

## **BAB 1**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Perkembangan teknologi komunikasi dan informasi didunia telah berkembang sangat pesat. Didorong dengan kemajuan manusia untuk dapat berfikir lebih modern dalam setiap bidang kehidupan bermasyarakat. Keanekaragaman bentuk usaha membutuhkan sumber tenaga yang sangat penting bagi masyarakat kita. Adapun kehadiran listrik dalam kehidupan juga merupakan kebutuhan yang mutlak dan sangat diperlukan oleh semua masyarakat untuk meningkatkan taraf kehidupannya. Selain itu kehadiran listrik mempengaruhi dalam aktivitas kehidupan sehari-hari. Mungkin banyak sekali aktivitas yang tidak bisa berlangsung tanpa kehadiran listrik, walaupun penting tak banyak masyarakat yang mengetahui betapa panjang dan rumit proses kelistrikan berlangsung, mulai dari proses pembuatannya sampai pada pendistribusian kita para pengguna akhir listrik.

Pemanfaatan energi tenaga listrik sekarang ini bukan hanya sebagai penerangan, melainkan diperuntukkan untuk alat-alat transportasi, bisnis, keperluan rumah tangga, keperluan sehari-hari dan masih banyak lainnya. Karena itulah listrik menjadi salah satu kebutuhan pokok yang dibutuhkan masyarakat dan listrik menjadi faktor dominan dalam mendorong roda perekonomian nasional pada peningkatan kesejahteraan masyarakat.

Keberadaan PT. PLN (Persero) merupakan Badan Usaha Milik Negara yang bergerak dibidang jasa kelistrikan. Salah satu tugas utamanya adalah menyediakan listrik untuk kebutuhan seluruh bangsa Indonesia. Khususnya di area surakarta kebutuhan pelanggan akan energi tenaga listrik dapat dicukupi oleh PT.PLN (Persero). Jangkauan wilayah Indonesia yang sangat luas dan adanya kehidupan masyarakat yang beragam, menuntut kerja keras PT PLN (Persero) untuk melakukan kontrol setiap kebijakan yang diambil dalam perusahaan.

*commit to user*

Kebijakan pemerintah yang tercantum dalam Peraturan Menteri Energi Dan Sumber Daya Mineral Republik Indonesia Nomor 13 Tahun 2012 tentang Penghematan Pemakaian Tenaga listrik menjadi suatu hal yang krusial dalam penentuan setiap langkah PT PLN (Persero) untuk pelanggan dan khalayak masyarakat. Seperti yang telah disebutkan dalam Peraturan Menteri Energi Dan Sumber Daya Mineral Republik Indonesia Nomor 13 Tahun 2012, kebijakan itu muncul dengan berbagai spekulasi dan bermacam latar belakang. Diantaranya adalah menertibkan adanya suatu pemborosan energi tenaga listrik dalam rangka lebih meningkatkan penghematan pemakaian tenaga listrik, perlu dilakukan pemakaian tenaga listrik secara efisien dan rasional tanpa mengurangi keselamatan, kenyamanan dan produktivitas.

Tidak hanya dalam teknis kelistrikan melainkan juga dalam hal manajemen kemitraan atau hubungan dengan berbagai pihak lapisan masyarakat, baik itu dari dalam lingkungan yang bersifat internal maupun luar lingkungan yang bersifat eksternal dari PT PLN (Persero). Utamanya pelanggan atau masyarakat umum yang menginginkan adanya pelayanan cepat dan mudah karena listrik adalah kebutuhan yang mendesak. Belum lagi ketika terjadi pemadaman listrik, kenaikan tarif dasar listrik (TDL), pencurian listrik, kesalahan penghitungan meteran, adanya pemasangan daya ataupun listrik baru, dan para pelanggan yang bermigrasi dari adanya listrik pascabayar menjadi listrik pintar.

Salah satu program yang menjadi unggulan PT PLN (Persero) Area Surakarta untuk mengurangi beban dan krisis kelistrikan adalah melakukan program "Penghematan Energi Tenaga Listrik". PT PLN (Persero) Area Surakarta melalui tangan seorang *Public relations* (humas) selalu gencar dalam melakukan serangkaian pelaksanaan sosialisasi penghematan energi tenaga listrik kepada seluruh masyarakat Surakarta. Untuk itulah, dalam PT PLN (Persero) membutuhkan praktisi *Public Relations* atau yang lebih dikenal dengan hubungan masyarakat (humas) mempunyai peran yang sangat penting dalam setiap perkembangan yang terjadi di perusahaan, dikarenakan *Public relations* atau humas sendiri dikarenakan *Public relations* atau humas sendiri merupakan ujung tombak perusahaan untuk menciptakan hubungan yang baik terhadap masyarakat

*commit to user*

baik dengan lingkup internal maupun eksternal dan bertindak untuk mempromosikan layanan PT PLN (Persero) Area Surakarta ataupun mensosialisasikan kegiatan atau program-program dan aktivitas PT PLN (Persero) Area Surakarta tersebut

Dengan adanya peningkatan program sosialisasi hemat energi tenaga listrik membuktikan bahwa PT PLN (Persero) berkomitmen untuk meningkatkan pelayanannya, memberikan kebebasan, kemudahan dan kenyamanan pelanggan atau masyarakat dalam menekankan volume biaya rekening listrik. Agar upaya yang dilakukan PT PLN (Persero) melalui sosialisasi penghematan energi tenaga listrik ini dapat diterima oleh masyarakat Indonesia, yaitu melakukan kegiatan sosialisasi kepada masyarakat.

Seorang *Public relations* atau hubungan masyarakat (humas) sudah tentu akan membuat *planning* atau perencanaan maupun kegiatan yang diharapkan akan berdampak positif pada citra perusahaan yang dinaungi. Citra perusahaan merupakan suatu kesan atau gambaran dari khalayak kepada PT PLN (Persero) Area Surakarta yang bertujuan untuk mengetahui penilaian masyarakat terhadap perusahaan. *Public Relations* (humas) bertindak sebagai mediator antara perusahaan dengan publik atau masyarakat. Karena *Public Relations* (humas) ini berfungsi untuk mengetahui apa yang diinginkan oleh pelanggan, mengaspirasikannya kepada perusahaan, mendengarkan dan menampung segala keluhan, kritik, saran masyarakat, menjembatani agar tercipta solusi bersama, menjelaskan dan mensosialisasikan kepada masyarakat tentang kelistrikan, produk-produk PT PLN (Persero) dan tips-tips untuk berhemat listrik. Setiap kegiatan bersosialisasi tersebut bertujuan untuk mewujudkan pengertian dan pemahaman antara perusahaan dengan masyarakat atau pelanggan.

Dalam sebuah instansi atau perusahaan, hubungan masyarakat (humas) mendapat posisi yang sangat penting dalam perusahaan, terutama perusahaan yang sering berinteraksi dengan masyarakat. Salah satu langkah yang diambil *Public Relations* (humas) adalah melayani, memberikan kepuasan masyarakat dan bekerja keras dalam meyakinkan serta mensosialisasikan tentang produk - produk yang akan diluncurkan PT. PLN (Persero) kepada masyarakat. Dalam praktiknya

*commit to user*

PT. PLN (Persero) menggandeng berbagai media massa baik cetak maupun elektronik untuk bersosialisasi kepada masyarakat.

Untuk itu PT. PLN (Persero) menjalin kerjasama dengan berbagai media cetak seperti menyebar brosur, pamflet, maupun media elektronik seperti mengadakan siaran di RRI, Mentari FM, Suara Slenk, Solopos FM, TATV. Selain itu PT PLN (Persero) juga menerima undangan sosialisasi maupun seminar kepada masyarakat di berbagai daerah Surakarta. Hal itu merupakan bentuk kepedulian PT. PLN (Persero) kepada masyarakat, bertujuan agar masyarakat lebih paham dan mengerti mengenai penghematan energi tenaga listrik beserta keuntungannya.

Dengan melakukan salah satu sarana komunikasi dan penyebaran informasi yang semakin hari semakin mudah maka proses berlangsungnya sosialisasi kelistrikan penghematan energi tenaga listrik dalam masyarakat dapat memberikan adanya suatu pengetahuan baik wawasan ataupun ide gagasan umum kepada masyarakat agar bertindak lebih efektif dan efisien. Listrik merupakan bagian penting dalam kehidupan manusia. Begitu banyak kegiatan dapat terselesaikan dengan cepat dan mudah dengan adanya energi listrik dan ditunjang oleh peran dan tugas seorang *Public Relations* (humas) dalam menjalankan tugas kesehariannya, dengan demikian menjadi seorang *Public Relations* (humas) tidaklah mudah karena merupakan ujung tombak dari sebuah perusahaan itu sendiri.

Penulis mencatat dan mengamati bahwa PT PLN (Persero) Area Surakarta sedang gencar-gencarnya melakukan sosialisasi hemat listrik untuk masyarakat. Diharapkan masyarakat paham tentang penghematan energi tenaga listrik di wilayah Surakarta dan sekitarnya, sehingga dengan berhemat listrik, bisa menghemat pengeluaran.

Berdasarkan uraian tersebut diatas, maka dalam penyusunan tugas akhir ini penulis tertarik mengamati tentang **"PELAKSANAAN SOSIALISASI PENGHEMATAN ENERGI TENAGA LISTRIK PADA PT PLN (PERSERO) AREA SURAKARTA"**

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan permasalahannya sebagai berikut "Bagaimana pelaksanaan sosialisasi penghematan energi tenaga listrik pada PT PLN (Persero) Area Surakarta?"

## **C. Tujuan Pengamatan**

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam pelaksanaan Tugas Akhir ini antara lain adalah :

1. Tujuan Operasional  
Untuk mengamati Pelaksanaan Sosialisasi Penghematan Energi Tenaga Listrik Pada PT. PLN (Persero) Area Surakarta.
2. Tujuan Fungsional  
Untuk memberikan manfaat bagi semua pihak khususnya melalui kritik dan saran kepada PT. PLN (Persero) Area Surakarta guna meningkatkan kegiatan sosialisasi dan pelaksanaan penghematan energi tenaga listrik di Surakarta.
3. Tujuan Individual  
Untuk memenuhi salah satu syarat guna menyelesaikan pendidikan program Diploma III (D3) Manajemen Administrasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sebelas Maret.

## **D. Manfaat Pengamatan**

Pengamatan ini diharapkan mampu memberikan manfaat bagi pihak perusahaan, penulis dan pihak lainnya. Adapun manfaat yang ingin dicapai dari hasil pengamatan ini adalah dengan diketahuinya adanya pelaksanaan sosialisasi penghematan energi tenaga listrik, diharapkan PT PLN (Persero) Area Surakarta mampu meningkatkan kegiatan sosialisasi pelaksanaan penghematan energi tenaga listrik tersebut dalam



mengkomunikasikan kepada seluruh lapisan masyarakat Surakarta berkaitan dengan cara berhemat listrik dengan tepat.

