

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Penelitian

Hampir semua industri baik swasta, pemerintahan atau sektor lainnya tidak terlepas dari aspek kegiatan *Public Relations*. Menurut *Institute of Public Relations* dalam Jefkins (2003:09) PR adalah keseluruhan upaya yang dilakukan secara terencana dan berkesinambungan dalam rangka menciptakan dan memelihara niat baik (*goodwill*) dan saling pengertian antara suatu organisasi dengan segenap khalayaknya.

*Public Relations* (PR) berfungsi sebagai “jembatan komunikasi” antara suatu organisasi dengan lembaga lain serta berbagai elemennya. Tujuannya adalah supaya terjadi saling pengertian antara kedua belah pihak, dan akhirnya tercipta citra positif serta dukungan publik terhadap keberadaan organisasi tersebut.

Praktik PR pada hakikatnya adalah aktivitas. Oleh sebab itu, tujuan PR serupa dengan tujuan komunikasi, yakni adanya penguatan dan perubahan pengetahuan, perasaan dan perilaku komunikan (penerima pesan). Praktik PR juga bertujuan untuk membentuk dan mempertahankan perasaan, serta perilaku positif masyarakat luas terhadap organisasi, lembaga, atau perusahaan (Ardianto, 2008:27).

Maka dibutuhkan peran humas atau dalam hal ini PR untuk menyebarkan informasi kepada khalayak baik internal maupun eksternal agar mendapatkan opini dan penangkapan kesan merek terhadap perusahaan. Humas juga harus bisa membangun kepercayaan khalayak tentang perusahaan. Maka dari itu pekerjaan humas tidak terlepas dari *two way communication* (Komunikasi dua arah).

Pekerjaan PR tentu saja tidak terlepas dari prinsip komunikasi, yaitu menciptakan suatu komunikasi yang efektif. Keefektifan suatu komunikasi baru akan tercapai bila timbulnya saling pengertian antara komunikasi dan komunikator, atau bisa dikatakan timbulnya persepsi yang sama tentang memaknai suatu hal. Walau begitu, humas yang sekarang lebih disebut sebagai *Public Relations* kini telah memiliki definisi yang luas bukan sekedar hubungan antara perusahaan dengan masyarakat. Kebutuhan akan humas dapat ditemukan di hampir semua sektor, baik di perusahaan swasta maupun di instansi pemerintahan.

Nama – nama lain PR yang seringkali muncul dalam dunia bisnis, industri, dan pemerintahan antara lain *Public Affairs*, *Corporate Communication*, *Corporate Secretary*,

*Corporate Relations, Public Information, Corporate Affairs*, dan banyak lagi nama lain dari PR.

Seperti yang telah disebutkan sebelumnya bahwa hampir semua industri baik swasta, pemerintah, atau sektor lainnya tidak terlepas dari aspek kegiatan *Public Relations*. Termasuk juga di dalamnya yaitu BUMN. Menurut Undang-undang Nomer 19 Tahun 2003 Tentang Badan Usaha Milik Negara, definisi BUMN adalah : Badan Usaha Milik Negara, yang selanjutnya disebut BUMN, adalah badan usaha yang seluruh atau sebagian besar modalnya dimiliki oleh negara melalui penyertaan secara langsung yang berasal dari kekayaan negara yang dipisahkan ([www.bumn.go.id](http://www.bumn.go.id)). Perusahaan Perseroan, yang selanjutnya disebut Persero, adalah BUMN yang berbentuk perseroan terbatas yang modalnya terbagi dalam saham yang seluruh atau paling sedikit 51% (lima puluh satu persen) sahamnya dimiliki oleh Negara Republik Indonesia yang tujuan utamanya mengejar keuntungan.

BUMN berdasarkan sektornya, dibagi menjadi 13 yaitu Pertanian, Kehutanan, dan Perikanan; Pertambangan dan Penggalian; Industri Pengolahan; Pengadaan Listrik, Gas, Uap/Air Panas dan Udara Dingin; Pengadaan Air, Pengelolaan Sampah, dan Daur Ulang, Pembuangan Pembersihan Limbah dan Sampah; Konstruksi; Perdagangan Besar dan Eceran; Reparasi dan Perawatan Mobil dan Motor; Transportasi dan Pergudangan; Penyediaan Akomodasi dan Makan Minum; Informasi dan Komunikasi; Jasa Keuangan dan Asuransi; Real Estate; dan Jasa Profesional, Ilmiah dan Teknis. Jika dijumlah dari masing-masing sektor tersebut maka terdapat 140 BUMN di Indonesia.

Tingkat korupsi BUMN dari tahun 2003 sampai 2013 mencapai 9 triliun rupiah seperti yang dinyatakan oleh *Indonesia Corruption Watch* dalam [www.antikorupsi.com](http://www.antikorupsi.com). Pemerintah tiap tahun sudah memberikan subsidi sebesar Rp 1.600 triliun, juga ada penyertaan modal negara untuk BUMN sebesar Rp 10 triliun. 22 kasus indikasi korupsi di 16 BUMN yang berpotensi menimbulkan kerugian negara senilai Rp2,63 triliun dan US\$9,97 juta pernah dilansir oleh Kementerian BUMN pada bulan Maret 2005. Seperti yang diambil dari BUMN dalam angka oleh *Indonesia Corruption Watch* ([www.antikorupsi.com](http://www.antikorupsi.com)) bahwa berdasarkan data Kantor Menteri Negara BUMN, indikasi dugaan korupsi terjadi di 16 BUMN, yaitu: BRI, Indofarma, PGN, PT Angkasa Pura I, PT Jakarta International Container Terminal, PT Pelindo III, PT Pupuk Kaltim Tbk, PT Angkutan Sungai Danau dan Penyeberangan, PLN, PT Asuransi Jiwasraya, PT Djakarta Lloyd, PT Pelindo II, PT Rajawali Nusantara Indonesia (RNI).

Mantan Sekretaris Kementerian Badan Usaha Milik Negara (BUMN) Said Didu pada [www.merdeka.com](http://www.merdeka.com), di dalam perusahaan BUMN ada dua ruang untuk melakukan korupsi yang sangat sulit diketahui. Pertama, korupsi dalam pengadaan barang dan jasa. Kedua, korupsi yang ikut pengadaan barang dan jasa saat terlibat dalam proyek di kementerian/lembaga.

Melihat tingginya potensi korupsi yang dilakukan oleh BUMN – BUMN tersebut maka bisa mengakibatkan kepercayaan masyarakat Indonesia bisa berkurang bahkan hilang. Begitu juga terhadap PT PLN (Persero) yang merupakan salah satu dari 16 BUMN tersebut, perusahaan persero ini berpotensi menghasilkan tindak korupsi baik dalam skala besar maupun skala kecil. Oleh karena itu dibutuhkanlah divisi *Public Relations* atau di PT PLN (Persero), PR dikenal dengan sebutan *Corporate Communication* (Komunikasi Korporat) untuk membangun kepercayaan khalayak terhadap perusahaan.

Komunikasi Korporat bersama dengan manajemen PT PLN (Persero) telah menegaskan komitmennya untuk menjalankan praktek penyelenggaraan korporasi yang bersih dan bebas dari praktek korupsi, kolusi dan nepotisme, sekaligus menegakkan *Good Corporate Governance* (GCG) dan anti korupsi dalam penyediaan tenaga listrik bagi masyarakat.

Dirut PLN menjelaskan dalam Workshop International Anti Korupsi ([www.plnbersih.com](http://www.plnbersih.com)) bahwa dalam melakukan pemberantasan korupsi, manajemen membuat program PLN Bersih yang juga disimbolkan dengan logo PLN Bersih No Suap sebagai lambang program PLN Bersih. PLN Bersih merupakan program yang dilakukan oleh PLN untuk mendukung pelaksanaan *Good Corporate Governance* (GCG) dilingkungan PLN. Sebagai pesan yang sangat jelas ditujukan kepada para pegawai PLN dan para stakeholder PLN bahwa PLN bertekad dan berniat menegakan anti korupsi. Logo ini dicantumkan dimana-mana di kantor PLN, dengan harapan bisa mengingatkan pegawai PLN sendiri atau pelanggan PLN untuk tidak memberikan gratifikasi dan pegawai PLN untuk tidak menerima gratifikasi sekaligus memberikan informasi kepada pelanggan PLN bahwa PLN anti korupsi.

Program PLN Bersih tersebut tentunya dilakukan karena akhir-akhir ini masalah korupsi sedang hangat-hangatnya dibicarakan publik, terutama dalam media massa baik lokal maupun nasional. Pada dasarnya praktik tindak pidana korupsi bukanlah suatu yang baru di Indonesia. Maraknya pemberitaan kasus korupsi yang terjadi belakangan ini bukan karena mudarnya nilai Pancasila dalam masyarakat, melainkan karena kerja institusi penegak hukum yang giat. Korupsi sendiri terjadi disebabkan adanya penyalahgunaan wewenang dan jabatan yang dimiliki oleh pejabat atau pegawai demi kepentingan pribadi dengan mengatasnamakan pribadi atau keluarga, sanak saudara dan teman.

Korupsi bisa terjadi di mana saja baik dalam ruang lingkup yang besar atau pun yang kecil seperti pemerintahan, perusahaan swasta dan organisasi. Dalam tahun 2011 saja jumlah perkara tindak pidana korupsi di Tanah Air yang memasuki tahap penyidikan dari Januari hingga Agustus 2011 mencapai 1.018 kasus ([www.republika.com](http://www.republika.com)) sedangkan pada tahun 2012 terdapat 938 kasus ([www.lensaindonesia.com](http://www.lensaindonesia.com)) yang diteruskan ke internal KPK dari 6011 aduan dari masyarakat yang terdapat indikasi-indikasi korupsi, termasuk kasus-kasus yang ditangani dengan koordinasi kepolisian dan kejaksaan.

Seperti yang dikutip dari berita di [www.republika.co.id](http://www.republika.co.id) pada 22 Juli 2013 bahwa *Indonesia Corruption Watch* menyingkap kasus tindak pidana korupsi yang terjadi di Indonesia. Diketahui selama ini 70 persen korupsi bersumber dari proyek pengadaan barang dan jasa baik yang ada di pusat maupun di daerah. PLN sebagai Badan Usaha Milik Negara yang menyediakan tenaga listrik bagi kepentingan umum di Indonesia merupakan perusahaan sangat besar yang tiap tahun membelanjakan uang sebanyak Rp 50 triliun sangat berpotensi memunculkan tindak korupsi, baik skala besar maupun kecil seperti yang diungkapkan oleh Lendo Nuvo staf khusus Menteri BUMN Bidang Data dan Investigasi dalam [www.bumnwatch.com](http://www.bumnwatch.com) bahwa korupsi yang dilakukan oleh PLN lebih dari 10 trilyun dan itupun belum termasuk dengan beberapa kasus yang belum ditindaklanjuti. Skala besar tersebut dalam hal pengadaan barang dan jasa, skala kecil dalam hal pelayanan pelanggan, seperti tidak transparannya biaya transaksi listrik. Seperti pada beberapa kasus berikut yang merupakan contoh kasus korupsi oleh beberapa oknum pegawai PLN :

**Tabel 1.2 Data Korupsi PLN**

Tahun	Kasus	Tempat
2012	Korupsi Pengadaan <i>Outsourcing roll out customer information system (CIS – RISI)</i>	PLN Distribusi Jakarta Raya dan Tangerang
2012	Penggelembungan anggaran swa kendaraan dinas	PLN Sulawesi, Maluku dan Papua
2013	Kasus Mark Up anggaran dinas	PLN UIP
2013	Dugaan Korupsi dalam pengadaan Flame Turbin	PLN Sumatera Utara

Sumber: data diolah penulis dari [www.infokorupsi.com](http://www.infokorupsi.com)

Melihat situasi tersebut. PLN berkehendak kuat untuk membangun sistem yang baik dan bisa menangkal praktek korupsi melalui program PLN Bersih, seperti ([www.pln.co.id](http://www.pln.co.id)):

1. Melayani tanpa suap dan tanpa pemberian apapun
2. Akses 24 Jam untuk BPK periksa e-audit
3. Akses 24 Jam untuk KPK awasi e-proc
4. Efisiensi dilakukan di berbagai lini internal

5. Bekerjasama dengan *Transparency Internasional Indonesia* untuk merenovasi proses pengadaan & pelayanan pelanggan
6. Mengalihkan layanan loket ke website dan *call centre*.

Jika sistem yang baik itu bisa dibangun dan berjalan dengan baik pula, maka akan bisa menangkal praktek-praktek korupsi.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka penulis bermaksud mengadakan penelitian mengenai strategi *Public Relations* atau dalam hal ini Komunikasi Korporat dalam melaksanakan program PLN Bersih yang dilakukan PT PLN (persero). Dengan mengetahui strategi yang tepat dan sesuai maka perusahaan akan lebih mudah untuk menyebarluaskan kepada seluruh pegawai bahwa PLN anti korupsi . Oleh karena itu, penulis menetapkan judul “ANALISIS PELAKSANAAN PROGRAM *PUBLIC RELATIONS* ‘PLN BERSIH’ DI PT PLN (PERSERO)”

## **1.2 Fokus Masalah**

Fokus penelitian dalam penelitian ini adalah ‘Bagaimana Pelaksanaan Program *Public Relations* di PT PLN (Persero). Dalam penelitian ini masalah yang ingin diangkat oleh penulis adalah :

1. Mengapa dibuat program ‘PLN Bersih’?
2. Bagaimana strategi dan konsep *Public Relations* yang dilakukan oleh PT PLN (Persero) dalam melakukan program PLN Bersih ?
3. Bagaimana pelaksanaan dan implementasi program PLN Bersih di kalangan pegawai PT PLN (Persero) ?
4. Bagaimana evaluasi dari program PLN Bersih yang dilakukan oleh *Public Relations*/Komunikasi Korporat PT PLN (Persero)?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan fokus masalah di atas, tujuan yang ingin dicapai penulis dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui mengapa dibuat program ‘PLN Bersih’
2. Untuk menganalisis bagaimana strategi dan konsep *Public Relations* yang dilakukan oleh PT PLN (Persero) dalam melakukan program PLN Bersih.
3. Untuk menganalisis bagaimana pelaksanaan dan implementasi program PLN Bersih di kalangan pegawai PT PLN (Persero).
4. Untuk menganalisis evaluasi dari program PLN Bersih yang dilakukan oleh *Public Relations*/Komunikasi Korporat PT PLN (Persero).

## 1.4 Manfaat Penelitian

### 1. Aspek Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan acuan bagi studi ilmiah tentang “Pelaksanaan program *Public Relations* di dalam perusahaan”

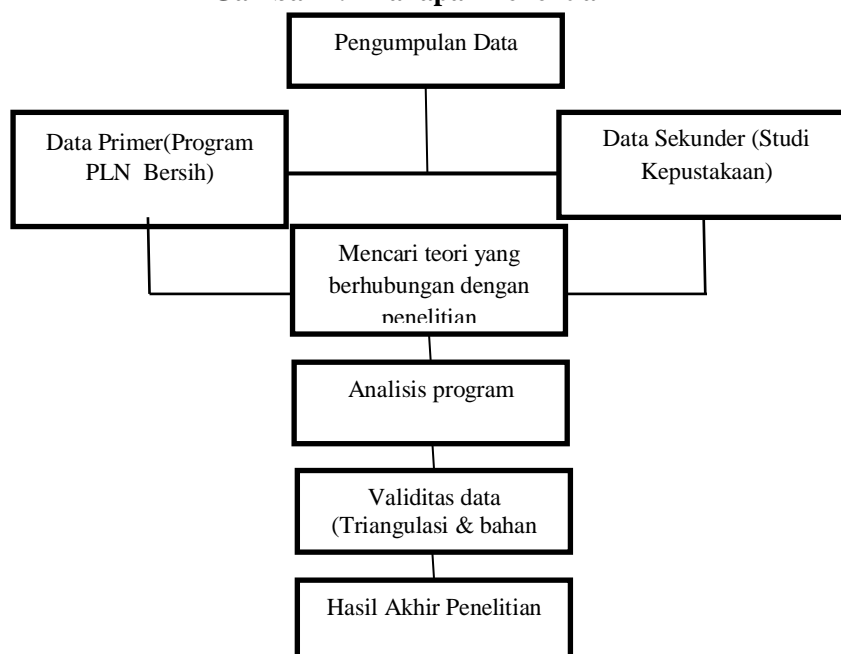
### 2. Aspek Praktis

Diharapkan penelitian ini dapat memberi masukan positif dan pertimbangan untuk PT PLN (Persero) untuk mengetahui strategi yang tepat dalam pelaksanaan program PLN Bersih. Sebab implementasi yang tepat dari program PLN Bersih tersebut mampu menciptakan perusahaan yang bersih dan bebas dari praktik korupsi.

## 1.5 Tahapan Penelitian

Dalam penelitian ini penulis melalui tahap mencari beberapa data terkait kasus korupsi di PLN, mencari teori yang berhubungan dengan penelitian dan mewawancarai informan terkait program PLN Bersih. Selanjutnya, peneliti akan melakukan analisis terhadap program PLN Bersih. Setelah analisis dilakukan, peneliti dapat menemukan hasil akhir dari penelitian dan menyimpulkan hasil analisis dari program PLN Bersih.

**Gambar 1.1 Tahapan Penelitian**



Sumber : data diolah penulis

## 1.6 Lokasi dan Waktu Penelitian

### 1.6.1 Lokasi Penelitian

Adapun penelitian ini dilakukan di beberapa tempat, antara lain :

