

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

PT PLN (Persero) merupakan satu - satunya BUMN yang bergerak dalam bidang jasa energi kelistrikan. Di Indonesia, telah ada 39 BUMN yang terdaftar di kementerian BUMN. Salah satunya PT PLN (Persero). Sama dengan BUMN lainnya, bahwa selain untuk meraup keuntungan, PT PLN (Persero) juga harus memenuhi kebutuhan masyarakat Indonesia yang bergerak dibidang jasa kelistrikan. Sebagai salah satu BUMN berskala nasional dan juga sedang merintis untuk menjadi perusahaan yang Go International, dengan kualitas kinerja yang baik, otomatis PT PLN (Persero) banyak melakukan program-program yang ditujukan untuk kemajuan perusahaan.

PT PLN (Persero) sebagai perusahaan BUMN di Indonesia yang bertugas menyuplai serta mengatur pasokan listrik. PT PLN (Persero) ini pun juga merupakan satu – satunya perusahaan milik pemerintah yang melayani di bidang jasa energi listrik, maka dari itu PT PLN (Persero) mempunyai hak monopoli terhadap penjualan listrik di Indonesia yang mengacu berdasarkan undang – undang 30 tahun 2009 Tentang tenaga listrikan (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2009 Nomor 133) yang selanjutnya disebut dengan undang – undanf ketenaga listrikan.

Setiap tahunnya PT PLN (Persero) kebutuhan akan listrik di Indonesia terus meningkat, sebagai akibat dari peningkatan kualitas kesejahteraan masyarakat hal itu juga diiringi dengan perkembangan industri di Indonesia. Sementara itu PT PLN (Persero) memiliki keterbatasan dalam memenuhi peningkatan akan kebutuhan listrik tersebut. Akan tetapi PT. PLN (Persero) terus menerus melakukan upaya untuk memenuhi kebutuhan listrik secara bertahap ke seluruh daerah plosok negeri di Indonesia.

Buku Pedoman Good Corporate Government sebagai komitmen perusahaan telah dibuat untuk menjadi acuan bagi Komisaris, Direksi dan seluruh manajemen PLN dalam mengelola perusahaan, baik dalam pembangunan struktur maupun dalam mengembangkan proses bisnis. Good Corporate Government yang berdasarkan kaidah transparansi, kemandirian, akuntabilitas, responsibilitas serta kewajaran akan meningkatkan kinerja dan citra positif bagi perusahaan.

Upaya untuk meningkatkan investasi sarana penyediaan tenaga listrik dan pelayanan kepada pelanggan, yang merupakan usaha untuk tetap dapat mempertahankan dan melaksanakan tanggung jawab PLN dalam menjamin kelangsungan penyediaan tenaga listrik bagi masyarakat, akan terus ditingkatkan. Upaya peningkatan kemampuan perusahaan tersebut diharapkan akan memberikan nilai tambah bagi pelanggan, perusahaan dan pemegang saham. Suksesnya penyelesaian semua agenda korporat di atas, pada akhirnya akan memastikan PLN sebagai perusahaan terkemuka untuk mencapai posisi siap tinggal landas menggapai gemerlap di tahun-tahun mendatang menjadi perusahaan kelas dunia selamanya.

Energi listrik merupakan kebutuhan primer seluruh masyarakat di Indonesia. Maka dari itu PT PLN (Persero) sebagai BUMN yang menjalankan usaha distribusi energi listrik ke pelanggan dituntut untuk selalu menjaga reputasi perusahaan (Corporate Image), diharapkan jangan sampai ada berita negatif yang akan dapat mengurangi rasa kepercayaan pelanggan kepada perusahaan yang akhirnya bisa mengurangi reputasi perusahaan dimata pelanggan.

PT PLN (Persero) merupakan kantor pusat PLN yang terletak di daerah Jakarta Selatan. Banyak sekali cabang atau area PT PLN (Persero) yang tersebar di seluruh wilayah Indonesia. Salah satunya adalah PT PLN (Persero) Unit Induk Distribusi Jakarta Raya. PT PLN (Persero) Unit Induk Distribusi Jakarta

Raya merupakan kantor distribusi yang melayani semua pelanggan PLN disekitar wilayah Jakarta.

Dalam sebuah perusahaan, sangat dibutuhkan divisi komunikasi untuk mengkomunikasikan keadaan yang ada di dalam perusahaan tersebut kepada khalayak public. Definisi dasar dari divisi komunikasi merupakan kegiatan yang mempunyai peranan penting dengan tujuan untuk menciptakan hubungan baik antara perusahaan dengan masyarakat. Saat ini divisi komunikasi sangat dibutuhkan di PT PLN (Persero) mengingat PT PLN (Persero) merupakan satu – satunya perusahaan BUMN yang bergerak di bidang jasa energi listrik.

Maka dari itu peran dari divisi komunikasi sendiri untuk mempertahankan reputasi pada perusahaan PT. PLN (Persero) melalui berbagai cara seperti menggunakan media sosial, melakukan kegiatan CSR, bekerjasama dengan instansi pemerintah, dan bekerja sama dengan media massa untuk memberitakan hasil dari kinerja perusahaan.

Sedangkan perusahaan strategis merupakan perusahaan yang dapat dikatakan sebagai perusahaan yang sudah besar atau dengan kata lain perusahaan bergengsi. Maka dari itu, PT. PLN (persero) sebagai perusahaan strategis dan satu – satunya perusahaan dibawah naungan pemerintah yang bergerak di bidang jasa energi listrik harus bisa mempertahankan citra perusahaan oleh divisi komunikasi. Karna jika nantinya divisi komunikasi tidak bisa mempertahankan citra perusahaannya. Reputasi PT. PLN (persero) sebagai perusahaan strategis akan menurun di mata pelanggannya.

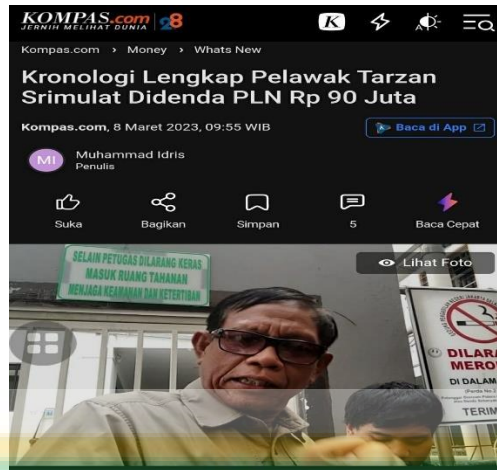
PLN dapat dikatakan sebagai perusahaan strategis karena perannya yang krusial dalam menyediakan listrik untuk mendukung berbagai sektor ekonomi dan kehidupan sehari-hari. Keberlanjutan pasokan listrik yang stabil sangat penting untuk pertumbuhan ekonomi, industri, dan kesejahteraan masyarakat secara umum. Oleh karena itu, PLN dianggap strategis karena dampaknya yang besar terhadap stabilitas dan perkembangan negara.

Kemudian ada beberapa masalah, mengapa reputasi perusahaan PT PLN (Persero) Unit Induk Distribusi Jaya harus dipertahankan oleh seorang divisi komunikasi. Berikut masalah yang mengharuskan divisi komunikasi untuk mempertahankan reputasi PT PLN (Persero) Unit Induk Distribusi Jakarta Raya:

1. PT PLN (Persero) merupakan satu-satunya perusahaan BUMN yang bergerak di bidang jasa energi listrik.
2. PT PLN (Persero) juga satu – satunya perusahaan dibawah kementerian BUMN yang memasok listrik di seluruh Indonesia.
3. Keluhan yang terjadi mengenai listrik merupakan tanggung jawab dari PT PLN (Persero) Unit Induk Distribusi Jakarta Raya.
4. Divisi Komunikasi PT PLN (Persero) menjadi jembatan antara perusahaan dengan konsumen atau masyarakat umum.

Karena hal itulah, Divisi Komunikasi PT PLN (Persero) Unit Induk Distribusi Jakarta Raya harus mempertahankan reputasi perusahaan. Karena jika reputasi perusahaan tidak dipertahankan, perusahaan akan mendapatkan feedback yang kurang baik dari para konsumennya maupun instansi pemerintah yang telah bekerja sama dengan perusahaan.

Pada senin (06/02/2023) Toto Muryadi atau yang biasa kita kenal sebagai Tarzan Srimulat di denda oleh PLN UP3 Jatinegara yang merupakan unit pelaksana dari PLN Unit Induk Distribusi Jakarta Raya terkait indikasi pencurian aliran listrik. Kala itu, ia membeli sebuah rumah bekas untuk ditinggali anaknya. Ia membeli rumah sepaket dengan sambungan listrik dari PLN yang sudah terpasang atas nama pemilik sebelumnya. Akan tetapi 15 tahun kemudian, tepatnya pada 6 Februari 2023, rumah kediamannya didatangi petugas dari PLN. Pegawai dari perusahaan PLN datang ke rumah untuk memutuskan aliran listrik dengan dalih amat pemakai tak sesuai.



*Gambar 1.1 Berita Tarzan di Denda PLN*

Sumber : Kompas.com

"Setelah 15 tahun tiba-tiba didatangi Februari 2023 tanggal 6, petugas PLN datang ke rumah itu. Langsung mau diblokir karena alasan alamat kita nggak sesuai. Kesalahan bukan di pelanggan," ucap Tarzan dalam video yang beredar.

Jika ingin listriknya tetap disambung, petugas PLN meminta Tarzan dan keluarganya membayar denda sebesar Rp 90 juta. Namun ia protes dan datang ke kantor PLN untuk meminta penjelasan lebih lanjut. Di kantor PLN kemudian dilakukan mediasi, di mana selanjutnya Tarzan diberikan keringanan denda sehingga hanya diminta membayar Rp 72 juta. Keringanan itu pun dikenakan syarat, Tarzan diharuskan membayar tambahan biaya Rp 5 juta untuk biaya pemasangan sambungan baru atas namanya sendiri

Klarifikasi dari pihak PLN setempat. Manager PLN UP3 Kramat Jati, Aditya Yoga Nugraha menjelaskan, jika listrik yang mengalir ke rumah tidak sesuai dengan standar PLN akan berpotensi membahayakan pelanggan. "Jadi P2TL semata – mata adalah upaya preventif dari PLN untuk menjaga keselamatan pelanggannya," ujar yoga dari keterangan tertulisnya.

Dari kasus tersebut peran divisi komunikasi nampaknya dibutuhkan. Ketika memberikan klarifikasi terhadap awak media lalu menjadi jembatan antara konsumen dengan pelanggan, hal ini juga bisa berfungsi sebagai pengelolaan reputasi sehingga perusahaan akan tetap memiliki citra baik di masyarakat tentunya bertujuan untuk mempertahankan reputasi PT PLN (Persero) di mata pelanggannya. Berdasarkan latar belakang tersebut, maka ada asumsi soal reputasi yang dipertanyakan publik sehingga penulis tertarik untuk diteliti.

### **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah penelitian ini adalah : Bagaimanakah pengelolaan reputasi PT. PLN (persero) sebagai perusahaan strategis oleh divisi komunikasi ?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Untuk mengetahui bagaimana pengelolaan reputasi PT. PLN (persero) sebagai perusahaan strategis oleh divisi komunikasi (studi kasus pada divisi komunikasi PT. PLN Unit Induk Distribusi Jakarta Raya)

### **1.4 Manfaat Penelitian**

#### **1.4.1 Manfaat Teoritis**

- Penelitian ini diharapkan berguna bagi : Perkembangan Ilmu Komunikasi, pada umumnya, dan komunikasi organisasi dan perusahaan.
- Penelitian ini diharapkan berguna sebagai bahan referensi bagi penelitian sejenis dimasa yang akan datang.

### 1.4.2 Manfaat Praktis

Secara praktis penelitian ini diharapkan berguna bagi : Para pimpinan dan staff divisi komunikasi PLN Unit Induk Distribusi Jakarta Raya agar mampu mempertahankan citra perusahaan dan reputasi perusahaan bagi pemerintah khususnya kementerian BUMN supaya bisa mengatur perusahaan – perusahaan dibawah naungan BUMN agar bisa bereputasi. Para pelanggan PLN Unit Induk Distribusi Jakarta Raya agar terciptanya hubungan yang baik antara pelanggan dan perusahaan.

## 1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan penelitian ini merupakan suatu bentuk gambaran yang berfungsi membantu para pembaca memahami argumen yang disajikan dengan jelas. Secara garis besar penelitian ini terdiri dari tiga bagian, yaitu bagian awal, bagian isi, dan bagian akhir penelitian. Adapun penjelasan dari sistematika tersebut, diantaranya adalah sebagai berikut:

### 1.5.1 Bagian Awal Penelitian

Bagian awal penelitian ini terdiri dari judul dan daftar isi.

### 1.5.2 Bagian Isi Penelitian

Bab 1 Pendahuluan, dimana ada bab ini terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan garis besar sistematika penulisan.

Bab 2 Kajian pustaka, dimana pada bab ini terdiri dari penelitian terdahulu, kajian kepustakaan, kerangka pemikiran.

Bab 3 Kesimpulan dan saran, dimana pada bab ini terdiri atas kesimpulan dan juga saran.

Bab 4 Hasil penelitian dan pembahasan, dimana pada bab ini terdiri dari deskripsi wilayah penelitian, profil informan pokok dan kunci, penyajian data hasil penelitian, pembahasan, konfigurasi hasil penelitian dan pembahasan.

Bab 5 Kesimpulan dan saran, dimana pada bab ini terdiri atas kesimpulan dan saran.

### 1.5.3 Bagian Akhir Penelitian

Bagian akhir dari penelitian ini terdiri dari daftar pustaka dan beberapa lampiran yang memuat kelengkapan data.







