

**TUGAS AKHIR KARYA ILMIAH**

**STRATEGI *MEDIA RELATIONS* PT. PLN (PERSERO)  
PUSAT DALAM MEMPERTAHANKAN CITRA POSITIF  
PERUSAHAAN**



*Mencerdaskan dan  
Memartabatkan Bangsa*

**SKRIPSI**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan  
dalam Program Studi Hubungan Masyarakat dan Komunikasi Digital**

**Alda Hapsari Wibowo**

**1408520062**

**PROGRAM STUDI HUBUNGAN MASYARAKAT DAN KOMUNIKASI DIGITAL**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL**

**UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

**2024**

**LEMBAR ORISINALITAS**



*Mencerdaskan dan  
Memartabatkan Bangsa*

**PROGRAM STUDI D-IV HUBUNGAN MASYARAKAT  
DAN KOMUNIKASI DIGITAL  
FAKULTAS ILMU SOSIAL  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

Dengan ini peneliti menyatakan bahwa Tugas Akhir Karya Ilmiah dengan judul “Strategi *Media Relations* PT. PLN (Persero) Dalam Mempertahankan Citra Positif Perusahaan” adalah benar-benar hasil karya tulis pribadi dan telah mengikuti aturan sebagaimana yang tertera pada pedoman penulisan karya ilmiah. Apabila dikemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam Tugas Akhir Karya Ilmiah ini maka peneliti sanggup untuk menerima dan menjalankan sanksi yang telah ditemukan.

Jakarta, 09 Mei 2024



Alda Hapsari Wibowo

NIM. 1408520062


LEMBAR PENGESAHAN

Penanggung Jawab Dekan Fakultas Ilmu Sosial  
Universitas Negeri Jakarta



Firdaus Wajdi, MA., Ph.D.  
NIP. 198107182008011016

TIM PENGUJI

No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1.	<u>Asep Soegiarto, S.I.K., M.Si</u> NIP. 198104042009121004 Ketua Sidang	 .....	25 Mei 2024 .....
2.	<u>Mentari Anugrah Imsa, M.Si</u> NIP. 199509222022032020 Sekretaris Sidang	 .....	27 Mei 2024 .....
3.	<u>Abdul Kholik, S.Sos. M.I.Kom</u> NIP. 199108252023211022 Dosen Penguji Ahli	 .....	22 Mei 2024 .....
4.	<u>Anggun Nadia Fatimah, M.Si</u> NIP. 199002212022032007 Dosen Pembimbing	 .....	27 Mei 2024 .....

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis ucapkan ke Hadirat Allah SWT, atas segala rahmat, taufik, dan hidayah, sehingga penulis diberikan kemudahan dan kelancaran dalam menyusun dan menyelesaikan skripsi yang berjudul “Strategi Media Relations PT. PLN (Persero) Pusat Dalam Mempertahankan Citra Positif Perusahaan”. Skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan untuk mendapat Gelar Sarjana Terapan dari Program Studi Hubungan Masyarakat dan Komunikasi Digital Fakultas Ilmu sosial Universitas Negeri Jakarta.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan berhasil tanpa bantuan dan dukungan dari beberapa pihak. Untuk itu penulis menyampaikan ucapan banyak terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada pihak yang telah mendukung, membantu dan membimbing baik secara moril maupun materil, sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik, khususnya kepada :

1. Prof. Dr.Komarudin, M.Si selaku Rektor Universitas Negeri Jakarta.
2. Firdaus Wajdi, M.A., Ph.D. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Jakarta.
3. Asep Sugiarto, M.Si. selaku Ketua Program Studi D-IV Hubungan Masyarakat dan Komunikasi Digital Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Jakarta.
4. Anggun Nadia Fatimah, M.Si. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang senantiasa mendukung dan membantu dalam segala proses penyusunan skripsi ini.
5. Seluruh Dosen Program Studi D-IV Hubungan Masyarakat dan Komunikasi Digital Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Jakarta.
6. Leonardo Manurung selaku Manajer Subbidang Media Eksternal PT. PLN (Persero) Pusat, Rachmawan Prima dan Bimo Aditya selaku Karyawan Subbidang Media Eksternal PT. PLN (Persero) Pusat serta Intan Pratiwi



selaku Jurnalis Republika yang telah membantu dalam pelaksanaan penelitian sebagai informan.

7. Keluarga tercinta yang telah mendukung dan membantu penulis selama masa perkuliahan hingga skripsi ini selesai.
8. Citra Putri Devinia, Renyta Putri Ardhya, Meita Nazihah, Niken Ayu Setya Rini, dan teman-teman seperjuangan lainnya yang senantiasa saling memotivasi selama perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini selesai.
9. Raka Aditya yang senantiasa menemani perjalanan perkuliahan hingga pada setiap proses skripsi ini dilaksanakan dan diselesaikan.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, baik dari segi penyusunan maupun dari segi isi. Untuk itu, mohon maaf dan dimaklumi jika terdapat kekurangan dan penulis berharap kekurangan tersebut dapat menjadi bahan evaluasi di masa mendatang. Oleh karena itu kritik dan saran yang sifatnya membangun sangat penulis harapkan dari semua pihak demi kesempurnaan skripsi ini. Penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat sebagai pemahaman dan pengetahuan bagi siapapun yang membacanya.



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN TEKNOLOGI  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA  
UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220  
Telepon/Faksimili: 021-4894221  
Laman: [lib.unj.ac.id](http://lib.unj.ac.id)

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Alda Hapsari Wibowo  
NIM : 1408520062  
Fakultas/Prodi : Fakultas Ilmu Sosial / Hubungan Masyarakat dan Komunikasi Digital  
Alamat email : aldahpsrr@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

Skripsi  Tesis  Disertasi  Lain-lain (.....)

yang berjudul :

STRATEGI MEDIA RELATIONS PT. PLN (PERSERO) PUSAT DALAM  
MEMPERTAHANKAN CITRA POSITIF PERUSAHAAN

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, tanggal 2 Juni 2024  
Penulis

Alda Hapsari Wibowo

**Alda Hapsari Wibowo (1408520062), STRATEGI MEDIA RELATIONS PT.PLN (PERSERO) PUSAT DALAM MEMPERTAHANKAN CITRA PERUSAHAAN, Tugas Akhir Karya Ilmiah 2024; 141 halaman; 6 lampiran; 4 buku : 2017 – 2020; 37 jurnal, 14 situs.**

### **ABSTRAK**

Citra positif penting bagi PLN membangun kepercayaan dan dukungan publik dalam menunjang keberlangsungan perusahaan. Namun dalam era perkembangan digital, berita negatif tentang perusahaan dapat mudah beredar di media massa karena berbagai faktor seperti keputusan perusahaan, peristiwa industri, ataupun respons terhadap masalah yang timbul. Hal ini tentu akan berpotensi pada penurunan citra perusahaan yang selama ini telah dibentuk. Media massa melalui kemampuan publikasinya dapat mengubah persepsi publik dan berpengaruh besar pada citra perusahaan. Untuk itu PLN memaksimalkan peran media menggunakan strategi *media relations* dalam upaya mempertahankan citra positif perusahaan dengan memberikan informasi yang faktual, mempublikasi narasi positif tentang perusahaan dan meluruskan isu negatif yang beredar di masyarakat.

Dalam menjalankan strategi *media relations*, PLN mempunyai kriteria media massa, terutama yang memiliki reputasi yang baik, mempunyai jangkauan luas, serta memiliki kemampuan mengedukasi dengan baik. Strategi *media relations* PLN dilakukan dengan bentuk kegiatan *media relations* dan prinsip-prinsip umum *media relations*. Pada bentuk kegiatan *media relations*, PLN menjalin hubungan formal mencakup kerjasama profesional seperti kebutuhan informasi dan publikasi, sedangkan hubungan informal bertujuan membangun kedekatan emosional. Bentuk kegiatan *media relations* PLN dapat dikategorikan berdasarkan teori Yosali Iriantara yakni kegiatan yang bersifat pengelolaan relasi, pengembangan strategi, dan pengembangan jaringan. Pengelolaan relasi; *media visit*, olahraga bersama, bertukar hadiah, dan *coffee gathering*. Pengembangan strategi; konferensi pers, *press briefing*, *press release*, dan wawancara pers. Pengembangan jaringan; *press tour*, *special event*, dan *press luncheon*. Dalam hal ini kegiatan konferensi pers, *press briefing*, siaran pers, dan *PLN Journalist Award*, dianggap menunjukkan dukungan yang lebih signifikan dalam mempertahankan citra positif perusahaan. PLN menerapkan prinsip-prinsip umum *media relations* sesuai teori Frank Jefkins yakni; *by serving the media*, *by establishing a reputation for reliability*, *by supplying good copy*, *by cooperations in providing material*, *by providing verifications facilities*, *by building personal relationship with the media*. Melalui prinsip ini PLN dapat mengoptimalkan peran media dalam menyampaikan pesan dan menampilkan citra yang diinginkan. Penerapan strategi *media relations* telah membawa berbagai manfaat bagi citra PLN yakni; mencapai publikasi perusahaan yang optimal, membuat pemberitaan berimbang, membentuk persepsi positif, serta menunjang keberlangsungan dan pertumbuhan perusahaan.

**Kata Kunci : *Media Relations*, Citra, PLN**

**Alda Hapsari Wibowo (1408520062), PT. PLN (PERSERO) CENTER'S MEDIA RELATIONS STRATEGY IN MAINTAINING THE COMPANY'S IMAGE, Final Scientific Work Project 2024; 141 pages; 6 attachments; 4 books: 2017 – 2020; 37 journals, 14 sites.**

### **ABSTRACT**

A positive image is important for PLN to build public trust and support in supporting the company's sustainability. However, in the era of digital development, negative news about companies can easily circulate in the mass media due to various factors such as company decisions, industry events, or responses to problems that may arise. This will certainly have the potential to reduce the company image that has been established so far. Mass media through its publication capabilities can change public perception and have a major influence on the company's image. For this reason, PLN maximizes the role of the media using a media relations strategy in an effort to maintain a positive image of the company by providing factual information, publishing positive narratives about the company and straightening out negative issues circulating in society.

In carrying out a media relations strategy, PLN has mass media criteria, especially those that have a good reputation, have a wide reach, and have good educational capabilities. PLN's media relations strategy is carried out in the form of media relations activities and general media relations principles. In the form of media relations activities, PLN establishes formal relationships including professional collaboration such as information and publication needs, while informal relationships aim to build emotional closeness. The forms of PLN's media relations activities can be categorized based on Yosol Iriantara's theory, namely activities that are relationship management, strategy development and network development. Relationship management; media visits, joint sports, exchanging gifts, and coffee gatherings. Strategy development; press conferences, press briefings, press releases, and press interviews. Network development; press tours, special events, and press luncheons. In this case, press conferences, press briefings, press releases and the PLN Journalist Award are considered to show more significant support in maintaining the company's positive image. PLN applies general media relations principles according to Frank Jefkins' theory, namely; by serving the media, by establishing a reputation for reliability, by supplying good copy, by cooperations in providing material, by providing verifications facilities, by building personal relationships with the media. Through this principle, PLN can optimize the role of the media in conveying messages and displaying the desired image. The implementation of a media relations strategy has brought various benefits to PLN's image, namely; achieving optimal company publications, creating balanced reporting, forming positive perceptions, and supporting the sustainability and growth of the company.

**Keywords: Media Relations, Image, PLN**



## DAFTAR ISI

HALAMAN .....	
LEMBAR ORISINALITAS .....	i
LEMBAR PENGESAHAN HASIL PENELITIAN.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	v
ABSTRAK .....	vi
ABSTRACT .....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xi
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiii
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
I.1 Latar Belakang Masalah.....	1
I.2 Perumusan Masalah.....	14
I.3 Batasan Masalah.....	14
I.4 Tujuan Penelitian.....	15
I.5 Manfaat Penelitian.....	15
<b>BAB II KERANGKA PEMIKIRAN.....</b>	<b>17</b>
II.1 Deskripsi Konseptual .....	17
II.1.1 Media Relations.....	17
II.1.2 Citra.....	25
II.2 Penelitian yang Relevan.....	30
II.3 Keterkaitan Antarkonsep.....	39
<b>BAB III. METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>40</b>
III.1 Pendekatan dan Metode Penelitian .....	40
III.2 Tempat dan Waktu Penelitian.....	41
III.2.1 Tempat Penelitian.....	41
III.2.2 Waktu Penelitian .....	42

III.3 Subjek Penelitian .....	42
III.4 Teknik Pengumpulan Data.....	44
III.5 Teknik Analisis Data .....	48
III.6 Teknik Kalibrasi Keabsahan Data .....	51
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>52</b>
IV.1 Hasil Penelitian.....	52
IV.1.1 Alur Komunikasi Citra Melalui Media Massa.....	52
IV.1.2 Kriteria Media Massa Dalam Strategi Media Relations PLN.....	54
IV.1.3 Bentuk Kegiatan Dalam Strategi Media Relations PT. PLN (Persero) Pusat. ....	56
IV.1.4 Prinsip – Prinsip Umum Dalam Media Relations PLN .....	74
VI.1.5 Manfaat Penerapan Strategi Media Relations Bagi Citra PLN.....	80
IV.1.6 Kendala Strategi Media Relations PLN.....	87
IV.2 Pembahasan Penelitian .....	97
IV.2.1 Alur Komunikasi Citra Melalui Media Massa.....	97
IV.2.2 Kriteria Media Massa Dalam Strategi Media Relations PLN.....	98
IV.2.3 Bentuk Kegiatan Dalam Strategi Media Relations PT. PLN (Persero) Pusat. ....	100
IV.2.4 Prinsip – Prinsip Umum Dalam Media Relations PLN .....	101
VI.2.5 Manfaat Penerapan Media Relations Bagi Citra PLN .....	103
IV.1.6 Kendala Strategi Media Relations PLN.....	104
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>106</b>
V.1 Kesimpulan .....	106
V.2 Saran .....	107
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>109</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>117</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel II.1 Persamaan dan Perbedaan dengan Penelitian Relevan .....	36
Tabel III. 1 <i>Timeline</i> Penelitian .....	42
Tabel III. 2 Pedoman Pertanyaan Wawancara.....	46
Tabel IV. 1 Bentuk Kegiatan Formal Strategi Media Relations PLN.....	57
Tabel IV. 2 Bentuk Kegiatan Informal Strategi Media Relations PLN.....	57
Tabel IV. 3 Bentuk Strategi Media Relations PT. PLN (Iriantara, 2019).....	58

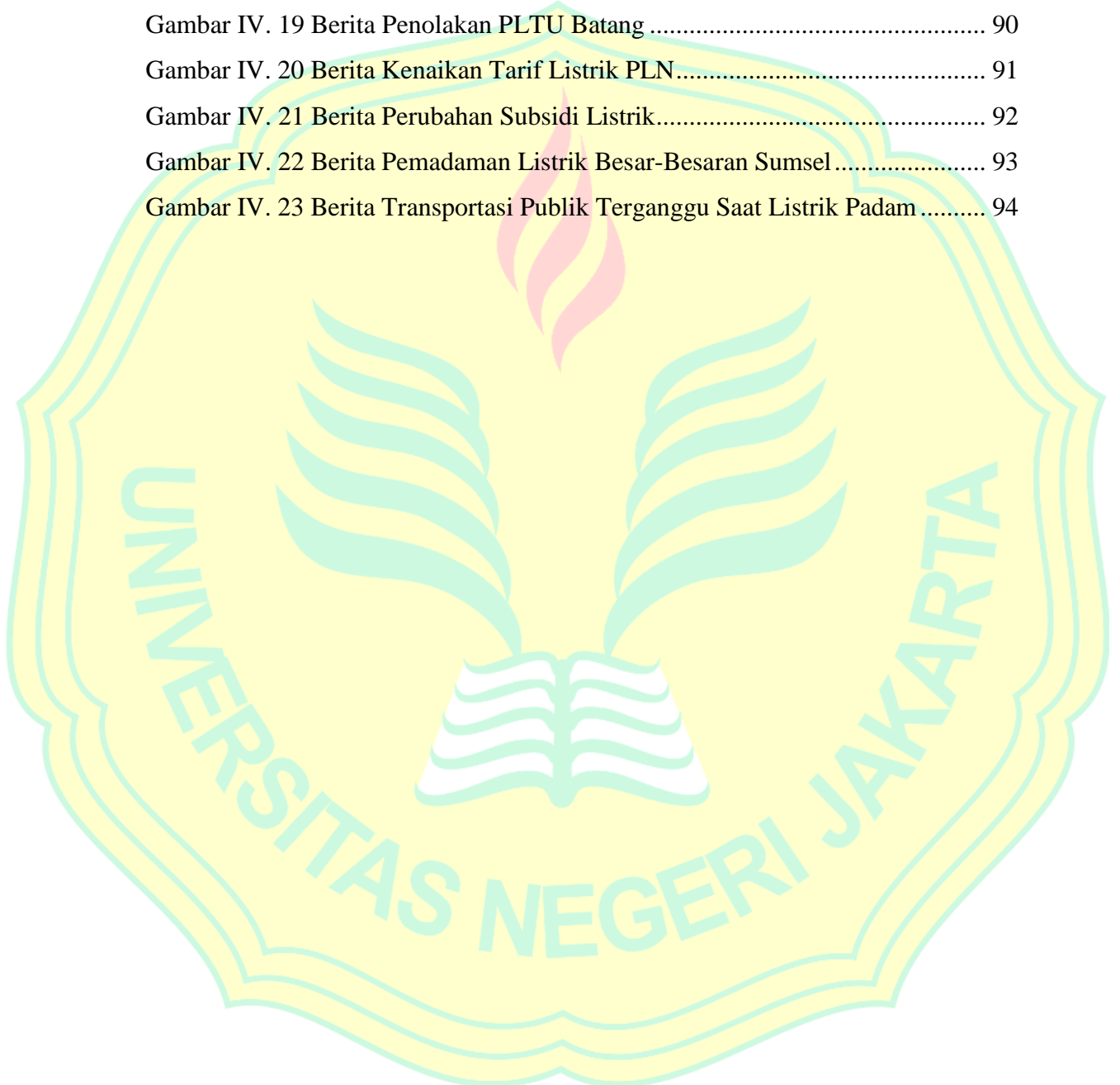


## DAFTAR GAMBAR

Gambar I. 1 Berita Denda PLN 33 Juta.....	4
Gambar I. 2 Berita 17 Juta Data PLN Bocor.....	5
Gambar I. 3 Berita Pemadaman Listrik Sangihe.....	6
Gambar I. 4 Berita Kronologi Denda PLN 33 Juta.....	11
Gambar I. 5 Berita Klarifikasi 17 Juta Data PLN Bocor.....	12
Gambar I. 6 Berita Pemulihan Pemadaman Listrik Sangihe.....	13
Gambar II. 1 Proses Pembentukan Citra Menurut John S, Nimpoeno.....	28
Gambar II. 2 Kerangka Pemikiran Strategi Media Relations PT. PLN (Persero) Pusat Dalam Mempertahankan Citra Positif Perusahaan.....	39
Gambar IV. 1 Alur Komunikasi Citra Positif PLN.....	53
Gambar IV. 2 Kegiatan <i>Meddia Visit</i> .....	59
Gambar IV. 3 Kegiatan Badminton Rutin.....	59
Gambar IV. 4 Instagram <i>Media Badminton Club (EMBC)</i> .....	60
Gambar IV. 5 Kegiatan <i>Press Conference</i> .....	62
Gambar IV. 6 Kegiatan <i>Press Briefing</i> .....	64
Gambar IV. 7 Website Siaran Pers PLN.....	65
Gambar IV. 8 Kegiatan Wawancara Pers.....	66
Gambar IV. 9 Kegiatan <i>Press Tour</i> .....	67
Gambar IV. 10 Kegiatan <i>Special Event PLN Journalist Award</i> .....	69
Gambar IV. 11 Kegiatan <i>Special Event Electric Media Badminton Club (EMBC) Internal Cup</i> .....	70
Gambar IV. 12 Kegiatan Turnamen Bulu Tangis <i>Electric Media Badminton Club (EMBC) Internal Cup 2023</i> .....	70
Gambar IV. 13 Kegiatan <i>Press Luncheon/Madei Gathering</i> .....	71
Gambar IV. 14 Prinsip-Prinsip Umum Media Relations PT. PLN (Jefkins, 2017) .....	74
Gambar IV. 15 Penghargaan PLN <i>Best of the Best Communications</i> pada BCOMCC 2024.....	86



Gambar IV. 16 Penghargaan PLN Peringkat 1 Media Relations pada BCOMCC 2024.....	87
Gambar IV. 17 Berita Investigasi Pemadaman Listrik Pulau Jawa 2019.....	88
Gambar IV. 18 Berita Gardu Induk Gambir Terbakar .....	89
Gambar IV. 19 Berita Penolakan PLTU Batang .....	90
Gambar IV. 20 Berita Kenaikan Tarif Listrik PLN.....	91
Gambar IV. 21 Berita Perubahan Subsidi Listrik.....	92
Gambar IV. 22 Berita Pemadaman Listrik Besar-Besaran Sumsel.....	93
Gambar IV. 23 Berita Transportasi Publik Terganggu Saat Listrik Padam.....	94



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Permohonan Izin Penelitian.....	117
Lampiran 2. Surat Keterangan Riset dari PT. PLN (Persero) Pusat.....	118
Lampiran 3. Transkrip Hasil Wawancara.....	119
Lampiran 4. Dokumentasi Penelitian .....	139
Lampiran 5. Form Bimbingan .....	141
Lampiran 6. Riwayat Hidup .....	144

