

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “Sosialisasi Kendaraan Listrik Pada Sosial Media Instagram”. Tujuan dan kegunaan penelitian ini yaitu Menjelaskan bagaimana keterbukaan informasi, ekualitas, orientasi publik, dan saluran komunikasi pada public relation PT. PLN (Persero) dalam mensosialisasikan kendaraan listrik di media sosial Instagram.

Metode penelitian ini yang di gunakan pada penelitian ini adalah kualitatif yang berfokus kepada deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara mendalam dan studi dokumentasi. Peneliti mengambil ditentukan 7 orang informan inti yaitu 3 manager unit, 3 manager sub bidang/PR, 1 ketenagalistrikan ahli/ expert bidang. Teori yang digunakan pada penelitian ini yaitu Teori Excellence pendekatan two-way symmetric James Grunig dan Hun yaitu keterbukaan informasi, Ekualitas, orientasi publik, dan saluran komunikasi.

Berdasarkan hasil penelitian maka diperoleh hasil bahwa (1) Keterbukaan Informasi, Peran public relation PT. PLN (Persero) dalam melakukan keterbukaan informasi melalui Instagram ialah dengan memberikan informasi untuk melayani dan mendukung masyarakat tentang kendaraan listrik dan SPKLU. (2) Ekualitas, Peran public relation PT. PLN (Persero) dalam melakukan ekualitas melalui media sosial Instagram dengan melayani masyarakat dengan memberikan respon yang positif melalui direct message pada Instagram kepada masyarakat, hal ini merupakan bentuk kepercayaan masyarakat hingga terciptanya reputasi yang baik. (3) Orientasi publik, Peran public relation PT. PLN (Persero) dalam melakukan orientasi publik melalui sosial media Instagram adalah PT. PLN (Persero) membuat konten dari agenda setting bulanan. (4) Saluran Komunikasi, Instagram dipilih sebagai saluran komunikasi karena mudah diakses, banyak digunakan oleh masyarakat serta mudah dipahami oleh berbagai macam kalangan. Informasi yang disampaikan oleh public relation sangat tepat sesuai dengan target sasaran karena menggunakan platform Instagram.

Kata Kunci : Sosial Media, Sosialisasi, Peran Public Relations

ABSTRAK

This research is entitled "Socialisation of Electric Vehicles on Instagram Social Media". The purpose and usefulness of this research is to explain how openness of information, equality, public orientation, and communication channels in public relations of PT. PLN (Persero) in socialising electric vehicles on Instagram social media.

This research method used in this research is qualitative which focuses on qualitative descriptive. Data collection techniques are carried out through observation, in-depth interviews and documentation studies. Researchers determined 7 core informants, namely 3 unit managers, 3 sub-field managers / PR, 1 expert / expert field. The theory used in this research is the Excellence Theory of James Grunig and Hun's two-way symmetric approach, namely information openness, equality, public orientation, and communication channels.

Based on the results of the study, the results obtained that (1) Information Disclosure, The role of public relations of PT. PLN (Persero) in conducting information disclosure through Instagram is to provide information to serve and educate the public about electric vehicles and SPKLU. (2) Equality, The role of public relations of PT. PLN (Persero) in conducting equality through Instagram social media by serving the public by providing positive responses through direct messages on Instagram to the public, this is a form of public trust to create a good reputation. (3) Public orientation, The role of public relations of PT. PLN (Persero) in conducting public orientation through Instagram social media is PT. PLN (Persero) creating content from monthly agenda setting. (4) Communication Channel, Instagram was chosen as a communication channel because it is easy to access, widely used by the public and easily understood by various groups. The information conveyed by public relations is very precise according to the target target because it uses the Instagram platform.

Keyword : Social Media, Sosialisasi, Peran Public Relations.

RINGKESAN

Panaliti ieu judulna “Sosialisasi Kandaraan Listrik dina Instagram Media Sosial”. Tujuan sareng kapakean pangajaran ieu nyaéta pikeun ngajelaskeun kumaha keterbukaan infomasi, ékualitas, orientasi publik, sareng saluran komunikasi dina Public Relation PT. PLN (Persero) dina sosialisasi kendaraan listrik dina média sosial Instagram.

Metode panalungtikan anu digunakeun dina ulikan ieu nyaéta kualitatif anu museurkeun kana deskriptif kualitatif. Téhnik pangumpulan data dilaksanakeun ngaliwatan pangamatan, wawancara jero sareng studi dokuméntasi. Panaliti nyandak 7 informan inti anu ditangtukeun nyaéta 3 manajer unit, 3 sub bidang/PR, 1 ahli katenagalistrikan/tenaga ahli bidang. Téori anu digunakeun dina pangajaran ieu nyaéta Teori Excellent James Grunig sareng pendekatan simétri dua arah Hun, nyaéta keterbukaan infomasi, ékualitas, orientasi publik, sareng saluran komunikasi.

Dumasar kana hasil pangajaran, hasil dicandak yén (1) keterbukaan Inpormasi, Peran public relation PT. PLN (Persero) dina ngalaksanakeun inpormasi inpormasi ngalangkungan Instagram nyaéta ku nyayogikeun inpormasi pikeun ngawula sareng ngadidik masarakat ngeunaan kendaraan listrik sareng SPKLU. (2) ékualitas, Peranan public relation PT. PLN (Persero) dina ngalaksanakeun ékualitas ngaliwatan média sosial Instagram ku ngaladénan masarakat ku masihan réson positif ngaliwatan pesen langsung dina Instagram ka masarakat, ieu mangrupikeun bentuk kapercayaan masarakat dugi ka nyiptakeun reputasi anu saé. (3) Orientasi publik, Peran Public Relation PT. PLN (Persero) dina ngalakukeun orientasi publik ngaliwatan média sosial Instagram nyaéta PT. PLN (Persero) nyiptakeun eusi tina agenda setting bulanan. (4) Saluran Komunikasi, Instagram dipilih janten saluran komunikasi sabab gampang dianggo, seueur dianggo ku masarakat sareng gampang kahartos ku sababaraha bunderan. Inpormasi anu disampaikan ku Public Relation leres pisan dumasar kana target target kusabab panggunaan platform Instagram.

Konci: Media Sosial, Sosialisasi, Peran Public Relation