

ABSTRAK

Sebagai perusahaan BUMN, PT. PLN (Persero) Wilayah Kaltim-Kaltara dituntut untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dalam hal keterbukaan atas informasi perusahaan. Kalimantan Timur yang disebut provinsi kaya gas bumi, minyak bumi dan batubara, pemadaman listrik justru terjadi layaknya minum obat tiga kali dalam sehari. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data primer dan sekunder. Bertujuan untuk mengidentifikasi peran PT. PLN (Persero) Wilayah Kaltim-Kaltara dalam meningkatkan citra perusahaan dan membandingkannya dengan kerangka pemikiran yang digunakan. Kerangka pemikiran dalam penelitian ini adalah *Public Relations*, peran, *strategic choice theory* dan citra. Humas PT. PLN (Persero) diketahui belum menjalankan peran dan fungsinya dengan baik. Peran humas sebagai *technician role* dan *managerial role* dilaksanakan sesuai Pedoman Pelaksanaan Komunikasi Perusahaan sudah dijalankan tetapi belum maksimal. Walau begitu peran internal dan eksternal dinilai sudah tepat sasaran. PT. PLN (Persero) Wilayah Kaltim-Kaltara memiliki stakeholder yang banyak, baik media cetak, maupun elektronik dan juga memanfaatkan sosial media. Humas hanya terdiri dari tiga orang, dan dalam melaksanakan program kehumasannya banyak dibantu oleh staf bagian lain dan event organizer.

Kata kunci : *Public Relations*, Peran, Citra

ABSTRACT

As a state-owned company, PT. PLN (Persero) Region Kaltim-Kaltara required to meet customer needs in terms of disclosure of company information. East Kalimantan province called rich natural gas, petroleum and coal, power outages would occur like taking medicine three times a day. This study uses descriptive qualitative method by using primary and secondary data collection. Aims to identify the role of PT. PLN (Persero) Region Kaltim-Kaltara in improving corporate image and compare it with the framework used. The framework of this research is Public Relations, role, strategic choice and image theory. PR PT. PLN (Persero) is known not perform the role and functions well. The role of public relations as a technician role and managerial roles implemented according to the Guidelines for Corporate Communication has been executed but not maximized. However the role of internal and external considered to be right on target. PT. PLN (Persero) Region Kaltim-Kaltara have many stakeholders, whether in print, and electronic and also take advantage of social media. PR only consists of three people, and in carrying out public relation programs assisted by many other parts and event organizer.

Keywords: Public Relations, Role, Image