

BAB VI PENUTUP

6.1 Kesimpulan

1. Peran dan fungsi PR PT. PLN dalam proses manajemen isu eksternal adalah sebagai berikut.

- 1) PR memiliki kekuasaan untuk mempengaruhi Direksi dalam pembuatan keputusan sebuah isu korporat. Status isu korporat menggambarkan bahwa sebuah isu memiliki dampak yang berpotensi mempengaruhi kinerja PT. PLN yang ada di seluruh Indonesia. Berhubungan dengan hal tersebut, PR bertugas memperkirakan potensi perkembangan sebuah isu yang dapat berpengaruh baik atau buruk bagi masa depan perusahaan.
- 2) PR PT. PLN mengetahui semua informasi melalui sentralisasi penyebaran informasi. Sentralisasi penyebaran informasi berupa pengelolaan media-media komunikasi perusahaan, baik media untuk informasi keluar maupun ke dalam. Media yang mengkomunikasikan informasi keluar misalkan *CEO Notes* dan ke dalam misalkan *Call Center*.
- 3) PR PT. PLN memiliki akses khusus dan langsung dengan Direksi untuk bertukar informasi rahasia dan penting. Jaringan komunikasi tersebut dilakukan untuk mengelola isu yang bersifat riskan.
- 4) PR PT. PLN membuat kategorisasi isu eksternal untuk membantu proses memahami informasi yang masuk ke perusahaan. PR mengkategorisasikan isu menjadi empat, yakni Pelayanan, Tarif Dasar

Listrik (TDL) & Model bisnis, Infrastruktur, dan Energi Primer. Jika informasi sudah dikategorisasikan, maka akan diketahui siapa saja pihak yang akan berhubungan dan bentuk kegiatan yang bisa dilakukan.

5) PR menjadi bagian dari tim khusus manajemen isu eksternal dalam menentukan strategi yang digunakan. PR bekerjasama dengan departemen lain sebelum menentukan informasi yang akan disampaikan dan media yang digunakan. Misalkan pada isu eksternal daftar tunggu, PR bekerjasama dengan departemen niaga untuk mengkonfirmasi informasi hingga dipilihnya program Gerakan Sehari Sejuta Sambungan. PR memilih media TV nasional untuk menyebarluaskan informasi kepada masyarakat seluruh Indonesia.

2. PT. PLN melakukan manajemen isu eksternal untuk mengelola peluang isu korporat dan membentuk citra perusahaan. Berdasarkan hasil wawancara *segmented public* program manajemen isu eksternal, berikut citra PT. PLN yang terbentuk:

- 1) PT. PLN melalui program-program manajemen isu eksternalnya, membentuk citra sebagai berikut.
 - a. Pelayanan PT. PLN sudah dipermudah dalam memenuhi kebutuhan listrik
 - b. Kenyamanan pelanggan lebih diperhatikan
 - c. Perbaikan kinerja dan kemampuan PT. PLN dari dengan adanya inisiatif efisiensi energi primer

2) Pengukuran tanggapan khalayak dalam Model Grid Analisis Citra menggambarkan bahwa PT. PLN berada di *grade* B karena memiliki

citra positif dengan posisi kurangnya pengetahuan masyarakat tentang program manajemen isu eksternal tersebut.

- 3) Citra positif yang didapatkan PT. PLN menurut hasil wawancara dan kegiatan mencocokkan dengan dokumentasi adalah citra yang mengarah pada tercapainya harapan perusahaan. Tercapainya harapan perusahaan tersebut sesuai dengan jenis-jenis citra menurut Jefkins, yaitu *the wish image* (citra yang diharapkan).

6.2 Saran

Dari penelitian ini peneliti ingin memberikan saran bagi pihak-pihak terkait berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh, saran tersebut antara lain:

1. Kepada PR PT. PLN

- 1) Saat pelaksanaan program manajemen isu eksternal agar PR melakukan evaluasi efektivitas program pada khalayak eksternal. Hal tersebut bertujuan untuk mengetahui pesan pada program tersebut sudah tersampaikan dengan baik dan masyarakat bisa lebih merasa familiar programnya. Ketidaktahuan masyarakat akan suatu program ataupun segala sesuatu terkait PT. PLN terjadi karena minimnya informasi yang tersebar pada masyarakat luas.
- 2) Publikasi program ditambah menggunakan stasiun televisi swasta lain agar masyarakat familiar dengan program manajemen isu eksternal PT. PLN.
- 3) Hendaknya keberhasilan program tersebut ditindaklanjuti dengan menanyakan testimony masyarakat, kemudian testimony tersebut

ditampilkan di *website* PT. PLN. Hal tersebut bertujuan untuk menunjukkan opini masyarakat pada PT. PLN yang menggambarkan prestasi tertentu yang diraih.

2. Kepada peneliti selanjutnya yang tertarik meneliti tema sejenis, peneliti menyarankan agar meneliti tema lain yaitu:

- 1) Program komunikasi manajemen isu perusahaan yang berorientasi pada profit.
- 2) Perbandingan efektivitas manajemen isu dan manajemen krisis dengan pengaruhnya pada citra dan reputasi perusahaan.

