BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Setelah melalui proses analisis, wawancara, observasi dan berbagai pembahasan, maka kesimpulan penelitian terhadap "PROGRAM LISTRIK PRABAYAR MELALUI MEDIA MASSA CETAK(Studi Deskriptif mengenai Proses Sosialisasi Program Listrik Prabayar oleh Humas PT. PLN Distribusi Jawa Barat dan Banten melalui Surat Kabar "Pikiran Rakyat" kepada Masyarakat)" adalah sebagai berikut :

5. 1 Kesimpulan

(1) Pada tahap persiapan, pemilihan media oleh humas PT. PLN Distribusi Jawa Barat dan Banten dalam sosialisasi listrik prabayar melalui surat kabar, karena melihat dari cakupan penyebaran dari surat kabar yang dapat secara luas menyebarkan informasi kepada masyarakat. Segmen pasar yang dituju pun tepat, karena penggunaan surat kabar lokal untuk wilayah Jawa Barat dianggap tepat dalam penyebaran informasinya.

Pada tahap persiapan, proses sosialisasi listrik prabayar melalui media massa cetak (surat kabar) tersebut, ditujukan kepada seluruh masyarakat pengguna listrik, baik yang akan menambah daya listrik ataupun yang ingin berpindah dari pasca bayar ke prabayar.

Dalam proses sosialisasi melalui surat kabar, tujuan dari sosialisasi pun dapat dijabarkan , yaitu menginginkan masyarakat dapat mengetahui listrik prabayar. Dari sosialisasi dalam surat kabar pun dijelaskan mulai dari pengertian listrik prabayar hingga cara penggunaannya.

Penyebaran informasi melalui surat kabar dikatakan sudah efektif, karena tiga dari empat orang informan tersebut mengetahui tujuan dari program listrik prabayar ini.

Masyarakat sudah mengerti akan tujuan adanya listrik prabayar yang di sosialisasikan melalui surat kabar. Tetapi masyarakat menginginkan adanya sosialisasi secara langsung dengan cara tatap muka.

(2) Pada tahap meniru hambatan dari sosialisasi melalui media massa cetak surat kabar adalah kurangnya jumlah pembaca surat kabar, sehingga hal tersebut menyebabkan banyak masyarakat yang tidak tahu tentang listrik prabayar.

Keefektifan penggunaan surat kabar dalam proses sosialisasi dapat dikatakan baik ataupun tidak, dikatakan baik karena informasi yang disebarkan mencakup wilayah yang luas dan segmentasi pasarnya pun tepat, yaitu masyarakat Jawa Barat. Dikatakan tidak baik karena belum tentu masyarakat gemar membaca surat kabar.

Isi pesan dari sosialiasi dalam surat kabar mengenai Listrik Prabayar dapat membuat masyarakat menjadi paham akan Listrik

Prabayar, karena didalamnya dimuat mulai dari pengertian Listrik Prabayar hingga penggunaannya, sehingga informasi yang disampaikan sudah lengkap.

Masyarakat menilai bahwa sosialisasi pada surat kabar yang dilakukan oleh humas adalah baik, tetapi dibutuhkan sosialisasi dalam bentuk lain, seperti sosialisasi tatap muka. Dengan adanya listrik prabayar masyarakat menilai bahwa langka pembuatan inovasi ini sangat tepat, karena kepraktisan yang didapat oleh masyarakat dapat dirasakan dengan menggunakan listrik prabayar.

(3) Pada tahap siap bertindak Selain sosialisasi dalam surat kabar, sosialisasi juga dilakukan dengan menggunakan media lain, media yang digunakan meliputi media elektronik radio dan juga media cetak lainnya seperti banner, spanduk, brosur dan baliho.

Apabila ada kesalahpahaman dalam sosialisasi melalui media massa cetak, oleh pihak perusahaan ditanggulangi dengan mendatangkan langsung petugas untuk menjelaskan kembali dan untuk membenarkan kesalahpahaman dalam sosialiasi dalam surat kabar.

Untuk memfasilitasi masyarakat dalam mengemukakan pendapat , baik saran maupun pertanyaan. Pihak PLN menyediakan media yang dapat menampung dan menanggapi suara masyarakat, yaitu 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*.

Pada tahap siap bertindak, yang membuat masyarakat yakin dan berpindah menggunakan listrik prabayar tidak lain karena sosialisasi yang telah dilakukan humas PT.PLN DJBB melalui surat kabar.

(4) Sosialisasi yang dilakukan humas PT.PLN DJBB mengenai listrik prabayar melalui surat kabar adalah baik dan efektif. Pemilihan media yang tepat dapat mempengaruhi pemahaman isi kepada khalayaknya dan juga kesesuaian dari segmen pasar yang dituju. Penyediaan forum kepada masyarakat adalah tepat, karena dapat membantu masyarakat untuk menambah pemahaman mengenai listrik prabayar.

Masyarakat memahami tujuan dan isi pesan dalam sosialisasi melalui surat kabar, tetapi masyarakat menilai bahwa pentingnya keberadaan petugas PLN untuk menjelaskan secara langsung kepada masyarakat mengenai listrik prabayar. Langkah yang diambil PT.PLN dalam membuat listrik prabayar dinilai tepat oleh masyarakat, hingga akhirnya masyarakat berpindah menggunakan listrik prabayar.

5.2 Saran

(1) Saran bagi Humas PT.PLN DJBB

Dalam proses sosialisasi yang dilakukan baik, karena penggunaan media yang tepat dalam proses sosialisasi. Untuk mendukung keefektifan media yang sudah digunakan, diperlukan pula intensitas dalam penyebaran infomasi, yang dapat dilakuan secara kontinyu (empat hari dalam seminggu (khususnya surat kabar Pikiran Rakyat)). Dan juga diperlukan sosialisasi secara langsung kepada masyarakat dalam bentuk tatap muka.

(2) Saran bagi Peneliti Selanjutnya

(a) Bila ingin melakukan penelitian, diharapkan agar lebih cermat dalam pemilihan pendekatan dan metode yang digunakan, agar dapat membantu dan mempermudah pada saat penelitian.

(b) Kepada peneliti selanjutnya agar lebih mengorganisir dan memanage waktu yang disediakan dalam proses penelitian, sehingga waktu yang digunakan lebih efektif dalam melakukan penelitian.