

## **BAB IV**

### **PENUTUP**

#### **a. Kesimpulan**

Pasca melakukan penelitian mengenai Strategi *Media Relations* PT.PLN (pesero) Area Yogyakarta dalam mensosialisasikan kebijakan pemerintah serta mempelajarinya peneliti dapat mengetahui bagaimana startegi *media relations* PLN dalam menjalankan *media relations* dalam upaya mensosialisasikan kebijakan baru yang dikeluarkan pemerintah yaitu pencabutan subsidi listrik 900VA bagi pelanggan yang mampu.

Adanya sosialisasi ini bertujuan untuk memberi arahan-arahan kepada warga yang tidak lagi mendapatkan subsidi dan bagaimana kualifikasi mengenai perbedaan pengguna subsidi 900VA yang mampu maupun 900VA rentan miskin. PT PLN (persero) Area Yogyakarta dalam menjalankan strategi *media relations* ini dapat dikatakan cukup berhasil, perusahaan sangat menjaga hubungan dengan rekan media. ini terlihat bagaimana media berperan aktif dalam segala kegiatan yang dilakukan oleh PLN, contohnya adalah mengenai sosialisasi pencabutan subsidi listrik 900 VA. Sebelum kebijakan itu dilakukan PLN mengundang rekan media untuk membicarakan mengenai kebijakan pencabutan ini melalui pengiriman siaran pers, dalam konferensi persnya PLN mengedukasi rekan media agar tidak terjadi pemberitaan yang simpang siur yang mengakibatkan pemberitaan yang negative. PLN juga menjadi narasumber

yang baik bagi para rekan media, PLN juga tidak pernah menutupi segala informasi terhadap rekan media tanpa media meminta PLN akan memberikannya terlebih dahulu informasi apa yang baru terjadi di dalam perusahaan.

Selain sosialisasi terhadap rekan media terlebih dahulu, PLN juga mensosialisasikan kebijakan pencabutan subsidi listrik 900 VA kepada warga desa yang ada di Yogyakarta setelah pencabutan dilakukan dan juga ke beberapa Koran, radio dan stasiun tv . untuk sosialisasi ke desa Humas PLN sendiri yang langsung datang untuk mensosialisasikan kebijakan tersebut kepada warga, Humas PLN pun mengecek ke dalam rumah warga untuk memastikan apakah layak untuk tidak mendapatkan subsidi lagi. Namun sayangnya sosialisasi yang dilakukan PLN dengan cara datang ke desa di Yogyakarta tidak efektif karena pada saat sosialisasi banyak sekali warga yang kurang memperhatikan atau sadar apa yang dikatakan oleh atau di bicarakan oleh Humas PLN, setelah pencabutan benar-benar diterapkan baru para warga sadar bahwa adanya pencabutan subsidi 900VA, itu terlihat dari banyaknya komplain yang masuk ke dalam perusahaan hingga Juli 2017 kemarin. Komplain yang diajukan juga tidak dapat langsung diproses karena adanya beberapa tahapan yang harus dilakukan sebelum diproses oleh pihak PLN sendiri.

Melakukan kegiatan alangkah lebih baik jika memiliki evaluasi guna mengetahui apa saja kesalahan yang dilakukan dan agar dapat memperbaiki kesalahan yang dilakukan pada saat berlangsungnya kegiatan. Namun tidak untuk PLN, perusahaan tidak melakukan evaluasi setelah melakukan kegiatan sosialisasi

pencabutan subsidi yang dilakukan perusahaan. Sehingga mereka tidak memiliki tolak ukur keberhasilan atau pencapaian terkait kegiatan yang dilakukan perusahaan.

Evaluasi dan implementasi tidak dilakukan oleh PLN Area Yogyakarta karena perusahaan menganggap bahwa pencabutan ini ditetapkan oleh pemerintah sehingga mereka hanya perlu menjalankan apa yang sudah diperintahkan oleh pemerintah ESDM saja. Tetapi seharusnya PLN juga melakukan evaluasi karena evaluasi dinilai penting untuk menjadi tolak ukur keberhasilan kegiatan yang sudah dijalankan oleh perusahaan, menjadi tolak ukur kekurangan apa yang harus diperbaiki oleh perusahaan jika akan membuat kegiatan lainnya yang akan dilakukan selain kegiatan sosialisasi kebijakan pencabutan subsidi listrik 900VA pengguna mampu ini.