

BAB IV MANAJEMEN ISU DAN SEGMENTED PUBLIC

4.1 Garis Besar Struktur *Public Relations* PT. PLN

Perusahaan Listrik Negara (PT. PLN Persero) adalah Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang mengurus semua aspek kelistrikan yang ada di Indonesia. PT. PLN bertindak sebagai perusahaan negara yang bertanggungjawab atas pemenuhan hajat hidup orang banyak. PT. PLN adalah penyedia listrik yang merupakan kebutuhan primer masyarakat karena fungsinya yang menunjang kegiatan sehari-hari, baik rumah tangga maupun industri. Oleh karena itu, keberadaan PLN menjadi sangatlah penting.

PT. PLN sebagai perusahaan memiliki struktur organisasi dalam rangka menunjukkan performa perusahaan. Terkait dengan penelitian ini, peran dan fungsi *Public Relations* (PR) dalam PT. PLN ada dalam bagian Sekretariat Perusahaan. Sekretariat perusahaan bertugas untuk memastikan terlaksananya komunikasi korporat, hubungan investor, dan hubungan masyarakat, kepatuhan atas ketentuan tata kelola perusahaan yang baik (*Good Corporate Governance* atau GCG) dalam lingkup hubungan Direksi-Komisaris-Pemegang saham, rapat-rapat direksi dan penatausahaan serta terselenggaranya kegiatan RUPS (Rapat Umum Pemegang Saham) dan/ RUPSLB (Rapat Umum Pemegang Saham Luar Biasa).

Selanjutnya, Sekretariat Perusahaan dibagi menjadi:

1. Manajer Strategi Komunikasi dan Budaya Perusahaan
2. Manajer Komunikasi Korporat
3. Manajer Komunikasi Kelembagaan

4. Sekertaris Eksekutif Direksi
5. Manajer Hubungan Investor
6. Manajer Pembinaan Keamanan
7. Fungsional Ahli
8. Unsur Pendukung

Bagian sekretariat perusahaan yang memiliki tugas terkait manajemen isu adalah Manajer Strategi Komunikasi dan Budaya Perusahaan. Manajer strategi komunikasi dan budaya perusahaan bertanggung jawab mengkaji dan menyusun strategi dan kebijakan komunikasi dan budaya perusahaan, merencanakan program komunikasi secara korporat, membina implementasi kebijakan, komunikasi dalam rangka peningkatan citra perusahaan, penanganan krisis dan isu-isu yang berkembang. (SK.DIR.2008.Tugas Pokok: 5)

4.2 Manajemen Isu di PT. PLN

Manajemen isu menurut Hidayat¹ (2012) merupakan sebuah proses yang diperlukan ketika akan membuat keputusan/kebijakan yang besar pengaruhnya ke seluruh masyarakat Indonesia, perubahannya drastis dan tidak populer (tidak biasa). Sehingga memerlukan perencanaan dari sisi komunikasi dan antisipasi. Oleh karena itu, pelaksanaan manajemen isu ini dilakukan dengan program tersendiri.

Manajemen sebuah isu di PT. PLN dilakukan sesuai dengan hasil Rencana Kerja dan Anggaran Perusahaan (RKAP) pertahun. Isu yang dibahas

¹ Humas PT. PLN Kantor Pusat, Jakarta Selatan.

dalam RKAP tersebut dikategorikan berdasarkan UU Ketenagalistrikan, yaitu Pelayanan, TDL dan model bisnis, Infrastruktur, dan Energi primer. Kategorisasi isu inti tersebut akan dirinci sesuai hasil Rapat Direksi dan Kebijakan Pemerintah.

Manajemen isu PT. PLN terbagi menjadi tiga jenis, yaitu untuk isu besar, pemberitaan, dan internal. Isu besar merupakan isu-isu yang besar pengaruhnya ke seluruh masyarakat Indonesia, perubahannya drastis dan tidak populer (tidak biasa). Isu pemberitaan adalah isu yang muncul dari pemberitaan sebuah media. Sedangkan, isu internal adalah isu yang mempengaruhi pihak internal perusahaan.

Penelitian ini akan fokus pada manajemen isu besar. Manajemen isu besar di PT. PLN adalah sebuah program pengelolaan isu yang berhubungan langsung dengan pelanggannya, terutama pelanggan Rumah Tangga. Manajemen isu besar tersebut merupakan aktivitas manajemen untuk isu-isu eksternal. Sehingga, program tersebut akan menggambarkan bagaimana usaha PT. PLN dalam membentuk citra perusahaan di mata masyarakat.

Isu-isu dalam manajemen isu besar muncul terkait krisis yang pernah dialami oleh PT. PLN, yakni krisis listrik (*byar-pet*). Berdasar pada hal tersebut, muncul beberapa isu yang diangkat oleh pihak direksi PT. PLN menjadi isu korporat. Isu tersebut adalah isu daftar tunggu, pelayanan, dan efisiensi. Isu tersebut dikelola dalam kurun waktu tertentu dimasa yang berbeda.

Berikut isu dan program manajemennya.

Tabel 1. Isu dan Program Manajemen Isu.

No	Isu	Dampak	Program Manajemen Isu
1	Daftar Tunggu	<ol style="list-style-type: none"> 1. Penundaan pemasangan listrik pada 2.500000 pendaftar 2. Kegiatan rumah tangga terkendala 3. Usaha akan terkendala dalam proses produksi 4. Menghambat perekonomian Indonesia 	GRASSS
2	Pelayanan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ketidaknyamanan masyarakat pada perilaku tertentu karyawan PT. PLN 2. Penundaan pembayaran yang berlanjut-lanjut 3. Kerugian pada pihak PT. PLN dan hilangnya kepercayaan masyarakat 	Listrik Pintar
3	Efisiensi Energi Primer	<ol style="list-style-type: none"> 1. Rancunya kredibilitas PT. PLN sebagai perusahaan pengelola dan penyalur energi 2. Pro dan kontra apabila terjadi kenaikan Tarif Daftar Listrik (TDL) 	CEO Notes

Sumber: Data Diolah Peneliti

1. GRASSS (Gerakan Sehari Sejuta Sambungan)



Gambar 3. GRASSS
Sumber: www.pln.co.id

Berawal dari adanya pelaporan bahwa terdapat daftar tunggu pemasangan listrik sebanyak 2.500.000 calon pelanggan yang menumpuk selama bertahun-tahun. Hal tersebut terjadi karena tidak adanya pasokan listrik, sehingga PLN tidak bisa memenuhi permintaan calon pelanggan. Akibatnya, terbentuk kesan bahwa pemasangan listrik itu susah.

Pelaporan terkait lainnya adalah munculnya anggapan bahwa pemasangan listrik itu mahal. Hal tersebut terjadi karena adanya salah pemahaman informasi oleh masyarakat dan praktik pelayanan PLN unit yang kurang tepat. Kesalahan pemahaman informasi mengenai biaya pemasangan listrik, yang selama ini masyarakat membayar mahal karena jumlah uang tersebut merupakan akumulasi dari biaya untuk membayar jasa instalatir dan konsuil (pihak-pihak di luar PT.PLN). Dua pihak tersebut menjalankan fungsi yang terkait dengan kelistrikan, akan tetapi memiliki tugas yang berbeda dengan PT. PLN . Oleh karena itu, isu daftar tunggu menjadi isu korporat.

Pelaporan tersebut awalnya datang dari bidang niaga, yang selanjutnya menjadi tugas Humas. Berbekal data dari bidang niaga, pihak

Humas menciptakan program bernama Gerakan Sehari Sejuta Sambungan (GRASSS). GRASSS dilaksanakan tepat pada Hari Listrik Nasional, yaitu 27 Oktober 2010. Pada tanggal tersebut, PLN berusaha menyambungkan satu juta listrik di seluruh Indonesia agar masyarakat bisa menikmati listrik.

2. Listrik Pintar



Gambar 4. Listrik Pintar

Sumber: www.pln.co.id

Pelayanan PT. PLN terkait dengan listrik bervariasi bentuknya. Salah satu bentuk pelayanannya adalah “Kontakkami”. Sebuah media penghubung berbasis *e-mail* untuk pelanggan PLN yang ingin menyampaikan sebuah informasi, baik berupa kebutuhan terkait listrik, *complain*, kritik, maupun saran. *E-mail* tersebut selalu bisa dihubungi kapanpun karena memang merupakan layanan 24 jam.

Pelayanan tersebut merupakan media bagi Humas untuk melakukan mengetahui dan me-rekapitulasi berbagai jenis keluhan pelanggan. Rekapitulasi keluhan tersebut selalu diperbarui setiap bulan. Melalui media tersebut, Humas kantor pusat dapat mengetahui jenis keluhan dengan presentase terbesar, sehingga bisa menjadi isu korporat.

Isu pelayanan dalam hal listrik rumah tangga diputuskan menjadi salah satu isu korporat. Hal tersebut karena keluhan-keluhan sebagai berikut.

1. Tidak nyaman karena dikenakan pemutusan,
2. Sanksi denda keterlambatan bayar,
3. Merasa terganggu dengan kedatangan petugas catat meter.

Berdasarkan hasil tersebut, PLN membuat program Listrik Pintar. Listrik Pintar sebuah listrik Prabayar, dimana semua kendali akan penggunaan listrik ada pada pelanggan. Sehingga, pelanggan tidak akan mengeluhkan hal-hal yang sama.

Program Listrik Pintar bertujuan untuk memberikan keuntungan pada kedua belah pihak, yakni pelanggan dan PT. PLN. Pada sisi pelanggan, program ini akan membuat pelanggan nyaman karena tidak dikenakan pemutusan, sanksi denda keterlambatan bayar, dan tidak perlu repot lagi dengan kedatangan petugas catat meter yang sering mengganggu. Sedangkan di sisi PLN, untuk menetralkan isu tentang buruknya pelayanan PLN terutama di sisi denda dan sanksi bagi pelanggan, juga memudahkan secara sistem administrasi, uang masuk di depan ke kas PLN serta keamanan sistem pembayaran dan keuangan PLN.

Listrik pintar merupakan program yang dilakukan dengan cara sosialisasi dan promosi di media massa. PLN melakukan sosialisasi di setiap unit seluruh Indonesia. Sedangkan bentuk promosinya ditampilkan di *website* PT. PLN dan ditayangkan di media cetak maupun elektronik.

3. CEO Notes



Gambar 5. Contoh CEO Notes

Sumber: www.pln.co.id

PLN menurut UU ketengalistrikan masih menjalankan skenario PSO (*Public Service Obligation*). Hal tersebut berarti bahwa PLN masih mendapat jaminan subsidi dari pemerintah untuk menjalankan kegiatan operasional perusahaan yakni memproduksi energi listrik. Listrik yang dihasilkan oleh pembangkit berasal dari pengolahan energi primer sebagai bahan bakar pembangkit listrik. Energi primernya meliputi: bahan bakar minyak, batubara, gas, air, dan panas bumi.

Mayoritas penggunaan bahan bakar minyak (BBM) untuk pembangkit listrik, membuat besaran subsidi pemerintahan tersebut terus meningkat dari tahun ke tahun. Isu subsidi inilah yang menjadikan PLN untuk melakukan efisiensi di sisi pemakaian Energi Primer (EP). Salah satu efisiensi EP adalah dengan mengurangi pemakaian BBM, yang porsinya masih besar, karena BBM selalu bergejolak mengikuti ekonomi dan politik dunia, seperti ketegangan Iran dan Israel. Hal tersebut akan berpengaruh pada Tarif Dasar Listrik, sehingga secara keseluruhan akan

mempengaruhi kredibilitas PLN dalam menyediakan listrik dengan energi primer lainnya.

PLN dari sudut pandang kinerja teknis membuat proyek pembangunan Pembangkit Listrik 10.000 Megawatt dengan memanfaatkan energi non-BBM. Informasi mengenai semua usaha PT. PLN untuk mengurangi penggunaan BMM hanya diketahui pihak internal PLN saja. Sehingga, ketika akan terjadi kenaikan TDL, masyarakat akan berfikir bahwa PLN tidak memanfaatkan sumber energi primer lainnya yang tersedia banyak di Indonesia, seperti batubara, panas bumi, dll.

Berdasarkan hal tersebut, Humas PT. PLN menjadikan *CEO Notes* sebagai salah satu media untuk menginformasikan usaha PT. PLN dalam memanfaatkan energi primer lainnya. *CEO Notes* merupakan catatan Direktur PT. PLN (saat itu Dahlan Iskan) mengenai semua usaha PT. PLN untuk menuju lebih baik, dan banyak dari catatan tersebut menceritakan usaha PT. PLN dalam mencari dan memanfaatkan sumber energi primer lainnya. *CEO Notes* tersebut memang tersebar di berbagai situs di media internet dan secara berkala diperbarui di *website* PT. PLN.

4.3 Profil Subyek Penelitian

Subyek penelitian dalam penelitian ini adalah Humas PT. PLN Pusat dan *Segmented public* program-program manajemen isu PT. PLN. Humas PT. PLN akan menjelaskan mengenai pelaksanaan manajemen isu itu sendiri, sedangkan *Segmented public* program-program manajemen isu PT. PLN merupakan orang-orang tertentu yang berkaitan dengan program manajemen

isu PT. PLN. *Segmented public* program-program manajemen isu PT. PLN dipilih dengan teknik *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah penggunaan teknik sampling dengan adanya karakteristik-karakteristik tertentu yang harus dimiliki oleh subyek terkait dengan penelitian ini (Ruslan 2003:146). Dikarenakan adanya *segmented public*, maka informan harus memiliki salah satu karakteristik yang tertera berikut :

- Ada dalam daftar khalayak program manajemen isu eksternal daftar tunggu.
- Ada dalam daftar pelanggan listrik pintar (berkaitan dengan isu pelayanan)
- Sudah membaca *CEO Notes* PT. PLN (berkaitan dengan isu efisisensi)

Berdasarkan karakteristik tersebut, penulis mendapatkan sejumlah informan. Informan tersebut hanya berdomisili di Kota Malang karena keterbatasan peneliti untuk menemukan alamat calon informan apabila berlokasi di luar Kota Malang. Berikut penjelasan terkait informan.

4.3.1 Humas PT. PLN Kantor Pusat



Gambar 6. Ahmad Hidayat

Sumber: Dokumentasi Peneliti

Ahmad Hidayat adalah seorang *Assistant Analyst Public Relations* bidang Komunikasi Korporat pada Sekretariat Perusahaan PT. PLN Kantor Pusat. Laki-laki yang menempuh pendidikan sarjananya di

Komunikasi Universitas Padjadjaran, Bandung, tersebut telah bergabung dengan PT. PLN sejak Juni 2008. Hingga saat ini Pak Hidayat telah menangani beberapa kasus, diantaranya:

1. Krisis Listrik Akibat Meledaknya Trafo Gardu Induk Cawang Jakarta, Desember 2009
2. Sosialisasi Kenaikan TDL Golongan Tarif Industri 2010
3. Gerakan Bebas Pemadaman Bergilir Juli 2010
4. Gerakan Sehari Sejuta Sambungan Oktober 2010, dll

Walaupun memang tidak berada pada struktur tim strategi Komunikasi dan Budaya Perusahaan, ia juga berkecimpung dalam aktivitas manajemen isu. Hal tersebut dikarenakan pada kesehariannya, manajemen isu merupakan fungsi dari Bidang Komunikasi Korporat Sekretaris Perusahaan PLN. Oleh karena itu, fungsi tersebut sudah melekat langsung pada Bidang Komunikasi Korporat.

4.3.2 *Segmented Public* Isu Daftar Tunggu



Gambar 7. Olivia Rachmeta
Sumber: Dokumentasi Peneliti

Olivia Rachmeta adalah salah satu nama yang tercantum dalam daftar pelanggan program GRASSS. Seorang ibu dari dua anak tersebut

bertempat tinggal di Jalan Piranha Atas Selatan No 1, Malang. Olivia menempati rumahnya kurang lebih selama tiga tahun.

Nama Olivia tercantum dalam daftar program GRASSS karena telah mengajukan permohonan pemasangan listrik ke PT. PLN pada bulan Agustus 2010. Olivia mengajukan karena kebutuhan listrik untuk rumah baru yang akan dihuni. Setelah ada dalam daftar tunggu selama tiga minggu, pemasangan listrik diproses oleh PT. PLN.



Gambar 8. Nyonya Sumarsono
Sumber: Dokumentasi Peneliti

Daftar nama selanjutnya menunjukkan nama Sumarsono. Pelanggan ini beralamatkan di Jalan Pisang Agung no.17 a , Malang. Ibu Sumarsono ini sudah menempati rumahnya dan menjadi pelanggan PLN sejak tahun 80-an.

Alasan nama Sumarsono tertera di daftar tunggu karena kepentingan untuk menambah daya listrik dirumahnya. Kebutuhan itu diperlukan karena ibu Sumarsono membuka usaha salon dan kos di rumahnya. Oleh karena itu, beliau terdaftar dan telah menunggu selama satu bulan untuk pemasangan listrik.



Gambar 9. Ria Fatmawati
Sumber: Dokumentasi Peneliti

Daftar nama pelanggan berikutnya adalah Ria Fatmawati. Pelanggan tersebut bertempat tinggal di Jalan Sunan Muria II-C No. 18, Malang. Seorang ibu yang membuka praktik bidan tersebut sudah menjadi pelanggan baru sejak tahun 2010.

Hal yang mendasari Ria untuk daftar memasang listrik tersebut karena kebutuhan rumah tangga. Nama Ria ada di daftar tunggu selama lima bulan. Selama masa menunggu, Ria harus menumpang listrik pada tetangganya untuk mencukupi kebutuhan listriknya.



Gambar 10. Kusnadi
Sumber: Dokumentasi Peneliti

Pelanggan bernama Kusnadi ini beralamat di Jalan Bareng Raya 2B no. 318, Malang. Ayah dengan tiga orang anak tersebut berprofesi sebagai penjual sate keliling. Pekerjaannya memang tidak membutuhkan

tenaga listrik, akan tetapi kegiatan di rumah sehari-hari menjadi sebuah alasan baginya untuk menjadi pelanggan PT. PLN.

Kebutuhan listrik Pak Kusnadi yang semakin banyak menjadi alasan untuk menambah daya listrik. Pada tahun 2009, Pak Kusnadi mendaftarkan diri dalam urutan permohonan pemasangan listrik. Pada akhirnya, ia dapat menikmati listrik setelah satu tahun meyambung listrik tetangganya.



Gambar 11. Ibu Yusuf
Sumber: Dokumentasi Peneliti

Daftar pelanggan berikutnya tertera nama Ibu Yusuf. Ia beralamat di I. R. Rais IV/4, Malang. Seorang ibu rumah dengan satu orang anak tersebut menggantungkan fungsi berbagai alat kebersihannya pada listrik.

Kebutuhan listrik yang bertambah menjadi alasan bagi Ibu Yusuf untuk mengajukan tambah daya. Proses pendaftaran hingga pemasangan listrik diperlukan waktu selama tiga minggu. Setelah pemasangan, Ibu Yusuf lebih lancar menggunakan berbagai alat untuk membersihkan rumah.

4.3.3 *Segmented Public* Isu Pelayanan



Gambar 12. Emi

Sumber: Dokumentasi Peneliti

Pelanggan listrik Prabayar tersebut bernama Emi. Emi beralamatkan di Jalan MT. Haryono gang 10A No. 1098, Malang. Emi menjadi pelanggan listrik sudah puluhan tahun lamanya. Kebutuhan listrik yang bertambah membuat Emi mengajukan tambah daya yang secara otomatis mengubahnya menjadi pelanggan listrik Prabayar sejak bulan Agustus 2011.



Gambar 13. Yudha Sriatmawan

Sumber: Dokumentasi Peneliti

Yudha Sriatmawan adalah salah satu pelanggan listrik Prabayar. Pelanggan yang tinggal di Jalan Ahmad Yani gang 3 No. 18, Malang tersebut pada awalnya adalah pengguna listrik Pascabayar. Perubahan terjadi karena informasi listrik Prabayar yang disampaikan saudaranya.

Oleh karena itu, sejak bulan November 2011 Yudha memutuskan untuk menggunakan listrik Prabayar.



Gambar 14. Mifta Arifin
Sumber: Dokumentasi Peneliti

Mifta Arifin merupakan pelanggan listrik yang beralamatkan di Jalan Jombang gang 1 No. 10A, Malang. Mahasiswa sekaligus anak kos tersebut menjadi pelanggan listrik Prabayar sejak pertama kali datang di Malang. Tepatnya sejak April 2011, ia bisa menikmati fasilitas listrik Prabayar untuk menunjang kebutuhan listriknya sehari-hari.



Gambar 15. Yuyun
Sumber: Dokumentasi Peneliti

Pelanggan listrik Prabayar selanjutnya adalah Yuyun. Rumah yang ada di Jalan Sumpil gang 3 no. 39B, Malang, tersebut telah ia gunakan listriknya selama 5 tahun. Akibat keterlambatan pembayaran listrik pascabayar hingga berbulan-bulan, pihak PLN menyarankan untuk

mnggunakan listrik Prabayar. Oleh karena itu, sejak bulan Januari 2012 Yuyun menggunakan listrik Prabayar.



Gambar 16. Sali

Sumber: Dokumentasi Peneliti

Sali adalah pelanggan yang beralamatkan di Jalan Sumpil gang 1 no 35H, Malang. Ia telah menggunakan listrik sejak 15 tahun yang lalu. Akan tetapi, seiring bertambahnya kebutuhan akan listrik, pada bulan November 2011 ia menambah daya yang secara langsung berganti dengan listrik Prabayar.

4.3.4 *Segmented Public* Isu Efisiensi Energi Primer



Gambar 17. Nadia Dayanti

Sumber: Dokumentasi Peneliti

Nadia Dayanti adalah seorang mahasiswa Jurusan Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Brawijaya. Mahasiswa angkatan 2009 tersebut mengetahui *CEO Notes* dari kakaknya. Kakaknya merekomendasikan buku yang meringkas semua *CEO Notes* yakni 'Dua

Tangis dan Ribuan Tawa'. Setelah membaca buku tersebut, Nadia mendapatkan gambaran mengenai berbagai jenis aktivitas di PT. PLN.



Gambar 18. Hendra Septianus

Sumber: Dokumentasi Peneliti

Hendra Septianus adalah mahasiswa Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Brawijaya. Hendra merupakan mahasiswa yang suka menganalisis bacaan. Salah satunya adalah *CEO Notes*. Melalui *CEO Notes* tersebut Hendra mengetahui tentang penggunaan energi primer selain BBM untuk pembangkit listrik di PLN.



Gambar 19. Bondan Sekaring Adi Pamungkas

Sumber: Dokumentasi Peneliti

Bondan Sekaring Adi Pamungkas adalah mahasiswa Jurusan Budidaya, Fakultas Ilmu Kelautan, Universitas Brawijaya. Bondan merupakan sosok yang suka membaca. *CEO Notes* yang baru ia baca bulan Maret lalu memberinya kesan tertentu pada PT. PLN sekarang ini.



Gambar 20. Dwi Nikmah Puspitasari

Sumber: Dokumentasi Peneliti

Dwi Nikmah Puspitasari atau pipit adalah mahasiswa S2 Fakultas Psikologi, Universitas Airlangga, Surabaya. Pipit hobi membaca berbagai macam buku, termasuk buku ‘Dua Tangis dan Ribuan Tawa’. Melalui buku tersebut, ia mengetahui berbagai *CEO Notes* yang menceritakan berbagai kegiatan PLN.



Gambar 21. Muhammad Mukhsin Sultoni

Sumber: Dokumentasi Peneliti

Muhammad Mukhsin Sultoni merupakan mahasiswa semester dua di Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Brawijaya, Malang. Toni mengetahui *CEO Notes* melalui *website* terlebih dahulu, kemudian ia mengetahui bahwa terdapat buku berjudul “Dua Tangis dan Ribuan Tawa” yang merupakan kumpulan dari *CEO Notes*. Buku tersebutlah yang memberinya wawasan lebih tentang *CEO Notes* PT. PLN.