

INTISARI

Berkembangnya sebuah perusahaan tentunya tidak lepas dari kerjasama antara perusahaan dengan lingkungannya. Segala aktivitas yang telah dilakukan demi mencapai tujuan perusahaan akan lebih baik dengan komunikasi massa. Dalam komunikasi massa, humas sangat berperan penting bagi perusahaan. Hal ini dirasakan oleh humas PT PLN dalam melakukan kegiatan promosi, menangani isu-isu yang berkembang dan menjaga nama baik perusahaan. Tujuan tugas akhir ini untuk menjelaskan peran hubungan masyarakat dalam mengelola komunikasi massa untuk meningkatkan citra pada PT PLN (Persero).

Tugas akhir ini dilakukan dengan cara studi lapangan dan studi pustaka. Dalam studi pustaka terdapat beberapa buku yang dijadikan referensi untuk mendukung tugas akhir ini. Di sisi lain untuk studi lapangan yaitu mengikuti magang selama 2 bulan, dimulai dari tanggal 15 Februari 2016 dan berakhir 15 April 2016. Data lapangan diperoleh dari observasi langsung dan beberapa wawancara telah dilaksanakan. Pada penulisan tugas akhir ini untuk mendukung data lainnya ada beberapa foto yang telah diambil.

Hasil penelitian menunjukkan ada beberapa cara yang dilakukan humas PT PLN dalam meningkatkan citra perusahaan melalui komunikasi massa. Cara-cara yang dilakukan antara lain dengan cara melakukan CSR, "PLN goes to school", talk show radio, talk show televisi, menanggapi berita negatif dan keluhan masyarakat melalui media massa. Dari cara-cara tersebut PT PLN (Persero) mendapatkan nilai positif dari masyarakat, menurunnya berita negatif mengenai PT PLN (Persero).

Kata kunci: komunikasi massa, humas, PT PLN

ABSTRACT

The development of a company would certainly not be separated from the cooperation between the company and its environment. All the activities that have been carried out to achieve the company's goals will be better if there is a mass communication. In mass communication, public relations is very important for the company. It is felt by public relations of PT PLN in conducting promotional activities, addressing the developing issues and maintaining the company's reputation. The purpose of this graduating paper is to describe the roles of public relation division in managing mass communication for image enhancement at PT PLN (Persero).

This graduating paper uses qualitative methods which describe The Role of Public Relations in Managing Mass Communication for Image Enhancement at PT PLN (Persero) Yogyakarta Region by some pictures and table. The data were collected during the internship program at PT PLN (Persero) Yogyakarta Region for 2 months, it was from February 15th to April 15th 2016. In addition, the writer conducted interviews to staff of PR (Public Relation division) at PT PLN (Persero) Yogyakarta Region. Besides, the writer uses some books to add knowledge about Public Relation and Mass Communication.

The results show that there are several ways carried out by public relations of PT PLN in improving the corporate image through mass communication. The ways carried out are, among others, performing CSR, "PLN goes to school", radio talkshows, television talkshows. From the ways PT PLN get positive value from society, decrease of negative news on PT PLN

Keyword: mass communication, public relations, PT PLN