

**STRATEGI *PUBLIC RELATIONS* PT.PLN (PERSERO) DALAM MENANGANI PEMADAMAN SEJAWA BALI****Nimas Pratiwi S<sup>1</sup>, Dr. Amalia Djuwita, Dra., M.M<sup>2</sup>**Program Studi S1 Ilmu Komunikasi Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom  
Jalan Telekomunikasi Terusan Buah Batu No. 1 Bandung, Jawa Barat 40257Email: [nimaspratiwis@students.telkomuniversity.ac.id](mailto:nimaspratiwis@students.telkomuniversity.ac.id)<sup>1</sup>, [djuwita@telkomuniversity.ac.id](mailto:djuwita@telkomuniversity.ac.id)<sup>2</sup>

---

---

**ABSTRAK**

Setiap kejadian yang terjadi dalam perusahaan membawa pengaruh baik untuk perusahaan jika dapat ditangani dengan tepat, namun sebaliknya jika penanganan yang dilakukan salah maka akan memberi pengaruh buruk bagi perusahaan bahkan dapat menurunkan citra perusahaan. Peranan *Public Relations* dalam sebuah perusahaan sangat lah penting, terutama saat menangani sebuah peristiwa dan *Public Relations* harus tanggap dan membuat strategi yang tepat serta harus dapat memberikan informasi yang membuat peristiwa tersebut tidak meluas dan membuat kondisi perusahaan semakin memburuk. Penelitian ini dilakukan untuk meneliti strategi *Public Relations* PT.PLN (Persero) dalam menangani peristiwa pemadaman Sejava-Bali. Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kualitatif dengan studi deskriptif. Penelitian ini menggunakan teknik wawancara yang dilakukan secara langsung, observasi dan dokumentasi untuk pengumpulan data. Hasil dari penelitian ini adalah strategi yang digunakan *Public Relations* PT.PLN (Persero) dalam menangani pemadaman Sejava-Bali yaitu Fact Finding, Communicating, Planning dan Evaluating.

**Kata kunci :** Strategi *Public Relations*, *Media Relations*

---

---

**ABSTRACT**

*Every incident that occurs in the company has a good influence on the company if it can be handled appropriately, but conversely if the handling is done wrong it will give a bad influence for the company and even can reduce the company's image. The role of Public Relations in a company is very important, especially when handling an event and Public Relations must be responsive and make the right strategy and must be able to provide information that makes the event not widespread and make the company's condition worse. This research was conducted to examine the Public Relations strategy of PT PLN (Persero) in handling the Java-Bali blackout event. The research method used in this study is a qualitative method with descriptive studies. This study uses interview techniques conducted directly, observation and documentation for data collection. The results of this study are the strategies used by Public Relations of PT PLN (Persero) in dealing with the Java-Bali extinction, namely Fact Finding, Communicating, Planning and Evaluating.*

**Keywords :** Strategi *Public Relations*, *Media Relations*

---

---

**1. PENDAHULUAN**

Pentingnya peranan *Public Relations* akan sangat diperlukan dan terlihat ketika perusahaan terkena oleh pemberitaan negatif. Tolak ukur dari baik dan buruknya kinerja seorang *Public Relations* dalam melindungi perusahaan akan terlihat dari kemampuan nya dalam menangani sebuah kejadian dan bagaimana cara melindungi perusahaan serta menjaga citra perusahaannya agar tetap memiliki citra atau reputasi yang baik. *Public Relations* harus bisa tanggap dan peka dalam menangani peristiwa serta membuat strategi yang tepat dalam penanganannya. Strategi yang dibuat harus sesuai dengan kondisi tersebut dan harus dapat membuat citra perusahaan tetap baik.

Maka dari itu strategi komunikasi harus direncanakan dengan baik agar memberikan hasil yang baik bagi perusahaan. Kejadian yang tidak baik bukanlah hal yang diinginkan setiap perusahaan namun peristiwa tak terduga

dapat datang kapan saja maka dari itu perusahaan seharusnya sudah mengantisipasi dan membuat plan yang sesuai dengan berbagai peristiwa yang dialami yang mungkin akan di hadapi yang akan memiliki dampak yang krusial bagi perusahaan. Peristiwa yang tidak diinginkan yang dialami perusahaan dapat terjadi kapan saja tanpa ada nya prediksi waktu terjadinya namun bisa saja menjadi bahan untuk memberi masukan, menaikkan citra dan lebih membangun bagi perusahaan itu sendiri apabila kejadian tersebut ditangani secara baik dan dengan tindakan yang tepat. Namun jika tahapan penanganan yang dilakukan tidak tepat atau tidak sesuai maka akan memberikan dampak yang tidak baik untuk reputasi dan kinerja perusahaan, maka perlu nya peran dan penanganan yang tepat dari seorang *Public Relations* untuk segera melakukan tindakan pada saat peristiwa buruk tersebut menimpa. Peranan seorang *Public Relations* sangat penting untuk membentuk citra positif perusahaan maka dari itu seorang publik relations perlu tanggap dengan perkembangan yang ada.

Seperti yang dikatakan oleh Dr. Rex. F. Harlow dalam Nova (2011:44) “*Public Relations* adalah fungsi manajemen yang khas membantu pembentukan dan pemeliharaan garis komunikasi dua arah, saling pengertian, penerimaan, dan kerja sama antara organisasi dan masyarakatnya membantu manajemen untuk mendapatkan informasi dan merespon pendapat umum, mendefinisikan dan menekankan tanggung jawab manajemen dalam melayani kepentingan masyarakat, membantu manajemen mengikuti dan memanfaatkan perubahan dengan efektif, berfungsi sebagai sistem peringatan awal untuk membantu mengantisipasi krisis, dan menggunakan riset serta komunikasi yang logis dan etis sebagai sarana utamanya.” Jadi seorang *Public Relations* haruslah bisa mengatasi segala krisis yang menimpa perusahaan dan menangani dengan memberikan komunikasi dua arah dengan masyarakat dan membuat masyarakat memahami kondisi yang sedang dialami perusahaan hingga selanjutnya siap untuk melakukan langkah yang tepat sigap dan tanggap dengan semua masalah umum yang terjadi serta berusaha bertanggung jawab untuk mengatasi krisis tersebut dengan komunikasi yang logis dan etis serta efektif untuk menyelaraskan hubungan internal dan eksternal perusahaan. *Public Relations* juga perlu membuat rancangan strategi komunikasi yang tepat agar krisis tersebut dapat tertangani dan tidak membuat kondisi perusahaan menurun. Krisis bisa saja menimpa perusahaan secara tiba-tiba seperti pemadaman Sejava-Bali yang terjadi pada PT.PLN (Persero) pada 4 Agustus 2019 lalu. Menurut data idntimes, pemadaman tersebut masuk kedalam lima pemadaman terbesar sepanjang sejarah Indonesia. Pemadaman tersebut sangat berpengaruh kepada aktivitas masyarakat karena waktu pemadaman yang cukup lama serta menimbulkan kerugian yang cukup besar yang dirasakan oleh seluruh lapisan masyarakat. Pemadaman secara tiba-tiba tersebut sebelumnya pernah terjadi dibeberapa tahun lalu namun jumlah kerugian tidak sebesar pemadaman yang terjadi pada 4 Agustus 2019 kemarin. Menurut data cnbc, kerugian akibat pemadaman Sejava-Bali tersebut mencapai 90 M. Menurut Plt Direktur Utama PLN Sripeni Inten, pemadaman tersebut memberikan kerugian ke berbagai lapisan masyarakat dan akan berujung dengan pemberian ganti rugi atau kompensasi oleh PT.PLN (Persero) sebagai bentuk tanggung jawab perusahaan. Biaya kompensasi akan diberikan kepada pihak yang dirugikan sesuai dengan Peraturan Menteri ESDM Nomor 27 Tahun 2017. Penelitian ini bertujuan mengetahui bagaimana strategi komunikasi yang dilakukan *Public Relations* PT.PLN dalam menangani krisis pemadaman Sejava-Bali.

### 1.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada rumusan masalah penelitian maka, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menjelaskan strategi komunikasi yang dilakukan oleh *Public Relations* PT.PLN dalam menangani krisis pemadaman Sejava-Bali.

## 2. TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1. Public Relations

Menurut buku Firsan Nova Crisis Public Relations 2009 definisi PR yang dikemukakan oleh Denny Griswold (pendiri PR News untuk praktisi) yaitu *Public Relations* adalah sebagai fungsi manajemen yang menilai pandangan khalayak, memahami aturan perusahaan dengan kepentingan khalayak serta mengaplikasikan aturan dan kebijakan perusahaan tersebut agar dapat diterima baik oleh khalayak. Kesimpulan yang dimaksud dari definisi tersebut *Public Relations* adalah sebagai fungsi manajemen dan tindakan yang menjadi penghubung komunikasi dari perusahaan dengan masyarakat luas agar dapat berjalan sesuai yang diharapkan.

#### Strategi *Public Relations*

Cutlip and Center (dalam Nova, 2014:25) menjelaskan mengenai proses kerja PR :

##### 1. Fact Finding

Kegiatan menganalisis permasalahan yang sudah timbul secara lebih mendalam sekaligus memahami sudut pandang dan situasi publik saat kondisi tersebut terhadap perusahaan untuk menemukan akar dari masalah yang ada untuk membentuk strategi yang tepat untuk menangani masalah tersebut.

2. *Planning*

Dari akar masalah yang sudah ada setelah dipahami dan dianalisis, maka harus segera dibuat rancangan yang paling efektif dan juga tepat untuk menangani masalah tersebut kemudian disarankan untuk membuat rencana kerja kedepan sesuai dengan kepentingan yang publik butuhkan dan sesuai dengan kondisi yang dialami.

3. *Communicating*

*Public Relations* harus dapat mengkomunikasikan strategi yang sudah dibuat dengan tepat dan efektif agar dapat mempengaruhi sikap publik serta membuat public merubah cara pandangnya terhadap perusahaan menjadi lebih baik lagi. Dalam tahap ini PR harus mengomunikasikan pelaksanaan program sehingga mampu memengaruhi sikap publik yang positif. *Public Relations* perlu mengkomunikasikan sesuai dengan data dan strategi yang sudah di tetapkan.

4. *Evaluating*

Pada tahap akhir setelah melakukan pelaksanaan program diatas maka perlu di tinjau kembali program tersebut dengan melihat persepsi public dan efek nya setelah adanya program tersebut. Hal ini untuk menunjukan keberhasilan atau kegagalan dari yang sudah dibuat sebelumnya tepat dan sesuai dengan tujuan dari perusahaan tersebut atau tidak.

3. METODE PENELITIAN

3.1. Paradigma Penelitian

Paradigma dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif dengan paradigma postpositivistik dan pendekatan deskriptif. Paradigma postpositivistik tidak hanya berbicara mengenai hal yang terlihat, terasa, dan teraba saja tapi juga memahami makna yang ada dan dibutuhkan eksplorasi untuk dapat mendeskripsikan hasil penelitian secara utuh (Satori & Komariah, 2014). Peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif karena penelitian ini tidak mengutamakan jumlah sampling tapi mengutamakan kualitas dan kedalaman data. Menurut Ibrahim (2015:58) pendekatan deskriptif juga dapat dijelaskan sebagai cara kerja yang menggambarkan, melukiskan dan merangkum objek atau situasi yang sedang diteliti sebagaimana adanya sesuai dengan apa yang sebenarnya dilakukan. Penelitian ini menjelaskan mengenai strategi komunikasi *Public Relations* PT.PLN untuk menangani krisis maka dari itu peneliti melakukan, peneliti berusaha untuk memahami wawancara, observasi, dan analisis dokumen.

3.2. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek penelitian ini adalah divisi *Public Relations* dari PT. PLN ( Persero ) Unit Induk Distribusi Jawa Barat yang terletak di Jl. Asia Afrika no.63 Braga, Kec. Sumur Kota Bandung Jawa Barat yang mana menjadi salah satu kantor perwakilan dari PT.PLN pusat Jakarta yang berada di Jawa Barat.

Strategi komunikasi *Public Relations* PT.PLN menjadi objek dari penelitian yang dilakukan ketika menghadapi krisis terkait kasus pemadaman listrik Sejava-Bali yang dilakukan oleh PT. PLN.

3.3. Unit Analisis Penelitian

Input	Uraian	Indeks
Langkah penanganan krisis divisi <i>Public Relations</i> dalam menangani krisis terkait pemadaman listrik Sejava-Bali yang dilakukan oleh PT.PLN.	Strategi <i>Public Relations</i>	1. <i>Fact Finding</i> 2. <i>Planning</i> 3. <i>Communicating</i> 4. <i>Evaluating</i>

Sumber : Penulis

3.4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan melakukan observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Observasi adalah aktivitas atau kemampuan manusia untuk melakukan pengamatan dari hasil kerja pancaindra untuk menangkap dan mencari informasi data. Metode observasi yaitu metode pengumpulan yang data yang yang hasilnya digunakan untuk menghimpun data melalui pengamatan pancaindra dari penulis Elvinaro

ardianto (2014: 165). Kemudian wawancara yaitu kegiatan komunikasi untuk memperoleh informasi atau data dan untuk mendapatkan sebuah keterangan dengan cara tanya jawab antara peneliti dengan responden dengan atau tidak menggunakan catatan wawancara Elvinaro ardianto (2014: 163). Wawancara diperlukan untuk lebih mengetahui keadaan lebih mendalam.. Kemudian yang terakhir dilakukan proses dokumentasi, dokumen bisa berbentuk gambar, tulisan, foto, atau karya-karya monumental. Peneliti bisa mendapatkan dokumen berupa data, laporan, maupun foto yang berkaitan dengan objek penelitian.

### 3.5. Teknik Analisis Data

Menurut Miles dan Huberman dalam Elvinaro ardianto (2014:223) ada tiga jenis aktivitas dalam menganalisis data yaitu :

#### a. Reduksi

Reduksi data merupakan bentuk analisis yang gunanya untuk mempertajam, memilih, memfokuskan, membuang, dan menyusun data untuk mendapatkan kesimpulan akhir. Proses pengumpulan data terdapat beberapa bagian didalamnya yaitu dengan membuat rangkuman, tema, membuat pemisahan, dan menulis memo-memo. Mereduksi data juga bisa disebut merangkum dan memilah dari sebuah data umum ke yang lebih fokus dengan data yang sesuai dengan tujuan penelitian

#### b. Model data ( data display )

Setelah pereduksian data langkah selanjutnya adalah menyajikan data. Penyajian data dalam penelitian kualitatif dapat dilakukan berbentuk uraian singkat, bagan ataupun hubungan antar kategori dan bisa dengan teks yang sifatnya naratif. Display data adalah cara yang tepat untuk lebih memudahkan untuk memahami dan merencanakan sesuatu berdasarkan apa yang sudah dimengerti.

#### c. Penarikan/ Verifikasi kesimpulan

Kesimpulan awal yang didapat dalam penelitian masih bersifat fleksibel masih bisa berubah-ubah dan berkembang. Namun jika penyimpulan awal sudah didukung dengan data yang kuat dan konsisten maka saat peneliti kembali kelapangan akan menghasilkan yang valid.

### 3.6. Teknik Keabsahan Data

Menurut William (dalam Sugyono 2014:125) triangulasi adalah validasi silang kualitatif yang dilakukan untuk menilai kecukupan data sesuai dengan konvergensi beberapa sumber dan beberapa prosedur data. Dalam penelitian ini teknik keabsahan data yang digunakan adalah triangulasi dengan sumber. Peneliti nantinya akan melakukan validasi dengan membandingkan pendapat dari berbagai sumber.

## 4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### a. Fact Finding

Dalam tahapan ini menjelaskan mengenai penyebab adanya permasalahan yang sudah ada dengan cara mencari tahu melalui pelaksanaan penelitian dan analisis dari sebuah situasi. Kemudian setelah nya di simpulkan untuk memberi penjelasan kepada publik mengenai penyebab kejadian dan untuk menemukan strategi yang tepat dalam mengatasi permasalahan tersebut. Seorang *Public Relations* harus dapat mendapatkan penyebab dari masalah utama yang dihadapi kemudian setelahnya membuat landasan untuk penyusunan strategi yang tepat untuk menangani masalah tersebut. (dalam Nova, 2014:25).

Pada tahapan fact-finding, PT.PLN (Persero) dan Tim Kepolisian sudah mengadakan proses pencari tahanan mengenai penyebab terjadi nya pemadaman tersebut dan mengenai dugaan tidak benar yang menjadi perbincangan masyarakat, pihak PLN segera mengeluarkan rilis terkait penyebab sebenarnya kejadian pemadaman dan memberi klarifikasi terkait dugaan-dugaan tidak benar, salah satunya dugaan sabotase yang dilakukan oleh pihak PLN sendiri.

### b. Planning

Sesuai dengan rumusan masalah yang sudah dibuat, perencanaan strategi serta pengambilan keputusan yang harus dilakukan oleh pihak PLN sudah ada dan disiapkan sebelumnya serta di sesuaikan dengan kondisi krisis yang sedang dihadapi. Strategi yang sudah dibuat tersebut seharusnya di dukung penuh oleh seluruh jajaran perusahaan agar segala sesuatu yang bersangkutan dengan strategi tersebut dapat berjalan dan diterapkan dengan baik di perusahaan oleh internal perusahaan (dalam Nova, 2014:25).

Tahap planning yang dilakukan oleh PT.PLN (Persero) sudah baik dan tepat. Pihak *Public Relations* PT.PLN (Persero) sudah tanggap dalam menyiapkan data-data mengenai informasi yang akan disampaikan seperti data penyebab pemadaman, cover area yang padam dan yang sudah hidup serta data kompensasi. Pihak PLN juga berkomunikasi dengan unit lain untuk mengkomunikasikan hasil-hasil yang didapatkan seperti contohnya cover daerah dan hasil daerah yang sudah menyala kemudian dilaporkan ke pihak *Public Relations* pusat dan pusat mengkomunikasikan kembali kepada masyarakat luas. Planning yang sudah dibuat oleh PT.PLN (Persero) juga sudah tepat dan tanggap dikarenakan dalam seminggu setelah kejadian pemberitaan di

media mengenai kasus ini juga sudah mulai meredam. Hal ini berarti setiap langkah yang diambil oleh PT.PLN(Persero) mendapat persetujuan dari semua elemen internal PT.PLN(Persero) dan di terapkan dengan baik oleh seluruh jajaran perusahaan mulai dari lapisan bawah hingga lapisan paling teratas dan strategi yang dibuat sudah tersampaikan dengan baik kepada masyarakat.

### c. *Communicating*

Pada tahap ini seorang *Public Relations* harus mampu melaksanakan strategi komunikasi yang sudah ada untuk dikembangkan dengan baik hingga mampu mempengaruhi masyarakat dan membuat mereka percaya serta mendukung pelaksanaan dari strategi yang sudah dibuat. Seorang *Public Relations* harus dapat mengkomunikasikan secara netral dan mengesampingkan asumsi pribadi dan berbicara akan sesuatu berdasarkan fakta data dan strategi yang sudah ada sebelumnya (dalam Nova, 2014:25).

Pada tahap ini pihak PLN sudah melakukan strategi komunikasi secara baik dan tepat dengan bukti tidak adanya lagi pemberitaan di media seminggu setelah krisis pemadaman tersebut. Hal yang dilakukan yaitu dengan menggunakan komunikasi media yang dilakukan oleh pihak PLN dan hal tersebut menjadi strategi komunikasi yang tepat dan dapat dimanfaatkan untuk memberikan informasi kepada masyarakat seputar krisis yang akhirnya memberikan hasil yang baik yaitu menyudahi pemberitaan dan menghentikan persepsi atau dugaan tidak benar di masyarakat.

Tim komunikasi perlu dibentuk oleh perusahaan untuk menangani krisis agar komunikasi yang disampaikan kepada publik terkoordinir dengan baik dan PT.PLN dalam hal ini sudah menyiapkan tim komunikasi dengan koordinasi yang baik untuk menangani krisis. Menghubungi media massa juga diperlukan untuk mengurangi spekulasi masyarakat. Fact Finding diperlukan terlebih dulu untuk mencari fakta-fakta yang akan di informasikan ke media karena sekecil apapun informasi harus segera disampaikan kepada media. (Kriyantono 2015:246)

Dalam hal komunikasi penanganan krisis terkait pemadaman ini, PT.PLN (Persero) tanggap dalam menghubungi media untuk memberikan informasi terbaru kepada publik. Saat mendapat data-data terbaru terkait pemadaman, perkembangan keadaan pasca pemadaman dan hal-hal terkait yang sudah akurat dan terkoordinir dengan baik maka akan langsung menghubungi wartawan dan segera di blush kepada media untuk diketahui publik mengenai informasi terbaru agar tidak menimbulkan spekulasi yang lain dan membuat keadaan semakin memburuk. Sebuah fakta mengenai krisis harus segera dikonfirmasi dan diperhatikan ke akuratanannya agar tidak adanya fakta palsu ataupun miscommunication. (Kriyantono 2015:248).

Pengumpulan fakta-fakta dilakukan oleh pihak PLN ketika pemadaman tersebut berlangsung. Beberapa jam setelah terjadi pemadaman pihak PLN langsung mendata daerah-daerah yang terkena pemadaman dan yang sudah menyala sesudah perbaikan. Pihak PLN dan Tim Kepolisian juga terus mencari fakta-fakta mengenai penyebab pemadaman. Dan dinyatakan bahwa penyebab pemadaman tersebut dikarenakan pohon yang menjadi penyebab induksi.

Konferensi Pers perlu dilakukan secara bertahap sesuai dengan perkembangan agar informasi yang diberikan kepada publik selalu up to date dan publik tidak kekurangan informasi seputar krisis. (Kriyantono 2015:249). Pihak PLN melakukan konferensi pers secara berkala sesuai dengan perkembangan mengenai krisis tersebut dan menyampaikan melalui media dari awal penyebab pemadaman, penggantian biaya ganti rugi, hingga pers terkait permohonan maaf dari PT.PLN (Persero).

Informasi perlu disampaikan dengan sebenar-benarnya termasuk berita positif dan negatif yang ada. Informasi negatif juga harus disampaikan secara terbuka dan tidak ditutupi, namun kunci dalam penyampaiannya yaitu tetap tidak menurunkan reputasi perusahaan itu sendiri. (Kriyantono 2015:250). Pihak PLN memberikan informasi berhubungan dengan perkembangan dari pemadaman tersebut termasuk dari sisi PLN sendiri apa saja yang sudah dilakukan dan bagaimana cara menanganinya. Pihak PLN juga menginformasikan penyebab sebenarnya terjadinya pemadaman tersebut dan terkait informasi negatif mengenai sabotase, pihak PLN tidak menutupi dan memberikan klarifikasi bahwa menentukan dugaan adanya sabotase adalah ranah dari kepolisian.

Dalam pemberian informasi harus dilakukan secara hati-hati dan dilarang memberikan informasi sebelum semua fakta terkumpul dan sudah akurat sehingga tidak menimbulkan masalah lain. (Kriyantono 2015:250). Dalam hal ini pihak PLN sangat berhati-hati dan tidak gegabah dalam melakukan penyampaian informasi. Pihak PLN menyampaikan informasi secara berkala dikarenakan menunggu data yang masuk benar-benar akurat sesuai data yang ada dilapangan. Menurut Peraturan Direksi nomor 008.P/DIR/2017 tentang Pedoman Pelaksanaan Komunikasi Perusahaan terkait pesan yang dihindari yaitu:

- a. Pesan yang bertentangan dengan Visi, Misi, dan Tata Nilai Perusahaan.
- b. Pesan yang berpotensi menurunkan Citra Perusahaan (tunggakan, pencurian listrik, kekurangan material dan keterlambatan teknis).
- c. Informasi yang bersifat rahasia.

Komunikasi Reputasi dibentuk untuk meminimalkan citra perusahaan akibat adanya krisis. Strategi ini dibuat untuk meluruskan informasi yang tidak benar sekaligus dituntut untuk tetap memperhatikan kepentingan

publik. (Kriyantono 2015:252) Dalam strategi ini, pihak PLN mengkomunikasikan segala hal terkait pemadaman secara detail dan sesuai dengan aturan yang ada termasuk mengkomunikasikan rencana terkait biaya ganti rugi bagi pihak yang terkena dampak pemadaman sebagai bentuk tanggung jawab perusahaan yang tetap memperhatikan kepentingan publik. Pihak PLN berjanji bahwa pemberian ganti rugi akan dilakukan biarpun tidak bisa menanggung semua kerugian hingga mendalam tapi tetap berjanji akan memberikan biaya ganti rugi sesuai dengan aturan pemerintah. Hal tersebut ditujukan untuk meminimalkan citra buruk perusahaan akibat dari krisis yang terjadi.

Sebuah perusahaan harus mempunyai sistem “one gate communication” ketika mendatangi media center dan mengkomunikasikan informasi yang ada dengan satu juru bicara atau orang yang dianggap memiliki kredibilitas untuk menyampaikan informasi tersebut. (Kriyanto 2015:252). Pihak PLN sudah memiliki Peraturan Direksi nomor 008.P/DIR/2017 tentang Pedoman Pelaksanaan Komunikasi Perusahaan dan terkait seseorang yang memiliki kredibilitas untuk menyampaikan informasi tersebut. Dalam aturan yang ada di PT. PLN (Persero) seorang juru bicara sudah ada pembagiannya yaitu :

Juru bicara Perusahaan terdiri dari :

a. Kantor Pusat yaitu,

1. Direksi
2. Kepala Satuan Komunikasi Korporat
3. Pejabat atau pegawai yang ditunjuk Direksi

b. Unit Induk

1. General Manajer
2. Manajer
3. Deputi Manajer
4. Pejabat yang ditunjuk General Manajer

c. Unit Pelaksana

1. Manajer
2. Pejabat yang ditunjuk oleh Manajer
- d. Sub Unit Pelaksana yaitu Manajer.

Seperti halnya penyampaian berita terkait pemadaman tersebut langsung dikonfirmasi oleh pihak yang bersangkutan sesuai dengan kondisi yang berlaku yaitu:

a. Kantor pusat memberikan pernyataan yang bersifat strategis, kebijakan, perusahaan serta kejadian yang berskala nasional.

b. Unit induk yaitu materi pernyataan yang bersifat kebijakan dan operasional.

c. Unit Pelaksana dan Sub Unit Pelaksana memberi pernyataan yang bersifat teknis operasional yang menjadi wewenang dari Unit Pelaksana dan Sub Unit Pelaksana setempat.

Penyampaian berita kepada pers saat terjadinya krisis pemadaman tersebut diberikan langsung oleh Direktur Utama PT. PLN (Persero) Sripeni Inten Cahyani karena kejadian pemadaman tersebut masuk pada kejadian yang berskala nasional.

Permohonan maaf dan keprihatinan tetap harus dilakukan oleh perusahaan saat krisis biarpun krisis tersebut terjadi bukan karena kesalahan dari perusahaan. (Kriyantono 2015:252). Dalam hal ini pihak PLN sudah melakukan tindakan sebagaimana mestinya. PT. PLN (Persero) menyatakan permohonan maaf dari perusahaan melalui media rilis pertama pada hari Minggu, 04 Agustus 2019 pukul 13.20 wib mengenai penyebab padam dan permintaan maaf.

Komunikasi krisis diwajibkan untuk lebih menggunakan pendekatan komunikasi dibanding pendekatan hukum. Ketersediaan informasi yang baik dari perusahaan terkait krisis tersebut dapat menolong untuk menangani kejadian krisis. (Kriyantono 2015:255). Menurut data PT. PLN dalam Peraturan Direksi nomor 008.P/DIR/2017 tentang Pedoman Pelaksanaan Komunikasi Perusahaan mengenai Saluran Komunikasi Perusahaan yang digunakan yaitu:

- a. Siaran Pers
- b. Media Relations
- c. Media Internal
- d. Website
- e. Media Sosial Perusahaan
- f. Media Sosial Pegawai
- g. Publikasi dan Sponsorship
- h. Tanggung jawab Sosial

Menurut data PT.PLN dalam Peraturan Direksi nomor 008.P/DIR/2017 tentang Pedoman Pelaksanaan Komunikasi Perusahaan terkait Komunikasi dalam Situasi Krisis yaitu:

- a. Pengelola fungsi komunikasi harus melihat situasi krisis sebagai peluang meningkatkan citra dan dukungan public dengan penanganan profesional.
- b. Pengelola fungsi komunikasi harus berkoordinasi dengan berbagai pihak terkait untuk mendapat informasi yang akurat dan menunjuk juru bicara perusahaan.
- c. Pengelola fungsi komunikasi perusahaan harus menyediakan informasi bagi publik.
- d. Pengelola fungsi komunikasi Unit Induk harus memberi informasi kepada Pusat paling lambat 1x24 jam secara periodik tentang penanganan krisis.

d. Evaluating

Dalam tahap evaluasi, pihak PLN sudah melakukan penanggulangan yang tepat dari dampak yang didapat setelah kejadian krisis. Pada tahap ini pihak yang terakait melakukan penelitian terhadap hasil pelaksanaan program pelaksanaan strategi yang sudah dibuat dari mulai perencanaan, pelaksanaan, proses sampai dengan keberhasilan atau kegagalan dari strategi yang sudah dibuat dari semua tahap yang sudah dilakukan (dalam Nova, 2014:25).

Terdapat dampak negatif bagi perusahaan yaitu penurunan kepercayaan dari masyarakat, namun di sisi lain pihak PT.PLN (Persero) dapat menangani krisis terkait pemadaman tersebut secara tanggap dan tepat serta bisa mengambil sisi positif dibalik kejadian tersebut. Pada akhirnya krisis ini bisa ditangani dan berhenti secara baik-baik dengan tidak adanya masyarakat yang merasa kasus ini harus terus berlarut-larut ataupun harus melakukan demonstrasi terkait kerugian biarpun kompensasi yang diberikan tidak menutupi kerugian yang dirasakan oleh berbagai pihak. Hal yang harus diperhatikan adalah untuk optimalkan kinerja perusahaan terutama memberikan informasi secara masif dan lebih luas kepada masyarakat dengan tujuan untuk menghindari timbulnya berbagai persepsi negatif dari masyarakat. PT.PLN (Persero) tidak bisa mengatakan krisis tersebut berhasil atau tidak untuk ditangani, namun dari hasil evaluasi yang ada mengatakan bahwa tidak ada nya lagi pemberitaan negatif mengenai krisis tersebut seminggu setelah kejadian krisis tersebut selesai dan dapat peneliti simpulkan bahwa krisis tersebut berhasil ditangani oleh pihak PLN dengan baik.

## 5. KESIMPULAN DAN SARAN

### 5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang didapatkan melalui wawancara terhadap semua informan, observasi dan data dokumentasi yang peneliti dapatkan dalam melakukan penelitian ini, selanjutnya peneliti membuat simpulan yang sesuai dengan fokus permasalahan dan tujuan penelitian. Hasil simpulan yang diperoleh oleh peneliti dalam melakukan penelitian ini yaitu sebagai berikut :

Pemadaman oleh PT.PLN (Persero) yang terjadi pada tanggal 4 Agustus 2019 diakibatkan karena ada nya gangguan dari sebuah pohon yang ketinggiannya melebihi batas ROW (right of way) hingga menyebabkan induksi dan terjadinya gangguan di transmisi. Pemadaman tersebut membuat aktivitas publik sedikit terhambat hingga menghasilkan banyak pemberitaan termasuk pemberitaan mengenai dugaan sabotase yang dilakukan oleh PT. PLN(Persero). Pemadaman dirasa sangat meresahkan masyarakat karena melumpuhkan banyak aktivitas ditambah lagi pemadaman tersebut membuat banyak pihak mengalami kerugian yang cukup besar dan meminta biaya ganti rugi akibat dari pemadaman tersebut. Kejadian serupa sudah pernah terjadi sebelumnya dan hal tersebut menimbulkan banyak persepsi dari masyarakat sehingga membuat citra perusahaan menurun dan berkurangnya rasa percaya masyarakat kepada PT.PLN (Persero) akibat dari pemadaman tersebut.

Menanggapi hal tersebut, pihak PLN upaya pertama yang dilakukan oleh PT.PLN (Persero) yaitu dengan menyelidiki secara lebih mendalam mengenai penyebab pemadaman untuk di informasikan kembali kepada masyarakat. Pihak kepolisian juga turut melakukan investigasi untuk mencari tahu penyebab utama dari kasus padam nya listrik tersebut. PT.PLN (Persero) juga segera mengklarifikasi mengenai dugaan tidak benar atau pemberitaan negatif yang beredar untuk mencegah timbulnya spekulasi yang lain yang membuat pemberitaan bertambah parah.

PT.PLN (Persero) membentuk tim komunikasi untuk menangani pemadaman tersebut dan mempercayakan kepada yang berwenang untuk menyampaikan setiap perkembangan informasi yang ada secara terbuka dan tidak menutupi apapun. PT.PLN (Persero) bekerja sama dengan media untuk menginformasikan setiap perkembangan yang terjadi selama pemadaman kepada masyarakat agar masyarakat tidak kekurangan informasi seputar pemadaman yang terjadi.

PT.PLN (Persero) memberikan informasi atau melakukan konferensi pers secara berkala kepada masyarakat agar selalu *up to date* dan memastikan terlebih dahulu mengenai keakuratan data sebagai bentuk kehati-hatian dalam menyampaikan informasi sehingga membentuk koordinasi yang baik yang menghasilkan satu suara agar tidak timbul pemberitaan masalah baru.

Selain itu untuk membuat reputasi atau citra perusahaan tetap baik dimata masyarakat PT.PLN (Persero) menyatakan permohonan maaf atas kejadian tersebut, serta memberitakan hal-hal positif mengenai usaha PT.PLN (Persero) untuk melakukan perbaikan kembali pasca pemadaman serta bersedia memberikan biaya ganti rugi atau kompensasi kepada pihak-pihak yang terkena dampak dari pemadaman yang memakan waktu cukup lama tersebut sebagai bentuk tanggung jawab perusahaan.

## 5.2 Saran

### 5.2.1 Saran Akademis

Dalam segi akademis, saran dari peneliti untuk peneliti selanjutnya yaitu agar lebih meneliti secara detail dan mendalam mengenai kegiatan dan strategi apa saja yang dilakukan oleh PT.PLN (Persero) terkait kasus pemadaman listrik Sejava-Bali. Peneliti selanjutnya bisa mendapatkan informasi secara lebih mendalam dari berbagai sudut pandang terutama dari berbagai pihak-pihak yang dirugikan untuk menggali lebih dalam mengenai kegiatan-kegiatan dan strategi komunikasi yang dilakukan oleh PT.PLN (Persero) dengan menyertakan beberapa pihak netral sebagai pengamat ahli yang nantinya akan menghasilkan hasil penelitian yang kaya akan persepsi dan keterbukaan dari berbagai pihak.

### 5.2.1 Saran Praktis

Saran dari peneliti untuk PT.PLN (Persero) agar dapat mencapai hasil kerja yang lebih optimal yaitu dengan :

- a) Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, peneliti menyarankan agar kinerja yang dilakukan oleh PT.PLN (Persero) lebih ditingkatkan terutama mengenai penertiban, pemeliharaan dan pengecekan dari sisi teknis agar meminimalisir dan tidak terjadi hal serupa dikemudian hari.
- b) Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, peneliti menyarankan untuk divisi *Public Relations* dari PT.PLN (Persero) agar lebih melakukan pendekatan komunikasi dengan masyarakat dan lebih aktif lagi dalam pemberitahuan jika hendak melakukan pemeliharaan jaringan dan lebih memperluas lagi dalam menyampaikan informasi seputar perkembangan yang terjadi ketika ada hal serupa agar masyarakat luas mengetahui lebih lanjut tentang apa yang terjadi sehingga tidak menimbulkan banyak spekulasi dan dugaan-dugaan lain yang berujung pada pemberitaan negatif kepada PT.PLN (Persero)
- c) Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, peneliti menyarankan kepada PT.PLN(Persero) untuk menyediakan *crisis center* sebagai wadah yang digunakan untuk tempat pengaduan bagi pihak-pihak yang dirugikan sehingga informasi bisa langsung diterima oleh perusahaan dan menjadi bahan pertimbangan dalam melakukan perencanaan untuk menanggulangi hal-hal yang terjadi. Sebagai perusahaan yang besar, sebaiknya memiliki ruang untuk mendengarkan keluhan dari konsumen secara terkoordinir sehingga menjadi masukan yang baik untuk perusahaan kedepannya dan untuk mempertahankan citra perusahaan agar tetap baik.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Gassing, Syarifuddin S, Suryanto. (2016). Public relations. Yogyakarta: Andi Offset.
- Kriyantono, Rachmat. (2015). Public relations, Issue & Crisis Mangement. Jakarta: Prenada Media Group.
- Nova, Firsan. (2014). PR WAR. Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Nova, Firsan (2011) Crisis PR, Jakarta: RajaGrafindo Persada
- Iriantara, yosal. (2008). Media Relations, Bandung.: Simbiosis Rekatama Media
- Ardianto, elvinaro. (2014). Metodologi Penelitian, Bandung: Simbiosis rekatama media
- Sugyono. (2014). Memahami Penelitian Kualitatif, Bandung: Alfabeta
- Moleong, L.J. (2009). Metodologi Penelitian Kualitatif (Cetakan ke-26). Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Bungin, Burhan. (2006). Penelitian Kualitatif. Jakarta: Kencana Prenada Media
- Ibrahim. (2015). Metode Penelitian Kualitatif. Bandung: Alfabeta
- Satori, D., & Komariah, A. (2014). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Penerbit Alfabeta.
- Soemirat, S., & Ardianto, E. (2012). *Dasar-dasar Public Relations* (Kedelapan). Remaja Rosdakarya Offset.
- Syahputra, Iswandi (2019). *Media Relations, Depok*. PT. Rajagrafindo Persada