



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Public Relations

DHESY RAHMAWATI

44208010035

“ Identifikasi *Public Relations* Dalam Koalisi Dominan Pada PT PLN (Persero) Kantor Pusat (Kajian berdasarkan *Generic Principe* menurut James E.Grunig) ”

i-x+151 halaman+16 lampiran+33 Bibliografi (1987 - 2011)

ABSTRAKSI

Identifikasi merupakan suatu hal mengenali, menentukan identitas (orang, benda, dan sebagainya) untuk menelaah serta memberikan gambaran tentang suatu organisasi atau unit terkait lainnya. Disini peneliti mencoba mengidentifikasi Public Relations dalam koalisi dominan pada salah satu perusahaan milik negara yaitu PT.PLN (Persero) Kantor Pusat. Perusahaan tersebut merupakan perusahaan monopoli listrik di Indonesia. Humas atau Komunikasi Korporat pada PT. PLN (Persero) Kantor Pusat menjadi salah satu “ corongnya “ komunikasi yang menyebarluaskan informasi kepada karyawan, khalayak maupun rekan bisnisnya.

Hal tersebut menjadi suatu kesatuan yang termasuk kedalam *Generic Principe* atau prinsip umum James E.Grunig. Dimana didalamnya terdapat sepuluh prinsip umum yang harus dilakukan oleh seorang Humas yang ingin dikatakan sebagai Humas yang ideal dan unggul. Dengan itu Humas ditempatkan pada level *top management* dan termasuk dalam koalisi dominan.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah Prinsip Umum tentang Humas yang ideal dan unggul dalam sebuah organisasi yang efektif. Tertera dalam buku karangan James E.Grunig, *Excellent Public Relations and Effective Organizations*.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan menggunakan teknik studi kasus. Pengumpulan data dengan melakukan wawancara mendalam kepada pimpinan Komunikasi Korporat dan Sekertaris Perusahaan secara struktural di PT.PLN (Persero) Kantor Pusat. Data hasil wawancara dianalisis secara deskriptif melalui kata – kata dari hasil pengamatan.

Berdasarkan hasil penelitian, Komunikasi Korporat PT. PLN (Persero) Kantor Pusat secara fungsional dipandang sudah baik oleh pimpinan tetapi dalam koalisi dominan belum sesuai apabila dilihat dari Prinsip Umum James E.Grunig. Harapan yang dikemukakan agar Komunikasi Korporat berdiri sendiri pada level *top management* dan dilibatkan dalam koalisi dominan.