



UNIVERSITAS MERCU BUANA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
PUBLIC RELATIONS

ABSTRAK

Siti Erwina Triastari

44207120034

Strategi Humas Badan Tenaga Nuklir Nasional Dalam Program Sosialisasi Pembangunan Pembangkit Listrik Tenaga Nuklir Di Indonesia (Periode 2008–2010)

99 Halaman, 4 Lampiran & bibliografi (17 buku, 1989 -2008)

Menumbuhkan pemahaman dan kesadaran masyarakat untuk menggunakan Pembangkit Listrik Tenaga Nuklir (PLTN) di Indonesia sebagai energi pengganti bagi energi yang telah habis pakai adalah salah satu misi pemerintah pada saat ini. Badan Tenaga Nuklir Nasional sebagai salah satu lembaga litbang yang diamanatkan oleh undang-undang untuk melakukan pengembangan dan pemanfaatan tenaga nuklir, secara terus menerus melakukan sosialisasi iptek nuklir di Indonesia.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teori komunikasi, teori komunikasi oleh Carl I. Hovland, teori strategi humas oleh Scott M. Cutlip, Allen H. Center dan Glen M. Broom, yaitu strategi sebagai penentuan tujuan dan sasaran usaha jangka panjang, dan adopsi upaya pelaksanaan dan alokasi sumber daya yang diperlukan untuk mencapai tujuan tersebut. Proses perencanaan strategi humas menurut Scott M. Cutlip, et al, dapat ditempuh melalui empat tahap, yaitu Mendefinisikan problem (atau peluang), Perencanaan dan Pemrograman, Mengambil Tindakan dan Berkomunikasi dan Mengevaluasi Program.

Tipe/sifat penelitian yang digunakan peneliti adalah deskriptif dengan metode penelitian kualitatif studi kasus. Fokus penelitian ini adalah bagaimana strategi humas yang dilakukan humas BATAN dalam mensosialisasikan PLTN. Teknik Pengumpulan data primer dilakukan dengan wawancara mendalam terhadap beberapa nara sumber. Teknik pengumpulan data sekunder dilakukan dengan mengumpulkan dokumentasi berupa tulisan maupun foto dan keterangan lainnya. Teknik keabsahan data menggunakan teknik triangulasi yaitu *check* dan *re-check* antara nara sumber inti dengan nara sumber pembanding.

Hasil penelitian adalah bahwa humas BATAN telah melakukan empat langkah perencanaan strategi humas. Strategi yang dipilih adalah menggunakan aspek persuasif dan edukatif agar tercipta citra positif (*good image*) terhadap PLTN. Saran untuk humas BATAN adalah menentukan dan memahami secara benar pemahaman tiap-tiap kelompok terhadap PLTN agar kegiatan yang dilaksanakan dalam program lebih efektif. Memperbanyak hubungan dengan media, agar program yang dilakukan lebih dapat diketahui secara luas.