

ABSTRAK

Tugas akhir ini bertujuan untuk membahas profil dari PT PLN (Persero) UP3 Yogyakarta dan bagaimana peran Divisi Humas PT PLN (Persero) UP3 Yogyakarta dalam menjaga hubungan dengan para stakeholdernya. Metode yang digunakan untuk mengumpulkan data yaitu dengan partisipasi langsung dalam kegiatan yang dilakukan oleh Divisi Humas PT PLN (Persero) UP3 Yogyakarta melalui program magang dari 16 Januari 2019 hingga 15 Maret 2019, wawancara langsung dengan Manajer Divisi Humas, dan membaca beberapa jurnal online serta artikel di web sebagai studi pustaka. Data yang dikumpulkan kemudian dikelompokkan dan diklasifikasikan berdasarkan objektif dan disajikan secara detil dalam deskripsi yang menggunakan Bahasa Inggris serta didukung oleh grafik dan beberapa gambar. Berdasarkan hasil observasi dan studi pustaka, PT PLN (Persero) UP3 Yogyakarta atau kepanjangan dari Unit Pelaksana Pelayanan Pelanggan merupakan salah satu unit distribusi dari PT PLN (Persero) yang berfokus mengembangkan dan mengelola bisnis ketenaga listrikan, memasarkan dan menjual bisnis ketenagalistrikan, mengelola pengadaan dan logistik, mengoperasikan aset produksi, dan mengelola layanan pelanggan. Divisi Humas PT PLN (Persero) UP3 Yogyakarta memiliki peran untuk menjaga hubungan yang baik dengan para stakeholder yang terlibat dalam bisnis perusahaan. Dalam melaksanakan tugasnya, Divisi Humas sudah menerapkan empat prinsip kehumasan dengan baik dan juga menerapkan semua teori strategi keterlibatan stakeholder. Namun, Divisi Humas PT PLN (Persero) UP3 Yogyakarta tidak mengidentifikasi stakeholdernya, sehingga kegiatan untuk menjaga hubungan baik dengan stakeholder yang dilakukan tersebut tidak didasarkan pada identifikasi stakeholder.

Kata Kunci: Humas, Stakeholder, PT PLN (Persero)

ABSTRACT

This graduating paper aims to discuss the profile of PT PLN (Persero) UP3 Yogyakarta and the roles of Public Relations Division of PT PLN (Persero) UP3 Yogyakarta in maintaining relationship with its stakeholders. The methods to collect the data are done by doing direct participation on PR Division of PT PLN (Persero) UP3 Yogyakarta's activities through internship program from 16th January 2019 until 15th March 2019, direct interview with the Head Manager of PR Division, as well as reading some online journals and articles for the literature study. The data that have been gathered, then organized and classified based on the objectives and presented descriptively by using English and also supported by chart and some pictures. Based on the observation and literature study, PT PLN (Persero) UP3 Yogyakarta or the acronym of Unit Pelaksana Pelayanan Pelanggan (Executive Customer Service Management Unit) focuses on developing and managing electricity business, marketing and selling electricity business, managing procurement and logistic, operating production assets, and managing customer services. PR Division of PT PLN (Persero) UP3 Yogyakarta has role to maintain a good relationship with stakeholders who are involved in the company's business. In carrying its role, PR Division implements four public relations principals well, and it also does implement all of stakeholder engagement strategy theory. However, PR Division of PT PLN (Persero) UP3 Yogyakarta does not identify its stakeholders which results in none of its activities to maintain relationship with stakeholders affected by any stakeholder identification.

Keywords: Public Relations, Stakeholder, PT PLN (Persero)