

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Fungsi kehumasan di perlukan pada era keterbukaan informasi seperti saat ini oleh perusahaan. Praktisi humas patut memberikan informasi terkait perusahaan mengenai kebijakan dan program yang dijalankan oleh perusahaan kepada publik. Praktisi humas perlu memahami secara detail informasi mengenai perusahaan, perihal tersebut ditujukan supaya praktisi humas tidak salah dalam memberikan informasi kepada publik. Griswold (dalam Ardianto, 2016: 9) menyatakan humas merupakan fungsi manajemen yang menilai publik, mensosialisasikan kebijakan dan prosedur dari suatu perusahaan sesuai dengan kepentingan publik serta membuat perencanaan dan melaksanakan program kerja supaya mendapat pengakuan dan pengertian dari publik. Menurut Kriyantono (dalam Suprawoto, 2018: 56) menyatakan salah satu tujuan praktisi humas adalah menciptakan pemahaman *mutual understanding* antara perusahaan dengan publik, untuk menciptakan *mutual understanding* praktisi humas perlu memberi informasi kebijakan dan program kepada publik mengenai perusahaan. *Mutual understanding* dibutuhkan supaya mencegah kesalahan persepsi publik kepada perusahaan. Penyebarluasan informasi kepada publik dapat dilakukan secara lisan, tertulis dan media.

Sosialisasi merupakan proses mendapatkan pengetahuan untuk menjadi bagian dari anggota kelompok publik dan dengan melalui sosialisasi suatu individu dapat menjadi bagian dari anggota kelompok publik tersebut (Setiadi dan Kolip,

2011: 155). Melalui sosialisasi praktisi humas dapat memberikan informasi dan edukasi mengenai kebijakan maupun program perusahaan kepada publik sehingga publik yang awalnya tidak mengetahui sebuah informasi mengenai kebijakan dan program suatu perusahaan dapat menjadi tahu. Sosialisasi dapat dilakukan oleh praktisi humas melalui lisan, tertulis maupun melalui media. Pada sosialisasi terjalin komunikasi dua arah sehingga masyarakat yang tidak paham dapat menjadi paham dengan adanya komunikasi dua arah tersebut.

PT. PLN (Persero) merupakan perusahaan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak pada jasa listrik di Indonesia. PT. PLN (Persero) beroperasi menangani kelistrikan di Indonesia. BUMN merupakan badan usaha yang setengah atau bisa juga semua modalnya merupakan milik pemerintah (Sayuti, 2015: 33). BUMN dibagi menjadi tiga, yaitu Perusahaan Jawatan (Perjan), Perusahaan Umum (Perum), Perusahaan Perseroan (Persero). PLN merupakan perusahaan BUMN perseroan. PT. PLN (Persero) Unit Induk Distribusi merupakan unit induk dari PT. PLN yang menangani kelistrikan pada wilayah Jawa Barat. Divisi komunikasi merupakan salah satu divisi yang terdapat di PT. PLN (Persero) Unit Induk Distribusi Jawa Barat dan didalamnya terdapat humas, *stakeholder* dan CSR (*corporate social responsibility*).

Menyambut hari ulang tahun PLN yang ke-74 yang diperingati pada tanggal 27 Oktober 2019, PT. PLN (Persero) Unit Induk Distribusi Jawa Barat memperkenalkan program *electrical lifestyle* yang merupakan program dari PT. PLN (Persero) Pusat, dalam program tersebut terdapat 3 bagian yaitu *Eco Moving*, *Eco Living* dan *Eco Lifestyle*.

*Eco Lifestyle* merupakan gaya hidup baru dengan menggunakan peralatan serba elektronik yang bebas emisi dan ramah lingkungan. Salah satu alasan tergeraknya Progeam *Eco Lifestyle* ditujukan untuk *green energy* sehingga dapat mencegah pemanasan global. Pemanasan global merupakan peristiwa meningkatnya suhu bumi yang berpengaruh terhadap keadaan dan iklim bumi. Penyebab dari pemanasan global merupakan meningkatnya kadar karbondioksida (CO<sub>2</sub>) serta efek rumah kaca. Hadirnya program *Eco Lifestyle* dapat meminimalisir peningkatan karbondioksida dengan menggunakan peralatan serba elektronik yang ramah lingkungan.

Sepanjang tahun 2019, PT. PLN (Persero) Unit Induk Distribusi Jawa Barat telah banyak melakukan sosialisasi mengenai salah satu program *Eco Lifestyle*, yaitu konversi kompor gas ke kompor induksi. Sebelum program *Eco Lifestyle* hadir, PT. PLN (Persero) Unit Induk Distribusi Jawa Barat sudah melakukan sosialisasi mengenai konversi kompor gas ke kompor induksi, tetapi setelah program *Eco Lifestyle* hadir, program tersebut menjadi salah satu bagian *Eco Lifestyle*. Program unggulan pada *Eco Lifestyle* adalah konversi dari kompor gas ke kompor induksi, perihal tersebut dilakukan oleh PT. PLN (Persero) karena kompor induksi dinilai lebih aman, praktis dan lebih ramah lingkungan. Kompor induksi dinilai tidak seperti kompor gas yang dapat terjadi kebocoran gas dan bisa dapat menyebabkan kebakaran. Kompor induksi memiliki banyak kelebihan yaitu, kompor induksi aman, suhu mudah diatur serta konsisten, ramah lingkungan dan praktis. Kompor induksi aman dipakai karena tidak memancarkan panas dan tidak memiliki nyala api. Kompor induksi menginduksi peralatan masak yang digunakan

sehingga proses pemanasannya menjadi lebih cepat. Kompor induksi ramah lingkungan karena tidak membuang emisi seperti CO<sub>2</sub> sehingga lebih ramah lingkungan.

Kekhawatiran pemerintah akan dampak negatif sumber daya alam yang tidak dapat diperbaharui jika tidak dikelola dengan baik dapat menimbulkan dampak yang buruk bagi publik. Publik yang tidak memperdulikan kondisi lingkungan dalam aktivitas sehari-hari, maka dari itu pemerintah membuat program penggunaan peralatan yang lebih ramah lingkungan. Listrik lebih ramah lingkungan karena bebas emisi sehingga tidak mengeluarkan CO<sub>2</sub> dan listrik lebih mudah diproduksi dan sumber dayanya dapat diperbaharui, seperti menggunakan pembangkit listrik tenaga surya (PLTS), pembangkit listrik tenaga panas bumi (PLTP), pembangkit listrik tenaga air (PLTA), dan pembangkit listrik tenaga bayu (PLTB).

Program sosialisasi yang dijalankan PT. PLN (Persero) Unit Distribusi Jawa Barat dilakukan melalui berbagai macam media, seperti menggunakan media cetak, elektronik, media online dan pendekatan langsung. PT. PLN (Persero) Unit Induk Distribusi Jawa Barat bekerja sama dengan UP3 yang berada di wilayah Jawa Barat untuk melakukan sosialisasi program *Eco Lifestyle*. Humas PT. PLN (Persero) menjalin kerjasama dengan unit UP3 dengan tujuan supaya sosialisasi program *Eco Lifestyle* dapat terlaksana dengan merata di seluruh wilayah di Jawa Barat. Manfaat dari kerjasama tersebut publik di wilayah Jawa Barat dapat mengetahui program *Eco Lifestyle* tersebut sehingga diharapkan dapat menerapkan program *Eco Lifestyle*.

Sosialisasi merupakan perihal yang wajib dilakukan oleh humas PT. PLN (Persero) Unit Induk Distribusi Jawa Barat untuk tercapainya keberhasilan dalam memperkenalkan kebijakan maupun program kepada publik, sehingga publik dapat mengetahui dan beralih menggunakan kompor induksi. Humas PT. PLN (Persero) Unit Induk Distribusi Jawa Barat berupaya dengan baik agar program konversi kompor gas ke kompor listrik dapat tersampaikan kepada publik di wilayah Jawa Barat. Humas PT. PLN (Persero) Unit Induk Distribusi Jawa Barat membutuhkan manajemen yang baik sehingga dapat membangun sosialisasi dan mengontrol secara berkelanjutan sehingga sosialisasi program tersebut dapat mencapai target tujuan diadakannya program tersebut.

Berdasarkan uraian di atas peneliti memutuskan untuk mengambil judul penelitian tentang “**SOSIALISASI PEMANFAATAN LISTRIK MELALUI PROGRAM *ECO LIFESTYLE*** (Studi Deskriptif Kualitatif di humas PT. PLN (Persero) Unit Induk Distribusi Jawa Barat)” yang dilakukan oleh Humas PT. PLN (Persero) Unit Induk Distribusi Jawa Barat dalam upaya mensosialisasikan program “*Eco Lifestyle*” sebagai dukungan pada pemanfaatan energi listrik yang lebih ramah terhadap lingkungan untuk aktivitas sehari-hari.

## **1.2 Fokus Penelitian**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan diatas, maka dapat dirumuskan fokus penelitian seperti berikut:

- a. Bagaimana fenomena *lifestyle* yang dilakukan publik dalam pemakaian listrik di wilayah operasional PT. PLN (Persero) Unit Induk Distribusi Jawa Barat?

- b. Bagaimana pendekatan langsung yang dilakukan humas PT. PLN (Persero) Unit Induk Distribusi Jawa Barat dalam mensosialisasikan program *Eco Lifestyle*?
- c. Bagaimana pemanfaatan media cetak, media elektronik dan media sosial yang dilakukan humas PT. PLN (Persero) Unit Induk Distribusi Jawa Barat dalam mensosialisasikan program *Eco lifestyle*?
- d. Bagaimana evaluasi yang dilakukan humas PT. PLN (Persero) Unit Induk Distribusi Jawa Barat setelah pelaksanaan mensosialisasilan program *Eco Lifestyle*?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui bagaimana fenomena *lifestyle* yang dilakukan publik dalam pemakaian listrik di wilayah operasional PT. PLN (Persero) Unit Induk Distribusi Jawa Barat.
- b. Untuk mengetahui bagaimana pendekatan langsung yang dilakukan humas PT. PLN (Persero) Unit Induk Distribusi Jawa Barat dalam mensosialisasikan program *Eco Lifestyle*.
- c. Untuk mengetahui bagaimana pemanfaatan media cetak, elektronik dan media online yang dilakukan humas PT. PLN (Persero) Unit Induk Distribusi Jawa Barat dalam mensosialisasikan program *Eco Lifestyle*.
- d. Untuk mengetahui bagaimana evaluasi yang dilakukan humas PT. PLN (Persero) Unit Induk Distribusi Jawa Barat setelah pelaksanaan mensosialisasilan program *Eco Lifestyle*.

## **1.4 Kegunaan Penelitian**

Kegunaan penelitian yang dapat diambil manfaatnya dari penelitian ini adalah kegunaan akademis dan kegunaan praktis. Kegunaan akademis memaparkan hasil dari penelitian guna mengembangkan ilmu sesuai jurusan perkuliahan. Kegunaan praktis memaparkan hasil dari penelitian yang bisa digunakan bagi lokasi penelitian, penulis dan bagi universitas.

### **1.4.1 Kegunaan Akademis**

Penelitian ini diharapkan berguna terhadap akademis terutama bagi bidang ilmu komunikasi khususnya bidang kehumasan yang diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai sosialisasi di PT. PLN (Persero) Unit Induk Distribusi Jawa Barat.

### **1.4.2 Kegunaan Praktis**

- a. Bagi lembaga, penelitian ini diharapkan bisa memberi masukan kepada divisi humas PT. PLN (Persero) Unit Induk Distribusi Jawa Barat dalam menerapkan sosialisasi program *Eco Lifestyle*.
- b. Bagi UIN Sunang Gunung Djati Bandung penelitian ini diharapkan menjadi ilmu baru yang memberikan informasi dalam bidang kehumasan.

## **1.5 Landasan Pemikiran**

### **1.5.1 Hasil Penelitian Sebelumnya**

- a. “Sosialisasi Program “Kangpisman” oleh Bidang Humas Pemerintah Kota Bandung JL. Wastukencana No.2, Babakan Ciamis, Sumur Bandung, Kota Bandung.”.

Skripsi ini ditulis oleh Maryam dari jurusan ilmu komunikasi Hubungan Masyarakat fakultas dakwah dan komunikasi. Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung, tahun 2019. Berdasarkan penelitian tersebut, penelitian ini menggunakan 4 langkah humas. Tahap *fact finding* yang dilakukan dalam kegiatan sosialisasi program Kangpisman berdasarkan pengumpulan data dan fakta mengenai keadaan publik yang berada di kota Bandung terkait permasalahan sampah yaitu masyarakat belum mengelola sampah dengan baik. Tahap *planning and programming* program Kangpisman merupakan langkah menentukan tujuan yang dapat mempermudah kegiatan sosialisasi agar lebih efektif. Tahap *taking action* memberikan edukasi tentang permasalahan sampah mulai dari pengetahuan tentang sampah. Tahap *evaluation* dilakukan salah satunya dengan mengadakan kuisisioner.

b. “Sosialisasi Pelayanan Masyarakat PT. PLN Melalui PLN *Mobile*”

Skripsi ini ditulis oleh Muhamad Aziz yang berasal dari jurusan ilmu komunikasi hubungan masyarakat fakultas dakwah dan komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung, tahun 2019. Berdasarkan penelitian tersebut, sosialisasi dilakukan dengan 5 tahap, yaitu tahap *scan*, tahap *map*, tahap *act*, tahap *rollout*, dan tahap *track*. Tahap *scan* dilakukan bertujuan untuk memperoleh informasi dan mengidentifikasi permasalahan yang terjadi di masyarakat dengan melihat informasi melalui media. Tahap *map* merupakan menetapkan tujuan dan menentukan target



sasaran. Tahap aksi dilakukan sebagai cara untuk menilai dan meminimalisir kesalahan program sebelum di luncurkan kepada masyarakat.

c. “Sosialisasi Kemandirian Anak Jalanan Melalui Komunitas Rubel”

Skripsi ini ditulis oleh Hesti Ayunda Sari yang berasal dari jurusan ilmu komunikasi hubungan masyarakat fakultas dakwah dan komunikasi di Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung, tahun 2019.

Berdasarkan penelitian ini, proses sosialisasi yang dilakukan Komunitas Rubel dalam meningkatkan kemandirian anak jalanan di Pasar Ciroyom Bandung meliputi, bimbingan spiritual, bimbingan sosial, dan bimbingan minat.

Faktor yang mempengaruhi sosialisasi kemandirian terhadap anak jalanan melalui komunitas Rubel di Pasar Ciroyom Bandung, yaitu faktor internal dan eksternal.

d. “Sosialisasi Pendidikan Berkarakter dalam Gerakan Pramuka (Penelitian Tentang Pembentukan Karakter Anak Didik di Madrasah Tsanawiyah (MTS) Nurul Huda Takokak Desa Bungbangsari Kecamatan Takokak Kabupaten Cianjur”

Skripsi ini ditulis oleh Nursari Robiah Adawiyah, dari jurusan ilmu komunikasi hubungan masyarakat fakultas dakwah dan komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung, tahun 2019. Berdasarkan penelitian ini, sosialisasi pendidikan karakter dalam Gerakan Pramuka Madrasah Tsanawiyah Nurul Huda Takokak dilakukan dengan kegiatan latihan rutin di gugus depan adanya upacara, mengisi SKU dan SKK serta TKK dan kegiatan gugus depan.

Hasil dari sosialisasi ini akan bisa membantu menempatkan anggota pramuka sebagai individu baru baik dirinya sendiri, keluarga dan masyarakat sekitar.

- e. “Sosialisasi Masyarakat Plural dalam Meningkatkan Kerukunan Umat Beragama (Penelitian Mengenai Harmonisasi Masyarakat Islam, Katolik, Protestan dan Aliran Kepercayaan pada Desa Kertajaya Kecamatan Panawangan Kabupaten Ciamis”

Skripsi ini ditulis oleh Yulia Kosasih, jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung, tahun 2017. Berdasarkan penelitian ini, Kerukunan beragama pada masyarakat Desa Kertajaya sangat terjalin dengan baik, setelah melalui sejarahnya yang panjang mereka mampu mewujudkan kerukunan pada masyarakat Desa Kertajaya, mereka membina kerukunan umat beragama dengan cara selalu menjalin komunikasi, saling menghormati satu sama lain. Sosialisasi atau penanaman kerukunan pada generasi baru diterapkan dengan cara tidak sengaja, contohnya dalam pembangunan rumah ibadah agama lain dengan melibatkan anak-anak dan pemuda secara tidak langsung mengajarkan bahwa sesama umat beragama harus saling menghargai dan menghormati. Faktor yang menjadikan masyarakat Desa Kertajaya hidup rukun adalah adanya kesadaran individu terhadap toleransi dan rasa saling menghargai.

Berikut merupakan tabel penelitian sebelumnya:


**Tabel 1.1**  
**Penelitian Sebelumnya**

| Nama penulis | Jenis Penelitian   | Judul Penelitian   | Metode Penelitian | Hasil  | Perbedaan  |
|--------------|--|--|-------------------|--|--|
| Maryam       | Skripsi,<br>UIN<br>Sunan<br>Gunung<br>Djati<br>Bandung<br>(2019) | Sosialisasi<br>Program<br>“Kangpisman”<br>oleh Bidang<br>Humas<br>Pemerintah<br>Kota Bandung<br>JL.<br>Wastukencana<br>No.2, Babakan<br>Ciamis, Sumur<br>Bandung, Kota<br>Bandung. | Studi<br>kasus    | Penelitian ini menggunakan 4 langkah humas. Tahap <i>fact finding</i> yang dilakukan dalam kegiatan sosialisasi program Kangpisman berdasarkan pengumpulan data dan fakta mengenai keadaan publik yang berada di kota Bandung terkait permasalahan sampah yaitu masyarakat belum mengelola sampah dengan baik. Tahap <i>planning and programming</i> program | Subjek penelitian menganalisis strategi humas dalam melakukan sosialisasi melalui model SMCRE. |

|              |  |   |                             |  |   |
|--------------|--|---|-----------------------------|--|---|
|              |  |   |                             | <p>Kangpisman merupakan langkah menentukan tujuan yang dapat mempermudah kegiatan sosialisasi agar lebih efektif.</p> <p>Tahap <i>taking action</i> memberikan edukasi tentang permasalahan sampah mulai dari pengetahuan tentang sampah.</p> <p>Tahap <i>evaluation</i> dilakukan salah satunya dengan mengadakan kuisisioner</p> |   |
| Muhamad Aziz | Skripsi, UIN Sunan Gunung Djati Bandung (2019) | Sosialisasi Pelayanan Masyarakat PT. PLN Melalui PLN Mobile | Studi kualitatif deskriptif | Sosialisasi dilakukan dengan 5 tahap, yaitu tahap <i>scan</i> , tahap <i>map</i> , tahap <i>act</i> , tahap <i>rollout</i> , tahap <i>track</i> .  | Subjek penelitian menganalisis strategi humas dalam melakukan sosialisasi dengan menggunakan model SMCRE. |

|                               |  |   |                                   |  |  |
|-------------------------------|--|---|-----------------------------------|--|--|
| Hesti<br>Ayunda<br>Sari       | Skripsi,<br>UIN<br>Sunan<br>Gunung<br>Djati<br>Bandung<br>(2019) | Sosialisasi<br>Kemandirian<br>Anak Jalanan<br>Melalui<br>Komunitas<br>Rubel | Studi<br>kasus                    | Proses sosialisasi yang<br>dilakukan Komunitas<br>Rubel dalam<br>meningkatkan<br>kemandirian anak<br>jalanan di Pasar<br>Ciroyom Bandung<br>meliputi, bimbingan<br>spiritual, bimbingan<br>sosial, dan bimbingan<br>minat.<br>Faktor yang<br>mempengaruhi<br>sosialisasi kemandirian<br>terhadap anak jalanan<br>melalui komunitas<br>Rubel di Pasar Ciroyom<br>Bandung, yaitu faktor<br>internal dan eksternal. |  |
| Nursari<br>Robiah<br>Adawiyah | Skripsi,<br>UIN<br>Sunan<br>Gunung                               | Sosialisasi<br>Pendidikan<br>Berkarakter<br>dalam Gerakan                   | Studi<br>deskriptif<br>kualitatif | Sosialisasi pendidikan<br>karakter dalam Gerakan<br>Pramuka Madrasah<br>Tsanawiyah Nurul   | Subjek penelitian<br>menganalisis<br>proses sosialisasi<br>pada anak didik |

|                    |  |  |                                   |  |  |
|--------------------|--|--|-----------------------------------|--|--|
|                    | Djati<br>Bandung<br>(2019)                                       | Pramuka<br>(Penelitian<br>Tentang<br>Pembentukan<br>Karakter Anak<br>Didik di<br>Madrasah<br>Tsanawiyah<br>(MTS) Nurul<br>Huda Takokak<br>Desa<br>Bungbangsari<br>Kecamatan<br>Takokak<br>Kabupaten<br>Cianjur |                                   | Huda Takokak<br>dilakukan dengan<br>kegiatan latihan rutin<br>di gugus depan adanya<br>upacara, mengisi SKU<br>dan SKK serta TKK<br>dan kegiatan gugus<br>depan.<br>Hasil dari sosialisasi ini<br>akan bisa membantu<br>menempatkan anggota<br>pramuka sebagai<br>individu baru baik<br>dirinya sendiri, keluarga<br>dan masyarakat sekitar. | Madrasah<br>Tsanawiyah<br>(MTS) Nurul<br>Huda Takokak  |
| Yuliani<br>Kosasih | Skripsi,<br>UIN<br>Sunan<br>Gunung<br>Djati<br>Bandung<br>(2017) | Sosialisasi<br>Masyarakat<br>Plural dalam<br>Meningkatkan<br>Kerukunan<br>Umat<br>Beragama   | Studi<br>deskriptif<br>kualitatif | Kerukunan beragama<br>pada masyarakat Desa<br>Kertajaya sangat terjalin<br>dengan baik, setelah<br>melalui sejarahnya yang<br>panjang mereka mampu<br>mewujudkan kerukuna  | Subjek penelitian<br>menganalisis<br>proses sosialisasi<br>pada masyarakat<br>desa Kertajaya |

|  |  |   |   |  |  |
|--|--|---|---|--|--|
|  |  | <p>(Penelitian Mengenai Harmonisasi Masyarakat Islam, Katolik, Protestan dan Aliran Kepercayaan pada Desa Kertajaya Kecamatan Panawangan Kabupaten Ciamis</p> |  | <p>pada masyarakat Desa Kertajaya, mereka membina kerukunan umat beragama dengan cara selalu menjalin komunikasi, saling menghormati satu sama lain. Sosialisasi atau penanaman kerukunan pada generasi baru diterapkan dengan cara tidak sengaja, contohnya dalam pembangunan rumah ibadah agama lain dengan melibatkan anak-anak dan pemuda secara tidak langsung mengajarkan bahwa sesama umat beragama harus saling menghargai dan menghormati. Faktor yang menjadikan</p> |  |
|--|--|---|---|--|--|

|  |  |  |  |   |  |
|--|--|--|--|---|--|
|  |  |  |  | masyarakat Desa<br>Kertajaya hidup rukun<br>adalah adanya<br>kesadaran individu<br>terhadap toleransi dan<br>rasa saling menghargai |  |
|--|--|--|--|---|--|

### 1.5.2 Landasan Teoritis

#### a) Pengertian Humas

Para ahli telah banyak yang mendefinisikan mengenai humas. Humas sangat erat kaitannya dengan seni berkomunikasi, oleh karena itu praktisi humas harus bisa melakukan komunikasi dengan baik dan lancar. Menurut Seidel (dalam Ardianto, 2016: 9) humas merupakan fungsi manajemen yang berkesinambungan untuk mendapatkan *goodwill* dari publik dan menjaga komunikasi, pengertian, dukungan dan kerja sama antara perusahaan dengan publik. Humas juga turut membantu mengikuti *trend* yang sedang terjadi serta humas merupakan teknik suara yang layak sebagai alat komunikasi yang utama.

Tugas humas dalam perusahaan merupakan hal yang penting untuk menjaga hubungan antara perusahaan dengan publik dan memperkenalkan informasi mengenai kebijakan dan program perusahaan kepada publik. Humas tidak bisa lepas dari aktivitas, oleh karena itu tujuan dari humas merupakan tujuan komunikasi.



## b) Manajemen Humas

Manajemen humas merupakan proses pengkajian perencanaan, pelaksanaan, dan pengevaluasian suatu kegiatan kehumasan yang di sponsori oleh perusahaan. Proses manajemen humas bisa dilakukan oleh seorang praktisi humas dalam kegiatan kehumasan. Manajemen humas menurut Mc Elhearth (dalam Ruslan, 2008: 31) manajemen humas merupakan menjalankan mengoperasikan penelitian, perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi terhadap berbagai kegiatan komunikasi yang di dipelopori oleh perusahaan. Bentuk kegiatan komunikasi yang dilakukan dapat berupa brosur perusahaan, pertemuan kelompok kecil sampai pada kegiatan yang pelik seperti konferensi pers dengan menggunakan satelit. Menurut Cutlip dan center (dalam Ardianto, 2016: 212-213), terdapat 4 langkah dalam manajemen humas, yaitu:

### 1. Pencarian fakta

Tahap pertama meliputi penelaahan dan pengamatan opini, sikap dan perilaku yang berkaitan dengan tindakan dan kebijakan perusahaan. Tahap ini memberikan landasan bagi tahap-tahap lainnya dalam proses penyelesaian masalah, dengan mengatakan “Apa yang terjadi sekarang”.

### 2. Perencanaan dan program

Tahap kedua meliputi mengumpulkan data yang telah dilakukan pada tahap pertama dan kemudian data tersebut digunakan dalam membuat keputusan, tindakan, strategi, dan tujuan dalam pembuatan program tersebut. Tahap ini bertujuan untuk menjawab “Didasarkan pada apa kita telah mempelajari situasi, apa yang akan kita ubah atau lakukan dan katakan?”.

### 3. Pengambilan tindakan dan mengkomunikasikannya

Tahap ketiga meliputi realisasi program dan komunikasi yang diciptakan untuk menggapai tujuan bagi publik dengan maksud untuk mencapai sasaran dari program tersebut. Pertanyaan dalam tahap ini adalah “Siapa yang akan melakukan dan memberitahukan program ini serta kapan, dimana dan bagaimana?”

### 4. Evaluasi

Tahap keempat meliputi kesiapan penilaian dari realisasi program yang telah dilaksanakan. Pelaksanaan kegiatan humas harus dievaluasi atau dilakukan perbaikan-perbaikan agar permasalahan atau hambatan yang ada dapat diatasi dan dipecahkan serta menciptakan hubungan yang harmonis.

#### c) Sosialisasi

Sosialisasi merupakan proses untuk mendapatkan ilmu untuk menjadi bagian dari anggota kelompok masyarakat dan dengan melalui sosialisasi individu tersebut dapat menjadi bagian dari anggota kelompok masyarakat tersebut (Setiadi dan Kolip, 2011: 155). Melalui sosialisasi publik akan mendapatkan pengetahuan.

Sosialisasi telah dikenal publik sejak tahun 1940-an merupakan penampilan suatu kegiatan yang bertitik tolak untuk membujuk. Salah satu ahli, Leslie B (dalam Ruslan, 2013: 23) sosialisasi atau kampanye komunikasi merupakan aktivitas komunikasi yang terorganisasi secara langsung ditunjukkan kepada khalayak tertentu pada periode waktu yang telah ditetapkan.

### 1.5.3 Kerangka Konseptual

Proses sosialisasi dapat dilakukan melalui model S-M-C-R-E yang dikemukakan oleh David K. Berlo (dalam Oktarina, et al., 2017: 104-107) yaitu sebagai berikut:

a. *Source*

*Source* merupakan individu atau praktisi humas sebuah perusahaan sebagai sumber yang menyampaikan pesan, informasi, pengetahuan, ajakan, bujukan atau ungkapan.

b. *Message*

*Message* merupakan sebuah gagasan dan ide berupa pesan, informasi, pengetahuan, ajakan, bujukan atau ungkapan yang disampaikan komunikator kepada komunikan.

c. *Channel*

*Channel* merupakan media, sarana, atau saluran yang dimanfaatkan oleh komunikator dalam implementasi penyampaian pesan, informasi, pengetahuan, ajakan, bujukan atau ungkapan kepada publik.

d. *Receiver*

Penerima pesan merupakan individu yang mendapatkan pesan yang disampaikan komunikator melalui media. Penerima merupakan elemen yang penting dalam proses komunikasi, karena penerima merupakan sasaran dari komunikasi tersebut. Unsur penting dalam penerima pesan adalah kemampuan komunikasi, sikap, pengetahuan, sistem sosial, dan budaya

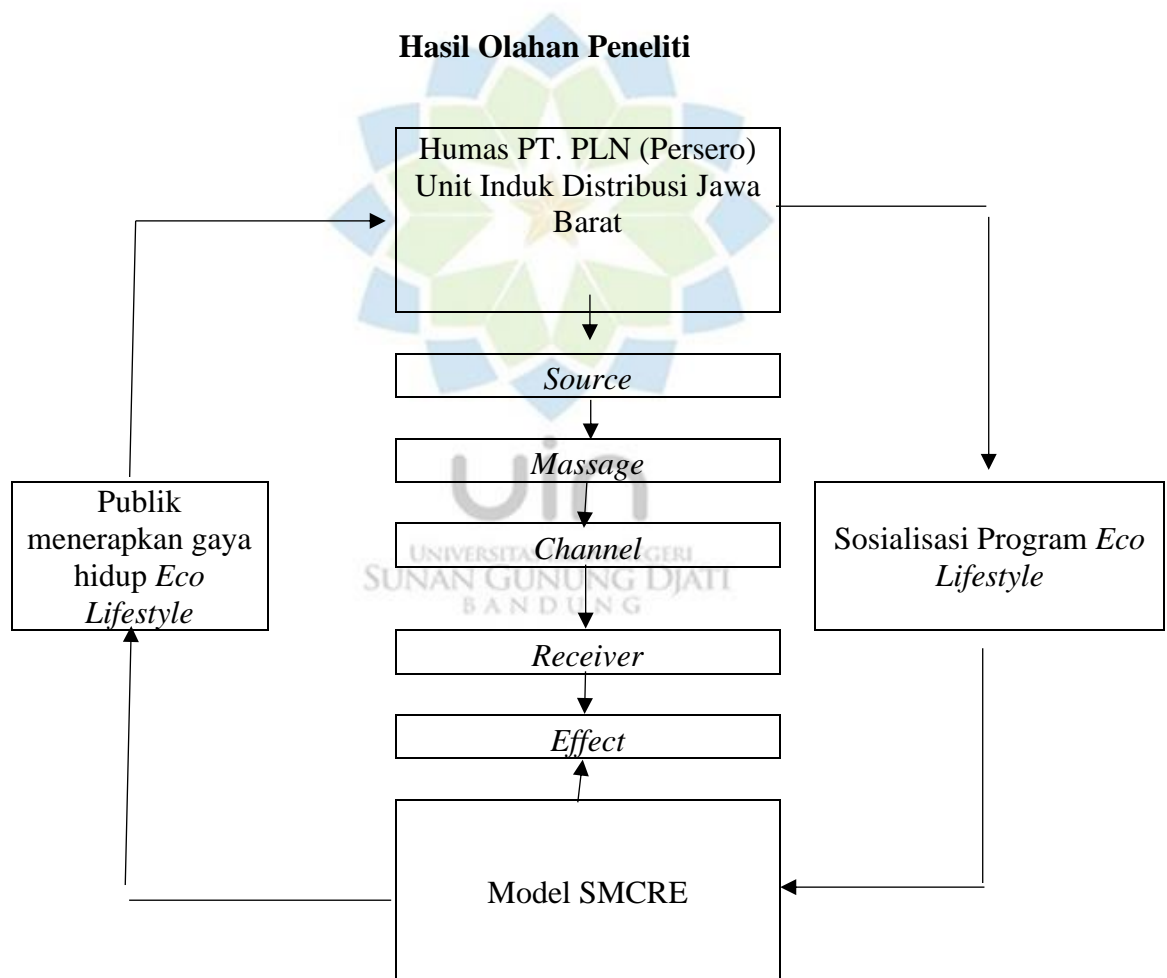
e. *Effect*

*Effect* merupakan sebuah pengaruh yang terjadi dalam proses penyampaian pesan, informasi, pengetahuan, ajakan, bujukan atau ungkapan. Pengaruh dari pesan dapat positif maupun negatif menyangkut tanggapan, persepsi, dan opini dari hasil komunikasi tersebut.

Berikut merupakan skema alur penelitian.

**Tabel 1.2**

**Hasil Olahan Peneliti**



## **1.6 Langkah-Langkah Penelitian**

### **1.6.1 Lokasi Penelitian**

Penelitian ini akan dilakukan pada instansi PT. PLN (Persero) Unit Induk Distribusi Jawa Barat yang beralamat pada Jl. Asia Afrika No. 63 Bandung. Pemilihan PT. PLN (Persero) Unit Induk Distribusi Jawa Barat sebagai tempat penelitian mengingat adanya sosialisasi mengenai program *eco lifestyle* sebagai upaya PLN mendukung penggunaan peralatan serba elektronik pada semua aspek kegiatan sehari-hari. Hal ini yang mendorong penulis memilih PT. PLN (Persero) Unit Induk Distribusi Jawa Barat sebagai tempat penelitian dengan alasan untuk mengetahui praktisi humas dalam melaksanakan sosialisasi.

### **1.6.2 Paradigma dan Pendekatan**

Paradigma menurut West dan Turner (dalam West dan Turner, 2008: 54) adalah cara pandang yang berkaitan dengan komunikasi antar manusia dan perilaku komunikasi antar manusia. Paradigma menjadi landasan berpikir dan menjadi cara pandang peneliti terhadap fakta kehidupan sosial dan juga perlakuan peneliti terhadap ilmu dan teori.

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme. Menurut Amien (2005: 38) paradigma konstruktivisme menciptakan pandangan tentang adanya kaitan dengan objek. Paradigma konstruktivisme memandang publik sebagai faktor sentral dalam kegiatan komunikasi. Paradigma konstruktivistik dipengaruhi oleh persepektif interaksi simbolis dan persepektif strukturan fungsional. Persepektif simbolis ini mengantakan bahwa manusia secara aktif dan kreatif mengembangkan respon terhadap stimulus dalam dunia kognitifnya. Dalam proses

sosial, individu manusia dipandang sebagai pencipta realitas sosial yang relatif bebas didalam dunia sosialnya. Realitas itu memiliki makna manakala realitas sosial tersebut dikonstruksikan dan dimaknakan secara subjektif oleh individu lain, sehingga memantapkan realitas itu secara subjektif.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Menurut Yusuf (2014: 329) penelitian kualitatif merupakan strategi analisis yang memfokuskan pada pencarian makna, pengertian, konsep, karakteristik, gejala, simbol dan deskripsi mengenai sebuah fenomena. Peneliti memilih pendekatan kualitatif karena penelitian ini bertujuan untuk menggali lebih dalam dan memahami bagaimana pelaksanaan sosialisasi suatu program dengan perencanaan yang dilakukan, serta menganalisis strategi yang dijalankan apakah sesuai dengan realita sosial yang diinginkan melalui wawancara dan observasi mendalam. Hasil penelitian nantinya akan memaparkan dalam bentuk deskripsi kata-kata.

### **1.6.3 Metode Penelitian**

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Deskriptif kualitatif merupakan pendeskripsian kualitatif fakta, data dan objek (Wibowo, 2011: 43). Tujuan dari metode deskriptif kualitatif yaitu memberikan gambaran secara tepat mengenai keadaan sosial dan sifat-sifat individu atau kelompok. Metode tersebut menjadi arah dan cara penulis dalam melakukan pencarian data tentang sosialisasi program *Eco Lifestyle*. Penulis disini bertindak sebagai pengamat tentang bagaimana sosialisasi dari program tersebut teralisasi.

## **1.7 Jenis Dan Sumber Data**

### **1.7.1 Jenis Data**

Jenis data yang digunakan pada penelitian ini adalah data kualitatif. Menurut Manzilati (2017: 17) data kualitatif adalah data yang rinci dan bersifat pribadi sehingga peneliti harus mendekat pada kelompok, individu, situasi, gejala yang sedang diteliti. Data kualitatif pada penelitian ini didapatkan melalui proses menggunakan teknik analisis wawancara, observasi dan dokumenter.

### **1.7.2 Sumber Data**

Sumber data menjelaskan mengenai data yang akan didapatkan melalui penelitian ini. Adapun cara untuk mendapatkan data tersebut sebagai berikut:

a. Sumber data primer

Sumber data primer merupakan sumber data yang diperoleh langsung dari lokasi penelitian (Bungin, 2017: 132). Sumber data primer merupakan data yang didapatkan penulis dari hasil wawancara dengan informan dan melakukan observasi. Data primer terkadang masih harus diolah dulu sebelum disajikan.

b. Sumber data sekunder

Sumber data sekunder merupakan sumber data yang diperoleh dari sumber kedua. Hal ini disebabkan peneliti sulit mendapatkan data dari sumber primer (Bungin, 2017: 132). Data sekunder dapat berbentuk buku, jurnal, arsip, dokumen baik yang dipublikasikan maupun tidak kepada publik saat melakukan sosialisasi.

## **1.8 Penentuan Informan Atau Unit Penelitian**

### **1.8.1 Informan dan Unit Analisis**

Informan pada penelitian ini adalah praktisi humas PT. PLN (Persero) Unit Induk Distribusi Jawa Barat. Unit penelitian merupakan inti dari fokus penelitian yang dilakukan. Unit penelitiannya merupakan media yang digunakan dalam melakukan sosialisasi program *Eco Lifestyle*.

### **1.8.2 Teknik Penentuan Informan**

Teknik dalam penentuan informan dalam penelitian menggunakan Teknik *sampling purposive*. Menurut Sugiyono (dalam Anggito dan Sugiyono, 2018: 53) *sampling purposive* merupakan Teknik dalam penentuan sampel penelitian dengan menggunakan pertimbangan tertentu. Pertimbangan tertentu disini misalnya informan merupakan orang yang paling tahu mengenai permasalahan yang sedang di teliti atau memiliki informasi mengenai permasalahan yang sedang di teliti sehingga dapat memudahkan dalam memperoleh informasi yang dibutuhkan pada penelitian.

### **1.8.3 Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data merupakan Teknik yang digunakan dalam penelitian. Pada penelitian ini, penulis menggunakan Teknik penelitian wawancara, observasi, dokumentasi.

#### **a. Wawancara**

Wawancara merupakan metode mendapatkan informasi yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan dengan tanya jawab antara pewawancara dengan



responden (Bungin, 2015: 133). Responden dalam melakukan wawancara merupakan orang yang aktif menjawab setiap permasalahan dan faham tentang keberadaan program sesuai dengan fokus pertanyaan penelitian yang nantinya akan menjadi bahan data dalam penelitian. Wawancara akan diakhiri atau dianggap selesai apabila informasi yang didapat akurat dan rinci sesuai fokus permasalahan pertanyaan penelitian.

b. Observasi

Metode observasi merupakan aktivitas yang dilakukan sehari-hari oleh manusia dengan menggunakan panca indra seperti telinga, penciuman, mulut dan kulit (Bungin, 2015: 142). Observasi pada penelitian yang akan dilakukan dalam proses sosialisasi program ini adalah dengan cara mencari sumber berita dari berbagai media serta survey atau bertanya langsung kepada yang bersangkutan.

c. Dokumenter

Metode dokumenter merupakan metode yang digunakan untuk mengali data yang tersimpan (Bungin, 2015: 153). Dokumen menjadi hal yang penting dalam sebuah penelitian dengan tujuan sebagai bukti tentang kejadian kasus yang sedang atau sudah terjadi berkaitan dengan fokus permasalahan penelitian. Dokumen mempunyai berbagai macam baik itu dalam bentuk buku, file, ataupun dokumen media.

### **1.9 Teknik Penentuan Keabsahan Data**

Teknik penentuan keabsahan data merupakan cara yang dilakukan oleh peneliti dalam memperoleh data yang benar dan sesuai dengan fokus permasalahan.

Pada penelitian ini, Teknik penentuan keabsahan data menggunakan triangulasi. Triangulasi merupakan Teknik untuk mengumpulkan data yang akurat dan kredibel (Yusuf, 2017: 395). Triangulasi dalam pengujian kredibilitas mengacu pada kegiatan penelitian yang mengharuskan melakukan kontrol terhadap data yang telah didapat baik itu tentang waktu, sumber data atau lainnya yang berkaitan dengan fokus penelitian. Triangulasi tidak hanya terfokus terhadap satu informan saja, tetapi lebih dari satu.

### **1.9.1 Teknik Analisis Data**

Menurut Nasution (dalam Ardianto, 2011: 216) menjelaskan analisis data dilakukan sejak tahap awal. Data yang didapatkan harus segera dituliskan untuk kemudian dianalisis. Apabila data dibiarkan makan akan bertambah dan menumpuk, hal itu akan menyulitkan peneliti dalam melakukan analisis. Proses analisis data sejak awal penelitian merupakan langkah yang tepat untuk mempermudah mendapatkan kesimpulan di akhir penelitian.

Pada teknik analisis data penulis menggunakan Model Miles dan Huberman, dengan melalui tiga langkah yaitu reduksi, model data (data display) dan penarikan/verifikasi kesimpulan (Ardianto, 2011: 223).

#### **a) Reduksi data**

Reduksi data merupakan proses pemilahan data yang sudah didapatkan untuk dirangkum, dipilih hal-hal yang pokok dan menitikberatkan terhadap hal yang penting sehingga menjadi rinci dan sistematis. Saat melaksanakan observasi, data akan terus bertambah dan terkumpul semakin banyak, oleh karena itu jika tidak

dilakukan reduksi data, maka akan sulit ketika melakukan analisis karena begitu banyak data. Proses reduksi data dilakukan dengan memilah data yang telah terkumpul berdasarkan hasil wawancara, observasi dan dokumenter. Data hasil wawancara, observasi dan dokumenter berupa transkrip, hasil terjun langsung kelapangan dan file akan dipilih berdasarkan hal-hal yang pokok sesuai dengan rumusan masalah yang telah ditentukan.

b) *Display* data

Data yang telah direduksi dapat diklasifikasikan atau diubah dalam bentuk tabel, bagan, chart, atau grafik. Melakukan *display* data dilakukan dengan memberikan bagan terkait dengan tahapan yang dilakukan dalam pelaksanaan strategi komunikasi sehingga dapat memberikan gambaran secara umum terkait dengan proses pelaksanaannya.

c) Mengambil kesimpulan dan verifikasi

Berdasarkan data yang diperoleh sejak tahap awal dapat diperoleh dengan kesimpulan, namun kesimpulan tersebut masih belum pasti. Seiring dengan berjalannya penelitian maka data akan terus bertambah dan kesimpulan pun menjadi lebih beragam. Selama penelitian berlangsung kesimpulan tersebut harus senantiasa terus diverifikasi dengan mencari data baru.



|   |   |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|---|---|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|
| 3 | <b>Tahap Ketiga: Penyusunan Skripsi</b> |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|   | Pelaksanaan penelitian                  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|   | Analisis dan pengolahan data            |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|   | Penulisan laporan                       |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|   | Bimbingan skripsi                       |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 4 | <b>Tahap Keempat: Sidang Skripsi</b>    |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|   | Bimbingan skripsi akhir                 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|   | Sidang skripsi                          |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|   | Revisi skripsi                          |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |