

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks penelitian

Perkembangan teknologi sesuatu yang tidak bisa kita hindari dalam kehidupan ini, karena kemajuan teknologi akan berjalan sesuai dengan kemajuan ilmu pengetahuan. Khususnya dalam bidang teknologi masyarakat sudah menikmati. Manusia tidak lepas dari adanya teknologi artinya, bahwa teknologi merupakan cara mudah dalam setiap kegiatan manusia. Maka dari itu dengan berkembangnya teknologi masalah akan mudah terselesaikan. Disisi lain, perkembangan teknologi memberikan pengaruh akan kebutuhan listrik yang semakin meningkat baik dibidang industri maupun kebutuhan listrik rumah tangga. Peningkatan kebutuhan tenaga listrik juga harus diimbangi dengan kebutuhan system listrik dalam hal ini adalah ketersediaan daya listrik. Seperti rencana penelitian yang akan peneliti teliti nanti, yaitu keberadaan masyarakat masalembu Sumenep yang sudah lama berlangganan tenaga listrik melalui PLTD.

Menurut Harlow bahwa public relations merupakan sebuah usaha yang berkaitan dengan proses komunikasi. Dan *public relations* juga berfungsi menjaga, membangun hubungan dan interaksi manusia dengan lingkungannya, baik dengan manusia lainnya, kelompok organisasi, dan *public* atau masyarakat umum diluar dirinya sendiri.¹ Pada hakikatnya sistem kerja *public relations* itu sendiri adalah untuk membangun citra baik dan membangun hubungan yang

¹ Budiman Purba, Pengaruh public Relations Terhadap Peningkatan Pengguna Jasa Dibandara Kualanmu Kabupaten Sedang, *Jurnal Network Media*, Voleme 1, Nomer 1, (februari 2018), ISSN 2569-6446, 2.

harmonis dengan masyarakat tentang sebuah instansi atau perusahaan atau lembaga dan memberikan pelayanan yang baik kepada organisasi itu sendiri juga *public*. Peran *public relations* dalam organisasi sangat penting, kaitannya untuk mendukung fenomena organisasi baik di internal maupun eksternal.²

PLTD yang dimaksud peneliti disini adalah pembangkit listrik yang menggunakan tenaga diesel yang menjadi sumber daya listrik dan menjadi alternative untuk mencukupi kebutuhan listrik dikawasan terpencil. PLTD ini merupakan suatu instalasi pembangkit listrik yang terdiri dari suatu unit pembangkitan pada mesin diesel energi bahan bakar.³ Adanya PLTD masyarakat kepulauan masalembu Sumenep yang telah lama menjadi pelanggan setia sekitar sepuluh tahunan lebih. Meskipun tarif biaya pembayarannya dari setiap bulannya cukup tinggi, jasa PLTD tetap dipakai oleh masyarakat masalembu.

Kalau dikaji dari pendekatan akademik ilmu komunikasi, salah satu citra menjadi seperangkat keyakinan, ide dan kesan yang dimiliki seseorang terhadap suatu objek dan citra merupakan gambaran yang ada didalam benak *public* tentang perusahaan. Sebab citra dan kepercayaan yang baik dimata masyarakat merupakan salah satu yang terpenting bagi eksistensi sebuah perusahaan. Perusahaan yang memiliki citra baik dimata konsumen produk dan jasanya relative bisa diterima daripada perusahaan yang tidak mempunyai citra.⁴

² Selvina L. Lengkong, Mariam Sodakh, J.W. Londa, Strategi Public Relations Dalam Pemulihan Citra Perusahaan (Studi Kasus Rumah Makan Kawan Baru Magamas Manado), *e-Jurnal Acta Diurna*, Volume VI, Nomer 1, (Tahun 2017), 4.

³ Masrianto, Edi Suhardi Rahman, Ruslan, Studi Tentang Pembangkitan Listrik Tenaga Diesel PT. PLN (PERSERO) Daerah Sulsebarbar Tello Makasar, Tanpa Volume, Tanpa Nomer(Tanpa tahun), 3.

⁴ Roturama Dan Wijaya, Aktivitas Public Relatiaons Dalam Upaya Meningkatkan Citra Taman Wisata Candi Brobudur, *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Volume 10, Nomer 2, ISSN: 2085-4609, 120.

Akan tetapi beberapa tahun terakhir PLTD mengalami masalah yang cukup besar, sehingga berbagai keluhan dan persepsi buruk tentang kinerja PLTD mulai terus datang dari kalangan pelanggan, masyarakat bahkan mahasiswa. Semua itu disebabkan oleh kondisi kelistrikan yang sedang mengalami persoalan berat di antaranya krisis daya kelistrikan, jeleknya hubungan dengan pelanggan dan buruknya komunikasi korporat sehingga persepsi-persepsi semua itu dapat menambahkan citra buruk PLTD di mata *public*. Disinilah peneliti tertarik untuk melakukan penelitian secara lebih mendalam, bagaimana sesungguhnya PLTD mengubah citra yang dibangun cukup lama, masih mendapatkan kepercayaan yang cukup baik bagi masyarakat kepulauan Masalembu. Seperti yang terjadi PLTD menerima berbagai keluhan dan persepsi buruk tentang daya kelistrikannya sehingga pelanggan memberikan komentar yang tidak baik tentang kinerja karyawan perusahaan tersebut.

Dengan rinci yang menjadi penunjang terpuruknya citra PLTD pada kerusakan, gangguan-gangguan kelistrikan, pemadaman total, dan pelayanan petugas yang terkadang kurang memuaskan. Seperti ditahun 2016 pemadaman listrik secara total selama 3 bulan yang disebabkan terapu jaringan yang mengalami konslet sehingga mengakibatkan terbakarnya terapu, di tahun 2017 listrik di kepulauan masalembu hidup secara bergantian yang disebabkan bahan bakar (solar) yang langka disebabkan transportasi kapal laut (Tengker) tidak mengirim bahan bakar akibat cuaca yang memburuk, dan di tahun 2019 PLTD mengalami kerusakan puring mesin sehingga pemadaman total pun terjadi. Dalam hal tersebut, sehingga banyak berbagai persepsi buruk tentang kinerja PLTD dari

berbagai kalangan pelanggan.⁵ Dan tanpa pemberitahuan pada saat pemadaman saluran listrik terhadap pelanggan dapat mengakibatkan jeleknya suatu hubungan dan menjadi penunjang terpuruknya citra PLTD, sehingga masyarakat masalembu beranggapan bahwa setelah pembayaran uang bulanan dengan mencapai ratusan ribu itu hanya diperalat oleh pihak PLTD.

Dalam menyikapi masalah-masalah dari melemahnya citra tersebut, untuk menghasilkan produk atau layanan yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan PLTD meningkatkan pelayanan yang professional sesuai dengan bidangnya masing-masing, sehingga pelanggan merasa puas dengan apa yang mereka dapatkan dari kinerja pihak PLTD. Salah satu cara untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan dengan memberikan kesan atau citra yang baik dalam hal produk dan layanannya, mengubah citra atau publikasi yang positif merupakan prestasi, reputasi dan sekaligus menjadi tujuan utama bagi aktivitas *public relations* dalam melaksanakan perannya di perusahaan.

Oleh karena pentingnya suatu citra perusahaan, maka salah satu cara yang peneliti gunakan disini adalah strategi *public relations* dalam mengubah citra PLTD perusahaan terhadap pelanggan. Sebagaimana mestinya untuk mempertahankan citra yang positif, maka dibutuhkan seorang *Public Relations* (PR) untuk membantu mengantisipasi dalam mengubah citra negatif dengan apa yang telah disampaikan oleh masyarakat kepulauan masalembu.

Dari fenomena yang terjadi pada PLTD maka sangatlah memerlukan strategi yang tepat untuk membentuk opini publik. Dan keberhasilan dalam

⁵ Sugianto Fargas, Wawancara Karyawan Jejaringan PT.PLTD Via Telepon Yang Dilakukan Pada Hari Selasa Tanggal 3 November 2020.

membentuk opini public akan memerlukan skill khusus dengan kemampuan menganalisa situasi di lapangan, keterampilan serta kemahiran dalam meluncurkan pendekatan-pendekatan dalam membentuk opini public merupakan syarat-syarat yang harus dimiliki bagi praktisi *public relations* yang bergerak didalam bidang ini.⁶

Dalam pendekatan komunikasi pada ranah *public relations* tidak terpisahkan oleh komunikasi, salah satunya bertujuan untuk menciptakan atau mempertahankan citra positif perusahaan yang dilakukan dengan menanamkan kepercayaan kepada *stakeholder*, yaitu kepada *public* internal maupun eksternal.⁷

Pendekatan sosial bisa juga dikatakan pendekatan kemasyarakatan (*societal approach*) memandang bahwa kewajiban perusahaan terhadap masyarakat secara keseluruhan, dimana perusahaan merupakan bagian terintegrasi didalamnya (*Van Marrewijk, 2003*), pendekatan ini menegaskan bahwa perusahaan beroperasi karena persetujuan *public* (diberikan ijin untuk beroperasi) dengan tujuan untuk melayani secara konstruktif kebutuhan masyarakat, demi kepuasan masyarakat. Pendekatan kemasyarakatan merupakan jawaban terhadap tantangan perusahaan dalam konteks kemasyarakatan yang kompleks. Perusahaan menghadapi tekanan yang semakin meningkat untuk mengatasi

⁶ Irane Silviani, *Public Relations Sebagai Solusi Komunikasi Krisis* (Surabaya: PT. Scopindo Media Pustaka, 2019), 23.

⁷ Abd. Majid, Eksplorasi Nilai Komunikasi Public Relations Dalam Aktivitas Corporate Sosial Responsibility PT. Bank Mandiri (Persero) TBK Dalam Meningkatkan Indeks Pembangunan Manusia, *Jurnal Al-Khaitabah*, Volume III, Nomer 1, (Juni 2017), 135.

dan menjawab masalah-masalah sosial yang muncul akibat dari aktivitas perusahaan mereka.⁸

Berangkat dari apa yang telah peneliti jabarkan diatas, peneliti tertarik untuk menjelaskan secara deskriptif tentang bagaimana strategi *Public Relations* PLTD dalam mengubah citra buruk menjadi baik terhadap masyarakat sebagai pelanggan di kepulauan Masalembu Kabupaten Sumenep menjadi rencana penelitian nanti selanjutnya.

B. Fokus Penelitian

Dari pemaparan konteks penelitian diatas untuk mengetahui bagaimana strategi *public relations* untuk mengubah citra terhadap masyarakat, maka penulis memberikan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi yang dilakukan *public relations* PLTD Masalembu dalam mengubah citra terhadap masyarakat?
2. Factor-faktor apa saja yang menjadi penghambat *public relations* dalam mengubah citra terhadap masyarakat?

C. Tujuan penelitian

Dari fokus penelitian diatas, maka peneliti dapat menguraikan tujuan penelitian yang dilakukan yaitu:

1. Untuk mengetahui bagaimana strategi yang dilakukan *public relations* dalam mengubah citra PLTD Masalembu terhadap masyarakat.

⁸ Rina Juwita, Praktik Public Relations Dan Corporate Social Responsibility Dalam Perubahan Sosial Global, *Jurnal Interaksi*, Volume 5, Nomer 2, (Juli 2016), 191.

2. Untuk mengetahui factor-faktor apa saja yang menjadi penghambat *public relations* dalam mengubah citra terhadap masyarakat.

D. Kegunaan penelitian

Adapun kegiatan penelitian ini, dapat di jelaskan sebagai berikut:

1. Bagi peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat yang baik demi mengembangkan ilmu komunikasi mengenai pembangkit listrik tenaga desel (PLTD) dalam mengubah citra baik terhadap pelanggan. Khususnya yang berkaitan dengan *public relations*.

2. Bagi perpustakaan Iain Madura

Hasil penelitian ini diharapkan mampu dijadikan sebagai tambahan refrensi keilmuan (kajian pustaka) bagi mahasiswa komunikasi dan penyiaran islam, terkait strategi dalam mengubah citra perusahaan atau organisasi.

3. Bagi pihak PLTD

Dengan adanya penelitian ini sebagai bahan masukan bagi pihak pembangkit listrik tenaga desel (PLTD), khususnya karyawan untuk mengubah citra baik di tengah-tengah masyarakat.

E. Definisi Istilah

Untuk menghindari kesalahan dalam menafsirkan arti pada penelitian, maka diperlukan penegasan istilah yang terdapat pada penelitian ini yakni sebagai berikut:

1. Strategi merupakan usaha yang terencana dan terus menerus untuk tercapainya tujuan dan saling pengertian antara perusahaan dan publiknya.⁹ Dan untuk mencapai tujuan tersebut kegiatan strategi harus diarahkan agar sikap dan tindakan sesuai dengan yang diinginkan sehingga akan tercipta suatu opini dan citra yang baik.
2. *Public relations* merupakan fungsi manajemen dari ciri yang terencana dan berkelanjutan melalui organisasi dan lembaga swasta atau *public* untuk memperoleh pengertian, simpati dan dukungan dari mereka yang terkait. Secara operasionalnya *public relations* membina hubungan harmonis antara organisasi dan publiknya.
3. Citra merupakan kesan yang diperoleh oleh seseorang berdasarkan pengetahuan dan pengertiannya tentang fakta atau kenyataan. Untuk mengetahui citra seseorang terhadap suatu objek dapat dilihat dari sikapnya terhadap objek tersebut dan citra terbentuk berdasarkan pengetahuan dan informasi yang diterima seseorang.

F. Kajian Terlebih Dahulu

Penelitian menyadari bahwa dari penelitian ini tidak hanya diteliti kali ini saja, tetapi banyak penelitian terlebih dahulu yang memiliki tema yang hampir sama mengenai strategi *public relations*, diantaranya:

Firna dengan penelitian yang berjudul “Strategi Humas PT. PLN (Persero) Rayon Makassar Timur dalam Mengatasi Keluhan Pelanggan” dalam penelitian

⁹ Nur Kholisoh, Strategi Komunikasi Public Relations Dan Citra Positif Organisasi, *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Volume 13, Nomer 3, (September-November 2015), 199.

ini menjelaskan strategi humas yang di gunakan PT. PLN dalam mengatasi keluhan pelanggan. Yang mana strategi yang digunakan bagaimana PT.PLN dapat memberikan pelayanan kepada calon pelanggan atau pelanggan tetap dalam memberikanpenyediaan bagian layanan yang dibutuhkan setiap pelanggan yang berupa jasa dalammeningkatkan tingkat kepuasan masyarakat menjadi lebih tinggi. Jika pelayanan yang diberikan memenuhi permintaan pelanggan maka pelanggan akan merasa puas dan bila jasa pelayanan berada dibawah tingkat yang diharapkan pelanggan maka pelanggan akan menceritakan kepada masyarakat sebagai komplain dari ketidakpuasannya.¹⁰

Adapun penelitian yang berjudul “Strategi *Public Relations* dalam Membangun Citra Positif Perusahaan” oleh Ari Zulfikri dalam penelitian ini memposisikan *publik relations* dalam sebuah perusahaan dapat meningkatkan hubungan baik dengan *public* sangat penting, apalagi memperoleh positif image (pembentukan citra positif), untuk menginformasikan kebijakan organisasi dan prosedur-prosedur atas dasar kepentingan *public* dan mampu menunjukan kegiatan yang jelas. Dimana pimpinan organisasi akan menyempurnakan rencananya dengan melaksanakan kebijakan dan melaksanakan berdasarkan keadaan, perasaan, harapan, keinginan *public* baik internal maupun eksternal.¹¹

Siti Humairah dengan judul “Strategi *Public Relations* dalam Mempertahankan Citra Perusahaan”, dalam penelitian ini menjelaskan bagaimana bank muammalat Indonesia (BMI) merupakan bank syariah yang pertama

¹⁰Firna, *Strategi Humas PT.PLN (Persero) Rayon Makassar Timur Dalam Mengatasi Keluhan Pelanggan* (UIN Alauddin Makassar: Skripsi 2016)

¹¹Ari Zulfikri, *Strategi Public Relations PT.Rapp Dalam Membangun Citra Positif Perusahaan* (UIN Syarif Kasim Riau:Skripsi 2013)

didirikan pada tahun 1992 yang pernah menduduki peringkat kedua dari seluruh bank muammalat kantor cabang Bengkulu yang ada di Sumatra. Dilihat dari segi pelayanan dari seluruh bank muammalat yang ada di Indonesia semua itu tidak terlepas dari yang namanya strategi *public relation* yang mana kondisi-kondisi daripada *public* yang bersangkutan memperbaiki jika itu rusak atau menurun.¹²

Dari ketiga penelitian tersebut yang membedakan dengan peneliti ini adalah peneliti meneliti tentang strategi *public relations* yang digunakan oleh PLTD dalam upaya mengubah citra terhadap masyarakat masalembu, dan *public relations* PLTD tentunya memiliki strategi tersendiri untuk dapat mengubah citra terhadap pelanggannya. Persamaan penelitian ini dengan penelitian terlebih dahulu di atas adalah peneliti meneliti strategi *public relations* yang mana penelitian terlebih dahulu di atas meneliti strategi *public relations* juga.

¹² Siti humairah, *Strategi Public Relations Dalam Mempertahankan Citra Perusahaan*, (IAIN Bengkulu:Skripsi 2019)

