

**Cyber Public Relations PT. PLN (Persero) Unit Induk Wilayah  
Nusa Tenggara Timur  
(Studi Kasus Pemanfaatan Akun Facebook PLN  
Wilayah Nusa Tenggara Timur)**

**Honorata Wowo<sup>1</sup>, Lukas Lebi Daga<sup>2</sup>, Veki Edizon Tuhana<sup>3</sup>**  
<sup>1,2,3</sup> Program Studi Ilmu Komunikasi, FISIP, Universitas Nusa Cendana

**ABSTRAK**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pemanfaatan facebook sebagai media *cyber public relations* pada akaun facebook PLN Wilayah Nusa Tenggara Timur, mendeskripsikan motif dalam menggunakan akun facebook PLN Wilayah Nusa Tenggara Timur sebagai media *cyber public relations*. Penelitian ini menggunakan pendekatan studi kasus dengan metode penelitian kualitatif. Sedangkan teori yang digunakan penulis adalah teori Konstruksi Sosial Teknologi yang dikembangkan oleh Trevor Pinch dan Wiebe E. Bijker. Teknik pengumpulan data Wawancara Mendalam, Observasi dan Dokumentasi. Informan dalam penelitian berjumlah lima (5) orang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa PT. PLN (Persero) Unit Induk Wilayah Nusa Tenggara Timur mengaplikasikan keterbukaan informasi publik dengan memanfaatkan sarana cyber salah satunya yaitu Facebook sebagai penghubung jalannya komunikasi dua arah antara PT. PLN (Persero) Unit Induk Wilayah Nusa Tenggara Timur dengan masyarakat. Motif atau alasan yang mendasari pemanfaatan facebook PLN Wilayah Nusa Tenggara Timur adalah untuk kepraktisan dalam penyebaran informasi guna tersampainya kesamaan makna dan citra positif PT. PLN (Persero) kepada masyarakat di era modernisasi saat ini, menjangkau kaum milenial dan membagikan berbagai kegiatan PT. PLN (Persero) Unit Induk Wilayah Nusa Tenggara Timur kepada masyarakat.

**Kata Kunci:** *Cyber Public Relations*; PT. PLN (Persero); Facebook; Keterbukaan Informasi

***Cyber Public Relations of PT. PLN (Persero) East Nusa Tenggara Region  
Main Unit  
(Case Study of Utilization of PLN Facebook Account  
in East Nusa Tenggara Region)***

**ABSTRACT**

*The purpose of this study is to determine the utilization of Facebook as a cyber public relations media on the Facebook account of PLN East Nusa Tenggara Region, describe the motives in using the Facebook account of PLN East Nusa Tenggara Region as a cyber public relations media. This research uses a case study approach with qualitative research methods. While the theory used by the author is the theory of Social Construction of Technology developed by Trevor Pinch and Wiebe E. Bijker. Data collection techniques In-depth Interviews, Observation and Documentation. Informants in the study amounted to five (5) people. The results showed that PT PLN (Persero) East Nusa Tenggara Regional Parent Unit applies public information disclosure by utilizing cyber facilities, one of which is Facebook as a link for two-way communication between PT PLN (Persero) East Nusa Tenggara Regional Parent Unit and the community. The motive or reason underlying the use of Facebook PLN East Nusa Tenggara Region is for practicality in the dissemination of information in order to convey the same meaning and positive image of PT PLN (Persero) to the public in the current era of modernization, reaching millennials and sharing various information to the public.*

**Keywords:** *Cyber Public Relations*; PT PLN (Persero); Facebook; Information Disclosure

## PENDAHULUAN

Seiring berkembangnya teknologi, terutama dalam dunia *cyber* membuat kemajuan yang begitu pesat dalam rana telekomunikasi yang membuka peluang baru dalam kehidupan masyarakat modern. Kehadiran *cyber public relations* tidak terlepas dengan adanya internet sebagai penghubung didalamnya yang mempunyai peran yang sangat penting dalam kehidupan masyarakat modern. Hal ini disebabkan dengan adanya sebagian masyarakat tertentu, yang menjadikan internet tidak hanya sebagai gaya hidup (*lifestyle*) saja, namun lebih dari sekedar itu, internet telah menjadi kebutuhan utama yang harus terpenuhi seperti kebutuhan pokok lainnya. Hal ini terjadi tentunya memiliki sebab. Dari sisi keberadaan internetnya sendiri yang menawarkan berbagai kemudahan, efisiensi dan efektivitas dalam menggunakannya yang relatif cepat, murah, memiliki jangkauan yang menyeluruh, mempersingkat waktu dan jarak. *Cyber public relations* adalah kegiatan kehumasan yang dilakukan di dunia internet (Onggo, 2004).

Saat ini pemanfaatan media konvensional yang dimanfaatkan praktisi PR dalam menyampaikan dan menyebarkan informasi telah beralih dengan memanfaatkan internet dengan

penggunaan berbagai media sosial. Nasrullah dalam bukunya Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan Siosioteknologi mengklasifikasikan media sosial dalam enam kategori yakni; Media jejaring sosial (*Social Networking*), Jurnal Online (blog), Jurnal Online sederhana atau mikroblog, media berbagi (*media sharing*), Penanda Sosial (*Social Bookmarking*) dan Media konten bersama atau wiki. Pada Januari 2021, pertumbuhan internet di Indonesia telah mencapai 170 juta pengguna aktif atau sekitar 61,8% dari total penduduk Indonesia. Saat ini penduduk Indonesia berjumlah 274,9 juta jiwa, 73,7% dari penduduk adalah pengguna sosial media. Dari pengguna internet tersebut setidaknya 345,3 juta pengguna telah menggunakan akses internet perangkat seluler dengan berbagai kegiatan seperti kegiatan pemerintahan dan bisnis (Datareportal, 2021).

*Cyber public relations* dapat diartikan sebagai aktivitas public relations yang menggunakan media internet sebagai sarana publisitasnya. Internet merupakan sebutan untuk sekumpulan jaringan komputer yang menghubungkan situs akademik, pemerintah, komersial, organisasi, instansi atau perusahaan maupun perorangan. Internet menyediakan akses untuk layanan telekomunikasi dan

sumber daya informasi untuk jutaan pemakainya yang tersebar di seluruh dunia. Alasan praktisi PR memanfaatkan internet tentu didasarkan berbagai faktor, seperti popularitas, dan multifungsi media internet, hal inilah yang menjadi kekuatan dalam membangun merek (*brand*) dan memelihara kepercayaan (*trust*). Menariknya melalui media internet hubungan yang sifatnya *one to one* dapat dibangun dalam waktu yang cepat karena sifat internet *one to many*. Itulah sebabnya internet merupakan media pembangun hubungan yang paling ampuh dan cepat serta luas hingga saat ini. Peranan *cyber public relations* disini erat hubungannya dengan media online dan media cetak yang sangat penting kaitannya dengan strategi pemasaran di suatu perusahaan. Hasil yang terbaik adalah kombinasi antara publikasi online dan offline (Hidayat, 2014).

Salah satu perusahaan di Indonesia yang menggunakan *cyber public relations* dalam aktivitas kehumasannya sebagai sumber informasi kepada masyarakat adalah PT. Perusahaan Listrik Negara (Persero). PT. PLN (Persero) merupakan perusahaan penyedia jasa kelistrikan terbesar di Indonesia perusahaan ini banyak tersebar di setiap daerah di Indonesia. Salah satunya PT. PLN (Persero) Unit Wilayah Nusa Tenggara

Timur yang bertanggung jawab untuk Wilayah Nusa Tenggara Timur.

Media sosial yang digunakan oleh PT. PLN (Persero) Unit Wilayah Nusa Tenggara Timur yang dapat diakses oleh masyarakat yaitu adalah insatgram, twitter, facebook dan youtube. Pada sosial media instagram PLN Wilayah Nusa Tenggara Timur menggunakan username @pln\_ntt dengan jumlah pengikut sebanyak 16,3rb dengan jumlah postingan 6K dan 56 mengikuti. Pada twitter PLN Unit Wilayah Nusa Tenggara Timur dengan username yang sama yakni @pln\_ntt yang bergabung pada Februari 2020, dengan 285 pengikut dan 16 mengikuti. Pada sosial media facebook PT. PLN (Persero) Unit Wilayah Nusa Tenggara Timur menggunakan *username* PLN Wilayah Nusa Tenggara Timur. Pada facebook memiliki sebanyak 32.311 pengikut dengan 29.741 jumlah suka. Akun facebook ini dibuat pada 17 Desember 2015. Pengikut dan postingan pada sosial media resmi PT. PLN (Persero) Unit Wilayah Nusa Tenggara Timur dapat bertambah dan berkurang setiap waktu.

Dengan memanfaatkan situs dalam internet sebagai media publikasi informasi dapat memudahkan publik dan awak media (*pers*) dalam mengakses informasi dengan menyediakan *online resource*, yang

memungkinkan keterbukaan informasi bagi publik organisasi dalam mendapatkan informasi yang akurat, aktual dan informasi khusus yang tidak ditemukan pada sumber lain.. Adanya keterbukaan informasi yang diberikan organisasi pemerintah melalui media sosial membuktikan komitmen pemerintah dalam melindungi dan menjamin hak-hak publik, atas berbagai informasi publik. Secara umum informasi publik adalah informasi yang berhubungan dengan kepentingan publik, berkaitan dengan pertanggung jawaban pengelola dana yang bersumber dari publik, serta berkaitan dengan penyelenggaraan negara.

Meskipun humas PT. PLN (Persero) Unit Wilayah Nusa Tenggara Timur sudah memanfaatkan *cyber public relations* dengan kepemilikan sosial media facebook menjadi salah satu media yang memiliki banyak pengikut, terlihat dari tanggapan pengikut tidak sebanyak dengan jumlah pengikut, terbukti dengan jumlah *like*, komentar, dan bagikan yang berkisar 50-70an tanggapan.

Penelitian ini dibuat karena peneliti tertarik untuk melihat dan mendalami bagaimana *cyber public relations* dalam PT. PLN (Persero) Unit Wilayah Nusa Tenggara Timur melalui studi kasus penggunaan facebook PT. PLN (Persero)

Unit Wilayah Nusa Tenggara Timur. Penulis menggunakan teori Konstruksi Sosial Teknologi, dimana asumsi teori ini konstruksi sosial teknologi merupakan kondisi dimana masyarakat membutuhkan dan membuat teknologi karena didasari oleh kebutuhan sosialnya, manusia akan terus membutuhkan teknologi dan berinovasi menciptakan teknologi baru untuk memudahkan segala aktivitas kehidupan manusia.

### **METODE PENELITIAN**

Pada penelitian ini, penulis menggunakan paradigma sebagai landasan atau acuan dasar terhadap teori dan penelitian. Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme (Moleong, 2007). Paradigma ini juga menganggap konstruksi kebenaran akan suatu realitas sosial bersifat relatif, dimana dalam pengamatan nanti seorang peneliti tidak dapat mengeneralisasikan temuan yang didapati (Creswell, 2015) . Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah dirumuskan peneliti dengan topik “Cyber Public Relations PT. PLN (Persero) Unit Induk Wilayah Nusa Tenggara Timur” ini menggunakan metode studi kasus dengan pendekatan kualitatif.

Penelitian kualitatif bertujuan mengembangkan konsep pada masalah yang berkaitan dengan penelusuran teori

dan mengembangkan pemahaman akan satu atau lebih dari fenomena yang dihadapi

Adapun subjek penelitian atau responden meruopakan orang yang diminta untuk memberikan keterangan suatu fakta atau pendapat. Sebagaimana dijelaskan oleh Arikunto (dalam Anwika, 2013), subjek penelitian adalah subjek yang dituju untuk diteliti oleh peneliti. Jadi, subjek penelitian merupakan sumber informasi yang digali untuk mengungkap fakta-fakta di lapangan. Subjek pada penelitian ini adalah Sub Bidang Komunikasi PT. PLN (Persero) Unit Induk Wilayah Nusa Tenggara Timur, Admin facebook PLN Wilayah Nusa Tenggara Timur dan Masyarakat yang mengikuti atau mengakses facebook PLN Wilayah Nusa Tenggara Timur.

Objek dari penelitian ini adalah Facebook PLN Wilayah Nusa Tenggara Timur. Sumber data yang digunakan penulis adalah sumber data primer atau sumber yang diperoleh secara langsung dari lapangan. Dalam pengumpulan data, peneliti melakukan observasi virtual pada akun facebook PLN Wilayah Nusa Tenggara Timur dan melakukan wawancara mendalam yang dilakukan secara terbuka, bebas, berstruktur, dengan pedoman pada daftar pertanyaan yang

telah disediakan. Waktu penelitian dilakukan pada bulan Juni hingga bulan Juli 2023 dan lokasinya di PT. PLN (Persero) Unit Induk Wilayah Nusa Tenggara Timur.

Untuk melakukan analisis, sebagaimana dianjurkan oleh Miles Huberman (Sugiyono, 2015) penulis mengikuti tiga alur kegiatan yang terjadi bersamaan antara lain: 1) *Data Reduction* (reduksi data), diartikan sebagai proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan, dan transformasi data yang muncul dari catatan-catatan yang tertulis dilapangan. 2) *Data Display* (penyajian data) yaitu sekumpulan informasi yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. 3) Verifikasi data yaitu data yang diperolehnya sejak semula berupaya mengambil kesimpulan.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **HASIL PENELITIAN**

Pada penelitian ini mencapai tujuan penelitian yaitu untuk mengetahui pemanfaatan facebook PLN Wilayah Nusa Tenggara Timur dan motif PLN Unit Induk Wilayah Nusa Tenggara Timur memanfaatkan facebook sebagai media

cyber public relations. Maka penulis melakukan teknik pengumpulan data melalui wawancara yang dilakukan secara mendalam dan observasi virtual terhadap akun facebook @PLN Wilayah Nusa Tenggara Timur. Adapun hasil dari wawancara mendalam yang dipaparkan dalam bentuk data-data sebagai berikut:

Berdasarkan hasil wawancara secara mendalam dan dari observasi virtual penulis menemukan bahwa PT. PLN (Persero) Unit Induk Wilayah Nusa Tenggara Timur mengelola facebook PLN Wilayah Nusa Tenggara Timur untuk menyampaikan informasi, memeberikan edukasi yang menjadi kebutuhan publik. Hal ini sebagaimana disampaikan oleh Assisten Manager Komunikasi dan Manajemen Stakeholder (Lidya Natalya):

*“Jadi kita itu ngadain kegiatan back online, waktu itu beberapa kali yah, Ah pertama rekrutmen, nah waktu pas ada rekrutmen itu tanya jawab seputar gimana sih biar bisa lulus rekrutmen PLN ? Pasti itu orang tertarik. Iya dong. Jadi saya sebagai MC nya moderator yang nanya terus saya menggaet seorang psikologinya PLN, bisa dari eksternal maupun internal, terus sama manager SDM nya akan lebih ampuh. Apa sih yang perlu yang perlu diiniin. Biasanya wawancara PLN terdiri dari apa aja? Terus habis itu tips and triknya biar bisa lolos. Kita nggak kasih jawaban yang gimana tapi secara nggak langsung kita kasih kemudahan ibaratnya lebih siap kayak gitu, nah itu yang kami adakan kegiatan kalau itu secara online.*

*Kalau secara offline yah talkshow, sosialisasi yah kita publishin Secara nggak langsung itu kita ngejalin relasi sama khalyak iya, sama media ia, baik secara tradisional maupun digital. Kenapa? Karena wartawan sekarang nyari berita lewat mana coi? Lewat medsos pengen tahu segala macam cukup lihat facebook atau medsos lainnya udah bisa jadi berita. Wah ternyata PLN ada melakukan komisioning listrik desa nih yang nyalaim disana. Jadi mereka tinggal hubungi aja bupati atau misalnya warga disana, benar nggak disana listrik nyala? Gimana senang nggak dapat gini-gini. Nah itu Udah jadi konten, udah jadi berita. Nah ini juga merupakan sikap transparansi keterbukaan informasi yang kami terapkan sesuai dengan UU yang berlaku (Kutipan wawancara, 26 Juni 2023).”*

Jawaban informan diatas juga serupa dengan jawaban dari informan masyarakat Oris Kabe yang berkaitan dengan pemanfaatan facebook PLN Wilayah Nusa Tenggara Timur, berikut kutipan wawancaranya :

*“Jenis informasi yang saya butuhkan seperti informasi jadwal pemadaman listrik, terus informasi mengenai promo-promo kelistrikan, adanya konten-konten yang memberikan wawasan mengenai kelistrikan kepada masyarakat, informasi mengenai rekrutmen PLN. Seperti kejadian seroja pada tahun 2021 kemarin yang mengakibatkan gangguan listrik akibat tumbangnya pohon, tiang listrik ambruk, nah biar tidak ketinggalan informasi jadi saya mengakses salah satu media sosial PLN yaitu facebook untuk mengetahui informasi lebih lanjut. (Kutipan wawancara, 29 Juni 2023)”*

### **Gambar 1. Kegiatan Sosialisasi Pasang Baru dan Bahaya Listrik**





(Sumber : Facebook PLN Wilayah Nusa Tenggara Timur)

### **Gambar 1. Kegiatan Sosialisasi Pasang Baru dan Bahaya Listrik**

Terkait dengan keterbukaan informasi, penulis melakukan wawancara lebih lanjut dengan masyarakat wilayah Kota Kupang yang mengakses atau mengikuti akun facebook PLN Wilayah Nusa Tenggara Timur sebagai berikut:

*“Saya mengetahui ternyata PLN NTT memanfaatkan media sosial sebagai media penyampaian informasi kepada kami masyarakat itu sekitar beberapa tahun yang lalu, dan saya juga sudah mengakses salah satu media sosial yang digunakan oleh PLN NTT yaitu facebook yah. Dan saya selalu mengakses dan membaca informasi-informasi yang diposting. Dari setiap postingan yang saya lihat dan say abaca juga saya dapat mengambil kesimpulan bahwa PLN NTT ini selalu terbuka dalam menyampaikan informasi kepada kami masyarakat tanpa ada yang ditutup tutupi, karena setiap kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh PLN selalu mereka posting dalam media sosial itu. (Kutipan wawancara,Sani Uga, 1 Juli 2023).”*

Dalam penelitian ini juga pembuatan konten kreaatif dianalisis apakah sudah diterima masyarakat atau belum, adanya juga evaluasi harian setiap

postingan dengan melihat *feedback* dari masyarakat selaku pengikut.

Berdasarkan temuan dilapangan setidaknya terdapat tiga motif atau alasan PLN Nusa Tenggara Timur memanfaatkan facebook sebagai media *cyber public relations* antara lain (1) Kepraktisan penyebaran informasi (2) menjangkau kaum milenial (3) memberikan informasi kepada masyarakat.

Untuk menjawab tujuan kedua yakni motif atau alasan dasar PLN Unit Induk Wilayah Nusa Tenggara Timur memanfaatkan facebook sebagai media cyber public relations. Berdasarkan hasilxwawancara yang penulis dapatkan dari secara mendalam serta observasi virtual dari Margareth Yupukoni Selaku Manager Sub Bidang Komunikasi dan TJSL menyatakan:

*“Memanfaatkan facebook sebagai media informasi publik dapat memudahkan publik dan awak media (pers) dalam mengakses informasi dengan menyediakan online resource yang memungkinkan keterbukaan informasi bagi publik dalam mendapatkan informasi yang akurat. Karena untuk saat ini media itu yang bisa dijangkau oleh seluruh khalayak efektif dalam penyampaian informasi tentang program perusahaan. (Kutipan wawancara, 19 Juni 2023).”*

Dalam penelitian ini juga penulis menemukan hal yang mendasari dari motif ini bermacam-macam seperti keinginan untuk membagikan informasi yang sama dengan narasumber. Salah satu narasumber

mengatakan bahwa motifnya dalam mengakses atau mengikuti akun facebook PLN Wilayah Nusa Tenggara Timur adalah untuk menyebarkan informasi seperti kutipan wawancara berikut ini :

*“Kalau ada informasi menarik yang diposting pada akun facebook PLN NTT saya juga akan kasitau ke teman-teman yang mungkin belum sempat mengakses postingan akun facebook yang terbaru dan menarik. Seperti pemberitaan apa begitu saya membaca atau menyimak dulu informasi tersebut dan disebar ke teman-teman atau orang terdekat saya biar mereka tidak ketinggalan informasi terbaru. (Kutipan wawancara, Sani Uga, 1 Juli 2023).”*

Alasan kedua yang mendasari pemanfaatan facebook sebagai media cyber public relations seperti yang diungkapkan oleh Asisten Manager Komunikasi dan Manajemen Stakeholder PLN Nusa Tenggara Timur Lidya Natalya.:

*“Masyarakat kita saat ini merupakan masyarakat aktif yang tidak lagi pasif, media sosial seolah sudah menjadi kecanduan, tiada satu hari pun tanpa menyalakan media sosial, bahkan hampir 24 jam tanpa smartphone. Masyarakat dapat menuangkan berbagai tanggapan akan informasi hal ini merupakan perkembangan dari revolusi masyarakat modern atau yang kita biasa sebut dengan kaum milenial, yang dimana pergeseran berperilaku turut berubah dengan perkembangan teknologi. Nah dimana dalam memproduksi konten tim sub bidang komunikasi mengumpulkan informasi atau berita-berita yang hangat dibicarakan dikalangan warganet mencari tahu apa yang disukai dan diminati untuk nantinya digunakan sebagai pertimbangan pembuatan konten-konten kreatif selanjutnya. (Kutipan wawancara, 26 Juni 2023).”*

Hal ini selaras dengan informasi yang disampaikan oleh salah satu

masyarakat di Kota Kupang yang mengikuti atau mengakses akun facebook PLN Wilayah Nusa Tenggara Timur (Sani Uga).

*“Pemanfaatan media facebook ini tentu memudahkan bagi kami para pengguna untuk mengetahui informasi atau layanan apa saja yang tersedia di facebook PLN Wilayah Nusa Tenggara Timur. Semua masyarakat umum yang ingin mengetahui informasi mengenai PLN Wilayah Nusa Tenggara Timur dapat bergabung dalam facebook PLN Wilayah Nusa Tenggara Timur (Kutipan Wawancara, 1 Juli 2023).”*

Pemanfaatan facebook PLN Wilayah Nusa Tenggara Timur merupakan bagian adaptasi humas modern dalam kemajuan teknologi agar tujuan perusahaan untuk menyebarluaskan informasi kepada masyarakat Nusa Tenggara Timur dapat tercapai. Hal ini sebagaimana diungkapkan oleh Manager Komunikasi dan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (Margaretha Yupukoni).

*“Facebook ini dibuat dengan tujuan untuk menyebarluaskan informasi kepada masyarakat mengenai kelistrikan dan ada juga informasi-informasi mengenai kegiatan yang diadakan oleh PLN Wilayah Nusa Tenggara Timur. Dan dapat diketahui masyarakat atau pelanggan secara umum untuk program layanan yang diberikan oleh pihak PLN Nusa Tenggara Timur. (Kutipan wawancara, 19 Juni 2023).”*

Dalam penelitian ini Facebook PLN Wilayah Nusa Tenggara Timur bersifat terbuka dan umum di mana siapa saja bisa menjadi pengikut atau *followers* dan bisa aktif berkomentar disetiap postingan atau mengirim pesan kepada admin pengelola



facebook.

## PEMBAHASAN

Pada bagian ini, akan menganalisis hasil penelitian yang diperoleh dari informan melalui wawancara dengan menggunakan teori dan konsep-konsep yang terkait dengan penelitian ini. Internet menjadi salah satu kebutuhan primer dari setiap orang, hal itu dikarenakan adanya kebutuhan akan informasi, hiburan, pendidikan, dan akses pengetahuan. Kemajuan teknologi dan informasi serta semakin canggihnya perangkat-perangkat yang diproduksi oleh industri yang telah menghadirkan dunia dalam genggaman. Kehadiran media baru menjadikan informasi sesuatu yang mudah dicari dan terbuka. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang pesat menghadirkan inovasi-inovasi terbaru yang mempermudah manusia dalam berkomunikasi dan menerima informasi. Kemajuan teknologi ini yang kemudian membawa manusia menuju era baru yakni era digital (Mboeik et al., 2020).

Dalam penelitian ini peneliti menemukan bagaimana humas PT. PLN (Persero) Unit Wilayah Nusa Tenggara Timur melalui media siber yang biasa dikenal dengan *Cyber Public Relations* dalam memanfaatkan berbagai situs jejaring sosial (*Social Networking Sites*)

seperti facebook @PLN Unit Wilayah Nusa Tenggara Timur yang merupakan media yang digunakan untuk mempublikasikan konten, yang terkait akan informasi himbauan maupun kebijakan-kebijakan yang dilakukan nantinya sesuai dengan Nusa Tenggara Timur yang merupakan media yang digunakan untuk mempublikasikan konten, yang terkait akan informasi himbauan maupun kebijakan-kebijakan yang dilakukan nantinya sesuai dengan dengan peraturan UU No 14 Tahun 2008 mengenai keterbukaan informasi. Pada pemilihan sosial media yang digunakan didasari pada minat masyarakat yang telah dilakukan *survey* sebelumnya oleh instansi dimana kemunculan teknologi tidak terlepas dari konstruksi sosial manusia yang menciptakannya, kegunaan teknologi terhadap penggunaannya dipengaruhi oleh seberapa besar an sejauh mana kehadiran teknologi itu dirasakan, (Idda, 1999).

Berikut ini peneliti akan merincikan pembahasan berdasarkan tujuan penelitian:

Fungsi *Cyber Public Relations* yaitu memberikan informasi secepat dan seluas mungkin kepada publik. Informasi ini terkait dengan, perkembangan organisasi, dalam menjalankan tugas dan tanggung jawab bahkan kebijakan yang

merupakan informasi yang penting untuk diketahui publik (Hidayat, 2014). *Cyber public relations* di industri teknologi sekarang mengambil peran yang sangat penting, sebagai bentuk pemanfaatan new media dan membuat sebuah perusahaan memiliki media mereka sendiri atau dikenal dengan istilah *their on media*, hal ini memperlancar proses komunikasi sesuai dengan kebutuhan dan tujuan masing-masing, hal ini sejalan dengan bagaimana PT. PLN (Persero) Unit Induk Wilayah Nusa Tenggara Timur menggunakan platform facebook untuk menunjang tugas dan tanggungjawab mereka terhadap masyarakat.

PT. PLN (Persero) Unit Induk Wilayah Nusa Tenggara Timur menerapkan *cyber public relations* sebagai upaya mempraktikkan edukasi dan sosialisasi kepada masyarakat. Namun disisi lain ada realita yang bertolak belakang dengan asumsi dari teori konstruksi sosial teknologi ini, seiring dengan perkembangan zaman dan kondisi masyarakat yang menjadikan teknologi namun teknologi yang menentukan manusia, teknologi dapat menciptakan perilaku adiktif untuk mengonsumsi informasi ataupun upaya pemenuhan kebutuhan lainnya secara daring yang dapat berdampak pada kebiasaan hingga

kebudayaan masyarakat, ini juga mempengaruhi konstruksi masyarakat.

Digital Public Relations atau e-PR atau biasa disebut juga sebagai *Cyber Public Relations* merupakan konsep baru yang digunakan dalam manajemen reputasi perusahaan. Praktek Digital Public Relations (PR), E-PR, *Cyber PR* atau *PR On The Net* adalah kegiatan PR yang menggunakan internet sebagai media komunikasi. Media internet dimanfaatkan oleh Public Relations untuk membangun merek atau brand dan memelihara kepercayaan publik (Mboeik et al., 2020). Digital public relations merupakan era dimana pengguna internet sudah semakin banyak, sehingga agar tidak tertinggal dengan perkembangan zaman yang ada kini praktisi public relations dituntut untuk dapat memanfaatkan internet guna mendukung dan memaksimalkan kinerjanya. Jika digital public relations merupakan kegiatan public relations yang memanfaatkan media internet guna memaksimalkan kinerja para praktisi Public Relation (Arini & Rossa, 2021).

Facebook PT. PLN (Persero) Unit Wilayah Nusa Tenggara Timur memuat berbagai informasi umumnya berkaitan dengan kegiatan sosialisasi kelistrikan yang berjalan di setiap wilayah Nusa Tenggara Timur. Sejak memanfaatkan media sosial

facebook sebagai media informasi publik banyak mengalami perubahan salah satunya yaitu adanya layanan PLN yang memudahkan pelanggan atau masyarakat. Penyediaan informasi di akun facebook PLN Wilayah Nusa Tenggara Timur sejauh ini sudah cukup membantu masyarakat dari berbagai kalangan yang mencari informasi sesuai kebutuhan kalangan masyarakat. Pemanfaatan facebook tidak hanya berfungsi sebagai sumber informasi yang bersifat pasif, namun harus juga bersifat dinamis, sehingga peran dan fungsi facebook menjadi dua arah dan efek timbal balik, hal ini menjadi pemikiran tentang pertimbangan pemanfaatan teknologi informasi dalam proses organisasi perusahaan yang akan diyakini akan meningkatkan efisiensi, efektifitas, transparansi serta akuntabilitas organisasi atau perusahaan.

Terkait akan infrastruktur jaringan yang dimiliki oleh PT. PLN (Persero) Unit Induk Wilayah Nusa Tenggara Timur dalam menjalankan aktivitas cyber public relations sejauh ini sudah cukup mendukung dan sangat membantu PT. PLN (Persero) Unit Induk Wilayah Nusa Tenggara Timur dalam menjalankan aktivitasnya.

Pada postingan facebook PLN

Wilayah Nusa Tenggara Timur berisikan informasi, kegiatan-kegiatan himbauan-himbaun yang dilakukan oleh PT. PLN (Persero) Unit Induk Wilayah Nusa Tenggara Timur yang sedang berkembang di masyarakat dengan gaya bahasa PT. PLN (Persero) yang disesuaikan beberapa postingan yang menampilkan foto, video dan terkadang disisipi caption dan tagar khusus pada setiap postingan. Interaksi virtual ini dapat membentuk komunikasi dua arah diantara perusahaan PT. PLN (Persero) Unit Induk Wilayah Nusa Tenggara Timur dalam hal ini pemanfaatan media social oleh humas PT. PLN (Persero) UIW NTT dengan warganet yang merupakan pengikut atau followers akun facebook PLN Wilayah Nusa Tenggara Timur. Sebagai pemilik akun facebook, humas PT. PLN (Persero) UIW NTT menjadi komunikator yang membagikan informasi kepada masyarakat mengenai pekerjaan ataupun keberhasilan PT. PLN (Persero) UIW NTT kepada pengikut-pengikutnya, postingan tersebut kemudian dapat ditanggapi langsung oleh followers dengan memanfaatkan fitur komentar, sukai, maupun bagikan yang ada pada akun facebook tersebut. Komentar-komentar yang diberikan followers sebagai umpan balik dari postingan yang diunggah humas PT. PLN

(Persero) UIW NTT tidak langsung dibalas tanggapan oleh admin pengelolah facebook PLN Wilayah Nusa Tenggara Timur, hal ini terkonfirmasi melalui wawancara dengan adminnya Arif Rahman Hakim menjelaskan bahwa tanggapan yang biasa dilakukan PLN Wilayah Nusa Tenggara Timur adalah melalui pengiriman pesan oleh *followers* kemudian dibalas oleh admin agar keluhan dari *followers* yang diperhitungkan sebagai masyarakat dalam daerah NTT dapat dengan mudah di filter kemudian di tindak lanjuti serta dijaga rahasia identitas si pengirim.

Motif merujuk pada alasan seseorang atau organisasi melakukan dan melaksanakan sesuatu. Alfred Schutz membedakan tipe motif yakni in order to “dalam kerangka untuk” motif ini berkaitan dengan alasan yang melandasi seseorang atau organisasi melakukan sesuatu tindakan untuk menciptakan situasi dan kondisi yang diharapkan berlangsung (Haryanto, 2012).

PT. PLN (Persero) Unit Wilayah NTT diterangkan bahwa ada tiga alasan atau motif humas PLN Wilayah NTT memanfaatkan facebook dalam melaksanakan *cyber public relations* atau kerja kehumasan berbasis media siber yakni (1) Kepraktisan dalam penyebaran

informasi, (2) Menjangkau kaum milenial, (3) dan memberikan informasi kepada masyarakat. Kepraktisan pemanfaatan facebook dalam penyebaran informasi publik sebagai pemenuhan informasi publik kepada masyarakat guna mencapai kesamaan makna dan terbentuknya citra positif PT. PLN (Persero) di masyarakat. Era industri 4.0 saat ini merupakan era dimana tren otomatisasi pekerjaan dan pertukaran data dapat berlangsung dengan *on-time* melalui jaringan internet.

Motif kedua berkaitan dengan kaum milenial. Kaum milenials adalah generasi yang lahir antara tahun 1981 – 2000 (saat ini berusia 20 hingga 39). Generasi Milenial (Generasi Y) adalah kelompok demografis setelah Generasi X, generasi ini banyak dipengaruhi oleh munculnya *smartphone*, meluasnya internet dan munculnya jejaring sosial media. Generasi Milenial adalah generasi yang “melek teknologi”. Hasil riset yang dirilis Pew Research Center menjelas keunikan generasi sebelumnya yaitu kehidupan mereka tidak bisa dilepaskan dari teknologi terutama internet, dan *entertainment* atau hiburan sudah menjadi kebutuhan pokok. Sebagai generasi yang aktif menggunakan sosial media kaum milenials menjadi alasan dari PT. PLN (Persero) Unit Wilayah NTT untuk bisa

menjangkau kaum milenial sebagai elemen pendukung dari ekistensi facebook @PLN Wilayah Nusa Tenggara Timur. Sasaran dari pembuatan facebook @PLN Wilayah Nusa Tenggara Timur adalah kaum milenial.

Motif ketiga berkaitan dengan memberikan informasi kepada masyarakat. Pemenuhan informasi kepada masyarakat merupakan bagian dari tuntutan masyarakat dalam arus keterbukaan informasi publik yang diundangkan pada undang-undang Nomor 14 Tahun 2008. Perkembangan dunia saat ini memasuki pada abad informasi. Keberagaman informasi di internet menjadi sumber daya informasi baru yang menarik khalayak media massa untuk berpindah dari media lama (*old media*) menuju media baru (*new media*). Kemunculan internet menawarkan keberagaman dan kebebasan akses. Informasi bagi para pengguna penyimpanan data atau informasi berupa media cetak (koran, majalah, tabloid) dan media elektronik (radio, televisi). Sementara media baru merupakan teknologi komunikasi digital yang terhubung dengan jaringan internet, dan penyampaiannya didistribusikan melalui online atau internet, seperti: portal online, televisi online, radio streaming, juga termasuk media sosial.

Bidang humas PT. PLN (Persero) Unit Wiayah NTT menggunakan facebook untuk dapat membagikan himbauan maupun kegiatan berkaitan dengan kerja PT. PLN (Persero) daerah NTT dengan harapan masyarakat yang merupakan followers dapat mengetahui kegiatan maupun himbauan yang diberitahukan PT. PLN (Persero) Unit Wilayah NTT melalui facebook @PLN Wilayah Nusa Tenggara Timur.

## **SIMPULAN**

Berdasarkan pemaparan hasil penelitian dan pembahasan pada bab sebelumnya mengenai Cyber Public Relations PT. PLN Unit Wilayah Nusa Tenggara Timur (Studi Kasus Pemanfaatan Pada Akun Facebook PT. PLN (Persero) Wilayah Nusa Tenggara Timur) dapat ditarik kesimpulan:

Pertama, PT. PLN (Persero) Unit Wilayah Nusa Tenggara Timur melakukan analisis pemanfaatan facebook sebagai media informasi publik. Facebook menjadi sarana komunikasi yang efektif kepada masyarakat. PT. PLN (Persero) Unit Wilayah Nusa Tenggara Timur mengaplikasikan keterbukaan informasi publik dengan memanfaatkan sarana cyber salah satunya yaitu facebook sebagai penghubung jalannya komunikasi dua arah antara PT. PLN (Persero) dengan



masyarakat. Kehadiran facebook sangat membantu masyarakat dalam memperoleh informasi yang dibutuhkan masyarakat.

Kedua, motif atau alasan yang mendasari pemanfaatan facebook PLN Wilayah Nusa Tenggara Timur ialah kepraktisan dalam penyebaran informasi sebagai bagian dari tuntutan informasi publik kepada masyarakat guna mencapai kesamaan makna dan citra positif PT. PLN (Persero) di mata masyarakat, menjangkau kaum milenial dan humas PT. PLN (Persero) Unit Wilayah NTT ingin membagikan berbagai kegiatan yang berkaitan dengan PT. PLN (Persero) di daerah NTT.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arini, S. U., & Rossa, H. (2021). Peran Penting Public Relations Di Era Digital. *International Journal*, 1(1), 194. <https://doi.org/10.35706/jpi.v5i2.4207>
- Creswell, J. W. (2015). *Penelitian Kualitatif Dan Desain Riset: Memilih Di Antara Lima Pendekatan*. In Pustaka Pelajar.
- Datareportal. (2021). *Digital In Indonesia: All The Statistics You Need In 2021 - Datareportal - Global Digital Insights*. <https://www.bing.com/ck/a?!&&P=C4459ec6371da09fjmltdhm9mtcwmtgymdgwmczpz3vpzd0wzdaxyzzhzc02m2m5ltyzmtetmzvkyi1kn2e1njhyzyyitimaw5zawq9nte5oq&Ptn=3&Ver=2&Hsh=3&Fclid=0d01c6ad-63c9-6311-35db-D7a562ac62a2&Psq=Digital+In+Indonesia%3A+All+The+Statistics+You+N>
- Haryanto. (2012). *Spektrum Teori Sosia : Dari Klasik Hingga Posmodern*. Ar-Ruzz Media.
- Hidayat, D. (2014). *Media Public Relations : Pendekatan Studi Kasus Cyber Public Relations Sebagai Metode Kerja PR Digital*. Graha Ilmu.
- Mboeik, C., Ana Andung, P., & Mandaru, S. S. E. (2020). Praktik Digital Public Relations Dalam Upaya Meningkatkan Citra Positif Perusahaan PT. PLN (Persero) UIW NTT. *Jurnal Politikom Indonesiana*, 5(2), 40–54. <https://doi.org/10.35706/jpi.v5i2.4207>
- Moleong, L. (2007). *Metode Penelitian Kualitatif*. Remaja Rosadakra.
- Onggo, J. B. (2004). *Cyber Public Relations*. Elex Media Komputindo.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Dan R&D*. Alfabeta.