STRATEGI KOMUNIKASI HUBUNGAN MASYARAKAT DAN KETERBUKAAN INFORMASI PUBLIK

(Studi Deskriptif Kualitatif Kegiatan Humas PT PLN Persero dalam Implementasi Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008)

Skripsi

Diajukan Kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta

untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh

Gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi

Disusun oleh :

Intantya Purwoko Putrie

11730013

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA

YOGYAKARTA

2015

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
Jl. MarsdaAdisuciptoTelp. (0274) 585300 0812272Fax. 519571YOGYAKARTA 55281

SURAT PERNYATAAN

Saya, yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama Mahasiswa	:	Intantya Purwoko Putrie
Nomor Induk	:	11730013
Program Studi	:	Ilmu Komunikasi
Konsentrasi	:	*Public Relations*

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi saya ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan skripsi saya ini adalah asli hasil karya/penelitian sendiri dan bukan plagiasi dari karya/penelitian orang lain.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya agar dapat diketahui oleh anggota dewan penguji.

Yogyakarta, 29 Mei 2015

Yang menyatakan,

METERAI TEMPEL
EE93CADF197589288
6000
ENAM RIBU RUPIAH

Intantya Purwoko Putrie
NIM. 11730013

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
Jl. MarsdaAdisuciptoTelp. (0274) 585300 0812272Fax. 519571YOGYAKARTA 55281

TÜVRheinland CERT ISO 9001

NOTA DINAS PEMBIMBING

UIN.02/KP 073/PP.09/087/2014

Hal : Skripsi
Kepada :
Yth. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
UIN Sunan Kalijaga
di Yogyakarta

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah memeriksa, mengarahkan, dan mengadakan perbaikan seperlunya, maka selaku pembimbing saya menyatakan bahwa skripsi saudari :

Nama Mahasiswa	:	Intantya Purwoko Putrie
Nomor Induk	:	11730013
Program Studi	:	Ilmu Komunikasi
Konsentrasi	:	*Public Relations*

Telah dapat diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi.

Harapan saya semoga saudari tersebut segera dipanggil untuk mempertanggungjawabkan skripsinya dalam sidang munaqosyah.

Demikian atas perhatiannya diucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 29 Mei 2015
Pembimbing,

Drs. Siantari Rihartono, M.Si

NIP. 19600323 199103 1 002

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 Fax. 519571 Yogyakarta 55281

CERT ISO 9001

PENGESAHAN SKRIPSI

Nomor : UIN.02/DSH/PP.00.9/ 712 /2015

Skripsi/Tugas Akhir dengan judul : STRATEGI KOMUNIKASI HUBUNGAN MASYARAKAT DAN KETERBUKAAN INFORMASI PUBLIK (Studi Deskriptif Kualitatif Kegiatan Humas PT PLN Persero dalam Implementasi Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008)

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

Nama : Intantya Purwoko Putrie
NIM : 11730013

Telah dimunaqosyahkan pada : Jum'at , tanggal: 05 Juni 2015
dengan nilai : 90 (A-)

Dan dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga

PANITIA UJIAN MUNAQOSYAH :

Ketua Sidang

Drs. Siantari Rihartono, M.Si
NIP. 19600323 199103 1 002

Penguji I

Rika Lusri Virga, S.IP.,MA
NIP.19850914 201101 2 014

Penguji II

Rama Kertamukti,S.Sos., M.Sn
NIP. 19721026 201101 1 001

Yogyakarta,
UIN Sunan Kalijaga
Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
D E K A N

Dr. H. Kamsi, MA
NIP. 19570207 198703 1 003

Karya ini aku
persembahkan untuk
Almamaterku Tercinta
Prodi Ilmu Komunikasi
UIN Sunan Kalijaga
Yogyakarta

"Kalau mau sukses di dunia, pelajarilah ilmu dunia. Kalau mau sukses di akhirat, pelajarilah ilmu agama. Kalau mau sukses dunia akhirat, pelajarilah keduanya."

"Inti dari keberhasilan hidup adalah qodar Allah dan motivasi hidup kita sebagai manusia. Maka berdoalah, berikhtiarlah, dan bertawakkal-lah, agar qodar baik selalu berpihak kepada kita."

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirobbil 'alamiin. Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan karya penelitian dalam bentuk skripsi ini. Adapun skripsi ini ditujukan sebagai syarat kelulusan atas gelar S1 di jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Peneliti menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, pada kesempatan ini peneliti mengucapkan rasa terima kasih kepada :

1. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Drs. Bono Setyo, M.Si.
3. Dosen Pembimbing peneliti, Bapak Drs. Siantari Rihartono, M.Si, yang telah memberikan ilmu yang sangat bermanfaat bagi peneliti.
4. Ibu Rika Lusri Virga, M.Si, selaku Dosen Penguji 1 peneliti, yang juga telah membantu peneliti untuk menyelesaikan skripsi ini dengan maksimal.
5. Bapak Rama Kertamukti, M.Si selaku Dosen Penguji 2 peneliti, yang banyak memberikan kritik dan saran agar skripsi ini dapat terwujud lebih maksimal.
6. Ibu Diah Ajeng Purwani, M.Si, selaku Dosen Pembimbing Akademik peneliti selama menjadi mahasiswa di Prodi Ilmu Komunikasi UIN Sunan Kalijaga. Terima kasih Ibu atas segala dukungan dan inspirasinya.
7. Segenap dosen Prodi Ilmu Komunikasi yang selalu hebat dan menginspirasi dalam mentransfer ilmunya kepada mahasiswa. Pak Mahfud, Bu Marfu'ah, Bu Yani, Pak Iswandi, Pak Iqbal, Bu Fatma, terima kasih banyak atas ilmunya.
8. Bapak Alip Kunandar, M.Si, dosen yang banyak memberikan semangat serta inspirasi bagi peneliti untuk terus menulis dan berpikir kritis.

9. Kedua orang tua penulis, H. Purwoko dan Kristiana, yang telah memberikan dukungan yang sangat luar biasa terhadap peneliti, baik secara moriil, materiil, finansial, doa dan lain-lain yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Lahir batin. Aku sayang Papa Mama, *this is for you.*
10. Bapak Bambang Dwiyanto, selaku Manajer Senior Bidang Komunikasi Korporat PT PLN (Persero) Kantor Pusat, yang telah memberikan kesempatan pada peneliti untuk belajar dan menimba ilmu secara praktis di PT PLN, baik melalui kegiatan magang hingga penelitian ini. Terima kasih Bapak atas segala inspirasinya.
11. Bapak Ahmad Hidayat, selaku pembimbing peneliti di lokasi penelitian, yang telah ikhlas membantu peneliti dalam mencari data secara detail dan maksimal. Terima kasih Bapak atas bantuan dan pengalaman yang sangat menyenangkan.
12. Seluruh informan dari PT PLN (Persero), Bapak Sampurno Marnoto selaku Deputi Manajer Hubungan Eksternal, Ibu Ida Wardani selaku Deputi Manajer Hubungan Internal, Ibu Dita Artsana selaku Humas PLN Distribusi Lampung dan Ibu Candra Sona selaku Humas PLN Disjaya. Terima kasih atas kesediaannya untuk membantu menyelesaikan penelitian ini.
13. Informan penelitian dari pemohon informasi KIP di PT PLN (Persero), Bapak Aminuzal Hendrawan dan Marsell. Terima kasih atas kesediaannya membantu penelitian ini.
14. Seluruh pegawai PT PLN (Persero) Kantor Pusat Bidang Komunikasi Korporat yang membantu peneliti selama penelitian; Om Kasto, Mas Ogie, Bu Anita, Pak Wawan, Bu Winta, Mbak Hasti, Pak Agus, Mbak Risti, Pak Ir, Pak Tutang, Mbak Ida, dan Mas Kiki. Kalian semua sangat menginspirasi.
15. Eyang Kakung dan Alm. Eyang Uti, Yotodiratno dan Alm. Parjiyem yang menjadi selalu melindungi peneliti selama tinggal di Yogyakarta. Terima kasih juga untuk Mbah Ranti atas perhatian dan kasih sayangnya.
16. Seluruh keluarga peneliti di Jakarta, Yogyakarta dan Jepara. Om, Tante, Bude, Pakde, Mbah, Eyang, yang tidak pernah henti memberikan *support* kepada peneliti.

17. Sahabat peneliti yang tidak pernah berhenti memberikan dukungan dan semangatnya; Mas Yoga, Aen Istianah, Saroh Ganik, Nina Gianita, Novi Firanti, Idris Mualim, Ihsan Nur Fadilah, Fina Fauziah, tempat berbagi cerita suka dan duka soal perkuliahan dan segala hal. See you on top ☺
18. Teman – teman Ilmu Komunikasi A (KOMA!) angkatan 2011, prodi Ilmu Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang *nggak* bisa disebutin satu persatu. Tapi, aku sayang kalian semua, mwah! Semoga kita kompak selalu ya! Ditunggu undangan reuninya.
19. Teman-teman IDEKATA Penulis Muda yang selalu semangat untuk berkarya. Semoga kedepannya menjadi lebih baik dan barokah.
20. Seluruh teman – teman prodi Ilmu Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, semoga penelitian ini dapat bermanfaat setelahnya sebagai inspirasi dan referensi dalam kajian ilmu komunikasi.

Kepada seluruh pihak tersebut semoga amal baik yang telah diberikan dapat diterima di sisi Allah SWT, dan senantiasa mendapatkan limpahan rahmat-Nya. *Amin ya robbal 'alamin.*

Yogyakarta, 29 Mei 2015
Peneliti,

Intantya Purwoko Putrie
11730013

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....
HALAMAN PENGESAHAN .....
SURAT PERNYATAAN .....
HALAMAN NOTA DINAS PEMBIMBING .....
HALAMAN PERSEMBAHAN .....
HALAMAN MOTTO .....

KATA PENGANTAR ..... **i**
DAFTAR ISI ..... **iv**
DAFTAR TABEL ..... **vii**
DAFTAR GAMBAR ..... **viii**
DAFTAR BAGAN ..... **ix**
ABSTRAK ..... **x**

BAB I PENDAHULUAN
A. Latar Belakang Masalah 1
B. Rumusan Masalah 6
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian..... 6
1. Tujuan Penelitian 6
2. Manfaat Penelitian 7
a. Akademis 7
b. Praktis 7
D. Telaah Pustaka 8
E. Landasan Teori 13
1. Strategi Komunikasi
a. Pengertian Strategi Komunikasi 13
b. Tujuan Strategi Komunikasi 16
c. Komponen Strategi Komunikasi 17
2. Hubungan Masyarakat
a. Pengertian Hubungan Masyarakat 21
b. Tujuan dan Fungsi Hubungan Masyarakat 22
c. Hubungan Masyarakat Pemerintah 24
3. Implementasi Kebijakan Publik 27
4. Keterbukaan Informasi Publik 30
a. Pengertian Keterbukaan Informasi Publik 30
b. Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik 32

F. Metodologi Penelitian 34
1. Jenis Penelitian 34
2. Subjek dan Objek Penelitian 34
a. Subjek Penelitian..... 34
b. Objek Penelitian..... 36
3. Teknik Pengumpulan Data..... 37
a. Jenis Data..... 37
b. Teknik Pengumpulan Data 38
4. Teknik Analisis Data 39
5. Teknik Keabsahan Data 41

BAB II GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN
A. Sejarah dan Perkembangan PT PLN (Persero)..... 42
1. Sejarah PT PLN (Persero)..... 42
2. Visi, Misi dan Motto PT PLN (Persero) 45
3. Unit Bisnis PT PLN (Persero)..... 46
4. Struktur Organisasi PT PLN (Persero) 48
B. Sekretaris Perusahaan PT PLN (Persero)..... 49
1. Sekretaris Perusahaan PT PLN (Persero)..... 49
2. Tugas Pokok Sekretaris Perusahaan PT PLN (Persero) 49
3. Struktur Organisasi Sekretaris Perusahaan PT PLN (Persero)..... 50
C. Bidang Komunikasi Korporat PT PLN (Persero) Kantor Pusat 51
1. Bidang Komunikasi Korporat PT PLN (Persero)..... 51
2. Tugas Pokok Komunikasi Korporat PT PLN (Persero)..... 52
3. Struktur Organisasi Komunikasi Korporat PT PLN (Persero)..... 53

BAB III PEMBAHASAN
A. Implementasi UU No. 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik di PT PLN (Persero) Kantor Pusat..... 54
B. Strategi Komunikasi yang Dilakukan oleh Humas PT PLN (Persero) Kantor Pusat..... 62
1. Mengenali Sasaran Komunikasi..... 63
a. Sasaran Komunikasi Eksternal 64
1) Pemohon Informasi..... 64
2) Masyarakat 77
b. Sasaran Komunikasi Internal..... 81
1) Humas Kantor Unit PT PLN 81
2. Pemilihan Media Komunikasi..... 86
a. Media Komunikasi Untuk Pemohon Informasi 88
1) Media Pertemuan..... 89
2) Telepon dan Faksimile..... 95

3) *Email* Info Publik 98
4) Media Sosial 103
5) Surat 107
b. Media Komunikasi Untuk Masyarakat 110
1) Media Massa Cetak 111
2) Brosur, Poster dan *Banner* 114
3) *Website* Korporat 120
c. Media Komunikasi Untuk Humas Internal 125
1) Media Pertemuan 126
2) *Email* Korporat 129
3) Majalah Internal 131
3. Pengkajian Tujuan Pesan Komunikasi 136
a. Tujuan Pesan Komunikasi Eksternal 137
b. Tujuan Pesan Komunikasi Internal 147
4. Peranan Komunikator dalam Komunikasi 153
a. Menangani Pelayanan Informasi Publik 155
b. Memproduksi Media Informasi KIP 166
c. Mengkoordinasikan Internalisasi KIP ke Kantor Unit 171
C. Faktor Implementasi UU No. 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik 175
1. Komunikasi 175
a. Komunikasi Eksternal 177
b. Komunikasi Internal 188
2. Sumber Daya 198
3. Disposisi 203
4. Struktur Birokrasi 212

BAB IV PENUTUP
A. Kesimpulan 219
B. Saran 222

DAFTAR PUSTAKA vii

LAMPIRAN .....

DAFTAR TABEL

Tabel 1 : Tabel Matriks Perbedaan Telaah Pustaka 12
Tabel 2 : Unit Analisis 33
Tabel 3 : Tabel Subjek Penelitian di PT PLN (Persero) 36
Tabel 4 : Tabel Subjek Penelitian di luar PT PLN (Persero) 36
Tabel 5 : Unit Bisnis PT PLN (Persero) 47
Tabel 6 : Tabel Pemilihan Media Komunikasi Untuk Pemohon Informasi Terhadap Implementasi KIP 135
Tabel 7 : Tabel Pemilihan Media Komunikasi Untuk Masyarakat Terhadap Implementasi KIP 135
Tabel 8 : Tabel Pemilihan Media Komunikasi Untuk Humas Unit Internal Terhadap Implementasi KIP 136
Tabel 9 : Hasil Berita Acara Tim Uji Konsekuensi Keputusan Direksi Tentang Pelayanan, Pengungkapan dan Keterbukaan Informasi Publik di Lingkungan PT PLN 217

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 : Gambar Tabel Hasil Akhir Pemeringkatan KIP 2014 5
Gambar 2 : Logo PT PLN (Persero) 42
Gambar 3 : Penerimaan Penghargaan Pemeringkatan Informasi Publik PT PLN (Persero) Tahun 2013 dan 2014 60
Gambar 4 : Formulir Permohonan Informasi Publik di PT PLN 69
Gambar 5 : Ruang Layanan Informasi Publik PT PLN 91
Gambar 6 : Perangkat Komputer di Ruang Layanan Informasi Publik Kantor Pusat PT PLN 92
Gambar 7 : Tampilan Pelayanan Informasi Publik melalui e-*mail* Info Publik 100
Gambar 8 : Tampilan Laman *Facebook* PLN 123 dalam menyediakan Keterbukaan Informasi Publik 104
Gambar 9 : Tampilan Laman *Twitter* @pln_123 dalam menyediakan Keterbukaan Informasi Publik 105
Gambar 10 : Publikasi KIP PT PLN di Koran Harian *Indonesia Finance Today* 112
Gambar 11 : Materi dan Desain Brosur KIP oleh Humas PLN Pusat 116
Gambar 12 : Materi dan Desain Poster KIP di Ruang Layanan Informasi Publik Kantor Pusat PT PLN 118
Gambar 13 : Materi dan Desain *Banner* di Ruang Layanan Informasi Publik Kantor Pusat PT PLN 119
Gambar 14 : Tampilan Menu KIP di *Website* Resmi PT PLN 122
Gambar 15 : Tampilan Pengunjung Laman KIP di *Website* PT PLN 123
Gambar 16 : Mekanisme Pelayanan KIP di PT PLN 157

DAFTAR BAGAN

Bagan 1 : Model Komunikasi Philip Kotler 13
Bagan 2 : Struktur Organisasi PT PLN (Persero) Kantor Pusat 48
Bagan 3 : Struktur Organisasi Sekretaris Perusahaan PT PLN (Persero)..... 51
Bagan 4 : Struktur Organisasi Komunikasi Korporat PT PLN (Persero) 53
Bagan 5 : Komunikasi Eksternal Humas PLN Pusat dengan Masyarakat
Dan Pemohon Informasi 187
Bagan 6 : Komunikasi Internal Humas PLN Pusat dengan Humas Internal.... 198

ABSTRACT

The disclosure of public information (in indonesian : KIP) which has been regulated in Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 (UU KIP), caused a public corporation in Indonesia has the responsibility to providing the information transparently. One of the public corporation is PT PLN (Persero), as a state-owned corporation who successfully got the top rank for two consecutive years in Pemeringkatan Keterbukaan Informasi Publik. Based on these PLN's achievement, researcher was interested to knows about how the strategy of communication which has been conducted by Humas PT PLN to the implementation of UU KIP.

This research used descriptive qualitative method. The result were analyzed based on the implementation theory by George C. Edwards, then presented to the communication strategy theory by Onong Uchjana to describe how the communication strategy was conducted by Humas PT PLN (Persero). Based on this research, the communication strategy has been conducted in a planned, and in appropriate with the component of communication strategy. All the component of communication strategy are gives impact and contribution to the factor of implementation.

Furthermore, this research discovering that the communication in implementation of UU KIP was divided into two ways, external and internal. It is intended to makes the implementation has been running well and comprehensive; can reaching all of the lines who involved in it, that is the public and the internal circles of PT PLN (Persero).

Keywords : Communication Strategy, The Disclosure of Public Information, Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Berakhirnya masa pemerintahan Orde Baru pada tahun 1998, telah mengubah paradigma pemerintahan di Indonesia untuk menganut sistem demokrasi. Terbentuknya sistem demokrasi tersebut membuat pemerintah dalam penyelenggaraan negara menjadi lebih terbuka dan transparan, termasuk diantaranya dalam hal penyediaan informasi. Penyediaan informasi dilakukan secara lebih terbuka dikarenakan rakyat berhak untuk mengetahui informasi-informasi pemerintahan dalam hal penyelenggaraan negara. Demi terciptanya sebuah siklus yang baik antara hak masyarakat dengan kewajiban badan publik dalam mewujudkan keterbukaan informasi, pemerintah pun mengeluarkan kebijakan sebagai payung hukum. Kebijakan tersebut tertuang dalam Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik atau yang selanjutnya disebut dengan UU No. 14 Tahun 2008.

Hadirnya UU No. 14 Tahun 2008 mewajibkan badan publik untuk menyediakan informasi tentang perusahaannya secara proaktif kepada masyarakat. Perihal menjalankan keterbukaan informasi dengan menyebarkan informasi secara terbuka dan transparan kepada pihak yang berhak

menerimanya, telah dijelaskan dalam Al-Quran Surat Al-Hijr ayat 94, yang berbunyi :

فَٱصۡدَعۡ بِمَا تُؤۡمَرُ وَأَعۡرِضۡ عَنِ ٱلۡمُشۡرِكِينَ ٩٤

Artinya : "Maka sampaikanlah olehmu secara terang-terangan segala apa yang diperintahkan (kepadamu) dan berpalinglah dari orang-orang yang musyrik." (QS. Al-Hijr : 94)

Surat Al-Hijr ayat 94 menjelaskan mengenai cara penyampaian dakwah kepada suatu kaum secara terbuka, terang-terangan dan transparan. Dalam ayat tersebut, dijelaskan bahwa suatu informasi harus disampaikan secara terang-terangan sesuai dengan apa yang diperintahkan. Jika dikaitkan dengan Keterbukaan Informasi Publik, ayat ini menunjukkan bahwa penyampaian informasi yang disampaikan secara terbuka, jujur dan transparan sangat dianjurkan. Hal tersebut sesuai dengan kewajiban badan publik untuk menyampaikan informasi secara terbuka dan transparan kepada pihak yang berhak menerimanya, yaitu masyarakat.

Proses penyampaian informasi secara terbuka oleh suatu badan publik tentu tidak terlepas dari aktivitas komunikasi. Aktivitas komunikasi dapat ditinjau dari bagaimana informasi tersebut disampaikan dengan suatu cara tertentu hingga dapat diterima dengan baik oleh publik secara mudah, cepat dan tepat. Adanya unsur komunikasi dalam proses keterbukaan informasi membuat pihak yang memiliki wewenang untuk menjalankan aktivitas

komunikasi secara strategis dalam suatu badan publik menjadi pelaksana Keterbukaan Informasi Publik. Hal tersebut juga dijelaskan pada Pasal 21 Peraturan Pemerintah Nomor 61 Tahun 2010 tentang Pelaksanaan UU No. 14 Tahun 2008, yang menyebutkan bahwa unit di bidang informasi, komunikasi dan/atau kehumasan akan diberi tanggung jawab untuk melaksanakan keterbukaan informasi dalam suatu badan publik.

Penetapan posisi Hubungan Masyarakat atau yang selanjutnya disebut Humas sebagai pelaksana keterbukaan informasi perusahaan dapat ditemui di PT Perusahaan Listrik Negara (Persero). Sebagai Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bertanggung jawab memenuhi kebutuhan listrik di seluruh Indonesia, PT Perusahaan Listrik Negara (Persero) atau yang selanjutnya disebut dengan PT PLN (Persero) memiliki kewajiban untuk menerapkan UU No. 14 Tahun 2008. PT PLN (Persero) wajib memberikan informasi secara terbuka dalam setiap kinerjanya. Adanya keterbukaan informasi dapat menjadikan masyarakat untuk mengetahui bagaimana kinerja PT PLN (Persero) sebagai badan publik yang berada di bawah naungan negara dalam menyediakan listrik di seluruh Indonesia.

Divisi Komunikasi Korporat atau yang disebut dengan Humas PLN merupakan divisi yang melaksanakan Keterbukaan Informasi Publik sesuai dengan UU No. 14 Tahun 2008. Humas PLN memiliki tanggung jawab untuk menjalankan komunikasi strategis bagi perusahaan, yang juga diterapkan dalam menyediakan keterbukaan informasi. Dengan adanya strategi

komunikasi dalam menyediakan informasi kepada publik, informasi yang disampaikan diharapkan tidak akan terhambat dan dapat tersampaikan secara efektif.

Pelaksanaan Keterbukaan Informasi Publik yang dilakukan oleh Humas PLN telah berhasil mengantarkan PT PLN (Persero) meraih posisi teratas pada Pemeringkatan Keterbukaan Informasi Publik. Pemeringkatan Keterbukaan Informasi Publik adalah program evaluasi pelaksanaan Keterbukaan Informasi Publik pada badan publik di Indonesia yang dilakukan oleh Komisi Informasi Pusat, selaku lembaga yang berfungsi menjalankan, mengatur dan mengawasi jalannya UU No. 14 Tahun 2008 (Laporan Pemeringkatan KIP, 2014). Terhitung selama dua tahun terakhir, PT PLN (Persero) terus menempati posisi teratas sebagai BUMN dengan tingkat Keterbukaan Informasi Publik yang terbaik di Indonesia

Pada tahun 2014, PT PLN (Persero) kembali meraih peringkat atas dari 138 BUMN yang dinilai oleh Komisi Informasi Pusat. Seperti yang tertera pada Laporan Hasil Pemeringkatan yang diunggah Komisi Informasi Pusat dalam website www.komisiinformasi.go.id sebagai berikut :

Gambar 1

Tabel Hasil Akhir Pemeringkatan Keterbukaan Informasi Publik Tahun 2014 Kategori BUMN

Berikut hasil akhir (Tahap 1 + Tahap 2) :

No	Nama Badan Publik	Nilai Akhir
1	PT Bio Farma	85,8
2	PT PLN	78,8
3	PT Taspen	70
4	PT Perusahaan Gas Negara	67,6
5	PT Bank Negara Indonesia	66,2
6	PT Kimia Farma	64,8
7	PT Jasa Raharja	64,6
8	PT Inti	62,6
9	PT Perkebunan Nusantara V	60
10	PT Rajawali Nusantara Indonesia	58

Sumber : http://www.komisiinformasi.go.id/news/view/laporan-hasil-pemeringkatan (diakses tanggal 18 Januari 2015 pukul 22.30 WIB).

Pemeringkatan Keterbukaan Informasi Publik yang dilaksanakan oleh Komisi Informasi Pusat menunjukkan sejuah mana UU No. 14 Tahun 2008 telah terimplementasi di suatu badan publik, lembaga ataupun perusahaan. Termasuk dalam hal ini adalah PT PLN (Persero) yang telah berhasil meraih prestasi memuaskan dalam hal pelaksanaan Keterbukaan Informasi Publik selama dua tahun berturut-turut. Prestasi tersebut menunjukkan bahwa Humas PLN memiliki strategi komunikasi yang diperhitungkan dalam memenuhi tanggung jawab serta mencapai tujuan perusahaan.

Strategi komunikasi menjadi begitu penting dalam penyampaian informasi kepada publik agar informasi dapat tersampaikan dengan baik, efektif dan tepat sasaran. Hal tersebutlah yang kemudian membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai strategi komunikasi seperti apa

yang digunakan oleh Humas PLN terhadap pelaksanaan Keterbukaan Informasi Publik sesuai yang tertera pada UU No. 14 Tahun 2008. Maka peneliti menetapkan judul dari penelitian ini yaitu **"Strategi Komunikasi Hubungan Masyarakat Terhadap Keterbukaan Informasi Publik (Studi Deskriptif Kualitatif Implementasi Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 di Humas PT PLN Persero).**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijabarkan, maka peneliti merumuskan permasalahan yang ada sebagai berikut : **"Bagaimana strategi komunikasi Humas PT PLN (Persero) terhadap implementasi Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik?"**

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi yang digunakan oleh Humas PT PLN (Persero) terhadap implementasi Undang – Undang Nomor 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik.

2. Manfaat Penelitian

Peneliti berharap bahwa hasil dari penelitian ini dapat memberikan manfaat baik secara akademis maupun praktis. Adapun manfaat yang diharapkan adalah sebagai berikut :

a. Akademis

Peneliti berharap penelitian ini dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan penelitian di bidang Ilmu Komunikasi, khususnya pada konsentrasi *public relations* atau kehumasan.

b. Praktis

Manfaat praktis yang diharapkan peneliti, antara lain :

1) Dapat menjadi evaluasi dan bahan masukan bagi Humas PT PLN (Persero) dalam mewujudkan Keterbukaan Informasi Publik dan hal lain yang terkait dengan implementasi kebijakan pemerintah.

2) Bagi masyarakat, yaitu dapat memberikan wawasan mengenai strategi komunikasi humas khususnya dalam ruang lingkup implementasi kebijakan pemerintah atau negara.

D. Telaah Pustaka

Berdasarkan deskripsi singkat mengenai penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti dengan judul ***"Strategi Komunikasi Hubungan Masyarakat terhadap Keterbukaan Informasi Publik (Studi Deskriptif Kualitatif Implementasi Undang – Undang Nomor 14 Tahun 2008 di Humas PT PLN Persero)***, peneliti tentu harus melakukan tinjauan pustaka. Adapun tinjauan pustaka ditujukan agar peneliti dapat mengindari pengulangan ataupun duplikasi dari penelitian yang lebih dulu ada. Setelah melakukan penelusuran dan pengkajian terhadap karya ilmiah yang berhubungan dengan strategi komunikasi hubungan masyarakat dan implementasi kebijakan, peneliti berhasil menghimpun beberapa karya ilmiah yang memiliki persamaan juga perbedaan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti.

Tinjauan pustaka pertama yang dikaji oleh peneliti adalah skripsi yang berjudul ***"Peran Humas Dalam Implementasi Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 Tentang Keterbukaan Informasi Publik di Badan Publik (Studi Kasus Pada Badan Pemeriksa Keuangan RI)".*** Penelitian milik Titis Hidayati dari Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Gadjah Mada (UGM) pada tahun 2014 ini membahas mengenai bagaimana peran Humas Badan Pemeriksa Keuangan RI sebagai salah satu badan publik dalam mengimplementasikan Undang – Undang Nomor 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik. Jenis penelitian ini adalah deskriptif, dengan menggunakan metode studi kasus. Dengan menggunakan teori empat peran

humas yang disampaikan oleh Broom dan Smith, penelitian ini ditujukan untuk mengetahui bagaimana peranan humas dalam proses implementasi UU No. 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik. Penelitian ini menyimpulkan bahwa Humas Badan Pemeriksa Keuangan (BPK) RI adalah aktor utama dalam implementasi UU No. 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik di lembaganya. Adapun peran Humas BPK RI dalam implementasi UU No. 14 Tahun 2008 sendiri terbagi menjadi dua, yaitu peran teknis dan peran manajerial.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti antara lain ialah sama – sama menjadikan implementasi UU No. 14 tahun 2008 sebagai isu yang diangkat dari praktik kehumasan. Hanya saja pada penelitian Titis, objek penelitian yang ditetapkan adalah peran humas dalam mengimplementasikan UU No. 14 tahun 2008. Sementara pada penelitian yang dilakukan peneliti, objek penelitian adalah strategi komunikasi yang dilakukan oleh Humas dalam mengimplementasikan UU No. 14 Tahun 2008 tersebut. Meskipun jenis penelitian yang diangkat memiliki kesamaan yaitu penelitian deksiptif kualitatif, namun metode yang digunakan memiliki perbedaan. Titis menggunakan studi kasus sebagai metode penelitiannya, sementara peneliti menggunakan studi deksriptif kualitatif untuk menganalisis tentang objek penelitian yang dipilih.

Penelitian kedua yang dikaji oleh peneliti adalah penelitian skripsi berjudul ***"Strategi Pejabat Pengelola Informasi dan Dokumentasi Polda Banten dalam Pelayanan Informasi Publik"*** karya Neng Lasmy Liesmaya

pada tahun 2013. Mahasiswi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sultan Ageng Tirtayasa ini meneliti tentang strategi yang dilakukan oleh Pejabat Pengelola Informasi dan Dokumentasi (PPID) Polda Banten dalam pelayanan informasi publik sesuai dengan UU No. 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik. Penelitian ini menggunakan teori fungsi manajemen POAC yaitu proses *planning, organizing, actuating* dan *controlling,* serta menggunakan teori sistem sebagai panduan penelitian. Hasil dari penelitian ini adalah dalam proses pelayanan informasi publik, terdapat fungsi manajemen yang membantu mengarahkan PPID Polda Banten untuk menerapkan UUNo.14 Tahun 2008.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti ialah sama-sama berangkat dari persoalan Keterbukaan Informasi Publik yang tertuang dalam UU No. 14 Tahun 2008. Selain itu, persamaan juga terdapat pada objek dasar dari penelitian, yaitu strategi. Hanya saja, perbedaannya, penelitian ini lebih mengacu kepada strategi yang dilakukan oleh PPID Polda Banten sebagai pelaksana Keterbukaan Informasi Publik, sementara kajian peneliti lebih spesifik yaitu lebih mengarah kepada strategi komunikasi. Perbedaan lainnya adalah penelitian ini memfokuskan keterbukaan informasi pada pelayanan informasi publik, sementara peneliti mengkaji keterbukaan informasi secara keseluruhan.

Penelitian ketiga yang dikaji oleh peneliti adalah tesis dari Marroli J. Indarto, pasca sarjana Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Indonesia pada tahun 2012. Tesis berjudul ***"Manajemen***

Komunikasi Pemerintah dalam Kebijakan Transparansi Informasi (Studi Evaluasi Komunikasi Keterbukaan Informasi Publik pada Kementrian Komunikasi dan Informatika" ini membahas tentang bagaimana metode manajemen dan evaluasi komunikasi pemerintah dalam menyelenggarakan keterbukaan informasi. Dengan menggunakan metode studi kasus, penelitian ini menyimpulkan bahwa pemerintah sudah menerapkan metode manajemen komunikasi dalam pelaksanaan keterbukaan informasi, hanya saja penerapannya belum maksimal. Penelitian ini menyebutkan bahwa dalam identifikasi masalah, aksi, komunikasi dan evaluasi masih terdapat kelemahan di dalamnya. Teori yang digunakan pada penelitian ini antara lain ialah teori proses manajemen empat langkah dari Cutlip, Center dan Broom, teori metode transparansi Rawlin serta teori pemangku kepentingan.

Persamaan dari penelitian ini antara lain ialah sama-sama berangkat dari persoalan penerapan keterbukaan informasi publik yang mengacu pada UU No. 14 Tahun 2008 dalam kaitannya dengan aktivitas komunikasi. Perbedaannya, tentu dari ruang lingkup penelitian serta objek penelitian. Bila penelitian ini meninjau kepada manajemen komunikasi pemerintah serta terfokus pada studi evaluasinya, maka peneliti lebi terfokus untuk melakukan studi deskriptif yang bersifat menggambarkan tentang strategi yang digunakan oleh Humas sebagai pelaksana keterbukaan informasi publik.

Penjelasan lebih lanjut mengenai perbedaan dan persamaan penelitian yang akan dilakukan peneliti dengan telaah pustaka yang telah dikaji dapat dilihat pada tabel 1 berikut.

Tabel 1
Matriks Perbedaan Telaah Pustaka

No.	Peneliti / Instansi	Judul Penelitian	Lokasi / Subjek	Metode	Persamaan	Perbedaan	Hasil
1	Titis Hidayati / Universi-tas Gadjah Mada (UGM)	Peran Humas dalam Implementasi Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 Tentang Keterbukaan Informasi Publik di Badan Publik (Studi Kasus Pada Badan Pemeriksa Keuangan RI)	Humas Badan Pemeriksa Keuangan (BPK) RI	Studi Kasus	-Mengangkat isu tentang UU No. 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik -Meneliti humas dalam kaitannya dengan implementasi UU No. 14 Tahun 2008 di suatu badan publik	-Peneliti meneliti tentang strategi komunikasi yang digunakan humas dalam implementasi UU No. 14 Tahun 2008, sementara Titis meneliti bagaimana peran humas dalam implementasi UU tersebut. - Metode penelitian - Subjek dan objek penelitian -Teori yang digunakan	Humas adalah aktor utama dalam implementa-si UU No. 14 Tahun 2008 tentang Keterbuka-an Informasi Publik
2	Neng Lasmy Liesmaya/ Universi-tas Sultan Ageng Tirtayasa	"Strategi Pejabat Pengelola Informasi dan Dokumentasi Polda Banten dalam Pelayanan Informasi Publik"	PPID Polda Banten	Deskrip-tif Kualitatif	-Berangkat dari persoalan penerapan UU No. 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik di badan publik -Meneliti tentang strategi dalam menyediakan keterbukaan informasi	-Objek penelitian peneliti lebih dispesifikasikan pada strategi komunikasi -Peneliti mengkaji keterbukaan informasi secara keseluruhan, tidak hanya pada pelayanan informasi publik saja -Teori yang digunakan -Subjek dan objek penelitian	Pada proses pelayanan informasi publik, terdapat fungsi manajemen POAC yang membantu mengarah-kan PPID dalam menerapkan UU No.14 Tahun 2008.
3	Marroli J. Indarto / Universi-tas Indonesia	"Manajemen Komunikasi Pemerintah dalam Kebijakan Transparansi Informasi (Studi Evaluasi Komunikasi Keterbukaan Informasi Publik pada Kementrian Komunikasi dan Informatika"	Ditjen Informasi dan Komunikasi Publik Kementrian Komunikasi dan Informatika	Studi Kasus	-Berangkat dari persoalan penerapan UU No. 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik di badan publik yang dilakukan oleh pihak komunikasi perusahaan -sama-sama meninjau keterkaitan komunikasi dengan implementasi kebijakan keterbukaan informasi	-Objek penelitian peneliti lebih ditujukan pada strategi komunikasi, bukan manajemen komunikasi -teori yang digunakan -metode penelitian -Penelitian peneliti bersifat mendeskripsikan, bukan mengevaluasi -Subjek dan Objek penelitian	Pemerintah sudah menerapkan metode manajemen komunikasi dalam pelaksanaan keterbukaan informasi, hanya saja penerapannya belum maksimal, karena masih terdapat kelemahan dalam proses identifikasi masalah, aksi, komunikasi dan evaluasi.

Sumber : Olahan Peneliti (2015)

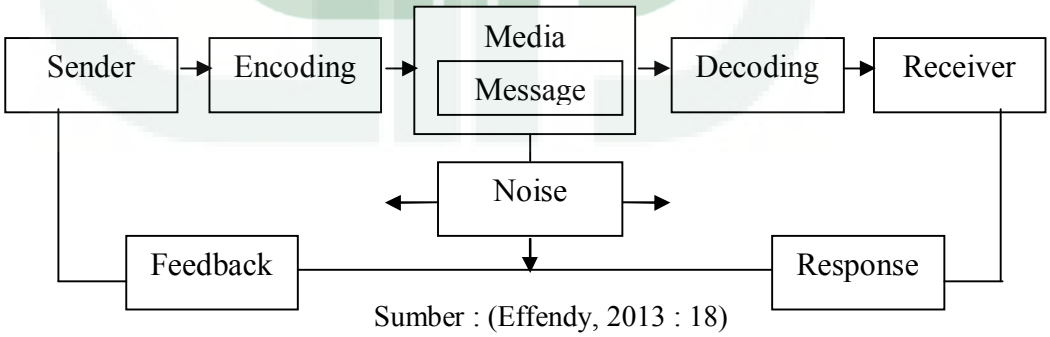
E. Landasan Teori

1. Strategi Komunikasi

a. Pengertian Strategi Komunikasi

Secara tata bahasa, komunikasi dapat diartikan sebagai suatu upaya untuk berbagi dalam mencapai kebersamaan (Sendjaja, dkk., 2013 : 1.10). Sementara Hovland, Janis & Kelley (dalam Vandiansyah, 2008 : 25) mendefinisikan komunikasi sebagai suatu proses dimana seseorang (komunikator) menyampaikan stimulus (biasanya berupa kata-kata) dengan tujuan mengubah dan membentuk perilaku orang lainnya (khalayak). Philip Kotler (dalam Effendy, 2013 : 18) menggambarkan model proses komunikasi dengan menunjukkan unsur-unsur komunikasi yang terdapat di dalamnya, yang terdapat pada bagan berikut ini.

Bagan 1
Model Komunikasi Philip Kotler



Sumber : (Effendy, 2013 : 18)

Penegasan tentang unsur – unsur dalam proses komunikasi Kotler adalah sebagai berikut.

1) *Sender,* yaitu komunikator yang menyampaikan pesan kepada seseorang atau sejumlah orang.
2) *Encoding,* yaitu proses pengalihan pikiran ke dalam bentuk lambang.
3) *Message,* yaitu pesan yang merupakan seperangkat lambang bermakna yang disampaikan oleh komunikator.
4) *Media,* yaitu saluran komunikasi tempat berlalunya pesan dari komunikator kepada komunikan.
5) *Decoding,* yaitu proses dimana komunikan menetapkan makna lambang yang disampaikan komunikator.
6) *Receiver,* yaitu komunikan yang menerima pesan.
7) *Response,* yaitu tanggapan, seperangkat reaksi pada komunikan setelah menerima pesan.
8) *Feedback,* yaitu umpan balik dan tanggapan komunikan apabila tersampaikan atau disampaikan kepada komunikator.
9) *Noise,* yaitu gangguan tak terencana yang terjadi dalam proses komunikasi.

Agar seluruh unsur komunikasi tersebut dapat berjalan dengan optimal, maka diperlukan adanya strategi dalam sebuah proses komunikasi. Strategi komunikasi memegang peranan yang penting,

karena berhasil atau tidaknya komunikasi banyak ditentukan oleh strategi komunikasi yang digunakan (Effendy, 2008 : 33).

Middleton (dalam Cangara, 2013 : 61) mendefinisikan strategi komunikasi sebagai kombinasi yang terbaik dari semua unsur komunikasi mulai dari komunikator, pesan, saluran (media), penerima sampai pada pengaruh (efek) yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi yang optimal. Strategi komunikasi tidak hanya berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, melainkan juga harus menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya (Effendy, 2008 : 33).

Strategi komunikasi terdiri dari dua aspek, yaitu secara makro (*planned multi-media strategy*) atau mikro (*single communication medium strategy*). Berdasarkan aspek tersebut, strategi komunikasi memiliki fungsi ganda yaitu :

1) Menyebarluaskan pesan komunikasi yang bersifat informatif, persuasif dan instruktif secara sistematis kepada sasaran untuk memperoleh hasil yang optimal.

2) Menjembatani "kesenjangan budaya" akibat kemudahan diperolehnya dan kemudahan dioperasionalkannya media massa yang begitu ampuh, yang jika dibiarkan dapat merusak nilai-nilai budaya.

b. Tujuan Strategi Komunikasi

Menurut R. Wayne Pace, Breint D. Peterson, dan M. Dallas Burnet (dalam Effendy, 2013 : 32), tujuan utama dari strategi komunikasi adalah sebagai berikut :

1) *To secure understanding*

   Tujuan strategi komunikasi yang pertama, adalah untuk memastikan bahwa komunikan mengerti tentang pesan yang diterimanya.

2) *To establish acceptance*

   Strategi komunikasi bertujuan untuk membina komunikan sebagai penerima yang sudah mengerti pesan yang diterimanya.

3) *To motivate action*

   Terakhir, tujuan dari strategi komunikasi adalah untuk memotivasi penerima pesan mengenai hal yang berkaitan dengan pesan yang disampaikan.

Tujuan-tujuan strategi komunikasi yang dijabarkan di atas, menunjukkan bahwa dalam menyusun strategi komunikasi diperlukan suatu pemikiran dengan memperhitungkan faktor-faktor

pendukung dan faktor-faktor penghambat dalam setiap komponen strategi komunikasi (Effendy, 2013 : 35).

c. Komponen Strategi Komunikasi

Menurut Onong Uchjana Effendy dalam bukunya *Ilmu Komunikasi; Teori dan Praktik* (2013), komponen-komponen yang menjadi dasar strategi komunikasi harus diperhatikan beserta dengan faktor pendukung serta penghambat dari komponen-komponen tersebut. Komponen-komponen strategi komunikasi yang dituliskan Onong Effendy antara lain ialah sebagai berikut :

1) Mengenali sasaran komunikasi

Sebelum melancarkan komunikasi, komunikator perlu mempelajari siapa-siapa yang akan menjadi sasaran komunikasinya. Hal ini tentu bergantung pada tujuan komunikasi, apakah komunikasi ditujukan agar komunikan hanya sekedar mengetahui (dengan metode informatif) atau agar komunikan melakukan tindakan tertentu (metode persuasif atau instruktif). Terdapat dua faktor yang harus diperhatikan dalam mengenali sasaran, yaitu faktor kerangka referensi dan faktor situasi kondisi.

a) Faktor kerangka referensi

Menurut Wilbur Schramm, komunikasi akan berhasil apabila pesan yang disampaikan oleh komunikator cocok dengan kerangka referensi (*frame of reference*), yaitu paduan pengalaman dan pengertian yang pernah diperoleh komunikan (Effendy, 2013 : 13). Kerangka referensi seseorang terbentuk dalam dirinya sebagai hasil dari paduan pengalaman, pendidikan, gaya hidup, norma hidup, status sosial, ideologi, cita-cita dan sebagainya. Kerangka referensi seseorang akan berbeda dengan orang lainnya. Untuk itu, apapun situasi komunikasinya, baik antarpersona, kelompok ataupun massa, seorang komunikan harus memperhatikan kerangka referensi dari komunikannya.

b) Situasi kondisi

Situasi yang dimaksudkan ialah situasi komunikasi pada saat komunikan akan menerima pesan yang kita sampaikan. Situasi juga dapat digambarkan sebagai keadaan lingkungan pada saat pesan akan disampaikan. Sementara kondisi adalah keadaan

fisik dan psikis komunikan pada saat pesan tersebut disampaikan.

2) Pemilihan Media Komunikasi

Media komunikasi ini banyak jumlahnya, baik media yang bersifat tradisional maupun modern. Untuk mencapai sasaran komunikasi, komunikator dapat memilih salah satu atau gabungan beberapa media, bergantung pada tujuan yang dicapai, pesan yang akan disampaikan, serta teknik yang akan digunakan. Mana yang terbaik dari sekian banyak media komunikasi tidak dapat ditegaskan, karena masing-masing media mempunyai kelebihan dan kekurangannya masing-masing.

3) Pengkajian Tujuan Pesan Komunikasi

Pesan komunikasi mempunyai tujuan tertentu. Pengkajian tujuan pesan ini bermanfaat untuk menentukan teknik yang harus diambil, apakah itu teknik informasi, teknik persuasi atau teknik instruksi. Pesan komunikasi terdiri atas isi pesan dan lambang atau simbol.

4) Mengenali sasaran komunikasi

Menurut Onong Uchjana, terdapat dua faktor penting dari peranan komunikator yang dapat melancarkan komunikasi, pertama memiliki daya tarik dan kedua memiliki kredibilitas.

a) Daya tarik sumber

Seorang komunikator akan berhasil dalam komunikasi apabila ia mampu mengubah sikap, opini dan perilaku komunikan melalui mekanisme daya tarik jika pihak komunikan merasa bahwa komunikator ikut serta dengannya. Komunikan merasa ada kesamaan antara komunikator dengannya sehingga komunikan bersedia taat pada isi pesan yang dilancarkan oleh komunikator.

b) Kredibilitas

Kredibilitas sumber berkaitan erat dengan kepercayaan komunikan pada komunikator. Kepercayaan ini banyak bersangkutan dengan profesi atau keahlian yang dimiliki seorang komunikator.

Berdasarkan pemaparan mengenai komponen – komponen komunikasi yang terdapat dalam strategi komunikasi di atas, maka teori tersebutlah yang menjadi unit analisis dalam penelitian ini untuk dikembangkan lebih lanjut.

2. Hubungan Masyarakat

a. Pengertian Hubungan Masyarakat

Secara teoretis, hubungan masyarakat atau yang selanjutnya disebut humas adalah salah satu bidang dari ilmu komunikasi yang bersifat praktis, dimana berhubungan langsung dengan praktik empiris (Liliweri, 2010 : 17). Dengan kata lain, humas adalah penerapan ilmu komunikasi dalam suatu organisasi, baik dalam organisasi pemerintah maupun non pemerintah. Sementara menurut Paul W. Garret, humas adalah suatu sikap dan pikiran yang mendasar, suatu filsafat manajemen yang dengan sengaja dan mandiri menempatkan kepentingan masyarakat luas lebih dulu dalam setiap keputusan yang mempengaruhi operasi suatu perusahaan (Moore, 2005 : 7).

Menurut The International Public Relations Association (IPRA), hubungan masyarakat diartikan sebagai fungsi manajemen dari sikap budi yang berencana dan berkesinambungan, yang dengan itu organisasi-organisasi dan lembaga yang bersifat umum dan

pribadi berupaya membina pengertian, simpati, dan dukungan dari mereka yang ada kaitannya atau yang mungkin ada hubungannya dengan jalan menilai pendapat umum diantara mereka, untuk mengorelasikan, sedapat mungkin, kebijaksanaan dan tata cara mereka, yang dengan informasi yang berencana dan tersebar luas, mencapai kerja sama yang lebih produktif dan pemenuhan kepentingan bersama yang lebih efisien (Effendy, 2006 : 21).

Pengertian-pengertian mengenai humas tersebut sekiranya dapat menggambarkan kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh humas sebagai salah satu fungsi manajemen yang menyangkut pengelolaan hubungan perusahaan dengan masyarakat. Secara lebih singkat, dapat dijelaskan bahwa hubungan masyarakat adalah fungsi manajemen mengenai hubungan-hubungan antara dua atau lebih organisasi dan publik, baik nasional maupun internasional, yang menghasilkan jenis hubungan yang diinginkan atau dipergunakan oleh organisasi-organisasi dari khalayak tersebut (Effendy, 2006 :22).

b. Tujuan dan Fungsi Hubungan Masyarakat

Keberadaan humas ditujukan sebagai pihak penyelenggara komunikasi timbal balik antara suatu organisasi dan publik yang berpengaruh atas tujuan organisasi. Humas juga ditujukan untuk

menciptakan rasa saling pengertian dan dukungan bagi tercapainya tujuan, kebijakan, dan tindakan organisasi (Liliweri, 2010 : 217).

Menurut Frank Jefkins, tujuan humas adalah untuk meningkatkan citra yang baik dan mengurangi atau mengikis habis sama sekali citra yang buruk terhadap suatu organisasi. Sementara secara umum, tujuan humas adalah untuk menciptakan, memelihara dan meningkatkan citra yang baik dari organisasi kepada publik yang disesuaikan dengan kondisi-kondisi publik yang bersangkutan (Nesia, 2014 : 34-35).

Berdasarkan penjelasan tersebut, dapat diartikan bahwa humas berkaitan erat dengan publik perusahaan baik yang berada di dalam maupun di luar organisasi. Adapun beberapa fungsi humas menurut Bertrand R. Canfield (dalam Widjaja, 2002 : 54) dalam bukunya *Public Relation Principles and Problema*, antara lain :

1) Mengabdi kepada kepentingan publik
2) Memelihara komunikasi yang baik, dan
3) Menitikberatkan pada moral dan tingkah laku yang baik

Sementara menurut Cutlip dan Center (dalam Kusumastuti, 2002 : 23), fungsi humas dapat dirumuskan sebagai berikut :

1) Menunjang kegiatan manajemen dalam mencapai tujuan organisasi

2) Menciptakan komunikasi dua arah secara timbal balik dengan menyebarkan informasi dari perusahaan kepada publik dan menyalurkan opini publik pada perusahaan
3) Melayani publik dan memberikan nasihat kepada pimpinan organisasi untuk kepentingan umum
4) Membina hubungan secara harmonis antara organisasi dan publik, baik internal maupun eksternal

Berdasarkan beberapa penjabaran diatas, dapat dirumuskan bahwa dalam menjalankan fungsi beserta tujuannya, kegiatan humas tidak akan lepas dari kegiatan komunikasi. Dalam mencapai tujuannya, humas bukan hanya sekedar melalukan kegiatan komunikasi untuk mencapai tujuan-tujuan tersebut, melainkan juga memiliki metode, strategi dan formula-formula yang hanya dapat dilakukan oleh orang – orang yang terlatih secara filosofis, konsep, maupun teknis (Kusumastuti, 2002 : 10).

c. Hubungan Masyarakat Pemerintah

Keberadaan unit Hubungan Masyarakat (Humas) di sebuah instansi milik pemerintah seperti Badan Usaha Milik Negara (BUMN) merupakan keharusan secara fungsional dan operasional dalam upaya menyebarluaskan atau mempublikasikan tentang suatu kegiatan atau aktivitas instansi yang bersangkutan yang ditujukan baik untuk masyarakat ke dalam maupun masyarakat ke luar. Tugas

pokok humas adalah bertindak sebagai komunikator, membantu mencapai tujuan dan sasaran bagi lembaga bersangkutan, membangun hubungan baik dengan berbagai publik, hingga menciptakan citra serta opini masyarakat yang menguntungkan (Ruslan, 2012 : 343).

Adapun fungsi pokok humas pemerintah di Indonesia (dalam Ruslan, 2012 : 343), antara lain :

1) Mengamankan kebijakan pemerintah.
2) Memberikan pelayanan, dan menyebarluaskan pesan atau informasi mengenai kebijaksanaan dan hingga program – program kerja secara nasional kepada masyarakat.
3) Menjadi komunikator sekaligus mediator yang proaktif dalam menjembatani kepentingan instansi pemerintah di suatu pihak, dan menampung aspirasi, serta memperhatikan keinginan-keinginan publiknya di lain pihak.
4) Berperan serta dalam menciptakan iklim yang kondusif dan dinamis demi mengamankan stabilitas dan keamanan politik pembangunan nasional baik jangka pendek maupun jangka panjang.

Menurut Dimock dan Koenig (dalam Ruslan, 2012 : 342), tugas-tugas dari pihak humas dalam instansi pemerintahan adalah sebagai berikut :

1) Upaya memberikan penerangan atau informasi kepada masyarakat tentang pelayanan masyarakat, kebijaksanaan serta tujuan yang akan dicapai oleh pemerintah dalam melaksanakan program kerja tersebut.
2) Mampu untuk menanamkan keyakinan dan kepercayaan serta mengajak masyarakat dalam partisipasinya atau ikut serta dalam program pembangunan di berbagai bidang.
3) Kejujuran dalam pelayanan dan pengabdian dari aparatur pemerintah yang bersangkutan perlu
4) dipelihara atau dipertahankan dalam melaksanakan tugas serta kewajibannya masing-masing.

Perbedaan pokok antara fungsi dan tugas Hubungan Masyarakat yang terdapat di instansi pemerintah dengan non pemerintah (lembaga komersial) adalah tidak adanya unsur komersial walaupun Humas Pemerintah juga melakukan hal yang sama dalam kegiatan publikasi, promosi dan periklanan. Kinerja humas pemerintah lebih menekankan pada public service atau demi meningkatkan pelayanan umum (Ruslan, 2012 : 341 – 342).

3. Implementasi Kebijakan Publik

Kebijakan publik adalah serangkaian prinsip atau tindakan yang dilakukan oleh pemerintah dalam hubungannya dengan suatu subyek atau tanggapan terhadap krisis (Kusumanegara, 2010 : 4). Menurut Thomas Dye (dalam Subarsono, 2009 : 2), kebijakan publik mengandung makna bahwa (1) kebijakan publik dibuat oleh badan pemerintah, bukan organisasi swasta, dan (2) kebijakan publik menyangkut pilihan yang harus dilakukan atau tidak dilakukan oleh badan pemerintah. Sedangkan menurut Larry N. Gerston, kebijakan publik adalah gabungan dari berbagai keputusan, komitmen dan tindakan yang dibuat dan dilaksanakan oleh mereka yang memegang kekuasaan di pemerintahan atau yang berpengaruh terhadap jalannya pemerintahan (Islamy, 2014 : 1.7).

Kebijakan publik dapat berbentuk Undang-Undang atau Perda yang dapat diimplementasikan dalam penyelenggaraan negara, khususnya pada manajemen sektor publik (Nugroho, 2009 : 495). Agar tujuan dari dirumuskannya kebijakan publik dapat tercapai, maka kebijakan publik harus dapat diwujudkan dan diimplementasikan dengan baik oleh badan publik/badan pemerintah. Lester & Stewart (dalam Islamy, 2014 : 7.3) mendefinisikan implementasi kebijakan sebagai tahapan proses kebijakan yang dilaksanakan segera setelah ditetapkannya hukum. Secara lebih luas, implementasi kebijakan dapat didefinisikan sebagai proses administrasi dari hukum yang di dalamnya tercakup keterlibatan berbagai macam aktor,

organisasi, prosedur dan teknik yang dilakukan agar kebijakan yang telah ditetapkan dapat mencapai tujuannya (Kusumanegara, 2010 : 97).

Implementasi kebijakan publik pada prinsipnya adalah cara agar sebuah kebijakan dapat mencapai tujuannya (Nugroho, 2009 : 494). Keberhasilan dari implementasi kebijakan publik bukan saja ditunjukkan oleh banyaknya unit organisasi yang terlibat dalam kebijakan tersebut, tetapi juga dikarenakan faktor-faktor implementasi yang saling berhubungan satu sama lain. Faktor-faktor yang mempengaruhi implementasi telah dijelaskan pada teori implementasi dari George C. Edwards (dalam Subarsono, 2009 : 90), yang antara lain adalah sebagai berikut.

a. Komunikasi

Keberhasilan implementasi kebijakan mensyaratkan agar implementor mengetahui apa yang harus dilakukan Apa yang menjadi tujuan dan sasaran kebijakan harus ditransmisikan kepada sasaran kelompok sehingga implementasi dapat benar – benar berjalan. Apabila tujuan dan sasaran suatu kebijakan tidak diketahui, maka kemungkinan akan terjadi resistensi dari kelompok yang disasar.

b. Sumber daya

Walaupun isi kebijakan sudah dikomunikasikan secara jelas dan konsisten, tetapi apabila implementor kekurangan sumber daya untuk melaksanakannya, implementasi tidak akan

berjalan efektif. Sumber daya dapat berwujud sumber daya manusia dan sumber daya finansial. Sumber daya adalah faktor penting agar implementasi dapat berjalan efektif.

c. Disposisi

Disposisi adalah watak dan karakteristik yang dimiliki oleh implementor, seperti komitmen, kejujuran dan sifat demokratis. Apabila implementor memiliki disposisi yang baik, maka kebijakan akan dijalankan dengan baik seperti yang diinginkan oleh pembuat kebijakan. Sebaliknya, apabila disposisi implementor berbeda dengan pembuat kebijakan, maka implementasi tidak akan berjalan efektif.

d. Struktur Birokrasi

Struktur organisasi yang bertugas mengimplementasikan kebijakan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap implementasi kebijakan. Salah satu aspek struktur yang penting adalah adanya prosedur operasi yang standar (*standard operating procedurs*) atau yang biasa disebut dengan SOP. SOP menjadi pedoman bagi setiap implementor dalam bertindak.

Berdasarkan pada penjelasan mengenai faktor – faktor yang mempengaruhi implementasi kebijakan publik, maka peneliti akan menjadikan teori implementasi dari George C. Edwards tersebut sebagai

unit analisis untuk dihadapkan dengan unit analisis pertama tentang strategi komunikasi.

4. Keterbukaan Informasi Publik

a. Pengertian Keterbukaan Informasi Publik

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), keterbukaan adalah hal terbuka, yang merupakan landasan utama dalam berkomunikasi. Sedangkan informasi adalah keterangan, pernyataan, gagasan dan tanda-tanda yang mengandung nilai, makna dan pesan baik data, fakta maupun penjelasannya yang dapat dilihat, didengar dan dibaca, yang disajikan dalam berbagai kemasan dan format sesuai dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi secara elektronik atau non-elektronik (Kementrian Komunikasi dan Informatika, 2010 :5). Informasi publik sendiri dapat diartikan sebagai informasi yang dihasilkan, disimpan, dikelola, dikirim, dan atau diterima oleh suatu badan publik yang berkaitan dengan penyelenggara dan penyelenggaraan negara dan atau penyelenggara dan penyelenggaraan badan publik lainnya yang sesuai dengan undang – undang serta informasi lain yang berkaitan dengan kepentingan publik (Pasal 1, UU No. 14 Tahun 2008).

Informasi merupakan alat penting bagi pemerintahan untuk membuat pengawasan. Secara konseptual, masyarakat berhak untuk

mendapatkan informasi yang berkenaan dengan suatu organisasi publik yang dibiayai oleh rakyat dan diawasi oleh pejabat publik terpilih. Hak rakyat untuk mendapatkan informasi yang kemudian mendorong adanya keterbukaan informasi sebagai bentuk tanggung jawab negara terhadap rakyatnya (Erdianto, Aryani & Karanikolas, 2012 : 11).

Keterbukaan informasi lahir berdasarkan tuntutan demokrasi serta transparansi yang ditegakkan pasca bergulirnya masa reformasi tahun 1998. Adanya hak masyarakat untuk mengetahui dan mendapatkan informasi pemerintah secara terbuka dan transparan kemudian mengantarkan pemerintah untuk menetapkan UU No.14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik sebagai payung hukum. Tujuan dari Keterbukaan Informasi Publik sendiri adalah untuk mewujudkan tata kelola pemerintahan yang baik *(good governance)* melalui prinsip-prinsip akuntabilitas, transparansi dan supremasi hukum serta melibatkan partisipasi aktif masyarakat dalam setiap proses kebijakan publik (Kementrian Komunikasi dan Informatika, 2010 : 3).

Berdasarkan beberapa pengertian di atas, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa Keterbukaan Informasi Publik adalah suatu kebijakan negara yang wajib diimplementasikan oleh badan-badan publik dengan menyediakan informasi secara transparan dan terbuka

kepada masyarakat sesuai dengan yang tertuang pada Undang-Undang No. 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik.

b. Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik

Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 (UU No. 14 Tahun 2008) adalah salah satu program legislasi nasional Inisiatif Dewan Perwakilan Rakyat (DPR) masa bakti 1999-2004. UU No. 14 Tahun 2008 sebenarnya telah dibahas sejak tahun 1999, dan setelah melewati proses selama sembilan tahun, akhirnya Undang – Undang ini diresmikan. Kebijakan publik UU No. 14 Tahun 2008 disahkan oleh Dewan Perwakilan Rakyat (DPR) pada tanggal 3 April 2008 dan diundangkan pada tanggal 30 April 2008.

Melewati dua tahun masa persiapan untuk pelaksanaan Keterbukaan Informasi Publik, mulai tanggal 30 April 2010, UU No. 14 Tahun 2008 ini mulai diberlakukan di seluruh Indonesia sebagai regulasi yang pasti akan penyebaran informasi dari badan publik kepada masyarakat luas (www.ppid.dpr.go.id, diakses pada tanggal 21 Januari 2015 pukul 22.45 WIB). Undang – Undang No 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik memuat 12 bab dan 64 pasal. Keseluruhan dari isi Undang – Undang tersebut tidak hanya mengatur tentang hak publik untuk mengakses informasi tersebut secara bebas dan terbuka, namun juga mengatur kewajiban badan

publik untuk menyediakan akses informasi secara mudah dan transparan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa UU No. 14 Tahun 2008 adalah kebijakan resmi yang mengatur tentang kewajiban, tugas dan wewenang badan publik, termasuk BUMN, dalam menjalankan praktik Keterbukaan Informasi Publik.

Berdasarkan pada landasan teori yang sudah dijelaskan, maka peneliti akan menetapkan teori komponen strategi komunikasi dari Onong Uchjana Effendy (2013) serta teori implementasi dari George C. Edwards (dalam Soebarsono, 2009) sebagai unit analisis dalam penelitian ini. Adapun komponen dalam setiap unit analisis yang akan digunakan peneliti, dijabarkan dalam tabel berikut ini.

Tabel 2

Unit Analisis

	Strategi Komunikasi		**Implementasi**
1.	Mengenali Sasaran Komunikasi a. Kerangka referensi b. Situasi dan Kondisi	1.	Komunikasi
2.	Pemilihan Media Komunikasi	2.	Sumber Daya
3.	Pengkajian Tujuan Pesan Komunikasi	3.	Disposisi
4.	Peranan Komunikator dalam Komunikasi a. Daya Tarik Sumber b. Kredibilitas Sumber	4.	Struktur Birokrasi

Sumber : Olahan Peneliti (2015)

F. Metodologi Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini akan menggunakan analisis deskriptif kualitatif. Jenis penelitian deskriptif kualitatif yaitu penelitian yang bertujuan untuk menggambarkan, meringkaskan berbagai kondisi, situasi, atau fenomena realitas sosial yang ada di masyarakat yang menjadi objek penelitian, dan berupaya menarik realitas itu ke permukaan sebagai suatu ciri, karakter, sifat, model, tanda, atau gambaran tentang kondisi, situasi, ataupun fenomena tertentu (Bungin, 2010 : 68).

Untuk meringkas dan menarik realitas-realitas yang ada, peneliti akan mewawancarai para informan dengan mengajukan pertanyaan penelitian yang dirancang sesuai dengan maksud penelitian. Setelah informasi berupa pernyataan dari informan terkumpul, informasi tersebut kemudian disederhanakan menjadi sebuah teks yang kemudian akan diolah dan kemudian dianalisis. Hasil analisis tersebut dapat berupa deskripsi yang kemudian dapat diinterpretasikan dengan suatu makna tertentu.

2. Subjek dan Objek Penelitian

a. Subjek Penelitian

Subjek pada penelitian ini adalah Divisi Komunikasi Korporat PT PLN (Persero) atau yang biasa dikenal dengan

Humas PT PLN (Persero). Penentuan subjek dilakukan dengan teknik *snowball sampling,* yaitu mengambil sampel penelitian yang terus bertambah seiring dengan berjalannya waktu pengamatan (Pawito, 2008 : 92). Peneliti berangkat dari seorang informan sebagai *key informan* atau informan kunci untuk mengawali pengumpulan data. Adapun informan kunci yang ditetapkan oleh peneliti antara lain adalah Manajer Senior Komunikasi Korporat PT PLN (Persero) selaku pimpinan dari Humas PT PLN (Persero).

Pada informan kunci, peneliti akan menanyakan siapa saja orang yang layak untuk diwawancarai terkait dengan objek penelitian. Setelah menemui orang yang disarankan oleh informan pertama, peneliti akan menanyakan siapa lagi yang layak menjadi informan selanjutnya, dan seterusnya hingga peneliti merasa yakin bahwa data yang dibutuhkan sudah lengkap dan memadai. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, subjek dalam penelitian ini antara lain adalah sebagai berikut.

Tabel 3

Subjek Penelitian di Kantor Pusat PT PLN (Persero)

No.	Nama Informan	Jabatan
1.	Bapak Bambang Dwiyanto	Manajer Senior Bidang Komunikasi Korporat
2.	Bapak Sampurno Marnoto	Deputi Manajer Hubungan Eksternal Bidang Komunikasi Korporat
3.	Ibu Ida Wardani	Deputi Manajer Hubungan Internal Bidang Komunikasi Korporat
4.	Bapak Ahmad Hidayat	Staff Hubungan Eksternal Bidang Komunikasi Korporat

Sumber : Olahan Peneliti (2015)

Tabel 4

Subjek Penelitian di luar Kantor Pusat PT PLN (Persero) untuk Triangulasi

No.	Nama Informan	Jabatan
1.	Ibu Candra Sona	SPV Humas dan Protokol PT PLN Kantor Distribusi Jakarta Raya dan Tangerang
2.	Ibu Dita Artsana	SPV Humas, Kemitraan dan Bina Lingkungan PT PLN Kantor Distribusi Lampung
3.	Bapak Aminuzal Hendrawan	Pemohon informasi / Pemilik *tenant* di Thamrin City
4.	Saudara Marsell	Pemohon informasi / Mahasiswa Bina Nusantara Jakarta

Sumber : Olahan Peneliti (2015)

b. Objek Penelitian

Objek dari penelitian ini adalah strategi komunikasi yang digunakan oleh Humas PT PLN (Persero) dalam mengimplementasikan Undang – Undang Nomor 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik.

3. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah serangkaian proses yang dilakukan untuk mengumpulkan data sesuai dengan metode penelitian yang dipergunakan (Suharsaputra, 2012 : 207). Untuk mempermudah jalannya penelitian, data akan dikelompokkan menjadi dua jenis, yaitu data primer dan data sekunder. Kedua jenis data tersebut adalah dasar ditentukannya teknik pengumpulan data yang ditetapkan oleh peneliti.

a. Jenis Data

1) Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari subjek penelitian. Dalam penelitian ini, peneliti akan melakukan teknik wawancara *(interview*) kepada narasumber yang terkait dengan strategi komunikasi yang digunakan oleh Humas PT PLN (Persero) dalam mewujudkan Keterbukaan Informasi Publik sesuai Undang – Undang Nomor 14 Tahun 2008.

2) Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang digunakan peneliti untuk mendukung data primer yang

didapatkan. Adapun teknik yang digunakan peneliti untuk mendapatkan data sekunder adalah observasi dan dokumentasi.

b. Teknik Pengumpulan Data

Pada penelitian ini, teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

1) Wawancara

Wawancara adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan informan (Bungin, 2007 : 108). Peneliti akan melakukan wawancara dengan subjek penelitian yang sudah ditetapkan, yaitu Humas PT PLN (Persero) dan pihak – pihak lain yang masuk ke dalam kriteria subjek penelitian.

2) Observasi

Observasi adalah kegiatan mencari data untuk memberikan suatu kesimpulan atau diagnosis (Suharsaputra, 2012 : 209). Peneliti akan melakukan observasi pada aktivitas Humas PT PLN (Persero)

terkait dengan pelaksanaan Keterbukaan Informasi Publik sesuai dengan Undang – Undang Nomor 14 Tahun 2008.

3) Dokumentasi

Teknik dokumentasi adalah teknik yang digunakan untuk menelusuri data historis yang berkaitan dengan objek penelitian (Bungin, 2007 : 121). Peneliti akan mengumpulkan dokumen-dokumen yang terkait dengan aktivitas Humas PT PLN (Persero) dalam mewujudkan Keterbukaan Informasi Publik. Adapun bentuk dokumen yang akan dihimpun peneliti antara lain adalah dokumen berbentuk foto, rekaman video, dan surat-surat tertulis yang berkaitan dengan objek penelitian.

4. Teknik Analisis Data

Setelah data-data penelitian terkumpul, peneliti akan menganalisis data-data tersebut dengan teknik analisis data menurut Miles & Huberman (dalam Emzir, 2012 : 129), yang tahap-tahapnya adalah sebagai berikut:

a. Reduksi Data

Setelah data-data penelitian terkumpul, maka selanjutnya data-data tersebut akan direduksi. Reduksi data dilakukan dengan mempertajam, memilih, memfokuskan, menggolongkan, membuang yang tidak perlu dan menyusun data dalam suatu cara dimana kesimpulan akhir dapat digambarkan dan diverifikasikan.

b. Penyajian Data (*Data Display*)

Data-data yang telah direduksi akan dianalisis dengan teori yang digunakan dalam penelitian, hingga membentuk suatu bentuk data yang praktis dan dapat menggambarkan kesimpulan akhir penelitian.

c. Penarikan Kesimpulan

Kesimpulan yang utuh hanya dapat dirumuskan apabila seluruh data telah dianalisis. Dengan demikian, penarikan kesimpulan sangat bergantung pada proses mengaitkan kelompok-kelompok data dalam penyajian data. Kesimpulan akan ditarik setelah seluruh data dianalisis menggunakan teori yang digunakan.

5. Teknik Keabsahan Data

Keabsahan data merupakan konsep penting dalam penelitian kualitatif untuk mengetahui validitas dan reliabilitas penelitian itu sendiri (Moleong, 2010 : 321). Validitas data dalam penelitian komunikasi kualitatif lebih menunjuk pada tingkat sejauh mana data yang diperoleh secara akurat telah mewakili realitas atau gejala yang diteliti. Sementara reliabilitas, berkenaan pada tingkat konsistensi hasil dari penggunaan cara pengumpulan data (Pawito, 2008 : 97).

Teknik keabsahan data yang digunakan oleh peneliti pada penelitian ini adalah teknik triangulasi sumber data. Triangulasi sumber data adalah teknik membandingkan atau mengecek ulang derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh dari waktu dan cara yang berbeda (Bungin, 2007 : 256). Dalam triangulasi sumber data ini, peneliti meminta pertimbangan pihak-pihak lain memiliki kaitan erat dengan objek penelitian.

Triangulasi dilakukan terus-menerus sepanjang proses mengumpulkan data dan analisis data (Bungin, 2005 : 192). Triangulasi akan berhenti dilakukan ketika peneliti sudah meyakini bahwa tidak ada lagi perbedaan atau pertentangan pada data – data yang diperolehnya, dan tidak ada lagi yang perlu dikonfirmasikan kepada informan.

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian serta analisis yang telah dilakukan sebelumnya, maka pada Bab ini peneliti akan menjabarkan mengenai kesimpulan yang didapatkan. Adapun kesimpulan tersebut adalah sebagai berikut.

Pertama, strategi komunikasi yang dilakukan oleh Humas PLN Pusat adalah dengan melakukan setiap komponen-komponen strategi komunikasi sesuai dengan kebutuhan serta tujuan dilaksanakannya UU No. 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik (UU KIP). Humas PLN Pusat melakukan strategi komunikasi untuk mengimplementasikan UU KIP dengan melalui tahap mengenali sasaran komunikasi, pemilihan media komunikasi, pengkajian tujuan pesan komunikasi, serta peranan komunikator dalam komunikasi. Adapun setiap tahap ataupun komponen strategi komunikasi tersebut, memberikan pengaruh dan kontribusi untuk melancarkan faktor-faktor implementasi, yaitu komunikasi, sumber daya, disposisi serta struktur birokrasi.

Setiap komponen strategi komunikasi memiliki keterkaitan dengan faktor-faktor implementasi, meskipun faktor tersebut berada di luar

komunikasi. Kesimpulan yang dapat ditarik dari penelitian ini adalah; (1) tahap mengenali sasaran komunikasi berperan dalam mendukung jalannya faktor komunikasi, (2) tahap pemilihan media komunikasi berperan dalam mendukung jalannya faktor komunikasi, (3) tahap pengkajian tujuan pesan berperan dalam mendukung jalannya faktor komunikasi serta struktur birokrasi secara internal, dan (4) tahap peranan komunikator dalam komunikasi berperan dalam mendukung jalannya faktor komunikasi, sumber daya, disposisi serta struktur birokrasi.

Berdasarkan pernyataan di atas, faktor komunikasi didukung oleh seluruh komponen-komponen strategi komunikasi. Hal ini menunjukkan bahwa komunikasi merupakan faktor yang terpenting dalam implementasi kebijakan publik, yang dalam hal ini adalah kebijakan UU KIP. Sementara itu, peranan komunikator dalam komunikasi mendukung seluruh faktor implementasi yang ada, sehingga dapat disimpulkan bahwa peranan komunikator sangat menentukan berhasil atau tidaknya implementasi kebijakan UU KIP tersebut.

Kedua, dalam mengimplementasikan kebijakan publik UU KIP, komunikasi yang dilakukan oleh Humas PLN Pusat tertuju pada ruang lingkup eksternal dan internal. Terbaginya komunikasi menjadi eksternal dan internal, menjadikan seluruh komponen strategi komunikasi mulai dari tahap mengenali sasaran komunikasi, pemilihan media komunikasi,

pengkajian tujuan pesan serta peranan komunikator dalam komunikasi, juga terbagi dalam ruang lingkup eksternal serta internal.

Ketiga, dalam mencapai tujuan dari UU KIP yang diterapkan, Humas PLN Pusat memerlukan tiga hal, yaitu (1) permohonan informasi dalam jalur KIP dapat ditangani dengan baik, (2) masyarakat umum memahami bahwa PT PLN sebagai BUMN telah menerapkan UU KIP dengan baik, serta (3) kalangan internal PT PLN yang mendukung jalannya keterbukaan informasi di seluruh jangkauan perusahaan.

Kesimpulan yang dapat ditarik adalah, dalam mengimplementasikan UU KIP, sasaran komunikasi yang harus dicapai ada tiga, yaitu (1) pemohon informasi atau publik yang terkait dengan kebijakan yang diimplementasikan, (2) masyarakat umum untuk menciptakan dukungan serta kepercayaan atas kebijakan yang telah diterapkan, dan (3) Humas di Kantor Unit PT PLN atau kalangan internal yang juga memiliki kewajiban sebagai implementor dari kebijakan publik UU KIP tersebut. Apabila salah satu dari ketiga sasaran komunikasi tersebut tidak tercapai, maka implementasi kebijakan publik atau dalam hal ini UU KIP tidak akan dapat berjalan dengan baik dan menyeluruh.

Keempat, komunikasi dalam implementasi kebijakan publik sangat didukung dengan adanya media-media komunikasi yang dipilih secara selektif. Dalam implementasi UU KIP, Humas PLN Pusat menggunakan gabungan dari berbagai media, baik cetak maupun elektronik untuk

memaksimalkan komunikasi yang dijalankan baik secara internal maupun eksternal. Banyaknya pilihan media komunikasi yang digunakan dalam implementasi KIP dapat memberikan beberapa keuntungan bagi Humas PLN Pusat, yaitu (1) meningkatkan daya tarik serta kredibilitas Humas PLN Pusat sebagai komunikator, (2) meningkatkan pelayanan serta keterbukaan informasi yang dijalankan, (3) memudahkan Humas PLN Pusat untuk menjangkau seluruh sasaran komunikasinya yaitu pemohon informasi, masyarakat serta Humas di seluruh Kantor Unit PT PLN.

B. Saran

Berdasarkan pada kesimpulan yang telah disimpulkan peneliti, maka pada sub bab ini peneliti akan memberikan saran-saran yang semoga dapat memberikan kontribusi yang baik bagi Humas PLN Pusat dalam mengimplementasikan KIP ke depannya. Saran-saran tersebut antara lain adalah sebagai berikut.

Pertama, dalam komunikasi internal, Humas PLN Pusat disarankan tidak hanya mensosialisasikan tentang implementasi KIP secara prosedural saja, namun juga berbagi pengetahuan tentang kasus-kasus sengketa informasi yang pernah terjadi baik di PT PLN ataupun di perusahaan lain. Hal ini ditujukan agar Humas PLN yang berada di Kantor Unit dapat memaksimalkan pengalaman serta pengetahuannya dalam mengimplementasikan UU KIP, sehingga dapat terhindar dari hal-hal yang

berpotensi memunculkan sengketa informasi. Humas PLN Pusat juga disarankan untuk lebih sering mengadakan pertemuan koordinasi internal dalam hal mewujudkan keterbukaan dan transparansi. Hal ini tentu sangat bermanfaat baik bagi kinerja Humas PLN di seluruh Indonesia sendiri ataupun bagi reputasi yang diperoleh PT PLN berdasarkan penilaian masyarakat.

Kedua, dalam hal komunikasi eksternal, Humas PLN Pusat disarankan untuk lebih memaksimalkan kampanye tentang Keterbukaan Informasi Publik yang dapat dilakukan bersamaan dengan *pilot project* dari PT PLN yaitu program PLN Bersih. Hal ini tentu sangat menguntungkan PT PLN, karena dengan melakukan satu kali kampanye, dua pesan dapat tersampaikan kepada sasaran komunikasi eksternal. Pertama, pesan tentang UU KIP yang diterapkan oleh PT PLN. Kedua, pesan tentang program PLN Bersih yang menjunjung tinggi kinerja anti korupsi. Kedua pesan ini memiliki latar belakang yang sama, yaitu transparansi, yang seharusnya dapat menjadi peluang tersendiri untuk dikampanyekan ke ruang lingkup eksternal agar gaungnya semakin terdengar.

Ketiga, dalam hal pelayanan keterbukaan informasi publik, Humas PLN Pusat disarankan untuk membuat struktur birokrasi baru khusus untuk pelayanan KIP. Mengingat bahwa dalam menjalankan tugasnya sebagai PPID, Humas PLN Pusat seringkali tumpang tindih dengan profesi utamanya sebagai Humas, maka sebaiknya dalam struktur organisasi Humas

PLN Pusat diberikan deskripsi pekerjaan masing-masing dalam melaksanakan pelayanan informasi publik. Deskripsi pekerjaan yang sekiranya dibutuhkan dalam memaksimalkan pelayanan informasi antara lain adalah sebagai penerima pemohon informasi melalui media pertemuan langsung, penerima pemohon informasi melalui media tidak langsung, pencatat atau pengarsip data-data pemohon informasi yang masuk ke Humas PLN Pusat, pencari dan penyedia data ataupun informasi yang dibutuhkan oleh pemohon, pelaksana koordinasi KIP dengan kalangan internal perusahaan, serta pengelola kampanye program PLN Bersih dan KIP kepada masyarakat.

Adanya pembagian tugas dalam melaksanakan pelayanan informasi publik, sekiranya dapat meningkatkan kecepatan dalam pelayanan yang juga dapat meningkakan kredibilitas Humas PLN Pusat sebagai komunikator. Adanya pembagian tugas sebagai PPID ini setidaknya dapat menjadi langkah antisipatif ketika Humas PLN Pusat menghadapi banyaknya permintaan informasi yang masuk, ataupun ketika Humas PLN Pusat sendiri sedang memiliki aktivitas pekerjaan yang padat.

DAFTAR PUSTAKA

Al-Qur'an dan Terjemahan

Alqur'an dan Terjemahan. 2000. Diterjemahkan oleh Yayasan Penyelenggara Penerjemahan / Penafsiran. Bandung : Penerbit Diponegoro.

Buku

Ardianto, Elvinaro. 2010. *Metodologi Penelitian untuk Public Relations : Kuantitatif dan Kualitatif.* Bandung : Simbiosa Rekatama Media.

Basrowi dan Suwandi. 2008. *Memahami Penelitian Kualitatif.* Jakarta : Rineka Cipta.

Bungin, Burhan. 2005. *Analisis Data Penelitian Kualitatif.* Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.

Cangara, Hafied. 2013. *Perencanaan dan Strategi Komunikasi.* Jakarta : Rajawali Pers.

Effendy, Onong Uchjana. 2006. *Hubungan Masyarakat : Suatu Studi Komunikologis*. Bandung : Remaja Rosdakarya.

_____. 2008. *Dinamika Komunikasi.* Bandung : Remaja Rosdakarya.

_____. 2013. *Ilmu Komunikasi ; Teori dan Praktek.* Bandung : Remaja Rosdakarya.

Emzir. 2012. *Metodologi Penelitian Kualitatif : Analisis Data.* Jakarta : PT RajaGrafindo Persada.

Erdianto, Kristian., Dyah Aryani & Michael Karanikolas. 2012. *Implementasi Hak Atas Informasi Publik : Sebuah Kajian dari Tiga Badan Publik di Indonesia*. Jakarta : Yayasan Dua Puluh Delapan.

Islamy, Muh. Irfan. 2014. *Kebijakan Publik.* Tangerang Selatan : Universitas Terbuka.

Kriyantono, Rachmat. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Cetakan Keempat. Jakarta : Kencana Perdana Media Group.

Kusumanegara, Solahuddin. 2010. *Model dan Aktor dalam Proses Kebijakan Publik.* Yogyakarta : Penerbit Gava Media.

Kusumastuti, Frida. 2004. *Dasar – Dasar Humas.* Bogor : Penerbit Ghalia Indonesia.

Liliweri, Alo. 2010. *Strategi Komunikasi Masyarakat.* Yogyakarta : Lkis.

Moleong, Lexy J. 2007. *Metodologi Penelitian Kualitatif.* Bandung : Remaja Rosdakarya.

Moore, Frazier. 2005. *Humas : Membangun Citra dengan Komunikasi.* Bandung : Remaja Rosdakarya.

Nesia, Andin. 2014. *Dasar – Dasar Humas.* Yogyakarta : Graha Ilmu.

Nugroho, Riant. 2009. *Public Policy.* Jakarta : PT Elex Media Komputindo.

Pawito. 2007. *Penelitian Komunikasi Kualitatif.* Yogyakarta : LKIS.

Ruslan, Rosady. 2012. *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi.* Jakarta : Rajawali Pers.

Sendjaja, S. Djuarsa. 2013. *Pengantar Ilmu Komunikasi.* Tangerang Selatan : Universitas Terbuka.

Subarsono, AG. 2009. *Analisis Kebijakan Publik :Konsep, Teori dan Aplikasi.* Yogyakarta : Pustaka Pelajar.

Vardiansyah, Dani. 2008. *Filsafat Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar.* Jakarta : PT INDEKS.

Widjaja, A.W. 2008. *Komunikasi : Komunikasi & Hubungan Masyarakat.* Jakarta : PT Bumi Aksara.

Artikel

Farihin, Hamzah. 2009, 3 September. *UU KIP Resmi Diberlakukan Mei 2010*. UIN Online (UIN Syarif Hidayatullah Jakarta).

Dokumen Resmi

Komisi Nasional Kebijakan Government. 2006. *Pedoman Umum Kebijakan Governance.*

Undang – Undang Nomor 14 Tahun 2008.

Skripsi dan Karya Ilmiah

Hidayati, Titis. 2014. *Peran Humas Dalam Implementasi Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 Tentang Keterbukaan Informasi Publik di Badan Publik (Studi Kasus Pada Badan Pemeriksa Keuangan RI).* Skripsi Tidak Terpublikasi. Yogyakarta : Universitas Gadjah Mada.

Respita, Asty. 2011. *Strategi Komunikasi Dinas Sosial Makassar dalam Mensosialisasikan Program Keluarga Harapan Terhadap Rumah Tangga Sangat Miskin di Kecamatan Talamate.* Skripsi Tidak Terpublikasi. Makassar : Universitas Hasanuddin.

Saidah, Ayu. 2011. *Strategi Komunikasi Badan Pemberdayaan Perempuan dan Keluarga Berencana di Kalianda Lampung Selatan.* Skripsi Tidak Terpublikasi. Jakarta : Universitas Islam Negeri (UIN) Syarif Hidayatullah.

Website

www.komisiinformasi.go.id. Diakses pada tanggal 18 Januari 2015.

www.pln.co.id/blog/keterbukaan-informasi-publik. Diakses pada tanggal 18 Januari 2015.

http://sumsel.tribunnews.com/2013/12/13/pln-bumn-terbaik-dalam-pengelolaan-informasi-publik-tahun-2013. Diakses pada tanggal 19 Januari 2015.

http://www.komisiinformasi.go.id/news/view/laporan-hasil-pemeringkatan. Diakses pada tanggal 19 Januari 2015.

http://ppid.dpr.go.id/index/statik/id/13. Diakses pada tanggal 21 Januari 2015.

LAMPIRAN

PT PLN (PERSERO)
KANTOR PUSAT
Jalan Trunojoyo Blok M 1/135 Kebayoran Baru - Jakarta 12160
Telp. : (021) 7261875, 7261122, 7262234 Telex : 47156, 47248 Alamat Kawat : PLNPST
(021) 7251234, 7250550 Faximile : (021) 7221330
Kotak Pos : 4322/KBB

Nomor : 0454/SDM.04.06/DIVTLN/2015 16 Maret 2015
Surat Sdr.No. : UIN.02/TU.SH/TL.00/0287/2015
Lampiran : -
Sifat : Biasa
Perihal : Persetujuan Riset

Kepada

Yth. Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial & Humaniora
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga
Jl Marsda Adisucipto, Yogyakarta 55281

Dalam rangka menindaklanjuti surat Saudara mengenai permohonan ijin riset, dengan ini kami sampaikan bahwa:

Nama : Intantya Purwoko Putrie;
NIM : 11730013;
Program Studi : Ilmu Komunikasi;

diijinkan untuk melaksanakan riset dan pengumpulan data di Sekretariat Perusahaan PT PLN (Persero) Kantor Pusat. Kepada yang bersangkutan diharapkan agar melaksanakannya dengan baik dan dapat mematuhi seluruh ketentuan sebagai berikut :

1. Yang bersangkutan membuat/mengisi Surat Pernyataan;
2. Semua data/ informasi yang diperoleh selama Riset hanya dipergunakan untuk kepentingan akademis;
3. Sebelum pelaksanaan agar menyerahkan terlebih dahulu surat pernyataan tersebut kepada Divisi Pengembangan SDM dan Talenta;
4. Setelah berakhirnya periode riset agar dapat menyampaikan laporan kepada Divisi Pengembangan SDM dan Talenta;

Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan kerja sama Saudara, kami ucapkan terima kasih.

PLH MANAJER SENIOR
PENGEMBANGAN KEPEMIMPINAN
DAN SISTEM INFORMASI SDM

PT PLN (Persero) KANTOR PUSAT

WILFRID SRH

MODEL 1001

INTERVIEW GUIDE : Strategi Komunikasi Hubungan Masyarakat Terhadap Keterbukaan Informasi Publik (Studi Deskriptif Kualitatif Implementasi UU No. 14 Tahun 2008 di Humas PT PLN Persero)

Oleh : Intantya Purwoko Putrie

***) Untuk Informan di PT PLN (Persero) Kantor Pusat**

Narasumber : _____
Jabatan : _____
No. HP/Tlp : _____

Strategi Komunikasi

a. Mengenali sasaran komunikasi

1. Siapa saja yang dimaksud dengan publik bagi PT PLN (Persero) dalam hal pelaksanaan Keterbukaan Informasi Publik sesuai dengan UU No. 14 tahun 2008?
2. Apakah seluruh publik tersebut merupakan sasaran komunikasi dari pelaksanaan KIP sesuai dengan UU No. 14 Tahun 2008?
3. Bagaimana cara anda mengenali sasaran komunikasi dari pelaksanaan Keterbukaan Informasi Publik (KIP) sesuai dengan UU No. 14 Tahun 2008?
4. Dalam mengenali sasaran komunikasi, apakah anda membeda-bedakan sasaran komunikasi anda sesuai dengan latar belakangnya?
5. Dalam mengenali sasaran komunikasi, apakah anda memperhatikan situasi komunikasi ketika sasaran komunikasi akan menerima pesan yang akan anda sampaikan?
6. Dalam mengenali sasaran komunikasi, apakah anda memperhatikan kondisi fisik dan psikis sasaran komunikasi anda ketika ia akan menerima pesan yang akan anda sampaikan?

b. Pemilihan media komunikasi

1. Media apa saja yang anda gunakan dalam pelaksanaan KIP sesuai dengan UU No. 14 Tahun 2008?
2. Apa yang mendasari anda memilih media-media tersebut sebagai media yang anda pilih untuk menyampaikan informasi?
3. Media apa yang paling anda prioritaskan dalam melaksanakan KIP sesuai dengan UU No. 14 Tahun 2008? Mengapa?
4. Apakah dengan pemilihan media tersebut berhasil meraih tujuan pelaksanaan KIP?

c. Pengkajian tujuan pesan komunikasi

1. Bagaimana pesan yang anda sampaikan melalui media-media yang anda gunakan dalam melaksanakan KIP?

2. Pesan apa sajakah yang terdapat di dalam informasi yang anda sampaikan?
3. Apa tujuan yang ingin dicapai dari pesan tersebut?
4. Berdasarkan tujuan dari pesan tersebut, adakah suatu pesan inti yang selalu disampaikan dalam setiap pelaksanaan KIP?
5. Untuk mencapai tujuan pesan, teknik apa yang anda gunakan?
6. Seperti apakah anda menerapkan teknik tersebut?

d. Peranan komunikator dalam komunikasi

1. Bagaimanakah peran Humas PT PLN dalam pelaksanaan KIP?
2. Bagaimana humas membangun daya tariknya sehingga dapat berpengaruh bagi sasaran komunikasi?
3. Bagaimana humas membangun kredibilitas agar komunikan percaya dan mengikuti arahan humas?
4. Apakah humas selalu menunjukkan sifat empati ketika menghadapi sasaran komunikasi?

Implementasi

a. Komunikasi

1. Upaya apa saja yang anda lakukan untuk mengimplementasikan UU No. 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik (KIP) di PT PLN (Persero)?
2. Sejauh manakah upaya tersebut dilakukan?
3. Tujuan apa yang ingin dicapai dari terimplementasikannya UU No.14 Tahun 2008 di PT PLN (Persero)?
4. Bagaimana anda mengkomunikasikan tujuan tersebut kepada sasaran komunikasi anda?
5. Pihak mana saja yang terlibat dalam implementasi UU No. 14 Tahun 2008 di PT PLN (Persero)?
6. Bagaimana anda menjalin komunikasi dengan pihak-pihak tersebut?
7. Bagaimana anda menjalin komunikasi dengan publik yang dituju dari implementasi KIP di PT PLN (Persero)?

b. Sumber daya

1. Siapa saja pihak yang berfungsi sebagai implementor dalam implementasi UU No. 14 Tahun 2008 tentang KIP?
2. Siapakah yang berperan sebagai implementor utama?
3. Sejauh ini, apakah ketersediaan sumber daya dalam pelaksanaan KIP di PLN sudah memadai?
4. Adakah sumber daya finansial yang disediakan khusus untuk implementasi UU No. 14 Tahun 2008?
5. Apakah dengan sumber daya manusia dan sumber daya finansial yang ada saat ini, implementasi UU No. 14 Tahun 2008 tentang KIP berjalan dengan efektif?

c. Disposisi

1. Selaku implementor dari kebijakan KIP, bagaimana anda memandang KIP sebagai salah satu kewajiban yang harus dijalankan PT PLN?
2. Apakah anda menyetujui adanya kebijakan KIP ini? Jika iya, bagaimana upaya anda selaku implementor untuk mendukung jalannya KIP di PT PLN?
3. Selaku implementor, bagaimana komitmen, kejujuran dan sifat demokratis anda dalam menyediakan keterbukaan informasi PT PLN?

d. Struktur Birokrasi

1. Seperti apa struktur pembagian tugas implementasi UU KIP dalam PT PLN secara keseluruhan?
2. Adakah peraturan atau *standar operating procedurs* (SOP) yang dibuat oleh perusahaan dalam implementasi UU No. 14 Tahun 2008 tentang KIP? Jika iya, bagaimana SOP tersebut dijalankan serta siapa yang membuat SOP tersebut?
3. Adakah peraturan atau *standar operating procedurs* (SOP) yang digunakan Humas dalam mengimplementasikan UU KIP? Jika iya, bagaimana SOP tersebut dijalankan serta siapa yang membuat SOP tersebut?

*) Poin-poin di atas digunakan sebagai pedoman wawancara. Peneliti berkemungkinan untuk mengembangkan pertanyaan-pertanyaan di atas untuk mendapatkan data-data yang lebih valid.

INTERVIEW GUIDE : Strategi Komunikasi Hubungan Masyarakat Terhadap Keterbukaan Informasi Publik (Studi Deskriptif Kualitatif Implementasi UU No. 14 Tahun 2008 di Humas PT PLN Persero)
Oleh : Intantya Purwoko Putrie

***) Untuk Informan di PT PLN (Persero) Kantor Unit**

Narasumber :
Jabatan :
No. HP/Tlp :

Strategi Komunikasi

a. Mengenali sasaran komunikasi

1. Bagaimana cara Humas PLN Pusat berkoordinasi dengan anda selaku Humas PLN Kantor Unit dalam mengimplementasikan KIP?
2. Dalam berkoordinasi untuk mengimplementasikan KIP, apakah Humas PLN Pusat mengenali latar belakang anda? Jika iya, bagaimana?
3. Dalam berkoordinasi untuk mengimplementasikan KIP, teknik apa yang digunakan oleh Humas PLN Pusat, apakah informatif, persuasif atau instruktif? (dimohon menyertakan alasannya)
4. Dalam berkoordinasi untuk mengimplementasikan KIP, apakah Humas PLN Pusat memperhatikan situasi komunikasi / situasi kantor anda saat itu? (dimohon menyertakan alasannya)
5. Dalam berkoordinasi untuk mengimplementasikan KIP, apakah Humas PLN Pusat memperhatikan kondisi fisik ataupun psikis anda pada saat itu? (dimohon menyertakan alasannya)

b. Pemilihan media komunikasi

Berdasarkan data yang saya peroleh, terdapat tiga media yang digunakan Humas PLN Pusat untuk mengkomunikasikan impelementasi KIP ke Humas Kantor Unit, yaitu majalah FOKUS, agenda rapat internal (rapat koordinasi komunikasi) dan e-mail.

1. Apakah ada media lain yang digunakan selain ketiga media tersebut? (dimohon menyebutkan medianya jika ada)
2. Apa kelebihan dan kekurangan dari majalah FOKUS dalam mengkomunikasikan implementasi KIP?
3. Apa kelebihan dan kekurangan dari adanya kegiatan pertemuan / rapat koordinasi komunikasi dalam mengkomunikasikan implementasi KIP?
4. Apa kelebihan dan kekurangan dari e-mail yang digunakan dalam mengkomunikasikan implementasi KIP?

c. Pengkajian tujuan pesan komunikasi

1. Dalam berkoordinasi untuk mengimplementasikan KIP, pesan apa yang anda terima dari Humas PLN Pusat?
2. Bagaimana tujuan internal dari pesan tersebut?
3. Bagaimana tujuan eksternal dari pesan tersebut?
4. Apakah Humas PLN Pusat sudah mengkomunikasikan tujuan pesan tersebut dengan baik? (dimohon menyertakan alasannya)
5. Bagaimana anda mendukung serta berpartisipasi untuk mewujudkan tujuan pesan tersebut baik ke internal maupun ke eksternal?

d. Peranan komunikator dalam komunikasi

1. Bagaimanakah peran Humas PLN Pusat dalam mengkoordinasikan implementasi KIP di kalangan internal?
2. Bagaimana Humas PLN Pusat membangun daya tariknya ketika berkoordinasi dengan kalangan internal dalam mengimplementasikan KIP?
3. Bagaimana Humas PLN Pusat membangun kredibilitasnya ketika berkoordinasi dengan kalangan internal dalam mengimplementasikan KIP?
4. Apakah anda merasa bahwa Humas PLN Pusat telah mengkoordinasikan implementasi KIP ke internal dengan baik? (dimohon menyertakan alasannya)
5. Apa kelebihan dan kekurangan koordinasi yang dilakukan oleh Humas PLN Pusat dalam mengkomunikasikan implementasi KIP ke kalangan internal?

e. **Faktor implementasi**

1. Upaya komunikasi apa saja yang telah dilakukan oleh Humas PLN Pusat dalam mengkoordinasikan implementasi KIP ke internal? (mohon disertakan penjelasannya)
2. Apakah upaya komunikasi tersebut sudah berjalan baik dan efektif? (mohon disertakan penjelasannya)
3. Sebagai sumber daya manusia dalam mengimplementasikan KIP di lingkungan PT PLN, bagaimana upaya anda untuk melaksanakan KIP di Kantor Unit?
4. Sebagai sumber daya manusia dalam mengimplementasikan KIP di lingkungan PT PLN, bagaimana anda membangun komitmen serta kejujuran anda dalam KIP?

5. Apakah Humas PLN Pusat berpengaruh terhadap komitmen serta kejujuran yang anda jalankan dalam melaksanakan KIP? (dimohon menyertakan alasannya)

6. Bagaimana Humas PLN Pusat mengkomunikasikan Keputusan Direksi Tentang Pelayanan, Pengungkapan serta Keterbukaan Informasi Publik di Lingkungan PT PLN (Persero) kepada anda?

7. Adakah saran untuk Humas PLN Pusat dalam mengkoordinasikan implementasi UU KIP di lingkungan PT PLN?

INTERVIEW GUIDE : Strategi Komunikasi Hubungan Masyarakat Terhadap Keterbukaan Informasi Publik (Studi Deskriptif Kualitatif Implementasi UU No. 14 Tahun 2008 di Humas PT PLN Persero)

Oleh : Intantya Purwoko Putrie

***) Untuk Informan di luar PT PLN (Persero)**

Narasumber : _____
Jabatan : _____
No. HP/Tlp : _____

Strategi Komunikasi

a. Mengenali sasaran komunikasi

1. Informasi apa saja yang pernah anda mohon kepada Humas PLN Pusat untuk disediakan?
2. Bagaimana cara Humas PLN Pusat mengenali/ mengetahui tentang permintaan anda?
3. Bagaimana cara Humas PLN Pusat mengenali/ mengetahui tentang latar belakang diri anda?
4. Bagaimana Anda melakukan pengisian formulir permohonan informasi publik yang diberikan oleh Humas PLN Pusat? (mohon dijelaskan)
5. Dalam melayani permintaan anda, apakah Humas PLN Pusat memperhatikan situasi komunikasi saat itu? (mohon disertakan penjelasan bagaimana Humas PLN Pusat melakukannya)
6. Dalam melayani permintaan anda, apakah Humas PLN Pusat memperhatikan kondisi fisik dan psikis anda? (mohon disertakan penjelasan bagaimana Humas PLN Pusat melakukannya)
7. Menurut anda, teknik apa yang digunakan Humas PLN Pusat dalam melayani permintaan informasi; informatif, instruktif atau persuasif? Mengapa?

b. Pemilihan media komunikasi

1. Media apa yang anda gunakan dalam berkomunikasi dengan Humas PLN Pusat selain mendatangi langsung Kantor Pusat PT PLN?
2. Menurut anda, apa kekurangan dan kelebihan dari akses permintaan informasi publik dengan menemui Humas PLN Pusat secara langsung?
3. Menurut anda, apakah media pertemuan di ruang layanan informasi publik sudah efektif untuk pelaksanaan KIP? (mohon disertakan alasannya)
4. Bagaimana sikap empati yang ditunjukkan Humas PLN Pusat ketika menerima Anda di Kantor Pusat PLN / ruang layanan informasi?
5. Bagaimana pelayanan yang diberikan, mulai dari penerimaan hingga pemberian informasi yang anda butuhkan? (mohon disertakan penjelasan)

6. Berapa lama permintaan anda dipenuhi oleh Humas PLN Pusat?
7. Upaya komunikasi apa saja yang dilakukan oleh Humas PLN Pusat dalam menerima permintaan informasi anda?

c. Pengkajian tujuan pesan komunikasi

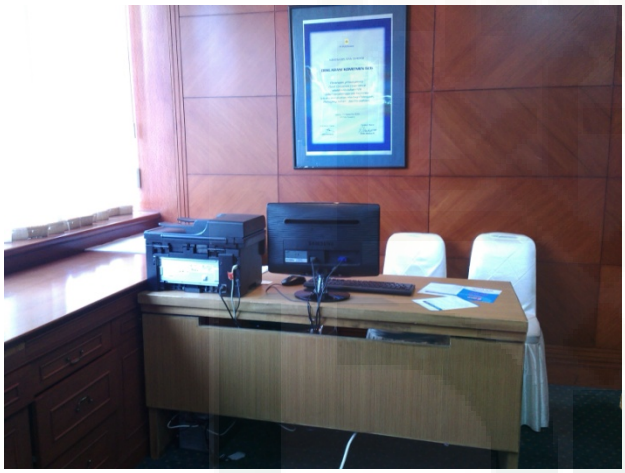
1. Pesan apa yang anda terima dari Humas PLN Pusat dalam permohonan informasi yang anda ajukan?
2. Berdasarkan data yang diperoleh peneliti, tujuan Humas PLN Pusat untuk menyampaikan informasi yang dimohon adalah untuk memberikan pemahaman dan memenuhi permintaan. Apakah anda memahami pesan atau informasi yang diberikan tersebut? (mohon disertakan penjelasan)
3. Apakah anda merasa bahwa Humas PLN Pusat sudah menjalankan keterbukaan informasi? (mohon disertakan penjelasan)
4. Adakah perubahan pada persepsi anda terhadap PT PLN setelah permintaan anda melalui KIP dilayani oleh Humas PLN Pusat?

d. Peranan komunikator dalam komunikasi

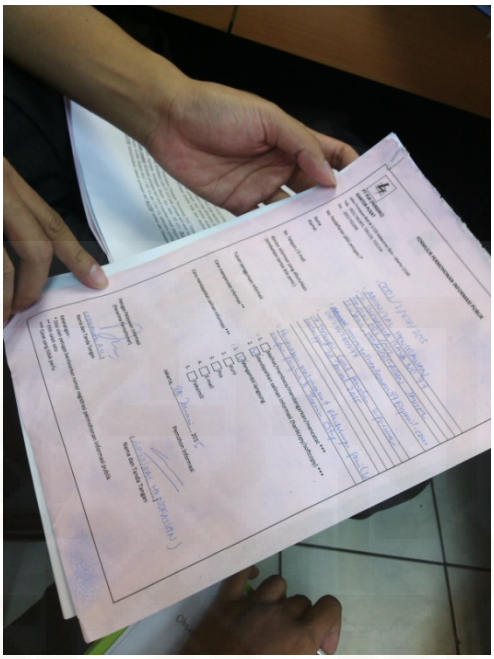
1. Apa saja peran Humas PLN dalam menangani permintaan informasi yang anda ajukan?
2. Menurut anda, bagaimana Humas PLN Pusat membangun daya tariknya dalam melayani permintaan informasi anda?
3. Menurut anda, bagaimana Humas PLN Pusat membangun kredibilitasnya dalam melayani permintaan informasi anda?
4. Apa kelebihan dan kekurangan Humas PLN Pusat ketika berbicara untuk menjelaskan informasi yang anda minta?
5. Adakah saran untuk Humas PLN Pusat dalam memberikan pelayanan informasi melalui KIP?

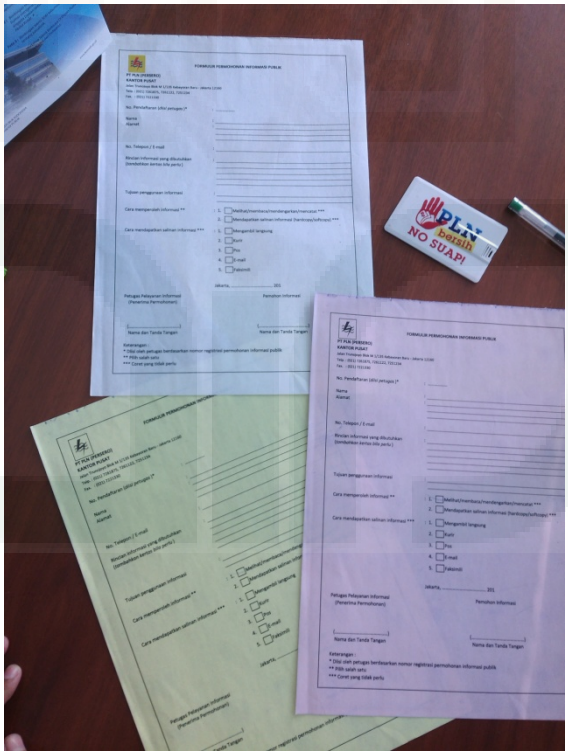
LAMPIRAN DOKUMENTASI PENELITIAN

1. Observasi Ruang Layanan Informasi Publik di PT PLN (Persero) Kantor Pusat

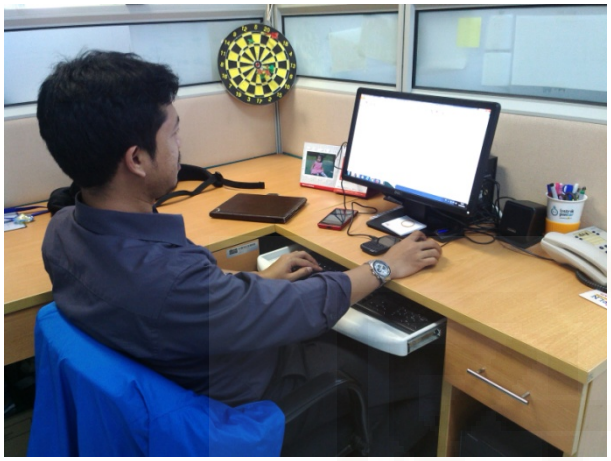


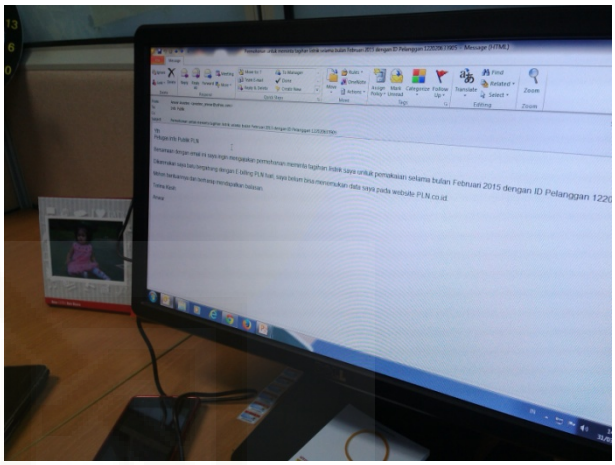
2. Formulir KIP di PT PLN



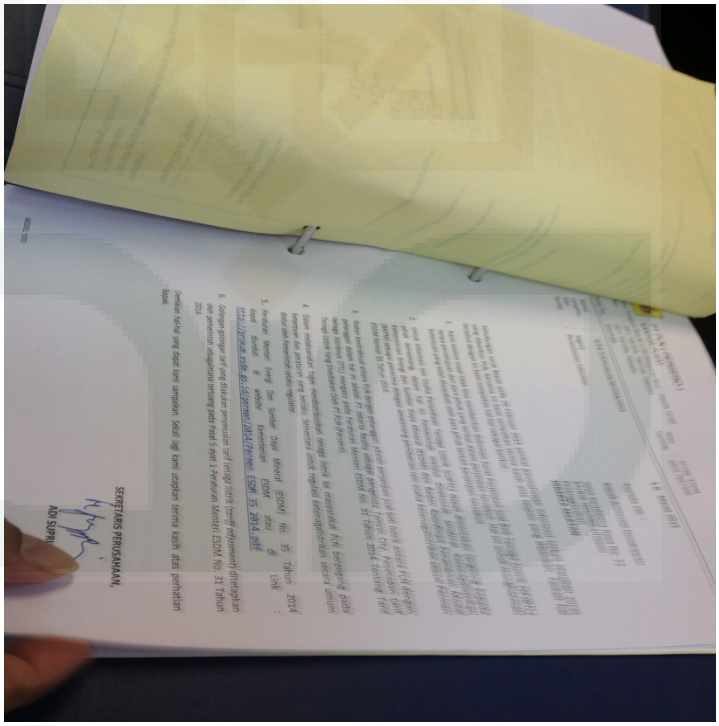


3. Aktivitas Pelayanan Informasi Publik Melalui E-*mail*

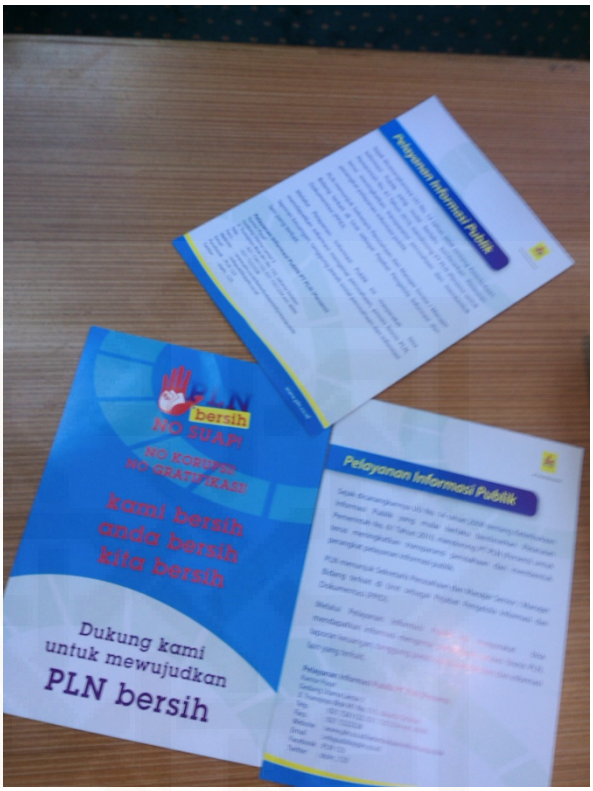




4. Pendataan Pemohon Informasi



5. Media yang Diproduksi Untuk Sosialisasi KIP



6. Rapat Koordinasi (Rakor) Komunikasi PT PLN di seluruh Indonesia

Rapat Koordinasi Komunikasi Regional Indonesia Barat, Jumat 31 Juni 2013, di Batam. Pembicara tamu, Wandy Nicodemus Tuturoong, Senior Advisor Transparency Intertanional Indonesia (TII).

CURRICULUM VITAE

Intantya Purwoko Putrie

Antusias dalam dunia Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial.
Aktif dalam dunia jurnalistik dan tulis-menulis. Tertarik pada dunia media, komunikasi strategis serta kehumasan.

DATA DIRI

- JAKARTA, 14 DESEMBER 1993
- +62 857 1141 4521 / +62 888 0289 1623
- intantyapps@yahoo.com
- Perumahan Pondok Maharta E7/1
  Pondok Aren, Tangerang Selatan
- Intantya Putrie
- @putriepps
- intantyaputrie
- mynameisput..blogspot.com

PENGALAMAN BEKERJA

- Internship - PT PLN (Persero) Kantor Pusat, Divisi Komunikasi Korporat (September-November 2014)
- Content Writer di Inspira (Juni 2014 - Maret 2015)
- Social Media Officer di Jogja Wisata (Maret 2012 - Februari 2013)

PENGALAMAN ORGANISASI

- BEM Fakultas Ilmu Sosial & Humaniora Divisi Riset dan Media (2014 - 2015)
- Ketua IDEKATA Penulis Muda (2013 - 2014)
- Anggota Ikatan Mahasiswa Ilmu Komunikasi (IMIKI) Cabang Yogyakarta (2012 - 2013)
- Media Relations Public Relations Oriented (2012 - 2013)
- Pemimpin Redaksi Akademia Joglosemar (2012 - 2013)
- Reporter & Fotografer Akademia Joglosemar (2011 - 2012)
- Divisi Media YRBK KAGEM (2011 - 2012)

PENDIDIKAN

- Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Kalijaga Yogyakarta Fakultas Ilmu Sosial & Humaniora Prodi Ilmu Komunikasi (September 2011-Juni 2015)
- SMA Negeri 12 Tangerang (2008 - 2011)
- SMP Negeri 3 Tangerang (2005 - 2008)
- SD Islam Almubarak (1999 - 2005)
- Alhidayah Kindergaten School (1998 - 1999)

KEAHLIAN

Microsoft Office ★★★★★
Adobe ★★★★
Social Media ★★★★★
Bahasa Inggris ★★★★★
Bahasa Arab ★★★
Marketing PR ★★★★
Komunikasi dan Public Relations ★★★★★

FIELD OF INTEREST

Communication skill / Public Speaking / Jurnalistik / Menulis Kreatif / Manajemen / Media Relations / Event / CSR/ Sosial / Fotografi / Dekorasi / Marketing / Entrepreneur / Media Studies/ Riset / Artikel Feature / Media Sosial / Desain Grafis / News Release / Etc.

PORTOFOLIO

Artikel "Tenun Troso Jepara" terbit di Kompas Freeze Edisi 24 Oktober 2012 / Artikel rutin di Akademia Joglosemar / Buku "Terima Kasih Ayah" terbitan Wahyu Qolbu / Buku "Suara Mahasiswa" UIN Sunan Kalijaga / etc.