BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Listrik merupakan suatu kebutuhan penting bagi manusia dalam menjalankan aktivitas sehari-hari, dimana pada yang zaman modern ini sudah banyak alat pendukung kehidupan manusia yang membutuhkan tenaga listrik untuk mengoperasikannya, seperti lampu, mesin cuci, mesin pompa air, televisi, radio, komputer dan perangkat elektronik lainnya.

Listrik telah menjadi kebutuhan yang mendasar untuk berbagai aktifitas manusia, yang kemudian digunakan untuk beragam fungsi kedepannya. Listrik menjadikan manusia ketergantungan akan keberadaannya, tidak dapat dipungkiri bahwa listrik merupakan tenaga yang dibutuhkan manusia dalam segala hal yang mendukung aktifitas manusia. Adapun akhirnya peran dari pemerintah dalam penyediaan listrik bagi masyarakat luas. Tidak heran jika pemerintah menguasai kepentingan listrik dalam bentuk badan usaha milik negara untuk dapat mengaturnya dengan baik untuk kepentingan bersama agar tidak terjadi monopoli dalam kepentingan ini.

Suatu perusahaan besar sebagai penyedia listrik untuk masyarakat adalah PT. PLN, dimana perusahaan listrik milik negara ini telah banyak memberikan kontribusi yang besar dalam memasok kebutuhan listrik untuk masyarakat. Selaku perusahaan milik negara yang menangani masalah kepentingan listrik di Indonesia, yang memberikan jumlah pasokan listrik kepada masyarakat dalam

jumlah yang sangat besar. Tentunya PT. PLN memberikan pelayanan sebagai upaya pasti dalam memberikan *public service* yang maksimal untuk kepentingan dan kemajuan bangsa. Masyarakat sebagai konsumen yang seakan merasa "ketergantungan" akan kebutuhan listrik memang tidak memiliki banyak pilihan dalam pemenuhan kebutuhan listrik selain PT. PLN.

PT. PLN menyadari kebutuhan listrik masyarakat yang semakin ketergantungan akan adanya tenaga listrik, dengan terus melakukan berbagai kajian untuk meningkatkan mutu pelayanan dengan menawarkan berbagai program layanan. Seiring berjalannya waktu dan untuk mengembangkan pelayanan suatu perusahaan, maka dibuatlah suatu inovasi demi mempertahankan eksistensi dan juga untuk kemajuan serta pengembangan dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat.

Bentuk inovasi yang diciptakan oleh PT. PLN adalah dengan mengeluarkan program listrik prabayar. Program listrik pra bayar ini telah dikeluarkan sejak tahun 2008, salah satu alasan selain untuk meningkatkan pelayanan, dibuatnya program listrik prabayar ini diantaranya adalah, kejadian salah baca meter, tagihan yang tidak menentu, tunggakan rekening, dan salah pemutusan. Yang menderita juga bukan hanya masyarakat, tapi PLN pun ikut merugi. Sebagai pembelajaran dari hal itu maka diluncurkanlah Listrik Prabayar, maka dengan program ini masyarakat diajak agar lebih menghargai akan keberadaan tenaga listrik dan lebih bijak dalam penggunaan listrik. Penggunaan listrik yang cenderung terlewatkan oleh para konsumennya yang notabene adalah

masyarakat luas, sehingga penggunaan listrik terkadang memakan biaya yang tidak sedikit untuk konsumsi rumah ataupun usaha.

Dengan dibuatnya inovasi oleh PT. PLN maka diperlukan pula adanya penyebaran informasi mengenai inovasi tersebut, karena suatu inovasi tidak akan ada artinya tanpa adanya suatu sosialisasi, karena sosialisasi merupakan hal terpenting yang harus dilakukan guna menyampaikan pesan atau informasi kepada publik. Seperti definisi sosialisasi itu sendiri, Sosialiasasi (pemasyarakatan) juga mengandung arti penyediaan sumber ilmu pengetahuan yang memungkinkan orang bersikap dan bertindak sebagai anggota masyarakat yang efektif yang menyebabkan sadar akan fungsi sosialnya sehingga ia dapat aktif di dalam masyarakat (Effendy, 2005 : 27).

Tujuan dari sosialisasi yang dilakukan oleh humas PT. PLN DJBB bertujuan untuk mengenalkan dan memberitahukan kepada masyarakat agar masyarakat dapat mengetahui program listrik prabayar. Dimana target dari sosialisasi adalah masyarakat luas yang notabene adalah pengguna listrik.

Syarat terpenting untuk berlangsungnya sosialisasi adalah interaksi sosial, dimana sosialisasi tersebut dapat berlangsung secara tatap muka, tapi biasa juga dilakukan dalam jarak tertentu melalui sarana media. Dalam sebuah perusahaan kegiatan sosialisasi tersebut biasa dilakukan oleh seorang humas perusahaan. Seperti yang kita ketahui humas adalah bagian dari suatu perusahaan yang mempunyai tugas untuk memberikan informasi kepada pihak dalam dan pihak luar perusahaan.

Sosialisasi bisa dilakukan dengan menggunakan media massa. Demikian pula yang dilakukan oleh humas PT. PLN DJBB, dengan bantuan media massa dalam menyosialisasikan inovasi yang dibuatnya. Hal ini dilakukan karena sosialisasi bersifat luas atau sasaran khalayak dalam jumlah yang cukup luas.

Berdasarkan *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, sosialisasi mengandung makna memperkenalkan, memberitahukan, menjelaskan tentang suatu masalah (*Kamus Besar Bahasa Indonesia*, 1990:855).

Sosialisasi dengan menggunakan media massa, yang mempunyai peranan dan kekuatan yang begitu besar terhadap dan bagi dunia ini, terlebih dalam segala sesuatu yang berkaitan dengan manusia dengan segala aspek yang melingkupinya. Oleh karenanya, dalam komunikasi melalui media massa, media massa dan manusia mempunyai hubungan saling ketergantungan dan saling membutuhkan karena masing-masing saling mempunyai kepentingan, masing-masing saling memerlukan. Media massa membutuhkan berita dan informasi untuk publikasinya baik untuk kepentingan media itu sendiri maupun untuk kepentingan orang atau institusi lainnya, dipihak lain masyarakat membutuhkan adanya pemberitaan, publikasi untuk kepentingan-kepentingan tertentu.

Pemanfaatan media massa dalam menyebarkan dan memberikan informasi kepada khalayak yang luas adalah satu cara yang cukup efektif dalam penyebaran informasi. Dengan pemanfaatan media massa dapat mencakup khalayak yang banyak, seperti pengertian media massa berikut ini:

Media massa (*mass media*) adalah *channel*, media/medium, saluran, sarana, atau alat yang dipergunakan dalam proses komunikasi massa, yakni

komunikasi yang diarahkan kepada orang banyak (*channel of mass communication*). Komunikasi massa sendiri merupakan kependekan dari komunikasi melalui media massa (*communicate with media*).

Seperti halnya yang dilakukan oleh Humas PT. PLN Distribusi Jawa Barat dan Banten yang menyosialisasikan program Listrik Prabayar melalui berbagai media massa, salah satu media yang diteliti oleh peneliti pada penelitian ini adalah media massa cetak. program tersebut merupakan sistem pelayanan penjualan tenaga listrik dimana pengguna listrik membayar sebelum menggunakan atau transaksi dengan pembayaran dimuka. Sistem Listrik Prabayar ini merupakan cara untuk memberikan kesempatan pada pengguna listrik untuk lebih mudah mengendalikan pemakaian listriknya sesuai dengan daya beli.

Sistem kWh meter prabayar berbeda bila dibandingkan kWh meter yang biasa dipakai selama ini (pascabayar), terbuat dari meter elektronik dipasang di pelanggan yang digunakan untuk mengukur pemakaian listrik pelanggan dan memantau serta mengontrolnya. Meteran ini mempunyai beberapa fungsi atau fitur antara lain, sebagai berikut:

(1) Mempunyai no seri unik sesuai dengan STS (*Standart Transfer Specification*)

(2) Kontraktor untuk menghubungkan atau memutuskan koneksi listriknya

(3) Low credit warning (*visual* dan *audible*)

(4) Memiliki memori yang tidak terhapuskan (*Non volatile memory*)

(5) Pada display LCD dapat ditampilkan sisa kredit kWh, daya yang dipakai,status kontraktor, jumlah kWh yang dipakai sejak dipasang, informasi balik saat menerima token serta informasi lain.(sumber PT. PLN Persero DJBB)

Dengan inovasi program Listrik Prabayar yang telah diciptakan, untuk dapat mengenalkan dan memberitahukan adanya program Lisrtik Prabayar kepada masyarakat, diperlukan sosialisasi agar inovasi Listrik Prabayar tersebut dapat digunakan / diterima oleh masyarakat.

Maka dari itu, peranan humas dalam menyosialisasikan suatu program baru di perusahaanya adalah sangat penting, karena dengan sosialisasi masyarakat akan dapat mengetahui adanya suatu program baru yang dibuat oleh suatu perusahaan. PT. PLN mengenalkan program listrik prabayar kepada masyarakat agar masyarakat dapat memahami program yang dikeluarkan oleh PT. PLN tersebut, dan juga agar eksistensi program listrik prabayar tetap dikenal masyarakat, maka sosialisasi harus dilakukan secara berkelanjutan.

Proses komunikasi tidak dapat dipisahkan dari kehidupan kita, seiring dengan pergerakan kehidupan manusia dan kemajuan teknologi, komunikasi memegang peranan yang sangat penting bagi kelangsungan hidup manusia. Dengan berkomunikasi manusia dapat melakukan berbagai macam aktivitas dalam memenuhi kebutuhannya dan dengan adanya komunikasi, penyampaian maksud dan tujuan dari seorang komunikator kepada komunikan dapat tersampaikan.

Seperti yang diungkapkan oleh Onong Uchjana Effendy bahwa komunikasi adalah :

> Proses penyampaian suatu pesan dalam bentuk lambang bermakna sebagai pikiran dan perasaan berupa ide, informasi, kepercayaan, harapan, himbauan, dan sebagai panduan, yang dilakukan oleh seseorang kepada orang lain, baik langsung secara tatap muka maupun tidak langsung, melalui media, dengan tujuan mengubah sikap, pandangan atau perilaku (Effendy, 1989:60).

Dengan sosialisasi, seorang humas dapat mengenalkan inovasi kepada masyarakat. Informasi yang dilakukan berupa bentuk komunikasi secara tidak langsung melalui media massa cetak. Dengan menggunakan media massa cetak dalam bersosialisasi mengenai program Listrik Prabayar, diharapkan dapat mengubah sikap masyarakat dalam pola penggunaan tenaga listrik.

Sesuai dengan salah satu tujuan dan strategi eksternal dari Humas PT. PLN Distribusi Jawa Barat dan Banten, yaitu menciptakan opini publik dan menarik perhatian publik, menciptakan kondisi yang kondusif bagi setiap pelaksanaan kebijakan perusahaan dan mengoptimalisasi komunikasi dan publikasi perusahaan. Humas PT. PLN Distribusi Jawa Barat dan Banten melakukan sosialisasi program listrik prabayar melalui media cetak, di mana hal tersebut diharapkan oleh pihak perusahaan agar dapat menambah informasi bagi masyarakat mengenai kebijakan yang dibuat oleh PT. PLN Distribusi Jawa Barat dan Banten, yaitu Listrik Prabayar. Dalam penelitian ini peneliti mengangkat rumusan masalah “Bagaimana Sosialisasi Program Listrik Prabayar melalui Media Massa Cetak *?* “.

1.2 Identifikasi Masalah

(1) Bagaimana tahap persiapan dalam proses sosialisasi program Listrik Prabayar melalui media massa cetak (surat kabar "Pikiran Rakyat") kepada masyarakat yang dilakukan oleh humas PT. PLN Persero DJBB.

(2) Bagaimana tahap meniru dalam proses sosialisasi program Listrik Prabayar melalui media massa cetak (surat kabar "Pikiran Rakyat") kepada masyarakat yang dilakukan oleh humas PT. PLN Persero DJBB.

(3) Bagaimana tahap siap bertindak dalam proses sosialisasi program Listrik Prabayar melalui media massa cetak (surat kabar "Pikiran Rakyat") kepada masyarakat yang dilakukan oleh humas PT. PLN Persero DJBB.

(4) Bagaimana Sosialisasi Program Listrik Prabayar melalui Media Massa Cetak.

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud penelitian

Maksud penelitian adalah untuk mendeskriptifkan, menjelaskan, dan merumuskan *Sosialisasi Program Listrik Prabayar melalui Media Massa.*

1.3.2 Tujuan Penelitian

(1) Untuk mengetahui tahap persiapan dalam proses sosialisasi program Listrik Prabayar melalui media massa cetak (surat kabar "Pikiran Rakyat") kepada masyarakat yang dilakukan oleh humas PT. PLN Persero DJBB.

(2) Untuk mengetahui tahap meniru dalam proses sosialisasi program Listrik Prabayar melalui media massa cetak (surat kabar "Pikiran Rakyat") kepada masyarakat yang dilakukan oleh humas PT. PLN Persero DJBB.

(3) Untuk mengetahui tahap siap bertindak dalam proses sosialisasi program Listrik Prabayar melalui media massa cetak (surat kabar "Pikiran Rakyat") kepada masyarakat yang dilakukan oleh humas PT. PLN Persero DJBB.

(4) Untuk mengetahui Sosialisasi Program Listrik Prabayar melalui Media Massa Cetak.

.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Kegunaan secara teoritis dari penelitian yang dilakukan, diharapkan dapat membantu dalam pengembangan pengetahuan, pengembangan ilmu komunikasi pada umumnya, yaitu khususnya dalam bidang kajian *Public Relations* tentang bagaimana Sosialisasi Program Listrik Prabayar oleh Humas

PT. PLN Distribusi Jawa Barat dan Banten melalui Harian Umum “Pikiran Rakyat” kepada Masyarakat .

1.4.2 Kegunaan Praktis

(1) Kegunaan bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat memberi pengetahuan dan pengalaman bagi peneliti, khususnya dalam mengetahui kegiatan humas tentang *Sosialisasi Program Listrik Prabayar melalui Media Massa.*

(2) Kegunaan bagi Akademik

Kegunaan penelitian ini bagi Program Studi Ilmu Komunikasi maupun Universitas Komputer Indonesia secara keseluruhan yakni, diharapkan dapat menjadi literatur, bahan pengembangan dan penerapan Ilmu Komunikasi terutama Ilmu Humas dan juga sebagai bahan perbandingan dan pengembangan bagi penelitian sejenis lainnya untuk masa yang akan datang.

(3) Kegunaan bagi perusahaan

Dengan adanya penelitian mengenai sosialisasi, yang dilakukan humas PT. PLN Distribusi Jawa Barat dan Banten dalam *Sosialisasi Program Listrik Prabayar melalui Media Massa*, diharapkan dapat menjadi salah satu informasi, evaluasi, dan referensi bagi *public relation* PT. PLN Distribusi Jawa Barat dan Banten.

1.5 Kerangka Pemikiran

1.5.1 Kerangka Pemikiran Teori

Dalam kerangka pemikiran ini, peniliti akan berusaha membahas pokok masalah dalam rumusan masalah. Bahan tersebut akan dijelaskan dengan menggunakan teori yang ada hubungannya untuk membantu menjawab pokok masalah.

Sosialisasi dapat terjadi melalui interaksi sosial secara langsung ataupun tidak langsung. Proses sosialisasi dapat berlangsung melalui kelompok sosial, seperti keluarga, lingkungan kerja, maupun media massa. George Herbert Mead berpendapat bahwa sosialisasi yang dilalui seseorang dapat dibedakan melalui tahap-tahap, sebagai berikut.

(1). Tahap Persiapan (*Preparatory Stage*)

Tahap persiapan ini adalah tahap dimana humas PT. PLN DJBB memilih media yang akan digunakan dalam proses sosialisasi program listrik prabayar, serta sasaran yang akan dituju dalam proses sosialisasi program listrik prabayar dan tujuan yang ingin diraih dalam proses sosialiasi tersebut.

(2). Tahap Meniru (*Play Stage*)

Tahap meniru ini adalah tahap dimana humas PT. PLN DJBB melihat keefektifan dalam proses sosialisasi yang dilakukan melalui media massa cetak surat kabar pada pemahaman masyarakat, serta hambatan yang diperoleh dalam proses sosialisasi tersebut dan juga apakah isi pesan yang disampaikan dalam proses sosialisasi melalui media massa cetak surat kabar.

(3). Tahap Siap Bertindak (*Game Stage*)

Pada tahap ini humas PT. PLN DJBB menggunakan bentuk media sosialisasi tambahan untuk menunjang proses sosialisasi yang telah dilakukan melalui media massa cetak surat kabar, serta bagaimana humas PT. PLN DJBB meyakinkan masyarakat apabila terdapat kesalahpahaman dalam proses sosialisasi. Pada tahap ini humas PT. PLN DJBB menyediakan forum bagi masyarakat untuk mendapatkan informasi seputar program layanan yang dimiliki PT. PLN.

1.5.2 Kerangka Pemikiran Konseptual

Dari penjabaran teori pada kerangka pemikiran teori, maka peneliti akan melihat bagaimana proses sosialisasi yang dilakukan humas PT.PLN Distribusi Jawa Barat dan Banten dalam menyosialisasikan program listrik prabayar melalui media massa. Proses sosialisasi tersebut meliputi tahap persiapan, dimana pada tahap ini humas PT. PLN Distribusi Jawa Barat dan Banten memilih/menentukan media yang akan digunakan dalam menyosialisasikan program listrik prabayar kepada masyarakat, dan juga menentukan siapa sasaran dari sosialisasi tersebut hingga adapun tujuan yang ingin diraih oleh humas PT. PLN Distribusi Jawa Barat dan Banten dalam proses sosialisasi tersebut.

Pada tahap selanjutnya yaitu tahap meniru, yaitu tahap dimana humas PT. PLN Distribusi Jawa Barat dan Baanten sudah melakukan sosialisasi

program listrik prabayar kepada masyrakat, dan menilai keefektifan dari penggunaan media serta isi pesan yang disampaikan dalam proses sosialisasi tersebut. Pada tahap ini humas memahami adanya hambatan dalam penggunaan media massa cetak surat kabar tersebut.

Pada tahap siap bertindak, dimana proses tahap persiapan dan tahap meniru sudah terjadi dalam proses sosialisasi. Pada tahap siap bertindak ini humas PT. PLN Distribusi Jawa Barat dan Banten menggunakan media lain dalam proses sosialisasi guna memberikan informasi yang lebih jelas kepada masyarakat, adapun tindakan dari humas PT. PLN Distribusi Jawa Barat dan Banten yang menanggulangi kesalahpahaman dalam proses sosialisasi melalui media massa cetak surat kabar, dengan menyediakan forum dalam jejaring sosial dan website PLN untuk wadah bagi masyarakat dalam menanyakan hal seputar informasi kelistrikan.

1.6 Subjek dan Informan Penelitian

1.6.1 Subjek Penelitian

Subjek penelitian adalah sesuatu, baik orang, benda ataupun lembaga (organisasi), yang sifat-keadaannya (“attribut”-nya) akan diteliti. Dengan kata lain subjek penelitian adalah sesuatu yang di dalam dirinya melekat atau terkandung objek penelitian.

Yang menjadi Subjek penelitian pada penelitian ini adalah staff humas PT. PLN Distribusi Jawa Barat dan Banten.

1.6.2 Informan Penelitian

Informan (narasumber) penelitian adalah seseorang yang memiliki informasi (data) banyak mengenai objek yang sedang diteliti, dimintai informasi mengenai objek penelitian tersebut. Lazimnya informan atau narasumber penelitian ini ada dalam penelitian yang subjek penelitiannya berupa "kasus" (satu kesatuan unit), antara lain yang berupa lembaga atau organisasi atau institusi (pranata) sosial.

Pemilihan informan dilakukan dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Menurut Kriyantono, dalam buku Teknik Praktis Riset Komunikasi, Teknik purposive sampling teknik ini mencakup orang-orang yang diseleksi atas dasar kriteria-kriteria tertentu yang dibuat peneliti berdasarkan tujuan penelitian. (Kriyantono, 2007:154)

Penelitian ini menggunakan *purposive sampling* karena informan menjadi sumber informasi yang mengetahui tentang penelitian yang sedang diteliti. Dengan pertimbangan bahwa merekalah yang paling mengetahui informasi penelitian.

Di antara sekian informan tersebut, ada yang disebut narasumber kunci (*key informan*) seorang ataupun beberapa orang, yaitu orang atau orang-orang yang paling banyak menguasai informasi (paling banyak tahu) mengenai objek yang sedang diteliti tersebut.

Informan kunci dalam penelitian ini adalah Staf Humas PT. PLN (Persero) Distribusi Jawa Barat dan Banten, Staf Humas PT. PLN (Persero) Distribusi Jawa Barat dan Banten yang memiliki peranan untuk

menyosialisasikan program Listrik Prabayar, diharapkan mampu memberikan pernyataan yang objektif seputar Program Listrik Prabayar dan seputar sosialisasi mengenai program Listrik Prabayar. Peneliti memilih dua orang staf humas PT. PLN (Persero) Distribusi Jawa Barat dan Banten. Dapat dilihat seperti tabel dibawah ini:

Tabel 1.1

Informan Kunci Penelitian

No	Nama	Umur	Jabatan
1	Agus Yuswanta	31 Tahun	Humas *(assistant officer protocol)* PT. PLN DJBB
2	Yayoek	50 Tahun	Humas *(assistant officer* dokumentasi dan perpustakaan) PT. PLN DJBB

Sumber : Data Penelitian 2011

Peneliti juga menambahkan empat orang masyarakat pengguna listrik prabayar sebagai informan tambahan. Dapat dilihat seperti tabel dibawah ini:

Tabel 1.2

Informan tambahan

No	Nama	Umur	Keterangan
1	Rani Indriani	40 Tahun	Masyarakat/pengguna LPB
2	Asri M.S	26 Tahun	Masyarakat/pengguna LPB
3	Aline Reskha Dewi	38 Tahun	Masyarakat/pengguna LPB
4	Aria Nugraha	33 Tahun	Masyarakat/pengguna LPB

Sumber : Data Penelitian 2011

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan triangulasi data dengan maksud untuk menguji keabsahan data yang diperoleh oleh peneliti.

Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain. Di luar itu data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu. (Moleong, 2007:330)

Peneliti menggunakan teknik triangulasi yang memanfaatkan sumber. Triangulasi dengan sumber berarti membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam penelitian kualitatif. Hal ini dapat dicapai dengan jalan:

1. Membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara,
2. Membandingkan apa yang dikatakan orang di depan umum dengan apa yang dikatakannya secara pribadi,
3. Membandingkan apa yang dikatakan orang-orang tentang situasi penelitian dengan apa yang dikatakannya sepanjang waktu,
4. Membandingkan keadaan dan perspektif seseorang dengan berbagai pendapat dan pandangan orang,
5. Membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan. (Moleong, 2007:330)

Peneliti membandingkan data yang didapatkan dari informan kunci yaitu Humas PT. PLN (Persero) Distribusi Jawa Barat dan Banten dengan informan tambahan yaitu masyarakat pengguna listrik prabayar mengenai sosialisasi program listrik prabayar melalui media massa untuk mendapatkan keabsahan data dari data-data yang diperoleh oleh peneliti selama penelitian berlangsung.

1.7 Metode Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif menurut Bogdan dan Taylor merupakan prosedur penelitian yang menghasilkan data-data deskripsi yang berupa kata-kata tertulis atau lisan yang didasari oleh orang atau perilaku yang diamati.

Sedangkan metode yang dipakai adalah metode deskriptif. Menurut Ruslan (2004) yang mengemukakan bahwa "dalam penelitian deskriptif, untuk menggambarkan karakteristik (ciri-ciri), individu, situasi atau kelompok tertentu. Penelitian relatif sederhana yang tidak memerlukan landasan teoritis rumit atau pengajuan hipotesis tertentu".

Penelitian deskriptif juga berarti penelitian yang dimaksud untuk menjelaskan. Pendekatan ini bertujuan memperoleh pemahaman dan menggambarkan realitas yang kompleks (Nasution, 1992:3).

Menurut Jalaludin Rakhmat (2004:25), penelitian deskriptif bertujuan untuk:

(1) Mengumpulkan informasi aktual secara rinci yang melukiskan gejala yang ada
(2) Mengidentifikasi masalah atau memeriksa kondisi dan praktek-praktek yang berlaku
(3) Membuat perbandingan atau evaluasi
(4) Menentukan apa yang dihadapi orang lain dalam menghadapi masalah yang sama dan belajar dari pengalaman mereka untuk menetapkan rencana dan keputusan pada waktu yang akan datang.

Winarno Surachmad menyatakan bahwa: “Penyelidikan deskriptif tertuju pada pemecahan masalah yang ada pada masa sekarang yang mencakup berbagai teknik diantaranya adalah penyelidikan yang menuturkan, menganalisa dan mengklarifikasian penyelidikan dengan tehnik *survey, interview*, angket, observasi atau teknik test, studi kasus, studi kooperatif atau operasional.” (Surachmad, 1982:139).

1.8 Teknik Pengumpulan Data

(1) Wawancara Mendalam

Menurut Baskin Et Al (1997) wawancara bisa menjadi cara yang berhasil untuk memperoleh informasi dari publik. Pewawancara yang terampil dapat diperoleh informasi yang sulit untuk dilakukan oleh pewawancara biasa (sukarela). Wawancara adalah suatu cara pengumpulan data dimana peneliti menanyakan secara langsung kepada responden mengenai pertanyaan-pertanyaan yang akan digunakan dalam penelitian dan mencatat hasil jawaban responden.

Wawancara juga dimaksudkan untuk memudahkan dalam proses pengumpulan informasi yang selanjutnya akan dikaji mengenai permasalahan yang diangkat langsung dari informan yang dianggap menguasai permasalahan tersebut. Dalam wawancara mengacu kepada pertanyaan-pertanyaan yang telah disusun sebelumnya dan tidak menutup kemungkinan terdapat pertanyaan tambahan seiring pembicaraan dalam wawancara tersebut

yang berkembang dan menarik untuk dijadikan informasi tambahan untuk menguatkan data guna hasil penelitian yang maksimal.

(2) Observasi

Observasi ialah metode atau cara-cara yang menganalisis dan mengadakan pencatatan secara sistematis mengenai tingkah laku dengan melihat atau mengamati individu atau kelompok secara langsung.

(3) Studi Pustaka

Studi pustaka adalah kegiatan pencarian data dengan menggunakan dokumen-dokumen tertulis seperti buku, surat kabar, majalah, dan dokumen-dokumen lainnya.

Internet searching juga merupakan bagian dari studi pustaka,*internet searching* yang berarti pencarian suatu data melalui jaringan *internet*. Dalam melakukan *internet searching* biasanya kita gunakan search engine sebagai mesin pembantu dalam pencarian situs tersebut. *Search engine* adalah sebuah fasilitas (web) yang bisa mencari *links* dari situs lain. Ada berbagai macam search engine yang bisa kita gunakan dalam *searching*, yaitu; *Yahoo*, *Google*, *Altavista*, *lycos*, *Astaga*, *msn*, dan lain sebagainya.

Menurut Ramdan dalam blognya "Ramdan *Blog Arcive*":

"Dokumentasi adalah semua kegiatan yang berkaitan dengan photo, dan penyimpanan photo. Pengumpulan, pengolahan, dan penyimpanan informasi dalam bidang pengetahuan. Kumpulan bahan atau dokumen yang dapat digunakan sebagai asas bagi sesuatu kejadian, penghasilan sesuatu terbitan.

1.9 Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan dengan metode deskriptif meliputi tahapan-tahapan sebagai berikut:

(1) Pengumpulan data dilakukan oleh peneliti saat melakukan observasi awal sehingga pada tahap penelitian akhir dilakukan dengan mengumpulkan berbagai macam mengenai sosialisasi yang dilakukan oleh *public relations* PT. PLN Distribusi Jawa Barat dan Banten.

(2) Klasifikasi data yaitu proses penelitian, proses penyederhanaan data kasar yang berasal dari catatan tertulis lapangan penelitian, membuat ringkasan, penggolongan dan kualifikasi jawaban informan atau penelitian kembali catatan yang diperoleh setelah melakukan penelitian.

(3) Analisis data yaitu penyususnan penyajian kategori jawaban dalam tabel, gambar atau kecenderungan dari informan disertai analisis awal terhadap berbagai temuan data di lapangan sebagai proses awal dalam pengolahan data.

(4) Proses akhir analisis penelitian dan pembahasan yang didasarkan pada berbagai teori yang digunakan, dimana di dalamnya ditentukan oleh suatu kepastian mengenai aspek teori dan kesesuaian dengan fakta hasil penelitian dilapangan.

1.10 Lokasi dan Waktu Penelitan

(1) Lokasi : PT. PLN (Persero) Distribusi Jawa Barat dan Banten, tepatnya dibagian Komunikasi(Humas). Yang beralamat di Jl. Asia Afrika No. 63 Bandung. Telepon (022) 4230747, web www.pln.co.id , Fax 4230822 .

(2) Waktu : Waktu Penelitian dilakukan mulai dari bulan Februari 2011 sampai bulan Juli 2011. Untuk lebih jelasnya, rincian waktu penelitian dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 1.3

Waktu dan Jadwal Penelitian

No	Kegiatan	Februari				Maret				April				Mei				Juni				Juli			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Pengajuan judul																								
2	Penulisan Bab 1																								
	Bimbingan																								
3	Seminar UP																								
4	Penulisan Bab II																								
	Bimbingan																								
5	Penulisan Bab III																								
	Bimbingan																								

6	Pengumpulan Data																							
	Wawancara																							
	Bimbingan																							
7	Pengolahan Data																							
	Penulisan Bab IV																							
	Bimbingan																							
8	Penulisan Bab V																							
	Bimbingan																							
9	Penyusunan Bab																							
10	Sidang kelulusan																							

Sumber : *Peneliti Maret 2011*

1.11 Sistematika Penelitian

Sistematika penelitian pada skripsi ini adalah sebagai berikut :

A. Bab 1 : PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang penelitian, identifikasi masalah, maksud dan tujuan penelitian, kegunaan penelitian, kerangka pemikiran, subjek dan informan penelitian, metode penelitian, tehnik pengumpulan data, tehnik analisa data, lokasi dan waktu penelitian, dan sistematika penelitian.

B. Bab 2 : TINJAUAN PUSTAKA

Pada Bab ini peneliti mencoba meninjau permasalahan dari aspek teoritis dalam mengkaji tinjauan komunikasi meliputi: Definisi komunikasi, unsur-unsur komunikasi, tujuan dan fungsi komunikasi, bentuk komunikasi.Tinjauan tentang humas, tinjauan tentang prinsip-prinsip hubungan pers yang baik, tinjauan tentang hubungan pers. Tinjauan tentang media massa, tinjauan tentang peran media massa, tinjauan tentang komunikasi massa, tinjauan tentang fungsi komunikasi massa, tinjauan tentang karakteristik komunikasi massa, , tinjauan tentang masyarakat.

C. Bab 3 : OBJEK PENELITIAN

Bab ini berisi semua hal yang berkaitan dengan objek penelitian yakni sejarah perusahaan, visi, misi moto perusahaan, sejarah humas PT. PLN (Persero) DJBB, visi, misi, strategi humas PT. PLN (Persero) DJBB, logo perusahaan, struktur perusahaan, struktur divisi humas PT. PLN (Persero) DJBB, *job description* humas PT. PLN (Persero) DJBB, kegiatan Internal dan Eksternal humas PT. PLN (Persero) DJBB, tinjauan tentang Listrik Prabayar.

D. Bab 4 : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi hasil analisa dari hasil pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti.

E. Bab 5 : PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dan saran dari hasil penelitian skripsi.