

ABSTRAK

Penelitian ini meneliti tentang bagaimana peran humas pada salah satu perusahaan BUMN, yaitu PLN Distribusi Jawa Timur. PLN adalah perusahaan negara penyedia listrik satu-satunya di Indonesia yang memenuhi kebutuhan listrik masyarakat. Untuk itu, dalam menyampaikan kebijakan organisasi demi tercapainya kepuasan pelanggan dan terjaganya reputasi perusahaan, PLN Distribusi Jawa Timur mendelegasikan tugas kehumasan tidak hanya kepada Humas PLN Disjatim, yaitu Bidang Komunikasi dan Bina Lingkungan saja, akan tetapi juga menunjuk seorang *Corporate Speaker*. Peneliti tertarik untuk meneliti topik bahasan mengenai *public relations* atau hubungan masyarakat karena saat ini kebutuhan humas di tiap organisasi berbeda sesuai dengan tujuan organisasi. Peneliti ingin mengetahui bagaimana peran Humas dan *Corporate Speaker* dalam menghadapi publik internal dan eksternal organisasi.

Tinjauan pustaka yang digunakan adalah hubungan masyarakat, peran dan fungsi humas serta komunikasi korporasi. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan metode wawancara dan pengamatan partisipan. Peneliti terlibat dalam beberapa acara sosialisasi yang diadakan PLN Distribusi Jawa Timur selama kegiatan magang dan sesudahnya ketika melakukan penelitian lanjutan. Peneliti menganalisis data yang terdiri dari informasi berdasarkan narasi hasil wawancara, dokumen perusahaan dokumentasi, kliping berita, serta pengamatan langsung selama magang di PLN Distribusi Jawa Timur.

Hasil penelitian menunjukkan peran Humas PLN Disjatim yaitu Bidang Komunikasi dan Bina Lingkungan adalah sebagai pengelola komunikasi internal dan eksternal serta pusat layanan informasi. Sebenarnya Humas PLN Disjatim juga berperan sebagai Juru Bicara perusahaan, namun hanya apabila *Corporate Speaker*, Manajer Bidang Komunikasi, Hukum dan Administrasi serta General Manager tidak ada di tempat. Padahal, berdasarkan Pedoman Komunikasi Perusahaan, Humas juga memiliki peran dan wewenang sebagai juru bicara perusahaan.

Dalam menghadapi publik internal, Bidang Komunikasi dan Bina Lingkungan yang merupakan Humas PLN Disjatim lebih berwenang karena memiliki legalitas. Sementara dalam menghadapi publik eksternal lebih banyak sebagai “tukang masak” materi dan informasi atau sebagai *event organizer* dari tiap acara sosialisasi kepada publik yang diadakan organisasi. *Corporate Speaker* tidak memiliki legalitas untuk merancang dan menyelenggarakan acara maupun melakukan tugas kehumasan, tapi hanya dialah yang setingkat manajer bidang, memiliki legalitas untuk berbicara mewakili organisasi mengenai permasalahan organisasi yang telah mencapai taraf masalah kelistrikan provinsi Jawa Timur dan solusinya.

Kata Kunci : *humas, corporate speaker, public relations*

ABSTRACTION

The research is about the role of public relations in PLN Distribusi Jawa Timur as BUMN company. Public Relations' (PR) roles and services are vital functions in a management of organization's image. Nowadays, Communication and Community Development Division of PLN Distribusi Jawa Timur has to be work together with Corporate Speaker for making good image and also giving the best feed back to public. The objective of this study is to describe the role of PR (Communication and Community Development Division) also Corporate Speaker facing internal and external public.

Furthermore, researcher using basic concepts of public relations, role and functions of PR and also corporation's communications. The method of this study is qualitative descriptive using interview and participant-observation up to PR role for collecting data technique. Researcher involved in several events which held by PLN Distribusi Jawa Timur by the time of internship. Researcher analyze data which are consist of narration from the interview, company's document, photo documentation, news clipping and also direct observation while researcher do internship in PLN Distribusi Jawa Timur.

The first result of this study reveals the role of PR of PLN Distribusi Jawa Timur as organizer for internal and external communication all at once as center of information service. Communication and Community Development Division supposedly have a role as the company spoke person, but the division can only do that if *Corporate Speaker*, Division Manager of Communication, Legal and Administration also General Manager is not in office. Whereas, according to Manual of Corporate Communication, PR also has a role and legal regulation as the company spoke person.

The second result of this study reveals PR Division as "The Chef" preparing material and information or event organizer of socialization events to the external public. On the other hand, Corporate Speaker has no legal regulation like PR Division in organizing events. However, Corporate Speaker has higher rightful authority in explaining problems and the solutions to the external public as "The Waiter", serving public with information from PR Division. Thus, an identification of a new role as *corporate speaker* has changed the organization's communications for internal and external public.

Key Words: public relations, corporate speaker
