

ABSTRAK

Sebagai perusahaan penyedia jasa listrik terbesar di Indonesia, PT PLN (Persero) dituntut untuk memenuhi kebutuhan listrik masyarakat. Karena hanya satu-satunya perusahaan penyedia jasa listrik yang banyak digunakan di Indonesia, PT. PLN (Persero) tidak mudah lepas dari kritik dan keluhan dari pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana peran humas dalam meningkatkan citra pada PT. PLN (Persero) Area Yogyakarta. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian deskriptif dengan metode kualitatif. Teori yang digunakan yaitu *Excellence Communication Theory*. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini didapatkan melalui wawancara, observasi dan dokumentasi. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa humas PT. PLN (Persero) Area Yogyakarta hanya menjalankan dua peran humas sebagai teknisi komunikasi dan fasilitator komunikasi. Program komunikasi yang dijalankan untuk meningkatkan citra yaitu melalui sosialisasi serta publikasi informasi yang rutin dilakukan melalui media sosial, media cetak dan media elektronik. Serta pendapat masyarakat mengenai citra PT.PLN (Persero) Area Yogyakarta sudah jauh lebih baik dalam hal pelayanan dan kinerjanya. Untuk strategi yang dijalankan yaitu melalui *media sosial*, *media relations* dan *stakeholder realtions*. Namun, menurut teori yang penulis gunakan dalam peran ideal humas dalam meningkatkan citra yaitu *Excellence Communication Theory* atau 'komunikasi cemerlang', dalam prakteknya humas belum dapat dikatakan sebagai komunikasi cemerlang karena belum memenuhi tiga faktor yang terdapat dalam teori tersebut.

Kata Kunci : Humas, Citra, PLN Area Yogyakarta

ABSTRACT

As a service provider company in Indonesia, PT PLN (Persero) is required to meet the electricity needs of the community. Since only the only service provider company in Indonesia, PT. PLN (Persero) is not easily escaped from criticism and from customers. This study aims to find out how the role of public relations in improving the image at PT. PLN (Persero) Area Yogyakarta. Type of research used in this research is descriptive research type with qualitative method. The theory used is Communication Excellence Theory. Technical data in this research is obtained through interview, documentation and documentation. The results of this study indicate that public relations PT. PLN (Persero) Area Yogyakarta only runs two roles as communication technician and communication facilitator. Communication programs that are run to improve the image is through socialization and publication of information routinely conducted through social media, print media and electronic media. As well as public hearings about PT.PLN (Persero) Area Yogyakarta is much better in terms of service and performance. For the strategy implemented is through social media, media relations and stakeholder realtions. However, the theory used in the role of the ideal public relations in improving the image of Excellence Communication Theory or 'excellence communication', in practice public relations can not be communicated as a communication because there are no factors that exist in the theory.

Keywords: Public Relations, Image, PLN Area Yogyakarta