BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas mengenai hasil penelitian yang telah peniliti lakukan. Peneliti menggunakan wawancara sebagai teknik pengumpulan data kepada informan untuk membahas data yang telah peneliti peroleh dari lapangan. Pembahasan dari hasil penelitian ini sesuai dengan apa yang peneliti peroleh pada saat penelitian. Data yang dituliskan sesuai dengan hasil wawancara dari informan dengan pertanyaan penelitian, kemudian peneliti analisis. Untuk lebih jelasnya mengenai jadwal acara (waktu dan lokasi) wawancara yang telah peneliti lakukan, dapat dilihat pada tabel 4.1 .

Tabel 4.1

Jadwal Wawancara

No.	Hari / Tanggal	Lokasi	Waktu	Informan
1.	Selasa/ 21-Juni-2011	Ruangan Humas PT.PLN DJBB	09.30 WIB	Agus Yuswanta
2.	Kamis/ 16-Juni-2011	Ruangan Perpustakaan PT.PLN DJBB	13.30 WIB	Yayoek W Haryono
3.	Kamis/ 23-Juni-2011	Kediaman Narasumber	09.30 WIB	Rani Indriani
4.	Senin/ 27-Juni-2011	Kediaman Narasumber	15.30 WIB	Asri M. S
5.	Sabtu/ 25-Juni-2011	Kediaman Narasumber	10.30 WIB	Aline Reskha Dewi
6.	Minggu/ 26-Juni-2011	Kediaman Narasumber	10.00 WIB	Aria Nugraha

Sumber : Data Penelitian 2011

Pada penelitian mengenai "Sosialisasi Program Listrik Prabayar oleh Humas PT. PLN Distribusi Jawa Barat dan Banten melalui Surat Kabar *Pikiran Rakyat* kepada Masyarakat", peneliti titik beratkan pada proses sosialisasi mengenai program listrik prabayar yang dilakukan oleh humas PT.PLN Distribusi Jawa Barat dan Banten melalui surat kabar *Pikiran Rakyat*. Pada sosialisasi tersebut apakah sudah berjalan dengan baik dalam mengenalkan program listrik prabayar hingga memberi tahu bagaimana penggunaan listrik prabayar. Pada awal bab ini pula akan peneliti bahas mengenai tiga bagian utama, diantaranya adalah :

4.1 Identitas Informan

Informan adalah seseorang yang memberikan informasi kepada orang lain yang belum mengetahuinya. Informan pada penelitian ini dilakukan pada enam orang, dua orang dari PT.PLN (Persero) DJBB dan empat orang lainnya dari masyarakat/pengguna listrik prabayar. Dua orang dari karyawan PT.PLN (Persero) DJBB ini merupakan humas yang berperan dalam bidang kehumasan, dan empat orang masyarakat dalam penelitian ini merupakan masyarakat pengguna program listrik prabayar. Berikut ini akan peneliti uraikan deskripsi dari informan penelitian.

4.1.1 Identitas Informan Kunci

(1) Informan Satu Agus Yuswanta (31 Tahun)

Seorang lelaki berumur 31 tahun ini merupakan staf humas dari PT.PLN Distribusi Jawa Barat dan Banten yang menjabat sebagai

Assistant Officer Protocol. Berbekal keahlian serta pengalaman yang mumpuni di bagian Humas, ia juga dituntut untuk bekerja secara *professional* untuk menjaga citra baik diri maupun perusahaan. Keseharian beliau dalam pekerjaannya yang utama adalah yang berhubungan dengan pihak eksternal, yaitu berpengalaman di bidang *media relations*, *advertising*, atau periklanan, dan sosialisasi yang berhubungan dengan program-program atau kegiatan yang dimiliki PT.PLN (Persero) Distribusi Jawa Barat dan Banten. Ia menjabat sebagai *Deputy Manager Public Relations.*

(2) Informan Dua Yayoek W. Haryono (50 Tahun)

Seorang Ibu dari dua orang anak ini meruakan staf dari bidang humas yang menjabat sebagai *Assistant Officer* dokumentasi dan perpustakaan. Tugas keseharian dia berkaitan dengan surat kabar dari harian umum nasional sampai harian umum lokal. Seorang humas yang berasal dari Jawa Timur ini merupakan sosok ibu yang ceria, ramah, dan supel.

4.1.2 Identitas Informan Tambahan

(1) Informan Satu Rani Indriani (40 Tahun)

Seorang wanita bertubuh mungil berusia 40 tahun, yang memiliki dua orang putra dan berprofesi sebagai ibu rumah tangga. Keseharian Rani, selain sebagai ibu rumah tangga, dia juga memiliki kesibukan lain yaitu berjualan pakaian dari rumah ke rumah di wilayah perumahan

tempat tinggalnya. Beliau bertempat tinggal di alamat Kompolek Griya Bandung Indah, Blok H-2, No. 18.

(2) Informan Dua Asri M.S (26 Tahun)

Seorang wanita berjilbab yang hobi bercocok tanam ini berusia 26 tahun, merupakan seorang ibu rumah tangga yang kesehariannya merawat putra tunggalnya. Ibu Astri mulai menggunakan listrik prabayar sejak rumah barunya di bangun yaitu sekitar tujuh bulan lalu. Astri mengetahui listrik prabayar berawal pada saat ia membaca surat kabar.

(3) Informan Tiga Aline Reskha Dewi (38 Tahun)

Seorang ibu rumah tangga yang gemar merawat tubuhnya ini memiliki kesibukan dalam bisnis properti. Ibu Alin sudah lama menggunakan listrik prabayar sejak ia tinggal dirumah barunya. Ibu Alin mengetahui listrik prabayar semenjak ia membeli rumah barunya.

(4) Informan Empat Aria Nugraha (33 Tahun)

Bapak dari satu orang putra yang bekerja di bidang perhotelan ini sangat gemar berwisata apabila sedang libur kerja. Bapak dari satu orang putra ini dapat dibilang seorang bapak yang disiplin mengenai banyak hal, membuktikan bahwa ia berpindah menggunakan listrik prabayar karena dengan listrik prabayar, penggunaan listrik dirumahnya menjadi lebih terkontrol.

4.2 Analisis penelitian

Dari penelitian yang telah peneliti lakukan melalui wawancara, maka peneliti menemukan hasil penelitian yang peneliti ajukan kepada staf humas PT.PLN Distribusi Jawa Barat dan Banten dan juga kepada masyarakat pengguna listrik prabayar. Adapun hasil dari penelitian dengan menggunakan pedoman wawancara yang telah peneliti buat adalah sebagai berikut:

4.2.1 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

Pada tahap persiapan, humas PT. PLN (Persero) DJBB memilih media massa yang sesuai dengan jumlah khalayak dan keefektifan penyebaran informasi serta ketepatan pada sasaran segmen pasarnya. Dari hasil penelitian yang peneliti lakukan melalui wawancara, hasil dari wawancara tersebut yang disampaikan oleh Agus Yuswanta selaku *Assistant Officer Protocol,* informan menjelaskan bahwa pemilihan media massa cetak sebagai media dalam menyosialisasikan program listrik prabayar adalah karena media massa cetak merupakan media massa yang penyebarannya dapat menjangkau khalayak yang luas dan juga pesan yang disampaikan tidak mudah dilupakan.

Penggunaan dari surat kabar *Pikiran Rakyat* lebih disebabkan karena surat kabar tersebut merupakan surat kabar lokal dari Jawa Barat, yang dimaksudkan untuk memberi informasi kepada masyarakat, khususnya masyarakat di kota Bandung. Pemilihan surat kabar yang dilakukan humas

PT.PLN (Persero) DJBB juga dipengaruhi oleh segmen pasar yang akan dituju oleh humas PT.PLN (Persero) DJBB agar tepat dalam pencapain segmen pasarnya.

Adapun hasil riset mengatakan bahwa surat kabar menduduki urutan ketiga sebagai media massa yang digemari oleh masyarakat, oleh karena itu humas PT.PLN (Persero) DJBB memanfaatkan surat kabar sebagai salah satu media sosialisasinya. Didasari pertimbangan biaya yang cukup murah dibandingkan media lain juga menjadi alasan mengapa humas PT.PLN (Persero) DJBB menggunakan surat kabar dalam bersosialisasi.

Sasaran dalam proses sosialisasi program listrik prabayar adalah seluruh masyarakat pengguna listrik. Inovasi yang dibuat oleh PT.PLN ini bertujuan untuk memajukan masyarakat, PT.PLN tampaknya akan sia-sia apabila tidak disertai sasaran yang dituju dalam proses sosialisasi dari inovasi tersebut. Listrik prabayar dibuat oleh PT.PLN sebagai bentuk peningkatan mutu pelayanan kepada masyarakat, maka itu dibutuhkan sosialisasi untuk mengenalkan inovasi tersebut kepada masyarakat. Sosialisasi yang dilakukan oleh humas PT.PLN (Persero) DJBB ditujukan kepada pelanggan baru, pelanggan yang ingin menambah daya listrik, juga pelanggan yang ingin beralih dari pascabayar ke prabayar.

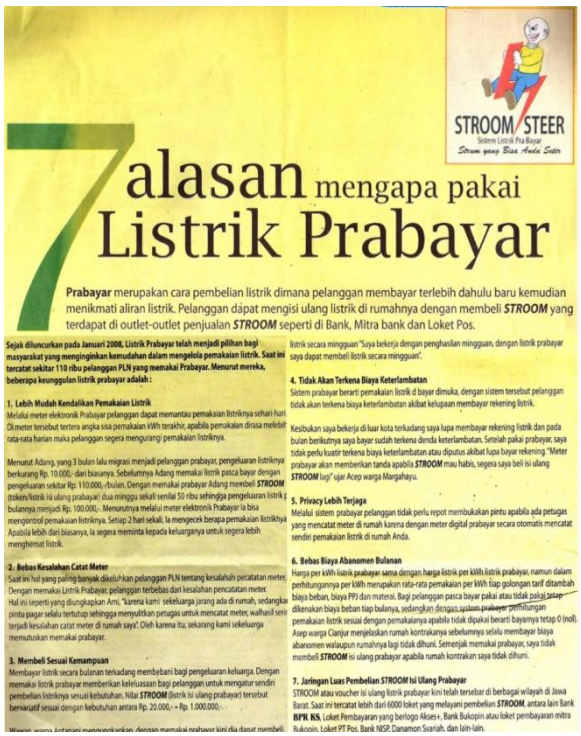
Dari sosialisasi yang dilakukan oleh humas PT.PLN (Persero) DJBB melalui media massa cetak, pastinya memiliki tujuan. Dalam proses sosialisasi tersebut terdapat dua point yang menjadi isi pesan dalam proses sosialisasi. Yang Pertama, untuk memberi *awareness* kepada masyarakat mengenai

Listrik Prabayar. Kedua agar dapat mengajak masyarakat untuk menggunakan listrik prabayar.

Dalam sosialisasi yang dijelaskan dalam surat kabar, humas PT.PLN (Persero) DJBB menjelaskan mengenai listrik prabayar, bagaimana penggunaan listrik prabayar dan juga informasi lain yang berkaitan dengan listrik prabayar yang dapat membantu masyarakat untuk mengetahui listrik prabayar.

Berikut ini merupakan contoh sosialisasi listrik prabayar yang dilakukan oleh humas PT.PLN (Persero) DJBB yang dimuat dalam surat kabar Pikiran Rakyat.

Gambar 4.1
Sosialisasi Program Listrik Prabayar pada Surat Kabar *Pikiran Rakyat*



STROOM/STEER
Sistem Listrik Pra Bayar
Strom yang Bisa Anda Setir

7 alasan mengapa pakai Listrik Prabayar

Prabayar merupakan cara pembelian listrik dimana pelanggan membayar terlebih dahulu baru kemudian menikmati aliran listrik. Pelanggan dapat mengisi ulang listrik di rumahnya dengan membeli ***STROOM*** yang terdapat di outlet-outlet penjualan ***STROOM*** seperti di Bank, Mitra bank dan Loket Pos.

Sejak diluncurkan pada Januari 2008, Listrik Prabayar telah menjadi pilihan bagi masyarakat yang menginginkan kemudahan dalam mengelola pemakaian listrik. Saat ini tercatat sekitar 110 ribu pelanggan PLN yang memakai Prabayar. Menurut mereka, beberapa keunggulan listrik prabayar adalah :

1. Lebih Mudah Kendalikan Pemakaian Listrik
Melalui meter elektronik Prabayar pelanggan dapat memantau pemakaian listriknya sehari-hari. Di meter tersebut tertera angka sisa pemakaian kWh terakhir, apabila pemakaian dirasa melebihi rata-rata harian maka pelanggan segera mengurangi pemakaian listriknya.

Menurut Adang, yang 3 bulan lalu migrasi menjadi pelanggan prabayar, pengeluaran listriknya berkurang Rp. 10.000,- dari biasanya. Sebelumnya Adang memakai listrik pasca bayar dengan pengeluaran sekitar Rp. 110.000,-/bulan. Dengan memakai prabayar Adang membeli ***STROOM*** (token/listrik isi ulang prabayar) dua minggu sekali senilai 50 ribu sehingga pengeluaran listrik bulannya menjadi Rp. 100.000,-. Menurutnya melalui meter elektronik Prabayar ia bisa mengontrol pemakaian listriknya. Setiap 2 hari sekali, ia mengecek berapa pemakaian listriknya. Apabila lebih dari biasanya, ia segera meminta kepada keluarganya untuk segera lebih menghemat listrik.

2. Bebas Kesalahan Catat Meter
Saat ini hal yang paling banyak dikeluhkan pelanggan PLN tentang kesalahan pencatatan meter. Dengan memakai Listrik Prabayar, pelanggan terbebas dari kesalahan pencatatan meter. Hal ini seperti yang diungkapkan Ami, "karena kami sekeluarga jarang ada di rumah, sedangkan pintu pagar selalu tertutup sehingga menyulitkan petugas untuk mencatat meter, walhasil sering terjadi kesalahan catat meter di rumah saya". Oleh karena itu, sekarang kami sekeluarga memutuskan memakai prabayar.

3. Membeli Sesuai Kemampuan
Membayar listrik secara bulanan terkadang membebani bagi pengeluaran keluarga. Dengan memakai listrik prabayar memberikan keleluasaan bagi pelanggan untuk mengatur sendiri pembelian listriknya sesuai kebutuhan. Nilai ***STROOM*** (listrik isi ulang prabayar) tersebut bervariatif sesuai dengan kebutuhan antara Rp. 20.000,- - Rp. 1.000.000,-.

Warga lainnya, Asep, mengungkapkan dengan memakai prabayar kini dia dapat membeli listrik secara mingguan "Saya bekerja dengan penghasilan mingguan, dengan listrik prabayar saya dapat membeli listrik secara mingguan".

4. Tidak Akan Terkena Biaya Keterlambatan
Sistem prabayar berarti pemakaian listrik d bayar dimuka. dengan sistem tersebut pelanggan tidak akan terkena biaya keterlambatan akibat kelupaan membayar rekening listrik.

Kesibukan saya bekerja di luar kota terkadang saya lupa membayar rekening listrik dan pada bulan berikutnya saya bayar sudah terkena denda keterlambatan. Setelah pakai prabayar, saya tidak perlu kuatir terkena biaya keterlambatan atau diputus akibat lupa bayar rekening. "Meter prabayar akan memberikan tanda apabila ***STROOM*** mau habis, segera saya beli isi ulang ***STROOM*** lagi" ujar Acep warga Margahayu.

5. Privacy Lebih Terjaga
Melalui sistem prabayar pelanggan tidak perlu repot membukakan pintu apabila ada petugas yang mencatat meter di rumah karena dengan meter digital prabayar secara otomatis mencatat sendiri pemakaian listrik di rumah Anda.

6. Bebas Biaya Abanomen Bulanan
Harga per kWh listrik prabayar sama dengan harga listrik per kWh listrik prabayar, namun dalam perhitungannya per kWh merupakan rata-rata pemakaian per kWh tiap golongan tarif ditambah biaya beban, biaya PPJ dan materai. Bagi pelanggan pasca bayar pakai atau tidak pakai tetap dikenakan biaya beban tiap bulanya, sedangkan dengan sistem prabayar perhitungan pemakaian listrik sesuai dengan pemakaianya apabila tidak dipakai berarti bayarnya tetap 0 (nol). Asep warga Cianjur menjelaskan rumah kontrakanya sebelumnya selalu membayar biaya abanomen walaupun rumahnya lagi tidak dihuni. Semenjak memakai prabayar, saya tidak membeli ***STROOM*** isi ulang prabayar apabila rumah kontrakan saya tidak dihuni.

7. Jaringan Luas Pembelian *STROOM* Isi Ulang Prabayar
STROOM atau voucher isi ulang listrik prabayar kini telah tersebar di berbagai wilayah di Jawa Barat. Saat ini tercatat lebih dari 6000 loket yang melayani pembelian ***STROOM***, antara lain Bank **BJB, BKS**, Loket Pembayaran yang berlogo Akses+, Bank Bukopin atau loket pembayaran mitra Bukopin, Loket PT Pos, Bank NISP, Danamon Syariah, dan lain-lain.

Sumber : PT. PLN DJBB

Dari pihak masyarakat dalam menerima sosialisasi yang dilakukan humas PT.PLN (Persero) DJBB melalui surat kabar, mengatakan bahwa mengetahui adanya listrik prabayar karena rumah tempat tinggalnya telah dipasang kWh prabayar, adapula yang mengetahui listrik prabayar dari surat kabar yang memuat tentang listrik prabayar, keberadaan listrik prabayar juga dapat diketahui masyarakat melalui mulut ke mulut.

Dari sosialisasi progam listrik prabayar melalui surat kabar, dengan isi sosialisasi yang lengkap mengenai informasi listrik prabayar. Masyarakat berpendapat setelah membaca sosialisasi program listrik prabayar pada surat kabar, pada dasarnya setiap masyarakat dapat memahami tujuan dari program listrik prabayar dalam proses sosialisasi yang dilakukan humas PT.PLN (Persero) DJBB.

4.2.2 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

Pada tahap meniru terdapat hambatan dalam proses komunikasi, dalam hal ini hambatan yang dirasakan dalam proses sosialisasi melalui surat kabar adalah efektivitas cakupan pesan, dimana pembaca media cetak hanya satu per sembilan dari total dari masyarakat / pelanggan. Seperti yang dikatakan oleh Agus Yuswanta dalam wawancara dengan peniliti. Mengatakan bahwa "pembaca surat kabar masih dapat dikatakan sedikit peminatnya, karena hanya satu per sembilan dari pembaca surat kabar dari total pelanggan listrik yang

ada". Begitu pula yang dikemukakan oleh Yayoek dalam wawancara dengan peneliti, hambatan dari proses sosialisasi melalui surat kabar adalah mungkin tidak semua masyarakat gemar membaca surat kabar.

Proses sosialisasi yang dilakukan melalui media massa cetak yang dilakukan oleh humas PT.PLN (Persero) DJBB dapat dikatakan cukup efektif, karena jangkauan dari penyebarluasan surat kabar cukup luas dan pesan pada surat kabar tidak mudah untuk dilupakan masyarakat.

Dalam sosialisasi pastinya ada informasi yang disampaikan, yaitu berupa pesan mengenai sosialisasi program listrik prabayar yang meliputi pengenalan mengenai Listrik Prabayar, keuntungan menggunakan Listrik Prabayar, cara pemakaian Listrik prabayar (termasuk cara pengisian token dari Listrik Prabayar dan juga penggunaan ATM dalam pengisian Listrik Prabayar), dan mengajak masyarakat untuk menggunakan Listrik Prabayar.

Pada tahap meniru ini masyarakat menilai penggunaan media massa cetak surat kabar sudah cukup baik, karena dalam proses sosialisasi cukup jelas humas PT. PLN (Persero) Distribusi Jawa Barat dan Banten menjelaskan tentang apa itu Listrik Prabayar, tapi tidak semua masyarakat dapat memahami penjelasan dalam sosialisasi tersebut. Dalam hal ini masyarakat menilai diperlukannya sosialisasi dalam bentuk lain, agar masyarakat lebih memahami tentang listrik prabayar.

Langkah yang diambil oleh PT.PLN dalam membuat Listrik Prabayar menurut masyarakat banyak adalah tepat. Tepat karena ini salah satu hal untuk mengajak masyarakat untuk bijasana dalam penggunaan listrik, masyarakat

mengatakan dengan adanya program listrik prabayar, harus diimbangi dengan hal-hal yang dapat membantu kelancaran program ini, seperti memperbanyak tempat penjualan token di daerah-daerah pelosok, karena sampai saat ini tempat-tempat yang menjual token di daerah pelosok masih terbatas.

4.2.3 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.

Pada tahap siap bertindak humas PT.PLN (Persero) DJBB melakukan sosialisasi dengan menggunakan media lain. Selain sosialisasi menggunakan surat kabar, ada pula sosialisasi yang dilakukan oleh humas PT.PLN (Persero) DJBB dengan media elektronik (radio), pada media radio sosialisasi dilakukan dalam bentuk *talkshow* dan spot iklan. Ada juga media lainnya seperti spanduk, *banner*, baliho dan brosur. Selain sosialisasi yang menggunakan media, ada pula sosialisasi dalam bentuk sosialisasi langsung dengan mengundang tokoh masyarakat, sosialisasi tersebut dalam bentuk tatap muka.

Dalam menangani kesalahpaham dalam proses sosialisasi, pada tahap ini pihak humas PT.PLN (Persero) DJBB menanganinya dengan menyediakan sarana *call center 123* atau dengan mendatangkan petugas pemasaran yang akan menjelaskan secara langsung kepada penggunaan dari listrik prabayar. Dalam hal ini masyarakat juga dapat langsung mengunjungi kantor PLN terdekat.

Pada tahap siap bertindak, Humas PT.PLN (Persero) DJBB menyediakan forum bagi masyarakat melalui *call center* 123, email PLN, situs PLN dan SMS. Ada pula bentuk forum lain yaitu melalui jejaring sosial yang dikelola di *facebook* ,*twitter* dengan nama baraya PLN Jabar dan kaskus . Forum ini disediakan oleh PT.PLN agar masyarakat dapat memgemukakan saran, pertanyaan ataupun keluhan dan untuk sekedar membahas mengenai program listrik prabayar.

Dalam keputusan masyarakat untuk menggunakan listrik prabayar, faktor yang menyebabkan masyarakat akhirnya menggunakan listrik prabayar karena kelebihan yang masyarakat dapatkan dari listrik prabayar. Tetapi itu semua tidak terlepas dari proses sosialisasi melalui media massa cetak surat kabar yang menginformasikan pengetahuan mengenai listrik prabayar.

Pada tahap ini masyarakat berpendapat bahwa keberadaan petugas dalam proses sosialisasi dianggap sangat penting karena, alasan yang pertama adalah karena belum tentu semua masyarakat dapat memahami pesan dalam sosialisasi melalui surat kabar, dalam hal ini diperlukan petugas dari PT.PLN untuk turun langsung ke masyarakat dan memastikan bahwa masyarakat sudah mengetahui dan mengerti apa itu Listrik Prabayar.

4.2.4 Sosialisasi Program Listrik Prabayar melalui Media Massa Cetak

Pada sosialisasi mengenai program Listrik Prabayar yang dilakukan oleh humas PT.PLN DJBB melalui media massa cetak, telah melalui beberapa tahap dalam proses sosialisasinya. Pada Tahap persiapan humas PT.PLN

DJBB melakukan pemilihan media untuk digunakan dalam sosialisasi. Pemilihan media tersebut dilakukan guna mencapai sasaran yang tepat dan keefektifan dalam penyebaran pesan secara luas. Sosialisasi pun dilakukan guna mencapai tujuan yang ingin diraih oleh pihak perusahaan, yaitu agar masyarakat dapat memahami dan dapat mengajak masyarakat untuk menggunakan listrik prabayar.

Pada tahap selanjutnya yaitu tahap meniru dimana humas PT.PLN DJBB melakukan penilaian akan sosialisasi yang telah dilakukan apakah efektif dan apakah isi pesan dalam sosialisasi tersebut dapat membuat masyarakat paham akan inovasi yang dibuat yaitu program listrik prabayar. Hambatan pun terjadi dalam proses sosialisasi melalui media massa cetak surat kabar, yaitu hambatan karena kurangnya jumlah pengguna listrik yang gemar membaca surat kabar.

Untuk memfasilitasi masyarakat, humas PT.PLN pun membuat forum bagi masyarakat untuk mencari informasi seputar listrik prabayar. Dimana forum tersebut dapat diakses oleh masyarakat dengan menghubungi *call center* 123 dan juga pada jejaring sosial *facebook, twitter* dan *kaskus.* Penggunaan berbagai media dalam sosialisasi listrik prabayar adalah baik, tetapi peran serta petugas yang dapat secara langsung menyosialisasikan listrik prabayar dianggap penting oleh masyarakat.

4.3 Pembahasan Penelitian

4.3.1 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

Dalam menyosialisasikan suatu informasi, dalam hal ini sosialisasi ditujukan kepada khalayak dalam jumlah yang banyak. Oleh karena itu pemilihan media yang digunakan dalam proses sosialisasinya pun harus dapat mencakup penyebarluasan informasi yang luas. Dalam proses sosialisasi program listrik prabayar, salah satu media yang digunakan oleh Humas PT.PLN DJBB adalah media media massa cetak (surat kabar). Alasan dari pemilihan media tersebut dikemukakan oleh Agus Yuswanta "penggunaan surat kabar karena surat kabar memiliki cakupan wilayah kerja yang luas, segmen pasar pun lebih tepat dan pesan yang disampaikan melalui surat kabar lebih mudah diingat oleh masyarakat jika dibandingkan dengan media lain (radio)".

Melihat dari sejarah munculnya Media massa cetak merupakan media yang paling tua dibandingkan dengan media lainnya. Sejarah mencatat bahwa keberadaan surat kabar dimulai sejak ditemukannya mesin cetak. Surat kabar sebagai media massa yang mempunyai misi menyebarluaskan pesan-pesan pembangunan dan sebagai alat mencerdaskan masyarakat. Dari empat fungsi media massa (informasi, edukasi, hiburan dan persuasif) ,fungsi yang paling menonjol adalah fungsi informasi. Hal ini sesuai dengan tujuan utama

khalayak membaca surat kabar, yaitu keingintahuan akan setiap informasi dan peristiwa yang terjadi di sekitarnya.

Sosialisasi tidak terlepas dari tindak komunikasi, karena didalam proses sosialisasi terdapat lima unsur komunikasi didalamnya. Dengan komunikasi, manusia dapat menyampaikan informasi, pikiran, pendapat, perasaan, pengalaman, pengetahuan, maupun harapannya. Komunikasi dilakukan tidak hanya untuk memberikan informasi agar orang lain menjadi tahu, tetapi komunikasi juga bertujuan untuk mencapai kesepakatan bersama, pengertian bersama dan untuk mengubah sikap, pendapat dan tingkah laku orang lain.

Komunikasi pada dasarnya merupakan suatu proses yang menjelaskan siapa? mengatakan apa? dengan saluran apa? kepada siapa? dengan akibat atau hasil apa? (*who? says what? in which channel? to whom? with what effect?*) (Mulyana, 2007).

Analisis 5 unsur menurut Lasswell :

1. *Who*? (siapa/sumber).

Sumber/komunikator adalah pelaku utama/pihak yang mempunyai kebutuhan untuk berkomunikasi atau yang memulai suatu komunikasi,bisa seorang individu,kelompok,organisasi,maupun suatu negara sebagai komunikator. Dalam penelitian ini yang menjadi sumber/komunikator adalah Humas PT. PLN Distribusi Jawa Barat dan Banten.

2. *Says What*? (pesan).

Apa yang akan disampaikan/dikomunikasikan kepada penerima (komunikan), dari sumber (komunikator) atau isi informasi. Merupakan

seperangkat simbol verbal/non verbal yang mewakili perasaan, nilai, gagasan/maksud sumber tadi. Ada tiga komponen pesan yaitu makna, simbol untuk menyampaikan makna,dan bentuk/organisasi pesan.

Pesan yang disampaikan dalam sosialisasi listrik prabayar berisi pengertian tentang listrik prabayar (*awareness*), berisi ajakan kepada masyarakat untuk menggunakan listrik prabayar, berisi cara penggunaan listrik prabayar.

3. *In Which Channel*? (saluran/media).

Wahana/alat untuk menyampaikan pesan dari komunikator (sumber) kepada komunikan (penerima) baik secara langsung (tatap muka),maupun tidak langsung (melalui media cetak/elektronik dll).

Saluran komunikasi/media yang digunakan dalam sosialiasi listrik prabayar melalui media cetak dan media elektronik. Salah satu yang peneliti lakukan dalam penelitian ini adalah penggunaan media cetak oleh Humas PT.PLN Distribusi Jawa Barat dan Banten.

4. *To Whom*? (untuk siapa/penerima).

Orang/kelompok/organisasi/suatu negara yang menerima pesan dari sumber.Disebuttujuan(destination)/pendengar(*listener*)/khalayak (*audience*)/komunikan/penafsir/penyandi balik (*decoder*).

Komunikan dalam sosialisasi listrik prabayar adalah seluruh pelanggan baru, pelanggan yang ingin menambah daya dan pelanggan ingin beralih dari pascabayar ke prabayar.

5. *With What Effect*? (dampak/efek).

Dampak/efek yang terjadi pada komunikan (penerima) setelah menerima pesan dari sumber,seperti perubahan sikap, bertambahnya pengetahuan, dll.

Dampak dari sosialisasi melalui media cetak surat kabar adalah menambah pengetahuan akan listrik prabayar dan juga perubahan sikap dari penggunaan listrik.

Menjabarkan kembali dari lima point di atas, sosialisasi yang dilakukan oleh Humas PT.PLN DJBB ini bertujuan agar masyarakat dapat mengetahui tentang Listrik Prabayar dan memahami bagaimana cara penggunaannya. Sosialisasi dalam surat kabar memuat info mengenai apa itu Listrik Prabayar, apa kelebihan menggunakan Listrik Prabayar dan bagaimana penggunaan Listrik Prabayar, termasuk bagaimana cara pengisian token.

Pada tahap persiapan ini Sosialisasi ditujukan kepada seluruh masyarakat di Jawa Barat dan Banten (pelanggan, pelanggan yang ingin menambah daya, pelanggan yang ingin berpindah dari pasca bayar menjadi prabayar). Dalam sosialisasi ini, PT.PLN memliki tujuan agar masyarakat dapat lebih bijakasana dalam penggunaan listrik, dengan kelebihan-kelebihan yang dimiliki oleh listrik prabayar ini masyarakat diajak untuk mengontrol penggunaan listrik.

Masyarakat sendiri dalam pemahaman mengenai tujuan penggunaan listrik prabayar sudah dapat memahami, hanya saja tidak sepenuhnya dapat memahami apa itu listrik prabayar. Oleh karena itu, maka peran dari petugas

yang turun langsung ke masyarakat dalam menyosialisasikan listrik prabayar tersebut dapar berperan untuk informasi tambahan yang dapat menambah pengetahuan masyarakat akan listrik prabayar. Karena ditemukan dari hasil wawancara dengan masyarakat bahwa masih banyak masyarakat yang belum paham betul tentang listrik prabayar. Jika pun mengetahui, itu pun didapat dari informasi mulut ke mulut. Disinilah peran serta petugas untuk memasyarakatkan listrik prabayar, agar program listrik prabayar dapat berjalan dengan baik dan lancar.

4.3.2 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.

Pada tahap meniru yang dilakukan oleh humas PT.PLN DJBB melalui surat kabar, terdapat hambatan yang dapat mempengaruhi pemahaman akan informasi yang ingin disampaikan oleh pihak perusahaan. Kesulitan–kesulitan/hambatan yang dialami pada waktu melakukan proses sosialisasi itu banyak macamnya. Diantaranya adalah :

(1) Kesulitan dalam berkomunikasi

Dalam proses sosialisasi, bila masyarakat mengalami kesulitan dalam berkomunikasi seperti tidak memahami bahasa, tidak dapat membaca, dan kurang mengenal lambang-lambang komunikasi yang berlaku dalam suatu masyarakat, maka sulitlah bagi masyarakat yang

bersangkutan untuk memahami sosialisasi yang dilakukan oleh humas PT. PLN Distribusi Jawa Barat dan Banten.

(2) Adanya pola perilaku yang beraneka ragam

Dalam masyarakat modern yang kompleks, masyarakat terbagi dalam berbagai kelompok. Dalam setiap jenis kelompok itu terdapat pola-pola perilaku yang berbeda antara kelompok yang satu dengan yang lain.

Hambatan yang diperoleh dari proses sosialisasi melalui surat kabar adalah karena tidak semua masyarakat gemar membaca surat kabar. hal tersebut dikarenakan pola perilaku dari masyarakat yang berbeda-beda, ada yang gemar membaca surat kabar dan juga yang tidak gemar membaca surat kabar. Dalam wawancara di kantor Humas PT.PLN DJBB, Agus Yuswanta melihat hasil riset untuk pembaca surat kabar, hanya satu per sembilan dari seluruh segmen pasar yang gemar membaca surat kabar.[3]

Hal itulah yang dapat menghambat tersebarnya informasi. Oleh karena itu, informasi yang ingin pihak perusahaan sampaikan, tidak dapat diketahui oleh masyarakat seluruhnya. Untuk membaca surat kabar, pembaca dituntut untuk bisa membaca serta memiliki kemampuan intelektualitas tertentu. Masyarakat yang buta huruf tidak dapat menerima pesan pada surat kabar. Bagi yang berpendidikan rendah pun mungkin akan kesulitan membaca surat kabar, karena banyak istilah dari berbagai bidang yang tidak dapat masyarakat pahami.

[3] Hasil wawancara dengan *Assistant Officer Protocol* PT. PLN DJBB Bapak Agus Yuswanta, selasa / 21 Juni 2011, 09 :30.

Isi pesan dalam sosialisasi program listrik prabayar yang dimuat di surat kabar berupa *awareness* atau pemberitahuan akan adanya program listrik prabayar tersebut. Isi pesan yang dimuat pun bervariatif, mulai dari pemberitahuan, penggunaan listrik prabayar, kelebihan listrik prabayar, hingga opini masyarakat tentang listrik prabayar. Dari sosialisasi itulah masyarakat diajak untuk menggunakan listrik prabayar.

Peneliti melihat dari sosialisasi melalui surat kabar tersebut cukup baik tetapi harus dibarengi dengan sosialisasi tatap muka, karena melihat dari hasil penelitian melalui wawancara, ditemukan bahwa masyarakat yang gemar membaca dapat dibilang hanya satu per sembilan dari jumlah masyarakat pengguna listrik. Diperkuat lagi dengan pendapat masyarakat bahwa tidak semua masyarakat gemar membaca surat kabar. Hasilnya pun memang membuktikan masih banyak masyarakat yang tidak mengetahui adanya listrik prabayar.

Walaupun sosialisasi yang dilakukan melalui media massa cetak tersebut dikatakan efektif, karena jangkauan dari penyebarluasan surat kabar cukup luas dan pesan pada surat kabar tidak mudah untuk dilupakan masyarakat. Tetapi, sosialisasi pun harus dibarengi dengan sosialisasi secara tatap muka agar masyarakat tersebut lebih mengerti akan listrik prabayar, dan hal tersebut dapat mengurangi atau bahkan menghilang hambatan yang didapat dari sosialisasi melalui surat kabar.

Langkah yang diambil PLN dalam membuat Listrik Prabayar menurut masyarakat banyak adalah tepat. Karena masyarakat mendapatkan kepraktisan

dalam segi pembayaran yang dulu harus mengantre di loket. Sekarang, dengan menggunakan listrik prabayar masyarakat cukup membeli token yang nominalnya dapat terjangkau oleh segala kalangan masyarakat. Mulai dari harga dua puluh ribu rupiah hingga satu juta rupiah, masyarakat tinggal memilih nominal yang dibutuhkan sesuai keinginan dan kebutuhan penggunaannya. Dengan listrik prabayar masyarakat akan lebih percaya pada meter kWh, karena tidak aka nada lagi petugas yang harus masuk kehalaman rumah untuk mencatat kWh meter. Hal tersebut dapat menghindari adanya kesalahan dalam mencatat listrik prabayar. Dari segi keamanan tempat tinggal masyarakat pun akan lebih terjaga, karena tidak aka nada lagi petugas yang harus membuka gerbang rumah untuk masuk ke halaman rumah.

Dengan listrik prabayar pengecekan kWh meter dapat dilihat oleh PLN melalui media online. Sebuah kepraktisan dan kecanggihan yang dapat dirasakan oleh masyarakat dan perusahaan.

Listrik prabayar dapat dikatakan tepat karena membuat masyarakat menjadi lebih praktis pada saat pembayaran dan cara tersebut adalah langkah tepat untuk hemat listrik. Masyarakat dilatih untuk hemat dalam penggunaan litrik, serta banyak keunggulan dan manfaatnya. Mudah dan menguntungkan.

4.3.3 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

Pada tahap siap bertindak dimana humas PT.PLN Distribusi Jawa Barat dan Banten telah melakukan sosialisasi menggunakan surat kabar, dan masyarakat telah menggunakan listrik prabayar. Selain penggunaan surat kabar dalam menyosialisasikan program listrik prabayar, humas PT.PLN DJBB pun menggunakan media lainnya, di antaranya adalah sosialisasi pada media elektronik (radio), pada media radio sosialisasi dilakukan dalam bentuk *talkshow* dan spot iklan. Ada juga media lainnya seperti spanduk, *banner*, baliho dan brosur.

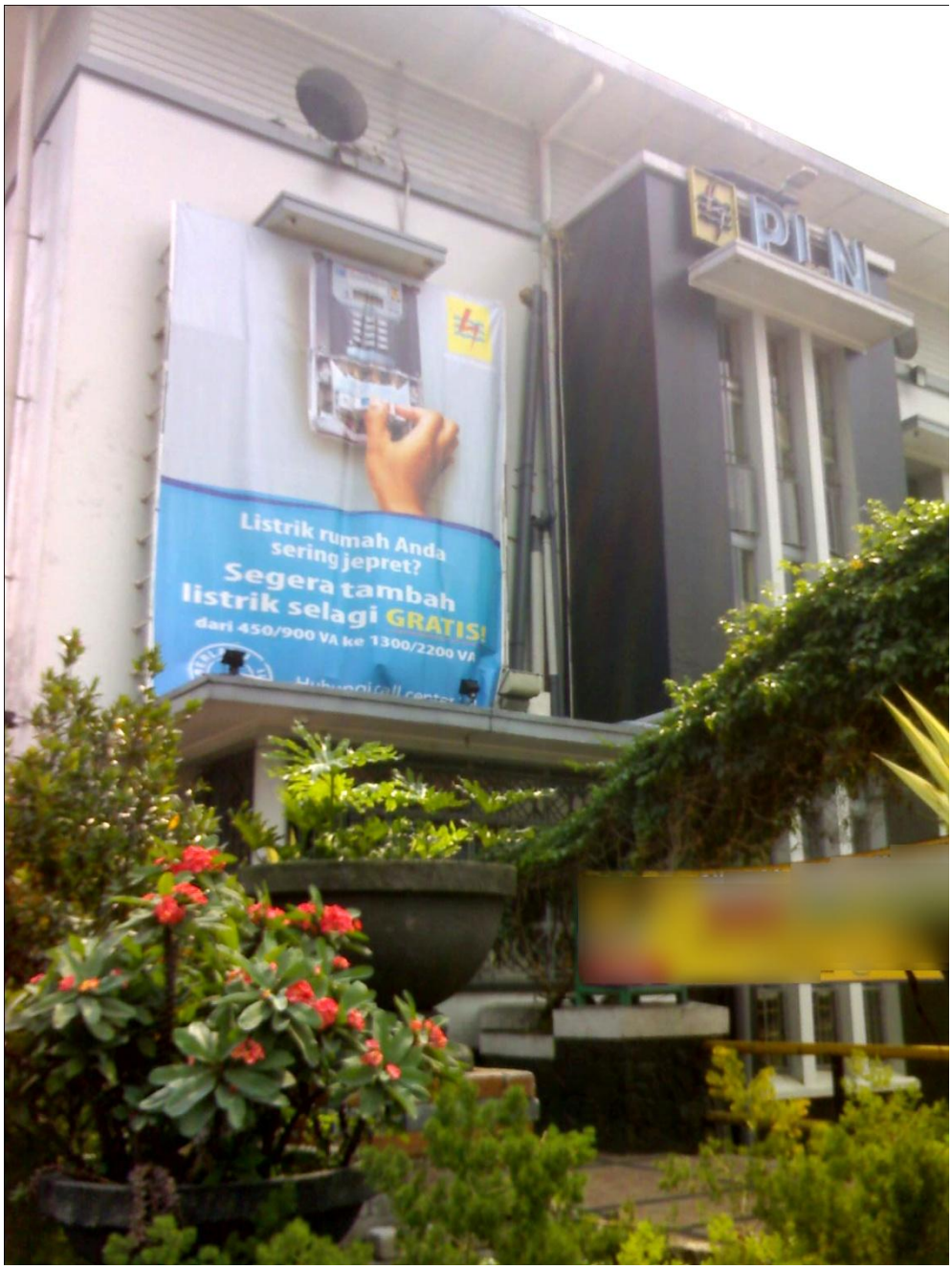
Selain sosialisasi yang menggunakan media, adapula sosialisasi dalam bentuk sosialisasi langsung dengan mengundang tokoh masyarakat, sosialisasi tersebut dalam bentuk tatap muka. Hal tersebut dilakukan guna lebih meyakinkan masyarakat dan juga agar segmen pasar yang diinginkan akan lebih luas kembali jangkauannya.

Salah satu bentuk sosialisasi yang telah peneliti dokumentasikan adalah pemasangan spanduk yang dipasang pada gedung PT.PLN DJBB yang terletak di Jl.Asia Afrika No. 63 Bandung. Spanduk tersebut berisi ajakan kepada masyarakat dalam penggunaan listrik prabayar.

Pemasangan spanduk didepan gedung tersebut sangat strategis karena tepat jalan raya didepan gedung PT.PLN DJBB merupakn jalan utama yang banyak dilewati oleh pengguna jalan raya. Spanduk tersebut dapat dilihat seperti gambar dibawah ini :

Gambar 4.2

Media Sosialisasi (Spanduk) yang ditempatkan depan gedung PT.PLN DJBB di Jl.Asia Afrika, Bandung.



Sumber : Dokumentasi Peneliti

Apabila ada ketidaksesuaian dalam sosialisasi dengan kenyataan yang diperoleh masyarakat, maka masyarakat dapat mendatangi langsung kantor

PLN terdekat, atau akan ada petugas dari PLN yang akan turun langsung untuk menjelaskan kembali ketidaksesuaian tersebut kepada masyarakat. Hal tersebut dilakukan guna memberikan pelayanan yang terbaik bagi para pengguna listrik.

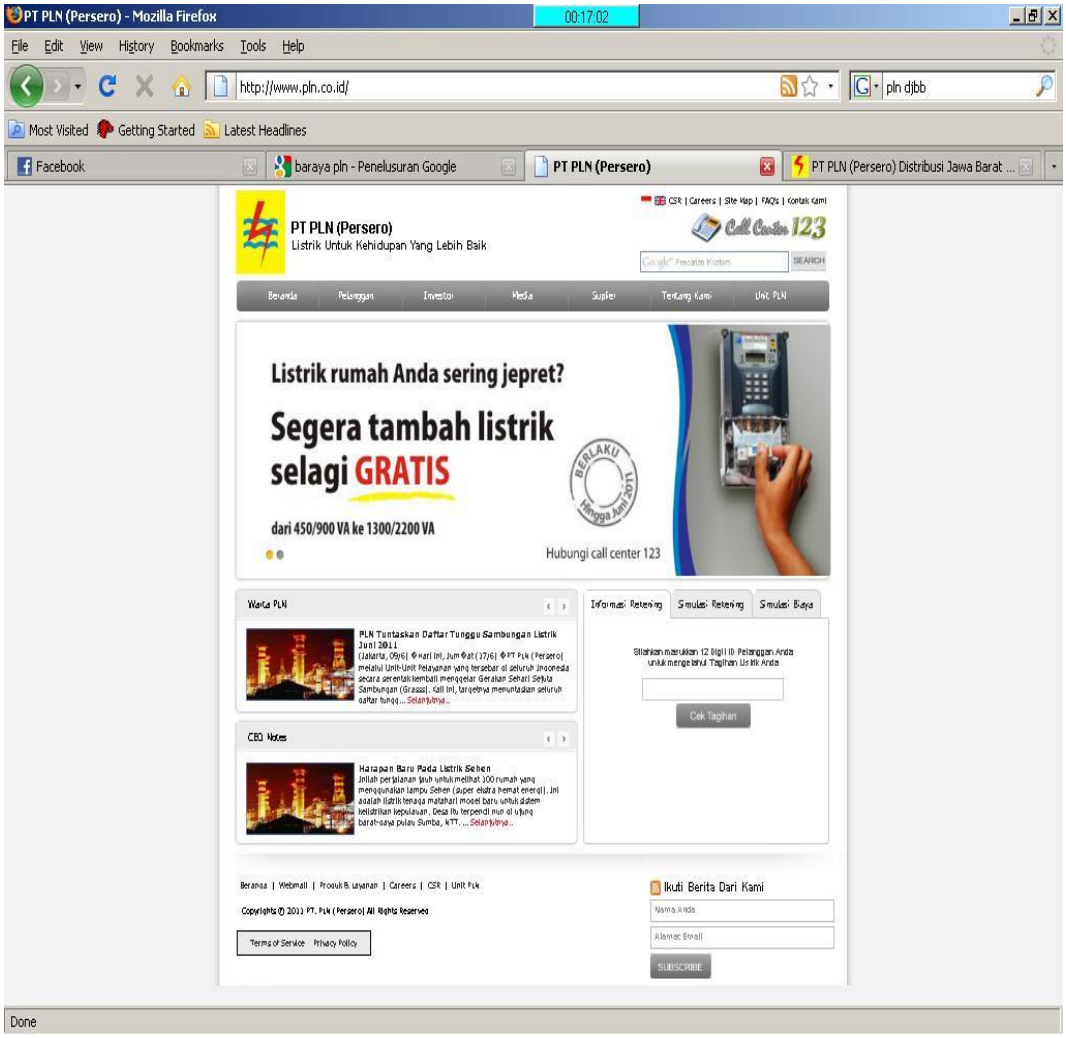
Forum atau sarana untuk membahas program listrik prabayar ini juga sudah disediakan oleh PT.PLN, di antaranya adalah *call center* 123, *email* PLN, situs PLN dan SMS. Ada pula bentuk forum lain, yaitu melalui jejaring sosial yang dikelola di *facebook*, *twitter*, dengan nama baraya PLN Jabar dan *kaskus*. Forum tersebut dapat membantu masyarakat mengemukakan pendapat atau saran dalam penggunaan listrik prabayar.

Bentuk forum melalui internet tersebut baik, karena di zaman modern ini teknologi sudah mulai banyak dikenal masyarakat. Oleh karena itu, PT.PLN menyediakan forum atau sarana bagi masyarakat untuk mengemukakan saran dan pendapatnya melalui forum yang berbasis teknologi informasi.

Berikut ini adalah bentuk dari jejaring sosial yang digunakan pihak perusahaan untuk media sosialisasi sekaligus menjadi forum atau sarana untuk membahas program listrik prabayar. Seperti gambar di bawah ini :

Gambar 4.3

Situs PT. PLN

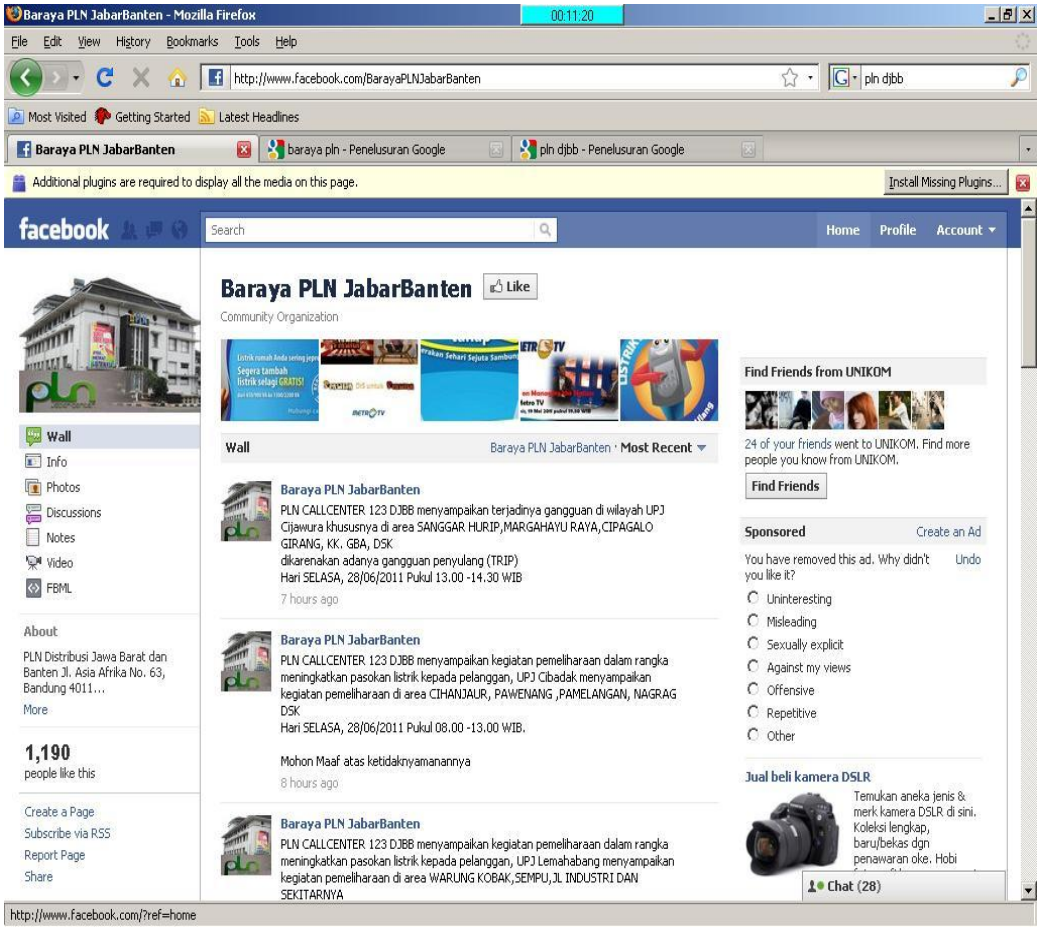


Sumber : www.pln.co.id

Dalam situs jejaring ini, masyarakat atau masyarakat pengguna dunia maya, dapat langsung bertanya pada pihak perusahaan seputar listrik prabayar dan informasi lainnya.

Gambar 4. 4

Baraya PLN Jabar Banten dalam Jejaring Sosial *facebook*



Sumber : www.facebook.com/BarayaPLN Jabar Banten

Dalam jejaring sosial tersebut, pihak perusahaan menyosialisasikan listrik prabayar dengan memanfaatkan fitur *wall* yang biasa digunakan masyarakat kebanyakan untuk dijadikan status dan dibaca oleh pengguna jejaring sosial lainnya.

Dari hasil penelitian yang peneliti lakukan melalui wawancara kepada masyarakat, ada beberapa hal yang membuat masyarakat yakin untuk menggunakan lsitrik prabayar. Karena kepraktisan yang mereka peroleh dari

penggunaan listrik prabayar, karena faktor keamanan dan juga terhindar dari salah pencatatan meter kWh yang biasa dilakukan oleh petugas listrik PLN kerumah-rumah masyarakat.

Keberadaan petugas untuk menjelaskan atau menyosialisasikan listrik prabayar, dianggap sangat penting oleh masyarakat. Karena apabila sosialisasi hanya menggunakan media surat kabar saja, mungkin tidak semua masyarakat dapat mengetahuinya. Hasil penelitian pun membuktikan bahwa masih banyak masyarakat yang sudah tahu sosialisasi pada surat kabar, tetapi sosialisasi tidak dapat sepenuhnya membuat masyarakat menjadi paham betul mengenai listrik prabayar.

Listrik prabayar merupakan inovasi yang baik karena di zaman modern ini di mana manusia seakaan bergantung pada tenaga listrik untuk menjalankan kehidupan sehari-hari. Langkah yang dibuat oleh PLN sangat tepat, karena dengan listrik prabayar masyarakat diajak untuk lebih bijak dalam penggunaan listrik. Jadi, walaupun masyarakat yang konsumtif akan penggunaan tenaga listrik, tetapi masyarakat juga tetap dapat menggunakan tenaga listrik secara bijaksana.

4.3.4 Sosialisasi Program Listrik Prabayar melalui Media Massa Cetak

Pemilihan media dalam proses sosialisasi dilakukan karena menentukan atau menyesuaikan dengan jumlah khalayak yang ini dicapai, dalam sosialisasi. Humas PT.PLN DJBB menggunakan surat kabar karena ketepatan dari segmen pasar yang dituju adalah sesuai dengan menggunakan surat kabar.

isi pesan yang disampaikan dalam sosialisasi pun dapat menjelaskan kepada masyarakat mengenai program listrik prabayar. Tujuannya pun jelas, pihak humas ingin membangun pemahaman kepada masyrakat tentang listrik prabayar dan ingin mengajak masyarakat untuk menggunakan listrik prabayar. Dari sosialisasi menggunakan surat kabar mengalami hambatan dari jumlah pembaca surat kabar. Sehingga humas PT.PLN DJBB melakukan sosialisasi dalam bentuk media lain dan juga menyediakan forum kepada masyarakat dalam bentuk *call center* dan dalam jejaring sosial di internet. Adapun penanggulangan dari ketidaksesuaian informasi dalam proses sosialisasi yang dilakukan oleh humas PT.PLN DJBB dengan cara mendatangkan langsung petugas atau masyarakat dapat mendatangi kantor PLN terdekat. Langkah yang tepat di ambil oleh PT.PLN dalam menciptakan program listrik prabayar, karena masyarakat mendapatkan kepraktisan dalam segi pembayaran yang dulu harus mengantre di loket. Keberadaan petugas untuk menyosialisasikan secara langsung kepada masyrakat mengenai listrik prabayar, dianggap penting oleh masyarakat agar dapat menambah dan memperjelaskan pengetahuan masyarakat akan listrik prabayar.