BAB III

OBJEK PENELITIAN

3.1 Tinjauan tentang PT.PLN (Persero) Distribusi Jawa Barat dan Banten

Sejarah merupakan pengalaman dan perjalanan masa lalu dalam kurun waktu tertentu. Begitu pula halnya dengan pengalaman dan perjalanan PT. PLN (Persero) Distribusi Jawa Barat dan Banten menyimpan catatan sejarah yang cukup panjang.

Awal kelistrikan di Bumi Parahyangan sudah ada semenjak Pemerintah Kolonial Belanda masih bercokol di tataran tanah Sunda. Di tahun 1905, di Jawa Barat khususnya kota Bandung, berdiri perusahaan yang mengelola penyediaan tenaga listrik bagi kepentingan publik. Nama perusahaan itu Bandung *Sche Electriciteit Maatschaappij* (BEM).

Dalam perjalanannya, BEM pada tanggal 1 Januari 1920 berubah menjadi Perusahaan Perseroan menjadi *Gemeenschapplijk Electriciteit Bedrijf Voor Bandoeng* (GEBEO) yang pendiriannya dikukuhkan melalui akte notaris Mr. Andriaan Hendrik Van Ophuisen dengan Nomor: 213 pada tanggal 31 Desember 1949.

Setelah kekuasaan penjajahan beralih ke tangan Pemerintah Jepang, di antara rentah waktu 1942 - 1945, pendistribusian tenaga listrik dilaksanakan oleh *Djawa Denki Djigyo Sha Bandoeng Shi Sha* dengan wilayah kerja di seluruh Pulau Jawa.

Setelah Indonesia merdeka, tahun 1957 menjadi awal penguasaan pengelolaan penyediaan tenaga listrik di seluruh tanah air yang ditangani langsung oleh Pemerintah Indonesia.

27 Desember 1957, GEBEO diambil alih oleh Pemerintah Indonesia yang kemudian dikukuhkan lewat Peraturan Pemerintah No. 86 Tahun 1958 j.o. Peraturan Pemerintah No. 18 Tahun 1959.

Selanjutnya, di tahun 1961 melalui Peraturan Pemerintah No. 67 dibentuk Badan Pimpinan Umum Perusahaan Listrik Negara (BPU-PLN) sebagai wadah kesatuan pimpinan PLN. Sejalan dengan itu, PLN Bandung pun berubah menjadi PLN Exploitasi XI sebagai kesatuan BPU-PLN di Jawa Barat, di luar DKI Jaya dan Tangerang.

Pada tahun 1970-an dikeluarkan Peraturan Pemerintah No. 18 Tahun 1972 tentang Perusahaan Umum Listrik Negara yang menyebutkan status PLN menjadi Perusahaan Umum Listrik Negara. Kemudian, berdasarkan Pengumuman PLN Exploitasi XI No. 05/DIII/Sek/1975 tanggal 14 Juli 1975, PLN Exploitasi XI diubah namanya menjadi Perusahaan Umum Listrik Negara Distribusi Jawa Barat.

Memasuki era 1990-an, dengan adanya Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No. 23 Tahun 1994 pada tanggal 16 Juni 1994, Perusahaan Umum Listrik Negara Distribusi Jawa Barat diubah lagi menjadi Perusahaan Perseroan (Persero) dengan nama PT PLN (Persero) Distribusi Jawa Barat sejak tanggal 30 Juli 1994.

Untuk memenuhi tuntutan perubahan dan perkembangan kelistrikan yang dari tahun ke tahun cenderung mengalami peningkatan, maka keluarlah

Keputusan Direksi PT PLN (Persero) No. 28.K/010/DIR/2001 tanggal 20 Februari 2001 yang menjadi landasan hukum perubahan nama PT PLN (Persero) Distribusi Jawa Barat menjadi PT PLN (Persero) Unit Bisnis Distribusi Jawa Barat.

Pada akhirnya, dengan mengacu pada Keputusan Direksi PT PLN (Persero) No. 120.K/010/DIR/2002 tanggal 27 Agustus 2002, PT PLN (Persero) Unit Bisnis Distribusi Jawa Barat berubah lagi namanya menjadi PT PLN (Persero) Distribusi Jawa Barat dan Banten, di mana wilayah kerjanya meliputi Propinsi Jawa Barat dan Propinsi Banten, hingga saat ini.

3.2 Visi, Misi dan Moto PT. PLN (Persero) Distribusi Jawa Barat dan Banten

A. Visi

Diakui sebagai Perusahaan Kelas Dunia yang Bertumbuh-kembang, Unggul dan Terpercaya dengan bertumpu pada Potensi insani.

Penjabaran :

Diakui

Mencerminkan cita-cita untuk meraih pengakuan dari pihak luar yang menunjukkan bahwa PLN pantas dipandang sebagai Perusahaan Kelas Dunia.

Kelas Dunia

Menunjukkan kinerja yang melebihi ekspektasi pihak-pihak yang berkepentingan. Memberikan layanan yang mudah, terpadu, dan tuntas dalam berbagai masalah kelistrikan. Menjalin hubungan kemitraan yang akrab dan setara dengan pelanggan serta mitra usaha Nasional dan Internasional. Bekerja

dengan pola pikir prima (*Mindset of Excellence*). Diakui oleh pelanggan dan mitra kerja sebagai perusahaan yang mampu memenuhi standar mutakhir dan paling baik.

Bertumbuh-kembang

Antisipatif terhadap perkembangan lingkungan usaha dan selalu siap menghadapi berbagai tantangan. Secara konsisten menunjukkan kinerja yang lebih baik.

Unggul

Menjadi yang terbaik dalam bisnis kelistrikan dan memenuhi tolok ukur mutakhir dan terbaik. Memposisikan diri sebagai Perusahaan yang terkemuka dalam percaturan bisnis kelistrikan dunia. Mengelola usaha dengan mengedepankan pemberdayaan potensi insani secara maksimal. Meningkatkan kualitas proses, sistem, produk, dan pelayanan secara berkesinambungan.

Terpercaya

Memegang teguh etika bisnis yang tertinggi. Menghasilkan kinerja terbaik secara konsisten. Menjadi Perusahaan pilihan.

Potensi Insani

Keberhasilan perusahaan lebih ditentukan oleh kesadaran anggota perusahaan untuk memunculkan seluruh potensi mereka dalam wujud wawasan aspiratif dan etikal, rasa kompeten, motivasi kerja, semangat belajar inovatif dan semangat bekerja sama. Potensi insani diperkaya dengan kompetensi yang terbentuk dari pengetahuan substantial, pengetahuan kontekstual, keterampilan, kemampuan, pengalaman, dan jenjang kerja sama.

Konsekuensi Visi terhadap strategi korporat

Mewujudkan kinerja Perusahaan dengan kualitas setaraf kelas dunia dalam usaha bisnis kelistrikan. Berfokus pada peningkatan kualitas proses secara terus-menerus untuk memperoleh hasil yang maksimal. Membangun lingkungan kerja yang memungkinkan anggota perusahaan mentransformasikan potensi mereka menjadi kinerja Perusahaan yang dihargai tinggi.

B. Misi

Menjalankan bisnis kelistrikan dan bidang lain yang terkait, berorientasi pada kepuasan pelanggan, anggota perusahaan dan pemegang saham.

Konsekuensi terhadap strategi korporat :

1. Mencari dan memanfaatkan peluang usaha secara berkesinambungan di bidang bisnis kelistrikan dan usaha lain yang terkait.
2. Mengembangkan budaya pelayanan.
3. Menerapkan prinsip-prinsip penyelenggaraan perusahaan yang baik (good corporate governance).
4. Anggota Perusahaan perlu menyadari bahwa bisnis kelistrikan adalah bagian dari upaya untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat.
5. Berusaha secara konsisten untuk meningkatkan jangkauan pelayanan kelistrikan.

Menjadikan tenaga listrik sebagai media untuk meningkatkan kualitas kehidupan masyarakat.

Konsekuensi terhadap strategi korporat :

1. Mengembangkan dan menjalankan bisnis kelistrikan sesuai dengan harapan dan aspirasi masyarakat.
2. Mengembangkan usaha kelistrikan yang selaras dengan kebutuhan pertumbuhan ekonomi di pasar yang kompetitif.

Mengupayakan agar tenaga listrik menjadi pendorong kegiatan ekonomi.

Konsekuensi terhadap strategi korporat :

1. Meningkatkan partisipasi masyarakat dalam kegiatan produktif.
2. Memacu pemanfaatan energi listrik secara tepat guna dan memberikan nilai tambah bagi sektor ekonomi.
3. Menjadi pelopor dalam membangun masyarakat yang sadar dan cinta lingkungan.

Menjalankan kegiatan usaha yang berwawasan lingkungan.

Konsekuensi terhadap strategi korporat :

1. Membangun dan mengoperasikan fasilitas kelistrikan yang akrab dengan lingkungan alam dan lingkungan sosial.
2. Menjaga dan memelihara semua fasilitas kelistrikan sehingga tidak mencemari lingkungan.

C. Moto

Listrik untuk Kehidupan yang Lebih Baik *(Electricity for a Better Life)*

Panduan Tata Nilai Anggota Perusahaan

PT. PLN (Persero) mewujudkan wawasan bersama dengan selalu menjunjung dan menerapkan nilai-nilai :

Saling Percaya (*mutual trust*)

Suasana saling menghargai dan terbuka di antara sesama anggota Perusahaan yang dilandasi oleh keyakinan akan integritas, itikad baik, dan kompetensi dari pihak-pihak yang saling berhubungan dalam penyelenggaraan praktek bisnis yang bersih dan etikal.

Nilai Saling Percaya ini tercermin dalam :

- hubungan antara sesama anggota perusahaan.
- hubungan antara pimpinan dengan bawahan.
- berhubungan dengan pelanggan.
- berhubungan dengan pemasok dan mitra kerja lainnya.
- berhubungan dengan pemerintah / *shareholder*.
- berhubungan dengan masyarakat.
- berhubungan dengan Serikat Pekerja.

Sikap dan perilaku yang harus dimiliki oleh anggota perusahaan untuk mengaktualisasikan **Nilai Saling Percaya** :

- Berpikir dan berperilaku positif terhadap diri sendiri dan orang lain.

- Bersikap objektif dalam menilai, menganalisa dan mengambil keputusan.
- Terbuka terhadap kritik, saran serta bersedia memberi informasi yang diperlukan sesama anggota perusahaan sesuai dengan kewenangan dan batas-batas yang diijinkan.
- Mampu berbagi pengalaman baik yang diperoleh dari diklat, seminar dan penugasan di antara sesama anggota perusahaan.
- Memberi semangat dan saling mendukung.
- Bersikap arif dan adil dalam menanggapi kesalahan yang dilakukan oleh orang lain.
- Berani bertanggung-jawab atas keputusan yang diambil.
- Siap memberi bantuan, baik diminta atau atas inisiatif sendiri.
- Menjalin hubungan baik dan saling menghormati.
- Bersedia menyampaikan informasi secara proporsional dan dapat dipercaya kepada pihak yang berkepentingan.
- Bersedia meneerima kritik dan menghargai pendapat orang lain.
- Berani menyampaikan pendapat dan gagasan secara etikal.
- Memberikan kemudahan akses informasi bagi sesama anggota perusahaan sesuai batas-batas kewenangan.
- Menciptakan mekanisme kerja dan prosedur pelayanan yang jelas dan transparan.
- Membuka kesempatan bagi bawahan untuk terlibat dalam proses pengambilan keputusan.

- Memberikan penilaian atas perstasi dan kemampuan anggota perusahaan harus dilakukan secara objektif dan transparan.

Integritas (*integrity*)

Wujud dari sikap anggota perusahaan yang secara konsisten menunjukkan kejujuran, keselarasan antara perkataan dan perbuatan, dan rasa tanggung jawab terhadap pengelolaan perusahaan dan pemanfaatan kekayaan perusahaan untuk kepentingan baik jangka pendek maupun jangka panjang, serta rasa tanggung jawab terhadap semua pihak yang berkepentingan.

Nilai integritas ini diwujudkan dalam hubungan :

- antar sesama anggota perusahaan.
- antara pimpinan-bawahan.
- pemanfaatan aset perusahaan.
- dengan pelanggan, pemasok dan mitra kerja lainnya.
- dengan pemerintah/pemegang saham.
- dengan masyarakat umum.
- dengan lingkungan hidup.

Sikap dan perilaku yang harus dimiliki oleh anggota perusahaan untuk mengaktualisasikan **Nilai Integritas** :

- Menghormati dan mematuhi peraturan perundang-undangan dan kebijakan Perusahaan dalam melaksanakan tugas.
- Cerdas, bijak, adil dalam menjalankan tugas Perusahaan.

- Menghargai persamaan hak dan kewajiban untuk menciptakan hubungan kerja yang harmonis.
- Bertanggung-jawab terhadap keselamatan kerja dan menjaga kerahasiaan serta keamanan dokumen Perusahaan.
- Ikut bertanggung-jawab dalam usaha melestarikan lingkungan dalam kaitannya dengan pembangunan dan kegiatan operasional prasarana kelistrikan.
- Semua anggota Perusahaan tidak akan menyalahgunakan wewenang dan berupaya mencegah KKN (korupsi, kolusi, nepotisme)
- Bersedia bekerja keras.
- Memegang teguh komitmen atas hasil keputusan yang telah disepakati bersama.
- Konsisten dalam setiap langkah dan tindakan.
- Selalu bertindak jujur, tertib, disiplin dan transparan.
- Setiap program dan kegiatan harus dihasilkan melalui proses analisis yang mempertimbangkan tolok ukur normatif serta *cost & benefit* untuk memberikan manfaat bagi perusahaan.
- Bersedia berinovasi dalam menjalankan tugas.
- Menghargai waktu dalam menjalankan tugas.
- Melakukan pekerjaan secara cermat dan tepat.

Peduli (*care*)

Cerminan dari suatu niat untuk menjaga dan memelihara kualitas kehidupan kerja yang dirasakan anggota perusahaan, pihak-pihak yang berkepentingan dalam rangka bertumbuh kembang bersama, dengan dijiwai kepekaan terhadap setiap permasalahan yang dihadapi perusahaan serta mencari solusi yang tepat.

Nilai Peduli ini ditunjukkan dalam :

- hubungan antara sesama anggota perusahaan.
- hubungan antara pimpinan-bawahan.
- menjaga kondisi dan pemanfaatan aset perusahaan.
- berhubungan dengan pelanggan/pemasok dan mitra kerja lainnya.
- berhubungan dengan pemerintah/pemegang saham.
- berhubungan dengan masyarakat umum.
- menjaga keselarasan lingkungan hidup.
- menjaga keamanan dan keselamatan kerja.

Sikap dan perilaku yang harus dimiliki oleh anggota perusahaan untuk mengaktualisasikan **Nilai Peduli** :

- Memahami kepentingan orang lain.
- Mau membantu orang lain yang mengalami kesulitan dalam mengangani pekerjaan.
- Menghargai waktu dalam menjalankan tugas Perusahaan.
- Menaruh perhatian dan mengambil inisiatif untuk mengatasi masalah-masalah yang timbul di Perusahaan.

- Sopan dan menghormati orang lain.
- Memelihara, melengkapi dan memperbarui informasi yang berhubungan dengan bidang tugasnya.
- Memberikan pelayanan sebaik mungkin, baik terhadap sesama anggota Perusahaan, pelanggan maupun mitra kerja.
- Memberikan perhatian dan penghargaan terhadap prestasi.
- Bersedia menerima dan memberi teguran sesuai dengan peraturan yang berlaku.
- Menjaga dan memelihara sarana & fasilitas Perusahaan yang menjadi tanggung-jawabnya.
- Mengutamakan kepuasan pelanggan dan memperhatikan kepentingan *stakeholder*.
- Menciptakan sistem dan prosedur yang tidak berbelit-belit (birokratis) dan cara kerja yang memberikan kemudahan pada orang lain.
- Mewaspadai dan mencermati gejala-gejala yang timbul di lingkungan kerja serta berusaha melakukan tindakan yang diperlukan.
- Membantu kesulitan rekan kerja dalam membangun semangat kebersamaan untuk mencapai keberhasilan bersama.
- Memberi perhatian dan menghargai pendapat orang lain serta bersedia melakukan koreksi diri.

- Berusaha mendapatkan masukan untuk meningkatkan mutu produk dan pelayanan.

Pembelajar (*learner*)

Sikap anggota perusahaan untuk selalu berani mempertanyakan kembali sistem dan praktek pembangunan, manajemen dan operasi, serta berusaha menguasai perkembangan ilmu dan teknologi mutakhir demi pembaruan Perusahaan secara berkelanjutan.

Nilai Pembelajar ini harus diwujudkan oleh seluruh anggota Perusahaan dengan :

- Pengembangan individu anggota perusahaan.
- Pembaruan Perusahaan.
- Beradaptasi dengan perubahan lingkungan bisnis.

Sikap dan perilaku yang harus dimiliki oleh anggota perusahaan untuk mengaktualisasikan **Nilai Pembelajar** :

- Bersedia berbagi pengetahuan dan pengalaman dengan sesama anggota Perusahaan.
- Menumbuhkan rasa ingin tahu serta menghargai ide dan karya inovatif.
- Mendorong anggota Perusahaan untuk berinisiatif dalam pengembangan diri secara terus-menerus.
- Membiasakan diri untuk berbicara secara realistik yang didukung oleh data dan fakta.

- Bekerja berdasarkan standar terbaik dan profesional sehingga didapatkan kualitas dan kuantitas hasil pekerjaan yang berbobot.
- Memelihara semangat untuk beradaptasi dalam mengelola perubahan secara konstruktif.
- Memelihara *achievement motivation* yang tinggi.
- Proaktif mencari peluang pengembangan usaha serta memimpin dinamika perubahan usaha.
- Membangun semangat kerjasama untuk menumbuhkan sinergi antar fungsi dan antar tim.
- Memberdayakan orang lain untuk maju dan mandiri.

3.3 Wilayah Kerja

Luas wilayah kerja PT PLN (Persero) Distribusi Jawa Barat dan Banten (PLN DJBB) menjangkau lebih dari 42.196 km² yang meliputi Propinsi Jawa Barat dan Propinsi Banten, kecuali Tangerang.

Jumlah konsumen yang mencapai lebih dari 8,474 juta pelanggan, atau 22 % dari jumlah pelanggan PLN secara nasional, menjadikan PLN DJBB merupakan Unit PLN terbesar di Indonesia.

Wilayah dan beban kerja yang sedemikian besarnya, dikelola oleh Unit-unit Pelaksana Area Pelayanan dan Jaringan (APJ) dan Area Pengatur Distribusi (APD), dengan komposisi sebagai berikut :

- Area Pelayanan Jaringan (APJ) : 16 Unit
- Area Pengatur Distribusi (APD) : 1 Unit

- Unit Pelayanan dan Jaringan (UPJ) : 100 Unit
- Unit Pelayanan dan Jaringan Prima (UPJ Prima) : 7 Unit
- Kantor Pelayanan (KP) : 191 KP

Adapun Unit-unit Pelaksana tersebut adalah :

- APD Bandung
- APJ Bandung
- APJ Banten Utara
- APJ Banten Selatan
- APJ Bekasi
- APJ Bogor
- APJ Cianjur
- APJ Cimahi
- APJ Cirebon
- APJ Depok
- APJ Garut
- APJ Karawang
- APJ Majalaya
- APJ Purwakarta
- APJ Sukabumi
- APJ Sumedang
- APJ Tasikmalaya

3.4 Sejarah Divisi Humas PT. PLN Distribusi Jawa Barat dan Banten

Humas PT.PLN (Persero) merupakan salah satu bagian dari bidang Komunikasi, Hukum,dan Administrasi PT.PLN (Persero) Jawa Barat dan Banten. Bagian – bagian lainnya adalah Bagian Hukum dan Bagian Administrasi, fasilitas dan umum. Tujuan komunikasi perusahaan adalah terwujudnya citra positif dan tercapainya suasana saling pengertian dan saling percaya antara perusahaan dengan *stakeholders* melalui pendekatan kehumasan. Hubungan masyarakat (HUMAS) atau *Public Relations* PT.PLN merupakan komunikasi dua arah perusahaan dengan publiknya (*stakeholders*) secara timbal balik dalam rangka mendukung fungsi dan tujuan manajemen dengan meningkatkan pembinaan kerjasama serta pemenuhan kepentingan bersama, sehingga terbentuk opini dan citra positif.

3.5 VISI, MISI , dan STRATEGI HUMAS PT. PLN (Persero) Distribusi Jawa Barat dan Banten

3.5.1 VISI Humas PT. PLN (Persero) Distribusi Jawa Barat dan Banten

Menjadikan PT PLN (Persero) Distribusi Jawa Barat dan Banten sebagai perusahaan yang didukung oleh publik internal dan eksternal guna menjamin kelangsungan aktivitas perusahaan serta keberhasilan mencapai target yang telah ditetapkan.

3.5.2 MISI Humas PT. PLN (Persero) Distribusi Jawa Barat dan Banten

Membangun, meningkatkan dan menjaga :

- Hubungan harmonis dengan publiknya
- Citra Positif perusahaan

3.5.3 Strategi Komunikasi Humas PT.PLN (Persero) Distribusi Jawa Barat dan Banten

1. Strategi Internal

   Strategi Internal, Terdiri atas :

   a. Mendorong terwujudnya komitmen manajemen terhadap program komunitas Perusahaan ;
   b. Mendorong konsistensi dalam memelihara kualitas aplikasi layanan pemenuhan kebutuhan informasi yang berjalan di dalam perusahaan ;
   c. Memberdayakan potensi Sumber daya manusia untuk melaksanakan kegiatan komunikasi Perusahaan di seluruh jajaran Organisasi Perusahaan sampai pada unit tingkat Unit Pelaksana ;
   d. Memberdayakan seluruh anggota Perusahaan sebagai pelaku fungsi kehumasan Perusahaan ;
   e. Memanfaatkan kegiatan spiritual, budaya dan olahraga (SOB) sebagaiman media pelaksaan Komunikasi Perusahaa ;
   f. Memberdayakan Media komunikasi internal ;

g. Meningkatkan kegiatan komunikasi tentang kebijakan Perusahaan termasuk identitas perusahaan ;
h. Meningkatkan kegiatan komunikasi tentang kebijakan Perusahaan termasuk Identitas Perusahaan.

2. Strategi Eksternal

Strategi eksternal, terdiri atas :

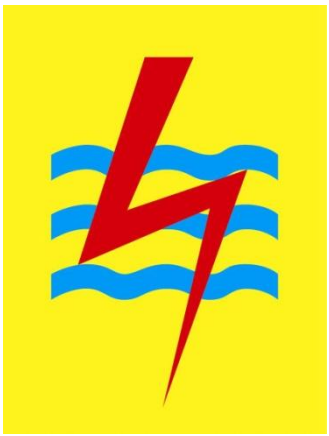
a. Mengoptimalkan keterlibatan "*Public Figure*" dan atau tokoh masyarakat, media masa, lembaga swadaya masyarakat (LSM) , politisi, akademis, seniman, budayawan dan lembaga pemerintahan dalam program Komunikasi perusahaan;
b. Mengembangkan hubungan kewilayahan sampai dengan tingkat kelurahan/desa.
c. Mengoptimalkan program kemitraan dan bina lingkungan ;
d. Mengoptimalkan kegiatan spiritual, budaya, dan olahraga (SBO) sebagai media pelaksana Komunikasi Perusahaan ;
e. Meningkatkan transparansi informasi yag berkaitan dengan berbagai kebijakan perusahaan ;
f. Melakukan edukasi kepada pelanggan khususnya dan anggota masyarakat pada umumnya ;
g. Memasyarakatkan Identitas Perusahaan.

3.6 Logo PT. PLN Distribusi Jawa Barat dan Banten

Logo merupakan suatu bentuk gambar atau sekedar sketsa dengan arti tertentu dan mewakili suatu arti dari perusahaan, daerah, perkumpulan dan hal lainnya yang dianggap membutuhkan hal yang singkat dan mudah di ingat sebagai pengganti dari nama sebenarnya. Maka dari itu perusahaan listrik negara atau PLN memiliki sebuah logo, seperti gambar dibawah ini :

Gambar 3.1

Logo perusahaan PLN



Sumber : Intranet PT.PLN (Persero) DJBB

3.6.1 Bentuk Logo

Bentuk, warna dan makna lambang Perusahaan resmi yang digunakan adalah sesuai yang tercantum pada Lampiran Surat Keputusan Direksi Perusahaan Umum Listrik Negara No. : 031/DIR/76 Tanggal : 1 Juni 1976, mengenai Pembakuan Lambang Perusahaan Umum Listrik Negara.

3.6.2 Elemen-elemen Dasar Logo

1. Bidang Persegi Panjang Vertikal

Menjadi bidang dasar bagi elemen-elemen lambang lainnya, melambangkan bahwa PT PLN (Persero) merupakan wadah atau organisasi yang terorganisir dengan sempurna. Berwarna kuning untuk menggambarkan pencerahan, seperti yang diharapkan PLN bahwa listrik mampu menciptakan pencerahan bagi kehidupan masyarakat. Kuning juga melambangkan semangat yang menyala-nyala yang dimiliki tiap insan yang berkarya di perusahaan ini.

2. Petir atau Kilat

Melambangkan tenaga listrik yang terkandung di dalamnya sebagai produk jasa utama yang dihasilkan oleh perusahaan. Selain itu petir pun mengartikan kerja cepat dan tepat para insan PT PLN (Persero) dalam memberikan solusi terbaik bagi para pelanggannya. Warnanya yang merah melambangkan kedewasaan PLN sebagai perusahaan listrik pertama di Indonesia dan kedinamisan gerak laju perusahaan beserta tiap insan perusahaan serta keberanian dalam menghadapi tantangan perkembangan jaman.

3. Tiga Gelombang

Memiliki arti gaya rambat energi listrik yang dialirkan oleh tiga bidang usaha utama yang digeluti perusahaan yaitu pembangkitan, penyaluran dan distribusi yang seiring sejalan dengan kerja keras para insan PT PLN (Persero) guna memberikan layanan terbaik bagi

pelanggannya. Diberi warna biru untuk menampilkan kesan konstan (sesuatu yang tetap) seperti halnya listrik yang tetap diperlukan dalam kehidupan manusia. Di samping itu biru juga melambangkan keandalan yang dimiliki insan-insan perusahaan dalam memberikan layanan terbaik bagi para pelanggannya.

3.7 Struktur PT. PLN Distribusi Jawa Barat dan Banten

Struktur organisasi pada suatu perusahaan sangatlah penting, karena dari struktur organisasi tersebut kita dapat melihat dan membedakan antara bidang satu dengan bidang yang lain. Struktur Organisasi PLN Distribusi Jawa Barat dan Banten sebagai Kantor Induk dinahkodai oleh seorang General Manager. Pada jenjang berikutnya dibawah General Manager ada 6 Manager Bidang, yaitu :

1. Manajer Bidang Perencanaan
2. Manajer Bidang Niaga
3. Manajer Bidang Distribusi
4. Manajer Bidang Keuangan
5. Manajer Bidang SDM dan Organisasi
6. Manajer Bidang Komunikasi,Hukum dan Administrasi

Masih berada di bawah General Manager terdapat jabatan Manajer Bidang, yaitu :

1. Kepala Auditor Internal
2. Pemimpin Proyek Listrik Pedesaan

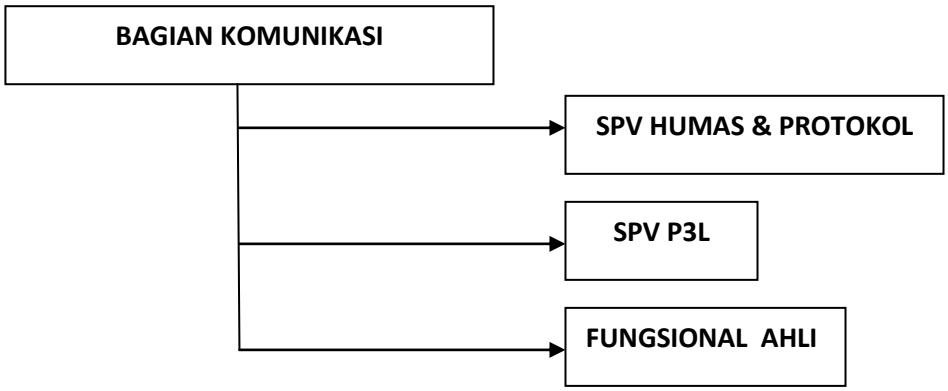
Sementara itu, secara operasional untuk melayani pelanggan yang tersebar diseluruh Jawa Barat dan Banten, PT PLN (Persero) memiliki 15 kantor Area Pelayanan da Jaringan (APJ) dan 1 Kantor Area Pengatur Distribusi (APD).

Kantor APJ memikul tanggung jawab operasional untuk mendistribusikan tenaga listrik, melayani pelanggan dan penjaga keandalan pasokan listrik di masing-masing wilayah pengusahanya. Sedangkan kantor APD memegang tanggung jawab untuk mengendalikan dan mengatur pasokan listrik untuk memenuhi kebutuhan listrik pelanggan dan masyarakat khususnya di wilayah Bandung Raya. Adapun struktur organisasi dari PT.PLN (Persero) Distribusi Jawa Barat dan Banten yang dapat dilihat pada lembar lampiran.

3.8 Struktur Divisi Humas

Struktur Divisi Humas merupakan bagian yang dibawahi oleh bidang komunikasi. Pada gambar struktur dibawah merupakan suatu gambaran yang menunjukan suatu pekerjaan yang harus dilakukan oleh anggota divisi humas.

Gambar 3.2 : Struktur Bagian Komunikasi



Sumber : Company Profile PT.PLN (Persero) Distribusi Jawa Barat dan Banten

Bagian komunikasi PT.PLN (Persero) Distribusi Jawa Barat dan Banten membawahi 3 (tiga) bagian yaitu :

1. Bagian Humas dan Protokol
2. Bagian P3L
3. Fungsional Ahli

3.9 Job Deskription Humas PT.PLN (Persero) Distribusi Jawa Barat dan Banten

Setiap perusahaan memiliki bagian atau bidang-bidang tertentu yang menjalankan tugas kerjanyanya. Dalam tatar praktisnya, masing- masing bagian memiliki job description, yaitu :

Menjadikan PT. PLN (Persero) Distribusi Jawa Barat dan Banten sebagai perusahaan yang didukung oleh Internal dan Eksternal Public guna menjamin kelangsungan aktivitas perusahaan serta keberhasilan pencapaian target perusahaan yang telah ditetapkan.

Membangun, Meningkatkan dan Menjaga Citra Positif Perusahaan Serta Hubungan Yang Harmonis Dengan Internal dan Eksternal Publik.

Tujuan:

1. Menciptakan dan menjaga citra positif perusahaan
2. Mengkomunikasikan pelayanan/produk layanan
3. Mencegah dan mengatasi masalah
4. Mengatasi kesalahpahaman dan prasangka

5. Mengantisipasi terjadinya reaksi negative atau kontra produktif dari public terkait dengan kebijakan perusahaan
6. Menciptakan opini public dan menarik perhatian public
7. Menciptakan kondisi yang kondusif bagi setiap pelaksanaan kebijakan perusahaan

Strategi Internal Public Relations:

1. Peningkatan profesionalisme SDM Public Relations
2. Peningkatan organisasi dan tata kerja
3. Optimalisasi anggaran kehumasan
4. Peningkatan peran Public Relations dalam meningkatkan pelayanan pelanggan
5. Peningkatan publikasi, komunikasi dan penyebaran informasi aktifitas perusahaan

Strategi Eksternal Public Relations:

1. Peningkatan hubungan kelembagaan
2. Peningkatan hubungan dengan media massa (cetak/elektronik)
3. Optimalisasi komunikasi dan publikasi perusahaan
4. Peningkatan komunikasi pelanggan/masyarakat
5. Peningkatan hubungan dengan eksternal publik lainnya
6. Peningkatan kemudahan akses informasi dan komunikasi
7. Optimalisasi program PUKK dan Bina Lingkungan sebagai pembentuk citra positif perusahaan

3.10 Kegiatan Internal dan Eksternal *Public Relations* PT. PLN (Persero) Distribusi Jawa Barat dan Banten

Dalam menyelenggarakan kegiatannya, seorang PR terbagi menjadi dua yaitu: Internal *Public Relations* dan Eksternal *Public Relations*. Untuk menyentuh public internal dan public eksternal, terdapat beberapa kegiatan Internal dan Eksternal yang dikelola fungsi kehumasan PT. PLN (Persero) Distribusi Jawa Barat&Banten, diantaranya:

3.10.1 Kegiatan Internal *Public Relations :*

a. Tatap muka antara menejemen dan karyawan **.**

Kegiatan ini dilakukan untuk membangun kedekatan dan hubungan komunikasi yang baik antar manajemen dengan karyawan. Tujuan utamanya adalah untuk menyebarkan informasi seputar kebijakan, persoalan, dan informasi aktivitas perusahaan lainnya yang perlu diketahui oleh internl perusahaan, dalam hal ini adalah karyawan. Pada umumnya kegiatan ini bersifat lebih terbuka sekaligus menjalin silaturahmi.

PT.PLN (Persero) mengimplementasikan kegiatan ini dalam suatu bentuk acara yang terprogram. Kegiatan ini lebih popular disebut dengan "*Coffee Morning*". Dikatakan demikian karena biasanya acara tatap muka dilaksanakan di pagi hari dalam suasana santai. Sifat komunikasinya yang langsung merupakan suatu hal yang positif karena penyebaran informasi dan umpan baliknya dapat segera

diketahui. Hal tersebut didukung oleh sesi Tanya jawab dan sangat interaktif.

b. Penerbitan Media Internal

Media internal yang terbitkan oleh Humas PT.PLN(Persero) biasanya berbentuk Bulletin, tabloid TANAGA, Majalah SINERGI, papan pengumuman, Internal Release maupun media cetak internl lainnya. Media internal tersebut berperan sebagai sarana untuk menyebarkan informasi seputar kebijakan, persoalan dan informasi aktiviatas perusahaan lainnya yang perlu untuk diketahui oleh internal perusahaan (Karyawan), terutama untuk menjangkau public karyawan yang menjalankan tugas di tempat yang saling berbeda.

c. E-mail Internal (*Local Area Network*)

Merupakan sarana yang bisa digunakan untuk penyampaian dan pertukaran informasi antar karyawan, manajemen maupun antar karyawan dengan manajemen tentang berbagai hal yang menyangkut informasi kebijakan, persoalan dan aktivitas perusahaan sehari-hari.

Tujuannya adalah membangun keterbukaan komunikasi dan informasi diantara karyawan, manajemen, dan antara manajemen dengan karyawan sehingga karyawan dapat lebih mengetahui aktivitas perusahaan sehari-hari.

d. Penerbitan Buletin internal ‘SINERGI’

Bulletin Internal berisikan kegiatan-kegiatan internal yang dilakukan PT PLN (Persero) DJBB, yang berfungsi sebagai sarana

untuk menyebarkan informasi seputar kebijakan, persoalan dan informasi aktivitas perusahaan lainnya yang perlu untuk diketahui oleh internal perusahaan (karyawan), terutama untuk menjangkau publik karyawan di berbagai bagian/divisi.

e. Kegiatan *Coffee Morning*

Coffee Morning adalah kegiatan rutin yang diselenggarakan oleh suatu unit kerja PT PLN (Persero) DJBB, berupa komunikasi dua arah untuk berdialog, dalam rangka menyamakan persepsi, konsepsi, dan koordinasi untuk melakukan langkah selanjutnya. Waktu pelaksanaannya satu bulan sekali setiap tanggal 17.

f. Intranet

Media internal yang menyediakan informasi mulai dari kebijakan dan persolan perusahaan, serikat pekerja, budaya perusahaan dan aktifitas perusahaan sehari-hari, selain itu juga informasi buku, karya tulis, laporan koleksi perpustakaan DJBB.

g. Kegiatan Perpustakaan

Perpustakaan berfungsi sebagai sarana yang menyediakan beragam referensi yang bermanfaat bagi seluruh keluarga besar PT PLN (Persero) DJBB. Koleksi referensi tidak hanya terbatas pada masalah kelistrikan, tapi juga menyediakan referensi tentang pengetahuan umum (*common sense*), fiksi maupun non fiksi.

h. Kegiatan Protokoler

Kegiatan protokoler sering dilakukan oleh Humas PT. PLN (Persero) DJBB, seperti upacara bendera, pelantikan, rapat kerja atau pertemuan-pertemuan resmi lainnya dan penerimaan tamu-tamu penting. Selain itu Humas membantu menyediakan beragam sarana yang dibutuhkan pada setiap kegiatan-kegiatan acara PT. PLN DJBB untuk kelancaran acara.

i. Kegiatan Dokumentasi

Kegiatan Dokumentasi merupakan kegiatan menyusun, mengevaluasi, menyimpan informasi yang berkenaan dengan beragam kegiatan baik yang sedang maupun telah berlangsung. Dokumentasi yang dilakukan oleh Humas PT. PLN DJBB meliputi pemotretan, *video shooting*, rekaman-rekaman kaset tentang PT. PLN DJBB dan kelistrikan baik itu dengan sasaran internal maupun *eksternal public*.

3.10.2 Kegiatan Eksternal Public Relations :

Hubungan dengan publik diluar perusahaan atau sering disebut hubungan *eksternal* merupakan keharusan yang mutlak bagi PT.PLN (Persero). Karena PT.PLN (Persero) tidak mungkin berdiri sendiri tanpa bekerja sama dengan perusahaan yang lain. Karena itu PT.PLN (Persero) harus menciptakan hubungan yang harmonis dengan publik – publik khususnya dan masyarakat umumnya.

Pada umumnya kegiatan eksternal PT.PLN (Persero) adalah dengan melakukan komunikasi dengan *public eksternal* secara informatif dan persuasif. Secara persuasif , komunikasi dapat dilakukan atas dasar membangkitkan perhatian komunikan (*public*) sehingga timbul rasa tertarik. Untuk membina hubungan *eksternal* tersebut, bagian komunikasi PT.PLN (Persero) telah melakukan berbagai kegiatan *eksternal* sebagai berikut:

a. *News* (berita), Iklan Layanan Masyarakat (Media Cetak) dan *Spot* Iklan (radio)

   Merupakan bentuk penyebaran informasi yang berkaitan dengan produk layanan kelistrikan maupun kebijakan perusahaan yang ada kaitannya dengan kepentingan pelanggan/masyarakat dengan memanfaatkan media massa (cetak dan elektronik).

b. Temu pelanggan

   Membangun komunikasi dua arah yang bersifat langsung (tatap muka) dan interaktif dengan pelanggan, sehingga penyebaran informasi dapat diterima langsung oleh pelanggan dan umpan balik bisa diketahui dengan segera.

c. Dialog interaktif (*Talk Show*)

   Talk show adalah wawancara yang disiarkan melalui radio atau televisi, baik yang disiarkan secara langsung maupun siaran tunda. Kegiatan ini bisa digunakan untuk menyebarkan informasi ke pelanggan / masyarakat melalui media elektronik yaitu radio dengan membangun dialog langsung di udara dengan pendengarnya. Tujuan

kegiatan ini adalah untuk membangun keterbukaan komunikasi dan informasi dengan pelanggan dan konsumen. Harapan besar PT.PLN (Persero) dari adanya kegiatan ini adalah terciptanya kedekatan dan pemahaman pelanggan dan konsumen mengenai permasalahan kelistrikan yang dihadapi mereka serta dapat diketahui dan ditangani langsung oleh pelanggan.

d. *Sticker,Brosur,Leaflet,Poster*,spanduk dan Media tercetak lainnya

Media yang bisa digunakan untuk menyebarkan informasi mengenai kelistrikan ke pelanggan / masyarakat secara tercetak.

Tujuannya adalah menginformasikan berbagai hal yang menyangkut pelayanan, kebijakan, himbauan, dan informasi lainnya di bidang kelistrikan kepada pelanggan/ masyarakat.

e. Kegiatan Penyuluhan

Sarana penyebaran informasi kepada pelanggan dan masyarakat dengan memanfaatkan kelompok-kelompok sosial yang ada di masyarakat. Seperti: Kelompok Pengajian, Rukun Warga, dll.

f. Kunjungan Silaturhmi

Kunjungan dilakukan ke instansi-instansi terkait seperti Pemda, Polres, Kejaksaan dan Pengadilan. Kunjungan ini bertujuan untuk menjalin hubungan kerjasama yang baik dengan pendekatan personal dan komunikasi yang baik.

g. Program Mengenalkan Listrik Sejak Dini

Program ini berfungsi sebagai sarana komunikasi, edukasi dan informasi untuk mengenalkan kelistrikan (proses produksi, manfaat listrik, bahaya listrik, dll.) kepada anak-anak usia dini.

h. Pengembangan Program Bina Lingkungan (*Community development*).

Program ini merupakan salah satu bentuk kegiatan yang bertujuan untuk membangun dukungan dan partisipasi masyarakat untuk turut menjaga keamanan dan keselamatan aset PLN yang terpasang di banyak tempat. Program ini diwujudkan dalam bentuk pemberian bantuan sosial-keagamaan bagi masyarakat.

i. Pengelolaan Guntingan Koran (Kliping).

Pada dasarnya guntingan berita (Kliping) merupakan data / informasi mentah yang perlu ditangani, dikelola, dan diolah sehingga mampu disajikan menjadi data matang sebagai salah satu potret/gambaran nyata (*real*) yang terjadi di masyarakat/pelanggan berkaitan dengan pelayanan kelistrikan yang dirasakannya. Kegiatan ini mungkun dinilai sebagai suatu hal yang kecil namun dapat berkhasiat besar bila tidak segera diketahui dan ditangani. Dengan demikian, guntingan berita bukan hanya sekedar guntingan berita biasa yang tanpa memiliki makna.

j. Situs *www.pln-jabar.co.id (internet)*

Sarana yang bisa digunakan untuk menyebarkan informasi mengenai kelistrikan ke pelanggan/ masyarakat secara online.

Tujuannya adalah menginformasikan berbagai hal yang menyangkut pelayanan, kebijakan, himbauan, dan informasi lainnya di bidang kelistrikan kepada pelanggan/ masyarakat.

3.11 Tinjauan tentang Program Listrik Prabayar

LISTRIK PRABAYAR (Stroom steer)

Listrik Prabayar merupakan produk layanan terbaru PLN yang memudahkan pelanggan mengendalikan pemakaian listrik sesuai kebutuhan.

Mengapa masyarakat memilih Listrik Prabayar :

1. Listrik Prabayar memudahkan pelanggan memantau pemakaian listrik setiap saat.
2. Pelanggan dapat menggunakan listrik sesuai rencana anggaran belanja.
3. Pelanggan menikmati keakuratan pencatatan meter (tidak ada lagi kesalahan catat meter).
4. Pelanggan dapat berhemat dalam konsumsi listrik.
5. Pembelian stroom/kWh (listrik) dapat dilakukan di *payment point* dan jaringan ATM yang luas.

Bagaimana masyarakat mendapatkan Layanan Listrik Prabayar :

1. Menghubungi Call Center 123 atau ke Kantor Layanan PLN terdekat.
2. Pelanggan melakukan pelunasan biaya berupa biaya penyambungan melalui Kantor PLN atau Bank yang ditunjuk.
3. Petugas PLN akan memasang meter listrik prabayar di tempat pelanggan.

Cara Menggunakan:

1. Sebelum menggunakan Listrik Prabayar, stroom/kWh dapat dibeli di ATM atau *Payment Point* terdekat. Nomor serial meter harus sesuai dengan identitas pelanggan, agar listrik dapat digunakan.
2. Masukkan 20 digit angka kode stroom melalui *keypad* di kWh meter LPB. Kode stroom yang diinput akan terlihat di display kWhn meter. Jika salah input, gunakan tombol spasi balik untuk menghapus nomor yang salah. Bila ingin mengulangi inputan, kembali ke angka kode stroom, tekan tombol #, ini akan menghapus semua nomor yang diinput dan anda dapat menginputkan 20 digit angka kode stroom kembali.

Kelebihan dari listrik prabayar adalah :

- Pelanggan lebih mudah mengendalikan pemakaian listrik.

  Melalui meter elektronik prabayar pelanggan dapat memantau pemakaian listrik sehari-hari dan setiap saat. Di meter tersebut tertera angka sisa pemakaian kWh terakhir. Bila dirasa boros, pelanggan dapat mengerem pemakaian listriknya.
- Pemakaian listrik dapat disesuaikan dengan anggaran belanja.

  Dengan nilai voucher bervariasi mulai Rp 20.000,0 s.d. Rp 1.000.000,- memberikan keleluasaan bagi pelanggan dalam membeli listrik sesuai dengan kemampuan dan kebutuhan (lebih terkontrol dalam mengatur anggaran belanja keluarga).

- Tidak akan terkena biaya keterlambatan

  Tidak ada lagi biaya tambahan bayar listrik dikarenakan terbebani biaya keterlambatan akibat lupa bayar tagihan listrik.
- Privasi lebih terjaga

  Untuk pelanggan yang menginginkan kenyamanan lebih, dengan menggunakan Listrik Prabayar tidak perlu menunggu dan membukakan pintu untuk petugas pencatatan meter karena meter prabayar secara otomatis mencatat pemakaian listrik anda (akurat dan tidak ada kesalahan pencatatan meter).
- Jaringan luas pembelian listrik isi ulang

Saat ini pembelian voucher listrik prabayar sudah bisa didapatkan di lebih dari 30.000 ATM di seluruh Indonesia. Selain itu bisa juga didapatkan di loket pembayaran listrik online.

- Tepat digunakan bagi Anda yang memiliki usaha rumah kontrakan atau kamar sewa (kos).

  Sebagai pemilik rumah atau kamar sewa, Anda tidak perlu khawatir lagi dengan tagihan listrik yang tidak dibayar oleh penghuni rumah kontrakan karena pemakaian listrik sudah menjadi tanggung jawab dan sudah disesuaikan dengan kebutuhan penyewa. [2]

[2] http://www.pln.co.id, Jumat/25 Maret 2011, 19:25