

ANALISIS HUMAS PT PERUSAHAAN LISTRIK NEGARA (PERSERO) AREA SAMARINDA MENJALIN HUBUNGAN MEDIA DALAM MEMPERTAHANKAN CITRA PERUSAHAAN

Wulan Sari¹

Abstrak

Wulan Sari, Analisis Humas PT Perusahaan Listrik Negara (Persero) Area Samarinda Menjalinkan Hubungan Media dalam Mempertahankan Citra Perusahaan, di bawah bimbingan Dr. Heryono Sosilo Utomo, M.Si dan Sarwo Edy Wibowo, S.I.Kom, M.M

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui, memahami dan menganalisis bagaimana humas PT Perusahaan Listrik Negara (Persero) Area Samarinda menjalin hubungan media dalam mempertahankan citra perusahaan. Teknik analisis data yang digunakan yaitu teknik analisis kualitatif dengan model analisis interaktif yang terdiri dari tiga alur yaitu kondensasi data, penyajian data, penarikan kesimpulan dan verifikasi. Data dikumpulkan melalui buku-buku teks, referensi yang ada hubungannya dengan penulisan ini, observasi, wawancara dan penelitian lapangan.

Hasil penelitian yaitu humas PT Perusahaan Listrik Negara (Persero) Area Samarinda dalam menjalankan hubungan dengan media dalam penelitian ini yakni media elektronik televisi dan radio dalam mempertahankan citra perusahaan masih belum memenuhi semua prinsip-prinsip dalam menjalin hubungan yang baik dengan media elektronik, karena masih ada beberapa prinsip hubungan media yang belum berjalan sesuai dengan yang diharapkan media. Hal tersebut terefleksi dari prinsip berikut, dimana dalam menyediakan salinan informasi yang baik untuk awak media elektronik masih belum berimbang. Kerjasama dalam penyediaan materi yang dilaksanakan humas PT Perusahaan Listrik Negara (Persero) Area Samarinda dengan awak media elektronik masih terkesan memihak. Serta hubungan personal antara awak media elektronik dengan humas PT Perusahaan Listrik Negara (Persero) Area Samarinda masih belum dibangun secara kokoh.

Kata Kunci: *Humas, Hubungan Media, Citra, PT Perusahaan Listrik Negara*

PENDAHULUAN

Pada saat ini keberadaan hubungan masyarakat atau humas sangat dibutuhkan oleh hampir semua organisasi atau lembaga, baik profit maupun non profit, dari institusi seperti pendidikan sampai instansi pemerintahan seperti PT Perusahaan Listrik Negara. Peran humas menjadi sangat penting karena setiap perusahaan ingin mendapatkan kesan positif dari media serta citra yang baik di

¹ Mahasiswa Program S1 Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman. Email: wsari567@gmail.com

mata masyarakat. Artinya humas dibutuhkan untuk menjaga reputasi yang baik bagi perusahaan dan membuat masyarakat berpikir lebih baik tentang perusahaan yang diwakili.

PT Perusahaan Listrik Negara Area Samarinda merupakan Perusahaan Listrik Negara yang mengelola tenaga listrik juga melaksanakan pelayanan bidang kelistrikan mulai dari pembangkitan, penyaluran, dan pendistribusian. Sebagai salah satu perusahaan besar yang berbentuk *public service* (pelayanan publik) Perusahaan Listrik Negara sangat memerlukan humas guna menjalin hubungan melalui komunikasi dengan semua publiknya ataupun untuk mengkomunikasikan visi, misi, tujuan dan program perusahaan kepada publik.

Salah satu faktor guna mengkomunikasikan tujuan dan program perusahaan kepada publik adalah publisitas. Publisitas berperan penting sebagai kegiatan untuk menceritakan kepada masyarakat luas tentang produk atau jasa yang berkaitan dengan suatu perusahaan melalui berita media massa. Salah satu kegiatan eksternal humas dalam memberikan informasi kepada masyarakat untuk memperoleh dukungan dan kepercayaan publik adalah kegiatan hubungan media atau disebut dengan *media relations*, yakni membina hubungan baik dengan kalangan media atau pers yang mengelola media cetak (surat kabar atau majalah), media elektronik (tv atau radio) dan media online.

Pentingnya komunikasi antara organisasi dan publiknya, bila perusahaan tidak berkomunikasi dengan publiknya seperti melalui program atau kegiatan maka mereka akan segera dilupakan. Dalam konteks inilah akan terasa betapa pentingnya mengembangkan relasi yang baik dengan media. Media massa menjadi media komunikasi yang bisa menjangkau publik yang tersebar dan beragam kepentingannya. Sulit dibayangkan bila PT Perusahaan Listrik Negara harus menyampaikan pengumuman wilayah pemadaman listrik saat melakukan perbaikan jaringan listrik dengan menggunakan media tradisional. Maka cara termudah adalah dengan menyampaikannya melalui media massa.

Dengan demikian, hubungan media bisa diartikan merupakan bagian dari humas eksternal yang membina dan mengembangkan hubungan baik dengan media massa sebagai sarana komunikasi antara organisasi dan publiknya untuk mencapai tujuan organisasi dan mempertahankan citra perusahaan. Sehubungan dengan hal tersebut di atas, maka penulis mengangkat permasalahan tersebut dalam bentuk penelitian dengan judul “Analisis Humas PT. Perusahaan Listrik Negara (Persero) Menjalinkan Hubungan Media dalam Mempertahankan Citra Perusahaan”.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui, memahami dan menganalisis bagaimana humas PT Perusahaan Listrik Negara (Persero) Area Samarinda menjalin hubungan media dalam mempertahankan citra perusahaan

KERANGKA DASAR TEORI

Teori Model S-M-C-R-E

Penelitian ini menggunakan teori komunikasi yang digunakan untuk mendukung penelitian dan menjadi landasan dalam penelitian ini, yaitu menggunakan teori komunikasi model SMCRE (*source- message- channel- receiver-effects*) menurut Everet M. Roger dan W Floyd Shoemaker.

Teori Sistem

Teori sistem memiliki empat unsur pokok sistem yang dikembangkan oleh George Hegel, yaitu :

- a. Objek, bagian atau unsur-unsur dari sistem.
- b. Atribut, kualitas atau properti dari sistem.
- c. Hubungan internal antarobjek.
- d. Lingkungan yang melingkupi objek.

Pengertian Humas

Terdapat beberapa definisi dan pengertian mengenai humas, menurut Jefkins (2003:10) humas adalah semua bentuk komunikasi yang terencana, baik itu ke dalam maupun ke luar, antara suatu organisasi dengan semua khalayaknya dalam rangka mencapai tujuan-tujuan spesifik yang berlandaskan pada saling pengertian.

Peran Humas

Peranan humas dalam suatu perusahaan merupakan salah satu kunci penting untuk memahami fungsi humas dan komunikasi. Peranan humas juga merupakan salah satu kunci untuk mengembangkan pencapaian profesional dari praktisi humas. Cutlip, Center and Broom (2007: 45) peran humas, yakni : teknisi komunikasi dan humas manager.

Fungsi Humas

Effendy (2006: 36) mengemukakan empat fungsi dari humas, yaitu:

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

Tujuan Humas

Nova (2011:52) menyatakan tujuan humas dapat dikelompokkan sebagai *performance objective* dan *support of konsumen market objective*. Dari serangkaian tujuan di atas pada umumnya humas menekankan tujuan pada aspek citra. Citra merupakan salah satu tujuan penting bagi sebuah perusahaan, karena dengan memiliki citra yang baik, sebuah perusahaan akan dinilai *bonafid*. Hal ini memberikan pengaruh pada tingkat kepercayaan publik - publiknya.

Ruang Lingkup Humas

Pada umumnya kegiatan humas ditujukan kepada dua jenis sasaran atau publik yaitu publik internal dan publik eksternal. Kedua macam publik ini dapat pula dikenal dengan istilah *stakeholder*. Dijelaskan sebagai *internal public relations* (hubungan publik internal) dan *eksternal public relations*, adalah orang-orang yang ada di luar lembaga atau instansi yang ada hubungannya dan di harapkan ada hubungannya. (Yulianita,2007: 57)

Hubungan Media

Hubungan media menurut Jefkins (2006:113) adalah usaha untuk mencapai publikasi atau penyiaran yang maksimum atas suatu pesan atau informasi humas dalam rangka menciptakan pengetahuan dan pemahaman bagi khalayak dari organisasi atau perusahaan yang bersangkutan.

Tujuan Hubungan Media

Tujuan pokok diadakannya hubungan media adalah menciptakan pengetahuan dan pemahaman, jadi jelas bukan semata – mata untuk menyebarkan suatu pesan sesuai dengan keinginan perusahaan demi mendapatkan suatu citra yang lebih indah daripada aslinya di mata umum. Wardhani (2008:13)

Prinsip Hubungan Media Yang Baik

Beberapa prinsip umum untuk membina hubungan media yang baik kata Jefkins (2003:116) adalah : memahami dan melayani media, membangun reputasi sebagai orang yang dapat dipercaya, menyediakan salinan naskah yang baik, bekerjasama dalam menyediakan materi, menyediakan fasilitas verifikasi dan membangun hubungan personal yang kokoh.

Kegiatan-Kegiatan Hubungan Media

Menurut Soemirat dan Ardianto (2012: 128) humas akan melakukan berbagai kegiatan yang bersentuhan dengan media antara lain yakni :

1. Konferensi pers, tamu pers atau jumpa pers yaitu diberikan secara simultan/berbarengan oleh seseorang pejabat pemerintah atau swasta kepada sekelompok wartawan, bahkan bisa ratusan wartawan sekaligus.
2. *Press briefing* yaitu diselenggarakan secara reguler oleh seorang pejabat humas. Dalam kegiatan ini disampaikan informasi-informasi mengenai kegiatan yang baru terjadi kepada pers, juga diadakan tanggapan atau pertanyaan bila wartawan belum puas dan menginginkan keterangan lebih rinci.
3. *Press tour* yaitu diselenggarakan oleh suatu perusahaan atau lembaga untuk mengunjungi daerah tertentu dan mereka pun (pers) diajak menikmati objek wisata yang menarik.
4. *Press release* atau siaran pers sebagai publisitas yaitu media yang banyak digunakan dalam kegiatan kehumasan karena dapat menyebarkan berita. Istilah *press release* mempunyai pengertian yang luas, tidak hanya berkenaan dengan media cetak, tetapi mencakup media elektronik.
5. *Special event* yaitu peristiwa khusus sebagai suatu kegiatan humas yang penting dan memuaskan banyak orang untuk ikut serta dalam suatu kesempatan, mampu meningkatkan pengetahuan dan memenuhi selera publik. Seperti peresmian gedung, peringatan ulang tahun perusahaan. Kegiatan ini biasanya mengundang pers untuk meliputnya.
6. *Press luncheon* yaitu pejabat humas mengadakan jamuan makan siang bagi para wakil media massa/wartawan, sehingga pada kesempatan ini pihak pers bisa bertemu dengan top manajemen perusahaan/lembaga guna mendengarkan perkembangan perusahaan/lembaga tersebut.

7. Wawancara pers yaitu sifatnya lebih pribadi, lebih individual. Humas atau top manajemen yang diwawancarai hanya berhadapan dengan wartawan yang bersangkutan.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif kualitatif. Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrument kunci, teknik pengumpulan data yang dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan *makna* dari pada *generalisasi*. (Sugiyono,2010: 9)

Fokus Penelitian

Fokus penelitian dalam sebuah penelitian dimaksudkan untuk membatasi studi, sehingga dengan pembatasan studi tersebut akan memudahkan peneliti dalam pengolahan data yang kemudian menjadi suatu kesimpulan. Sesuai dengan masalah yang di rumuskan, maka penelitian ini di fokuskan :

1. Memahami dan melayani media.
2. Membangun reputasi sebagai orang yang dapat dipercaya.
3. Menyediakan salinan naskah yang baik.
4. Bekerjasama dalam menyediakan materi.
5. Menyediakan fasilitas verifikasi.
6. Membangun hubungan personal yang kokoh.

Sumber Data

Dalam penelitian ini, peneliti tidak mengambil semua objek yang dijadikan pengamatan, melainkan hanya sebagian dari objek yang diamati. Informan menurut Moleong (2004:90) adalah orang yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar penelitian. Untuk menunjang penelitian yang dilakukan diperlukan data-data yang berhubungan dengan penelitian ini, adapun jenis-jenis data tersebut antara lain :

1. Data primer, yaitu data yang diperoleh dari narasumber dengan cara melakukan wawancara yang sesuai dengan fokus penelitian yang dipersiapkan sebelumnya oleh peneliti.
2. Data skunder, yaitu data yang diperoleh melalui beberapa sumber informasi, yaitu dokumen-dokumen yang berkaitan dengan persepsi tentang sebuah program hiburan.

Teknik Pengumpulan Data

Untuk memenuhi keperluan mendapatkan data dalam penelitian ini, peneliti menggunakan beberapa cara antara lain :

1. Pengamatan (*observasi*).
2. Wawancara .
3. Studi pustaka.

4. Dokumentasi .

Teknik Analisi Data

Teknik analisis yang digunakan model interaktif Miles dan Huberman yaitu dimulai dari:

1. Pengumpulan data adalah tahap mengumpulkan seluruh data yang diperoleh dari hasil wawancara, observasi, penelitian kepustakaan dan dokumentasi serta data-data sekunder lainnya seperti profil PT. Perusahaan Listrik Negara Area Samarinda
2. Reduksi data dimana data lapangan dituangkan dalam uraian laporan lengkap dan terinci yang kemudian direduksi, dirangkum, dan kemudian dipilih-pilih hal yang pokok. Reduksi data dilakukan terus menerus selama proses penelitian berlangsung. Pada tahapan ini setelah data dipilih kemudian disederhanakan, data yang tidak diperlukan disortir agar memberi kemudahan dalam penampilan, penyajian serta untuk menarik kesimpulan sederhana.
3. Penyajian data (*display data*) dimaksudkan agar lebih mempermudah bagi peneliti untuk dapat melihat gambaran secara keseluruhan atau bagai-bagian tertentu dari data penelitian. Data tersebut kemudian dipilah-pilah dan disisihkan untuk disortir menurut kelompoknya dan disusun sesuai dengan kategori sejenis untuk ditampilkan agar selaras dengan permasalahan yang dihadapi, termasuk kesimpulan-kesimpulan sementara diperoleh pada waktu data reduksi.
4. Penarikan kesimpulan, dalam proses penarikan kesimpulan peneliti berpegangan pada data yang telah direduksi atau yang telah disajikan dalam analisis humas PT. Perusahaan Listrik Negara Area Samarinda menjalin hubungan media dalam mempertahankan citra perusahaan.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pembahasan penelitian ini disesuaikan dengan fokus penelitian berdasarkan hasil penelitian. Pembahasan ini didasarkan pada prinsip umum untuk membina hubungan media yang baik kata Frank Jefkins (2003:116) yakni memahami dan melayani media, membangun reputasi sebagai orang yang dapat dipercaya, menyediakan salinan naskah yang baik, bekerjasama dalam penyediaan materi, menyediakan fasilitas verifikasi dan membangun hubungan secara personal yang kokoh

Memahami dan Melayani Media

Memahami dan memberikan pelayanan kepada media harus sesuai dengan apa yang dibutuhkan oleh media massa tersebut. Seorang humas harus mampu menjalin kerjasama dengan pihak media. Humas harus menciptakan suatu hubungan timbal balik yang saling menguntungkan. Memahami media dilakukan humas dengan cara memberikan kemudahan bagi para wartawan dalam mendapatkan informasi terkait kebijakan, pelayanan, program dan kerjasama PT Perusahaan Listrik Negara Area Samarinda dengan harapan informasi yang diberikan dapat dipublikasikan kepada publik. Pertanyaan–Pertanyaan yang diajukan oleh para wartawan juga selalu dijawab sebagai kewajiban seorang

humas dalam memberikan penjelasan dan pemahaman terhadap media. Selama pertanyaan yang diajukan masih dalam batas untuk diberikan, untuk informasi yang bersifat rahasia dan pribadi seperti konflik internal dan data-data pemasangan tidak perlu disampaikan kepada media.

Informasi yang diberikan oleh humas juga harus aktual dengan mendatangkan narasumber yang relevan terkait dengan pemberitaan atau informasi apa yang media inginkan. Untuk informasi yang bersifat penting seperti adanya kebijakan-kebijakan yang memang harus disampaikan oleh pimpinan perusahaan, maka pimpinan yang akan turun langsung dalam menyampaikan informasi kepada media, seperti adanya kerjasama antara PT Perusahaan Listrik Negara Area Samarinda dengan investor asing. Agar publik dapat mengetahui informasi tersebut peliputan oleh media diperlukan humas akan mendampingi pimpinan dalam menyampaikan dan memfasilitasi penyampaian informasi tersebut.

Untuk menjaga hubungan dengan media yang sudah terjalin humas selalu berusaha memberikan hak jawab kepada wartawan terkait informasi serta pemberitaan yang didapat guna memberikan pemahaman kepada media dan pemberitaan yang disampaikan di media berimbang. Untuk wartawan yang membuat pemberitaan tanpa ada melakukan konfirmasi terlebih dahulu humas dapat bersikap lebih tegas dengan memberikan peringatan langsung kepada wartawan dan bisa mengirim surat teguran langsung kepada media yang bersangkutan.

Berdasarkan dari hasil penelitian kepada beberapa informan yang sudah dilaksanakan humas PT Perusahaan Listrik Negara Area Samarinda untuk wartawan media elektronik dalam melayani awak media humas mengerti apa yang awak media inginkan, tidak ada hambatan-hambatan yang berarti dalam memperoleh informasi maupun melakukan konfirmasi. Pemberitaan yang negatif terkait PT Perusahaan Listrik Negara Area Samarinda hampir tidak ada karena media elektronik sudah merubah arah pemberitaan ke berita good news tidak lagi kepada berita bad news. Untuk pemberitaan yang bersifat negatif humas akan melakukan evaluasi terkait hal tersebut sehingga diharapkan masukan-masukan yang didapat di media elektronik yang disampaikan oleh para pemirsa dan pendengar menjadi masukan yang membangun.

Membangun Suatu Reputasi Agar dapat Dipercaya

Humas sebagai sumber segala informasi dan penentu baik buruknya perusahaan harus menjadi sosok orang yang dapat dipercaya, memiliki sifat terbuka, jujur, dan saling menghormati. Dalam menjalankan tugasnya sebagai komunikasi perusahaan dia harus bisa memback-up segala yang berhubungan dengan perusahaan, baik itu kepentingan dengan media, masyarakat, dan segala kegiatan dan masalah yang ada diperusahaan. Humas harus senantiasa siap menyediakan atau memasok materi – materi yang akurat di mana saja dan kapan saja hal itu dibutuhkan. Hanya dengan cara ini aka dinilai sebagai suatu sumber informasi yang akurat dan dapat dipercaya oleh para media.

Guna membina hubungan baik dengan media berdasarkan membangun reputasi agar dapat dipercaya dengan melakukan kegiatan yang terfokus dalam

empat hal , yakni melakukan kegiatan yang berkaitan dengan media, yang kedua secara rutin mengeluarkan release atau siaran pers, yang ketiga selalu memberikan informasi kepada publik ada atau tidak adanya permintaan dari wartawan terhadap apapun terkait kebijakan PT Perusahaan Listrik Negara, dan yang terakhir yakni bertanggung jawab dalam semua kegiatan tersebut.

Dalam upaya membina hubungan yang baik dengan media, maka humas melakukan berbagai kegiatan yang bersentuhan dengan media massa guna menciptakan atau mempengaruhi opini publik yang menguntungkan melalui berbagai kegiatan dan kepedulian terhadap kegiatan yang berkaitan dengan media adapun kegiatan tersebut antara lain :

1. Konferensi pers, terkait informasi yang diberikan secara simultan atau berbarengan oleh seseorang pejabat pemerintah atau swasta kepada sekelompok wartawan, bahkan bisa ratusan wartawan sekaligus. Syarat utama dari sebuah konferensi pers, berita yang disampaikan sangat penting. Sebuah konferensi pers akan kehilangan fungsinya bila berita yang disampaikan kurang penting, apalagi diliput juga oleh televisi dan radio siaran. Humas senantiasa mendampingi pihak yang bersangkutan guna berjalannya proses konferensi pers yang cukup baik. Dalam konferensi pers melibatkan berbagai media massa dengan tujuan saling pengertian dan kesadaran tidak semata-mata untuk pencitraan. Dengan menyelenggarakan konferensi pers cara ini cukup efektif untuk membina hubungan antara perusahaan dan awak media. Dalam mengundang wartawan PT Perusahaan Listrik Negara sendiri tidak bersikap selektif dalam menentukan siapa saja yang datang keacara konferensi pers. Contoh PT Perusahaan Listrik Negara mengadakan konferensi pers “PLN Pastikan Subsidi Listrik 2017 Tepat Sasaran” kerjasama dengan PT Perusahaan Listrik Negara Wilayah Kalimantan Timur dan Utara.
2. *Press breafing*, pemberian informasi yang diselenggarakan secara regular oleh seorang pejabat humas. Dalam kegiatan ini disampaikan informasi-informasi mengenai kegiatan yang baru terjadi kepada wartawan, juga diadakan tanggapan atau pertanyaan bila wartawan belum puas dan menginginkan keterangan lebih terperinci. Kegiatan *press breafing* humas PT Perusahaan Listrik Negara juga sering memberikan penjelasan kepada pers. Walaupun pihak perusahaan tidak meminta untuk dipublikasikan, tetapi terkadang para media massa tersebut mempunyai inisiatif sendiri untuk menjadikan penjelasan tersebut sebagai suatu berita.
3. *Press tour*, terkait kegiatan yang diselenggarakan oleh suatu perusahaan atau lembaga untuk mengunjungi daerah tertentu dan merekapun (pers) diajak menikmati objek wisata yang menarik. Kegiatan *press tour* humas PT Perusahaan Listrik Negara Area Samarinda seperti yang pernah dilakukan pada PT Perusahaan Listrik Negara mengundang wartawan media massa baik media cetak dan media elektronik untuk melakukan kunjungan ke PLTU. Disana para wartawan mendapatkan penjelasan mengenai dunia listrik, bagaimana terjadinya listrik dan bisnis listrik sehingga dari yang tidak tahu menjadi tahu.
4. *Press release* atau siaran pers sebagai publisitas sebagai media yang banyak digunakan dalam kegiatan humas untuk menyebarkan berita tidak hanya berkenaan dengan media cetak, tetapi mencakup media elektronik. Humas PT

Perusahaan Listrik Negara sudah terbiasa mengirim *press release* kepada media massa apabila ada event-event tertentu dan *press release* tersebut selalu dimuat dan dipublikasikan. Untuk informasi yang berkaitan dengan kelistrikan seperti pemadaman listrik humas akan memberikan informasi yang jelas dan akurat yang akan disampaikan melalui email langsung ke media atau bisa melalui wartawan medianya dan informasi-informasi yang diperlukan oleh wartawan bisa juga kami kirim menggunakan flashdisk.

5. *Sepecial event* terkait peristiwa khusus sebagai suatu kegiatan humas yang penting dan memuaskan banyak orang untuk ikut serta dalam suatu kesempatan, mampu meningkatkan pengetahuan dan memenuhi selera publik. Seperti PT Perusahaan Listrik Negara menyelenggarakan pameran dan seminar. Dalam kegiatan ini biasanya mengundang pers untuk meliputnya.
6. *Press luncheon*, humas mengadakan jamuan makan siang bagi para wakil media massa atau wartawan, sehingga pada kesempatan ini pihak pers bisa bertemu dengan top manajemen perusahaan atau lembaga guna mendengarkan perkembangan perusahaan atau lembaga tersebut. Guna terjalannya komunikasi antara personal yang mendalam adanya *press luncheon* sangat diperlukan. Seperti buka puasa bersama untuk menjalin kekerabatan antara pimpinan PT Perusahaan Listrik Negara, humas dan wartawan media massa kegiatan ini biasanya diadakan pada pertengahan bulan puasa.
7. Wawancara pers, sifatnya lebih pribadi atau lebih individual. Humas pimpinan yang diwawancarai hanya berhadapan dengan wartawan yang bersangkutan. Wawancara pers biasanya bisa dilakukan bersama-sama dalam konferensi pers sebagai wujud pemberitaan hak jawab kepada wartawan media. Meskipun pejabat itu diwawancarai seusai konferensi pers dan terdapat banyak wartawan, bahkan diliput radio siaran dan televisi, tetap saja wawancara itu bersifat individu.

Berdasarkan dari hasil penelitian kepada beberapa informan yang sudah dilaksanakan humas PT Perusahaan Listrik Negara Area Samarinda untuk media elektronik terkait membangun reputasi agar dapat dipercaya perlu ada perbaikan di dalam kegiatan-kegiatan yang berkaitan dengan media. Dimana dalam pelaksanaannya tidak semua wartawan media massa diikuti sertakan hal ini kemudian dapat berpengaruh terhadap kepercayaan awak media terhadap humas. Dengan menjalin hubungan baik dengan media massa dapat menjadi jembatan bagi perusahaan untuk menyampaikan informasi-informasi yang perlu diketahui oleh masyarakat luas secara serempak. Seperti program penghematan listrik kalau tidak disampaikan melalui media dari mana masyarakat akan tahu.

Menyediakan Salinan Informasi yang Baik

Salinan informasi untuk media humas dalam hal ini berupaya melakukan pelayanan prima kepada seluruh media massa dalam hal penyampaian informasi yang dibutuhkan media mengenai kelistrikan, informasi tersebut disebarluaskan dalam bentuk penggandaan *press release* dan gambar mengenai kegiatan diinformasikan. Hal ini sangat berguna sebagai bahan rujukan bagi wartawan media massa untuk membuat berita. Wartawan yang akan langsung minta *press*

release kehumas atau humas yang akan mengirim via email atau misalnya sizenya besar akan mengkondisikan via flashdisk kepada wartawan media.

Berdasarkan dari hasil penelitian kepada beberapa informan yang sudah dilaksanakan menjalin hubungan baik dengan media dengan menyediakan salinan informasi yang baik untuk wartawan media. Bagaimana humas menyediakan siaran berita serta penyediaan salinan naskah yang baik terkait informasi dan pemberitaan PT Perusahaan Listrik Negara tidak didukung dengan pernyataan wartawan yang jarang menerima *release* dari humas baik itu tertulis, email dan flashdisk. Lebih kepada wartawan yang harus lebih aktif dalam mendapatkan *release*.

Kerjasama Dalam Penyediaan Materi

Humas PT Perusahaan Listrik Negara sadar bahwa dalam melaksanakan tugasnya perlu mengamati dan mempelajari apa yang menjadi keinginan yang terdapat dalam publik. Kemampuan untuk mengusahakan terjadinya hubungan yang memuaskan antar humas dan media untuk selanjutnya memberikan pemahaman dan informasi tentang apa yang terjadi atau dilaksanakan oleh PT Perusahaan Listrik Negara.

Membina hubungan baik dengan media yang didasari pada kerjasama dalam penyediaan materi humas PT Perusahaan Listrik Negara Area Samarinda menilai media bukanlah hanya sekedar alat melainkan adalah mitra kerja. Media sebagai mitra memberikan aspirasi, masukan dan data yang terkait persoalan atau materi di masyarakat yang berkembang khususnya tentang persoalan kelistrikan. Adanya timbalbalik antara humas dan media dengan tujuan agar PT Perusahaan Listrik Negara mengetahui permasalahan dan persoalan yang ada di publiknya. Humas bekerjasama dengan media untuk melihat langsung keadaan yang ada dilapangan, mengajak wartawan berkunjung ke suatu lokasi baik yang berada dilingkungannya maupun kelokasi yang memiliki kaitan dengan PT Perusahaan Listrik Negara melalui kunjungan tersebut diharapkan liputan dari kunjungan tersebut dapat dengan langsung di publikasikan ke publik.

Berdasarkan dari hasil penelitian kepada beberapa informan yang sudah dilaksanakan humas PT Perusahaan Listrik Negara Area Samarinda dalam menjalin hubungan baik dengan media dengan bekerjasama dalam penyediaan materi untuk awak media. Kepada media elektronik humas PT Perusahaan Listrik Negara tidak terlalu sering dalam menyampaikan informasi langsung kepada wartawan, kegiatan yang dilaksanakan juga sangat jarang dan hanya sebatas pertemuan tidak ada pengkajian atau diskusi lanjut. Untuk kunjungan wartawan media massa untuk meliput kegiatan atau acara yang berhubungan dengan kebijakan, pelayanan, kegiatan PT Perusahaan Listrik Negara sudah dilaksanakan sebaik mungkin namun kecendrungan media yang digunakan untuk melakukan peliputan lebih kepada media cetak tidak terlalu banyak menggunkan media elektronik.

Menyediakan Fasilitas Verifikasi yang Memadai

Humas juga perlu memberikan kesempatan kepada para wartawan untuk melakukan verifikasi (membuktikan kebenaran) atas setiap materi yang mereka

terima. Informasi yang di sampaikan oleh humas haruslah informasi dan pemberita yang ada memang apa adanya diperusahaan. Untuk mengantisipasi kemungkinan permintaan bersifat mendadak dari pihak wartawan berkaitan dengan wawancara, konfirmasi, dan sebagainya humas siap melayani wartawan media guna menjaga hubungan baik yang selama ini telah terbina. Tidak ada *press room* yang disediakan PT Perusahaan Listrik Negara, ruangan yang digunakan untuk wartawan yang berkunjung sama dengan ruang kerja humas atau juga bisa menggunakan ruangan pimpinan.

Berdasarkan dari hasil penelitian kepada beberapa informan yang sudah dilaksanakan menjalin hubungan baik dengan media dalam menyediakan fasilitas verifikasi yang memadai untuk wartawan media, terkait kebutuhan media massa dalam mengkonfirmasi berita dan fasilitas dalam peliputan yang diberikan terhadap awak media berjalan dengan semestinya humas tidak pernah menolak untuk memberikan verifikasi terkait kebutuhan informasi yang wartawan perlukan. Dengan tidak adanya *press room* yang disediakan juga tidak jadi kendala wartawan, tidak ada keberatan dari wartawan dengan menggunakan ruang rapat atau ruang pimpinan dalam melakukan peliputan.

Membina Hubungan Secara Personal Yang Kokoh Dengan Media

Pada pembangunan hubungan secara personal dengan pihak media selain humas PT Perusahaan Listrik Negara Area Samarinda melakukan kegiatan yang bersifat resmi juga membangun hubungan pribadi dengan media terutama dengan wartawan sebagai awak media. Hubungan personal ini diluar konteks kerja dimana kegiatan ini dapat dilakukan dengan cara adanya resepsi pers dan kontak pribadi dengan media massa.

1. Resepsi Pers adalah kegiatan dengan mengumpulkan kalangan media, sifat kegiatannya lebih menyenangkan. Salah satu tujuan acara ini adalah mendekatkan diri antara kalangan media dengan pihak perusahaan. PT Perusahaan Listrik Negara Area Samarinda mengadakan tiap tahunnya buka bersama dengan media, kegiatan ini digunakan untuk menjalin hubungan yang baik dan lebih harmonis. Karena tugas humas adalah harus bisa menjalin relasi dengan siapapun untuk menumbuhkan saling pengertian.
2. Kontak pribadi merupakan hubungan pribadi antara dua orang. Dalam hal ini adalah humas dengan wartawan. Diluar pekerjaan yang formal kontak pribadi ini dibangun dengan memperhatikan sisi sosialnya. Seperti halnya datang keacara pernikahan, kelahiran anaknya, kematian keluarganya, atau cuma sekedar menyapa lewat telpon. Ini merupakan cara untuk membangun talisilahturahmi dengan wartawan serta kegiatan ini tentu akan menanamkan citra positif dibenak wartawan.

Berdasarkan dari hasil penelitian kepada beberapa informan yang sudah dilaksanakan humas PT Perusahaan Listrik Negara Area Samarinda dalam membina hubungan secara personal yang kokoh dengan media elektronik dengan resepsi pers dan kontak pribadi, wartawan media elektronik belum dekat secara langsung, resepsi pers yang diselenggarakan tidak secara rutin menjadi kendala dalam membangun hubungan personal. Humas dalam hal mebangun dan

memelihara kontak dengan media massa perlu dilakukan terus-menerus guna memudahkan dalam pelaksanaan publisitas.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah peneliti kemukakan maka dapat disimpulkan bahwa Analisis Humas PT. Perusahaan Listrik Negara (Persero) Menjalinkan Hubungan Media dalam Mempertahankan Citra Perusahaan adalah sebagai berikut :

1. Humas PT Perusahaan Listrik Negara (Persero) Area Samarinda dalam menjalankan hubungan dengan media dalam penelitian ini yakni media elektronik televisi dan radio masih belum memenuhi semua prinsip-prinsip dalam menjalin hubungan yang baik dengan media elektronik, karena masih ada beberapa prinsip hubungan media yang belum berjalan sesuai dengan yang diharapkan media.
2. Hubungan media yang belum tercapai dari prinsip dalam menyediakan salinan informasi yang baik untuk awak media elektronik masih belum berimbang dalam penyampaian *press release* serta tidak secara rutin disampaikan kepada awak media elektronik.

Saran

Saran-saran yang dapat disampaikan setelah melihat hasil penelitian berdasarkan hasil wawancara, pengamatan, dan observasi adalah sebagai berikut :

1. Diharapkan hubungan eksternal yang harus lebih ditingkatkan khususnya kepada hubungan dengan media. Hubungan yang terjalin dengan media baik hubungan dengan personal maupun instansi media belum dirasa ideal. Dalam melaksanakan kegiatan personal yang mengajak media dan melakukan kontak person perlu dikuatkan.
2. Diupayakan kerjasama dengan media elektronik yakni televisi dan radio harus ditingkatkan lagi karena aktivitas hubungan media yang selama ini dilakukan humas PT Perusahaan Listrik Negara Area Samarinda lebih dititik beratkan pada media cetak seperti pengiriman *press release* dan kerjasama dalam penyediaan materi.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Aceng. 2001. *Press Relations: Kiat Berhubungan Dengan Media Massa*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Ardianto, Elvinaro. 2010. *Metode Penelitian untuk Public Relations Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Cutlip, Scott M. 2007. *Effective Public Relations*. Jakarta: Kencana.
- Effendy, Onong Uchjana. 2006. *Hubungan Masyarakat Suatu Studi Komunikologis*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Effendy, Onong Uchjana. 2013. *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Iriantara, Yosol. 2004. *Manajemen Strategi Public Relations*. Jakarta: Ghalia Indonesia.

- Iriantara, Yosol. 2008. *Media Relations; Konsep, Pendekatan Dan Praktik*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Jefkins, Frank. 2003. *Public Relations*. Jakarta: Erlangga
- Kriyantono, Rachmat. 2010. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Miles, Matthew B. A Michael Huberman and Johnny Saldana. 2014. *Qualitative Data Analysis, A Methods Sourcebook, Third Edition*. Sage Publications, inc.
- Nova, Firsan. 2011. *Crisis Public Relations: Strategi PR Menghadapi Krisis, Mengelola Isu, Membangun Citra, dan Reputasi Perusahaan*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Ruslan, rosady. 2003. *Metode Penelitian : Public Relations dan Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Ruslan, rosady. 2003. *Manajemen Public Relations Dan Media Komunikasi: Konsep Dan Aplikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Saputra, Wahidin & Nasrullah, Rulli. 2011. *Public Relations 2.0; Teori Dan Praktik Public Relations Di Era Cyber 1010*. Jakarta: Gramata Publishing.
- Soemirat, Soleh dan Ardianto, Elvinaro. 2012. *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono. 2008. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Wardhani, Diah. 2008. *Media Relations: Sarana Membangun Reputasi Organisasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Yulianita, Neni. 2007. *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung: Pusat Penerbitan Universitas (P2U).