, untuk pasang baru saja ada yang lebih dari itu iya yang sudah diberikan oleh PLN, disampaikan PLN sekarang dimata masyarakat kita sudah transparan.

6. Bagaimana peran humas PT.PLN dalam memberikan saran dan masukan kepada pihak manajemen yang berkaitan dengan hubungan public?

-Perusahaan itu sendiri dalam hal masukan atau saran perusahaan itu harus menciptakan hubungan yang harmonis dalam khalayak khususnya dan masyarakat pada umumnya. Jadi saran-sarannya harus harmonis antara internal PLN itu sendiri

maupun eksternal stakeholder contohnya, terus berhubungan baik dan menciptakan suasana yang harmonis maksudnya pada pelanggan maupun masyarakat pada umumnya.

7. Bagaimana peran humas PT.PLN dalam bertindak sebagai mediator diantara pihak manajemen dan public.

-Humas itu sendiri kita harus banyak mengamati dan mempelajari keinginan aspirasi yang terdapat dalam kegiatan masyarakat untuk memberikan nasehat sumbang saran dalam menanggapi apa sebisanya menciptakan yang dapat dilakukan PLN.

8. Bagaimana peran humas PT.PLN dalam membantu pihak manajemen sehubungan dengan penyelesaian masalah yang terjadi dalam lembaga atau organisasi?

-Mempertahankan reputasi atau citra atau citra dalam PLN itu sendiri jadi konsekuensinya yang baik dan bermanfaat antara organisasi PLN itu sendiri dan public sebagai komunikator dan pihak internal,eksternal agar PLN tetap eksis dan terhindar dari citra kurang baik dimata public.

9. Apakah ada saran-saran yang perlu dilakukan untuk lebih memaksimalkan peran humas dalam mempertahankan citra PT.PLN?

-Kita harus mampu menciptakan point positif yang akan dapat meningkatkan agar penjualan citra positif dalam perusahaan dimata public kemudian humas harus bisa medukasi kepada khalayak serta memperkenalkan kelebihan,keunggulan sebuah organisasi atau perusahaan dimata public khususnya PLN.

DOKUMENTASI







**KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
LEMBAGA PENELITIAN (LEMLIT)
UNIVERSITAS ICHSAN GORONTALO**

Jl. Raden Saleh No. 17 Kota Gorontalo
Telp: (0435) 8724466, 829975, Fax: (0435) 82997;
E-mail: lembagapencelitian@unisan.ac.id

Nomor : 2039/PIP/LEMLIT-UNISAN/GTO/I/2020

Lampiran : -

Hal : Permohonan Izin Penelitian

Kepada Yth,

Kepala PT. Perusahaan Listrik Negara Persero Cabang Gorontalo

di,-

Gorontalo

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Zulham, Ph.D
NIDN : 0911108104
Jabatan : Ketua Lembaga Penelitian

Meminta kesediannya untuk memberikan izin pengambilan data dalam rangka penyusunan **Proposal / Skripsi**, kepada :

Nama Mahasiswa : Ririn Moha
NIM : S2215036
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial, Ilmu Politik
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Lokasi Penelitian : PT. PERUSAHAAN LISTRIK NEGARA PERSERO
Judul Penelitian : PERAN HUMAS PT. PERUSAHAAN LISTRIK NEGARA PERSERO CABANG GORONTALO DALAM MEMPERTAHANKAN CITRA LEMBAGA

Atas kebijakan dan kerja samanya diucapkan banyak terima kasih.

Gorontalo, 13 Januari 2020

Zulham, Ph.D
NIDN 0911108104



**KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS ICHSAN
(UNISAN) GORONTALO**

SURAT KEPUTUSAN MENDIKNAS RI NOMOR 84/D/O/2001
Jl. Achmad Nadjamuddin No. 17 Telp (0435) 829975 Fax (0435) 829976 Gorontalo

SURAT REKOMENDASI BEBAS PLAGIASI

No. 0253/UNISAN-G/S-BP/IV/2020

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Sunarto Taliki, M.Kom
NIDN : 0906058301
Unit Kerja : Pustikom, Universitas Ichsan Gorontalo

Dengan ini Menyatakan bahwa :

Nama Mahasisw : RIRIN MOHA
NIM : S2215036
Program Studi : Ilmu Komunikasi (S1)
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
Judul Skripsi : PERAN HUMAS PT.PLN PERSERO CABANG GORONTALO DALAM MEMPERTAHAKAN CITRA PERUSAHAAN

Sesuai dengan hasil pengecekan tingkat kemiripan skripsi melalui aplikasi Turnitin untuk judul skripsi di atas diperoleh hasil Similarity sebesar 25%, berdasarkan SK Rektor No. 237/UNISAN-G/SK/IX/2019 tentang Panduan Pencegahan dan Penanggulangan Plagiarisme, bahwa batas kemiripan skripsi maksimal 35% dan sesuai dengan Surat Pernyataan dari kedua Pembimbing yang bersangkutan menyatakan bahwa isi softcopy skripsi yang diolah di Turnitin SAMA ISINYA dengan Skripsi Aslinya serta format penulisannya sudah sesuai dengan Buku Panduan Penulisan Skripsi, untuk itu skripsi tersebut di atas dinyatakan BEBAS PLAGIASI dan layak untuk diujikan.

Demikian surat rekomendasi ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Gorontalo, 22 Juni 2020

Tim Verifikasi,



Sunarto Taliki, M.Kom

NIDN. 0906058301

Tembusan :

1. Dekan
2. Ketua Program Studi
3. Pembimbing I dan Pembimbing II
4. Yang bersangkutan
5. Arsip



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS ICHSAN
(UNISAN) GORONTALO
SURAT KEPUTUSAN MENDIKNAS RI NOMOR 84/D/O/2001
Jl. Achmad Nadjamuddin No. 17 Telp (0435) 829975 Fax (0435) 829976 Gorontalo

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

1. Nama : Minarni Tolapa, S.Sos., M.Si
Sebagai : Pembimbing I
2. Nama : Ariandi Saputra, S.Pd., M.Pd
Sebagai : Pembimbing II

Dengan ini Menyatakan bahwa :

Nama Mahasiswa : RIRIN MOHA
NIM : S2215036
Program Studi : Ilmu Komunikasi (S1)
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
Judul Skripsi : PERAN HUMAS PT.PLN PERSERO CABANG
GORONTALO DALAM MEMPERTAHANKAN CITRA
PERUSAHAAN

Setelah kami melakukan pengecekan kembali antara softcopy skripsi dari hasil pemeriksaan aplikasi Turnitin dengan hasil Similarity sebesar 25% oleh Tim Verifikasi Plagiasi di Pustikom dengan Skripsi Aslinya, isinya SAMA dan format penulisannya sudah sesuai dengan Buku Panduan Penulisan Skripsi.

Demikian surat pernyataan ini dibuat untuk mendapatkan Surat Rekomendasi Bebas Plagiasi.

Pembimbing I

Gorontalo, Juni 2020
Pembimbing II

Minarni Tolapa, S.Sos., M.Si
NIDN. 0922047803

Ariandi Saputra, S.Pd., M.Pd
NIDN. 00-

Mengetahui
Ketua Program Studi,

Minarni Tolapa, S.Sos., M.Si
NIDN. 0922047803

Catatan Perbaikan :

- ☐ Penggunaan tanda petik dua tidak Wajar
- ☐ Penulisan Rumus masih berbentuk gambar
- ☐ Beberapa Paragraf berbentuk gambar
- ☐ Beberapa kata tidak lengkap hurufnya / beberapa kata digabung tanpa spasi
- ☐

peran humas PT.PLN persero cabang gorontalo dalam
mempertahankan citra perusahaan

ORIGINALITY REPORT

25%

SIMILARITY INDEX

22%

INTERNET SOURCES

8%

PUBLICATIONS

22%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

www.scribd.com

Internet Source

4%

2

eprints.ung.ac.id

Internet Source

3%

3

Submitted to Universitas Muhammadiyah
Yogyakarta

Student Paper

2%

4

Submitted to Sriwijaya University

Student Paper

2%

5

library.binus.ac.id

Internet Source

1%

6

text-id.123dok.com

Internet Source

1%

7

Submitted to Universitas Negeri Jakarta

Student Paper

1%

8

digilib.uinsby.ac.id

Internet Source

1%

9	usagipoi.blogspot.com Internet Source	1%
10	noorsyafitriramadhani.blogspot.com Internet Source	1%
11	docplayer.info Internet Source	1%
12	repository.uinsu.ac.id Internet Source	1%
13	Submitted to Lambung Mangkurat University Student Paper	1%
14	digilib.uniia.ac.id Internet Source	1%
15	Submitted to Universitas Pendidikan Indonesia Student Paper	1%
16	id.scribd.com Internet Source	1%
7	yusriadi76.wordpress.com Internet Source	1%
8	es.scribd.com Internet Source	1%
9	id.123dok.com Internet Source	1%
0	eprints.undip.ac.id Internet Source	

		<1 %
21	dasaiukman21.blogspot.com Internet Source	<1 %
22	Submitted to Universitas Mulawarman Student Paper	<1 %
23	Submitted to Universitas Negeri Makassar Student Paper	<1 %
24	vdocuments.site Internet Source	<1 %

Exclude quotes On

Exclude matches < 25 words

Exclude bibliography On

**BIODATA CALON WISUDAWAN
UNIVERSITAS ICHISAN GORONTALO**

Nama	: Ririn Moha
NIM	: S22 15 036
Tempat Tanggal Lahir	: Dulupi, 25 Juni 1995
Agama	: Islam
Alamat	: Kecamatan Dulupi Kab. Bualemo Kota Gorontalo
Fakultas	: Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi	: Ilmu Komunikasi
No Hp	: 0853 4021 3036
Judul Skripsi	: Peran Humas PT. Perusahaan Listrik Negara Persero cabang Gorontalo Dalam Mempertahankan Citra Negara

