

PERAN HUMAS PT. BERKAT USAHA JAYA DALAM MENINGKATKAN
MINAT DISTRIBUSI LISTRIK DI DESA PONDOK WALUH KEC. PAMUKAN
SELATAN, KOTABARU. PAMUKAN SELATAN, KOTABARU

Chendi Agtiva Nursari¹, H. Sanusi², Risa Dwi Ayuni³

¹Ilmu Komunikasi, 70201, FISIP, Universitas Islam Kalimantan Muhammad
ArsyadAl Banjari Banjarmasin, NPM 16.11.0021

²Ilmu Komunikasi, 70201, FISIP, Universitas Islam Kalimantan Muhammad
ArsyadAl Banjari Banjarmasin, NIDN 0091056202

³Ilmu Komunikasi, 70201, FISIP, Universitas Islam Kalimantan Muhammad
ArsyadAl Banjari Banjarmasin, NIDN 1122129001

*email: agtiva.chendi@gmail.com

PERAN HUMAS PT. BERKAT USAHA JAYA DALAM MENINGKATKAN
MINAT DISTRIBUSI LISTRIK DI DESA PONDOK WALUH KEC. PAMUKAN
SELATAN, KOTABARU. PAMUKAN SELATAN, KOTABARU

*THE ROLE OF PUBLIC RELATIONS OF PT. BERKAT USAHA JAYA IN
INCREASING ELECTRICITY INTEREST IN PONDOK WALUH VILLAGE, KEC.
PAMUKAN SELATAN, KOTABARU. PAMUKAN SELATAN, KOTABARU*

Chendi Agtiva Nursari

Program Studi Ilmu Komunikasi, FISIP, Universitas Islam Kalimantan

Muhammad ArsyadAl Banjari Banjarmasin

ABSTRAK, Penelitian ini berjudul “Peran Humas PT. Berkat Usaha Jaya Dalam Meningkatkan Minat Distribusi Listrik Di Desa Pondok Waluh Kec. Pamukan Selatan, Kotabaru. Pamukan Selatan, Kotabaru”. Peran Hubungan Masyarakat atau *Public Relations* harus bisa mempublikasikan dan mendistribusikan listrik yang humas kelola, sehingga bisa menarik minat masyarakat untuk menggunakan listrik. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Peran Humas dalam meningkatkan minat masyarakat desa Pondok Waluh. Untuk mengetahui hambatan-hambatan apa saja yang muncul dari Humas dalam meningkatkan minat kepada desa Pondok Waluh. Untuk mengetahui upaya yang dilakukan oleh Humas PT. BUJ untuk mengatasi hambatan. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif. Penelitian ini tidak mencari atau menjelaskan hubungan, tidak menguji hipotesis atau membuat prediksi. Karakteristik data diperoleh dengan ukuran-ukuran kecenderungan pusat atau ukuran sebaran, tujuan dari penulisan deskriptif adalah mengebangkan masalah-masalah atau suatu fenomena yang dihubungkan teori untuk memecahkan masalah secara rasional. Berdasarkan hasil penelitian, peneliti melakukan penelitian langsung ke lapangan, dan menemukan bahwa peran Humas sangat berpengaruh terhadap pembangunan distribusi listrik di desa Pondok Waluh dengan strategi yang dijalankan Humas mampu meningkatkan minat masyarakat untuk menggunakan listrik. Peneliti menyarankan agar PT. BUJ bisa berinovasi dalam menciptakan hal-hal yang baru serta merenovasi fasilitas. Pembuatan informasi, pengarahan dan berbaur dengan masyarakat langsung. Sehingga masyarakat menjadi tahu mengenai penting nya listrik.

Kata kunci : Peran Humas, Meningkatkan Minat, Distribusi Listrik Desa Pondok Waluh

ABSTRACT *The title of this research was “The Role of Public Relations of PT. Berkat Usaha Jaya in Increasing Electricity Interest in Pondok Waluh Village, Kec. Pamukan Selatan, Kotabaru. Pamukan Selatan, Kotabaru”.The Role of Public Relations of PT. Berkat Usaha JayaIn Increasing Interest in Electricity Distribution in Pondok Waluh Village, Kec. Pamukan Selatan, Kotabaru. Pamukan Selatan, Kotabaru.The purpose of this study was to study the Role PR in increasing the interests of the Pondok Waluh community. To find out what obstacles arose from PR in increasing interest in Pondok Waluh village. To find out the efforts made by PT. BUJ to overcome obstacles.Descriptive method was used by the author for this research. This research didn’t explain about relation, didn’t verify hypotheses or made some prediction. Characteristics of data obtained by measurement central tendency or distribution measure. The purpose of descriptive writing was to develop the problem or phenomenon that has a relationship with theory to solve the problem rationally.Based on the results of the study, researchers conducted research directly into the field , and found that the role of PR is very influential in the development of electricity distribution in the village cottage Waluh with the strategy carried out by PR is able to increase public interest in using electricity.The researcher suggested for PT. Berkat Usaha Jaya to make innovation in creating new things as well as renovating the facility. Make a information, directing and mingling with the public directly. So, everyone knows more about electricity.*

Keywords *:the role of public relations,increase interest,electricity distribution in Pondok Waluh village*

PENDAHULUAN

Keberadaan Public Relations dalam suatu organisasi atau perusahaan adalah sebuah indikasi bahwa *Public Relations* memiliki peran penting dalam perputaran sistem dan manajemen yang ada dalam perusahaan atau organisasi. Keberadaannya mampu menyentuh dan menerobos aspek-aspek sosial dan kepentingan publik. (Anwar, 2009)

Public Relations pada praktiknya memiliki keterkaitan dengan ilmu komunikasi karena keduanya merupakan satu kesatuan yang utuh dan mata rantai yang menunjang kegiatan *Public Relations*. Kegiatan komunikasi selalu terjadi dalam kehidupan sehari-hari, terutama dalam kehidupan *Public Relations*. Bagi *Public Relations* melaksanakan fungsi dan kegiatannya, berpusat pada komunikasi. Ini berarti bahwa tidak ada aktifitas tanpa ada komunikasi secara langsung ataupun tidak langsung, verbal maupun non verbal dengan bentuk apapun. Begitu juga organisasi, lembaga itu menempatkan komunikasi sebagai salah satu unsur administrasi. (Maria Assumpta R, 2002, 85)

Public Relations membutuhkan susunan strategi yang akan menjadi tuntunan atau pedoman dalam bertindak yang berisi rumusan-rumusan program-program menuju tujuan yang telah ditentukan. Strategi

sendiri tidak hanya ada pada ranah *Public Relations* ataupun organisasinya secara umum, namun juga diperlukan dalam tiap-tiap lini dan sektor kehidupan.

Keberhasilan kegiatan komunikasi secara efektif banyak ditentukan oleh penentuan strategi komunikasi, jika tidak ada strategi komunikasi yang baik efek dari proses komunikasi bukan tidak mungkin akan menimbulkan pengaruh yang negatif. Strategi komunikasi adalah suatu cara untuk mengatur pelaksanaan proses komunikasi sejak dari perencanaan, pelaksanaan sampai dengan evaluasi untuk mencapai suatu tujuan. Strategi komunikasi harus dapat menunjukkan bagaimana operasionalnya secara taktis harus dilakukan, dalam arti kata bahwa pendekatan (*approach*) bisa berbeda sewaktu-waktu tergantung dari situasi dan kondisi (Arifin, 2011 : 84). Di era sekarang ini, pembangunan disegala bidang sedang giat-giatnya dilaksanakan mulai dari perkotaan hingga ketingkat pedesaan. Puluhan juta bahkan ratusan juta dana dikururkan oleh pemerintah pusat kepada pemerintah daerah atau ke kelompok-kelompok masyarakat di daerah untuk menunjang keberhasilan pembangunan di daerah tersebut.

Demi keberhasilan pembangunan tersebut maka peran serta masyarakat dalam menentukan arah pembangunan sangat lah penting agar tujuan dari pembangunan tersebut

bisa mencapai sasaran, yaitu bidang-bidang pembangunan yang dilaksanakan sesuai dengan apa yang menjadi kebutuhan masyarakat setempat. Untuk itu diperlukan suatu komunikasi antara pemerintah sebagai pihak yang hendak membangun dengan masyarakat sebagai sasaran dari pembangunan tersebut, sehingga pembangunan yang dijalankan bisa betul-betul sesuai dengan apa yang diharapkan. Keberhasilan pembangunan tidak lepas dari adanya komunikasi pembangunan.

Energi listrik menjadi barang yang amat berharga bagi sebagian masyarakat yang bermukim di wilayah terpencil. PT. PLN (Persero) merupakan salah satu Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak dalam bidang penyediaan tenaga listrik yang keberadaannya sangat dibutuhkan oleh masyarakat. Sebagai salah satu instrumen dalam pembangunan, keberadaan BUMN di Indonesia dirasakan sangat penting, tidak hanya oleh pemerintah tapi juga oleh masyarakat luas. Sebagai salah satu BUMN, PT PLN (Persero) memegang peranan penting bagi kehidupan manusia. Secara tidak langsung perusahaan ini mengalami penumpukan dalam ruang lingkup pekerjaannya yang meliputi: (a) Usaha Penyediaan Tenaga Listrik, diantaranya pembangkitan, penyaluran, distribusi, perencanaan, pembangunan sarana penyediaan tenaga listrik dan pengembangan penyediaan tenaga listrik. (b) Usaha Penunjang Tenaga

Listrik, diantaranya konsultasi yang berhubungan ketenagalistrikan, pembangunan dan pemasangan peralatan ketenagalistrikan, pemeliharaan peralatan ketenagalistrikan dan pengembangan teknologi peralatan yang menunjang penyediaan tenaga listrik. (c) Usaha lain, diantaranya kegiatan usaha dan pemanfaatan sumber daya alam dan sumber energi terkait penyediaan ketenagalistrikan, jasa operasi dan pengaturan bidang pembangkit, penyaluran, distribusi dan retail tenaga listrik, kegiatan perindustrian perangkat keras dan luas bidang ketenagalistrikan, kerjasama dengan badan lain dan usaha lainnya.

Pelanggan yang tersebar diberbagai tempat, menimbulkan kendala tersendiri dalam penyaluran atau distribusi sampai di tempat konsumen, dalam hal ini perlu penanganan teknis tersendiri, yang disesuaikan dengan kebutuhan listrik dan letak geografis suatu daerah. Pelayanan merupakan unsur yang sangat penting di dalam usaha meningkatkan kepuasan konsumen. Pada dasarnya posisi pelayanan ini merupakan faktor pendukung terhadap aktivitas pemasaran jasa PLN. Untuk itu PLN memberikan perhatian khusus kepada kegiatan pelayanan dalam hal pemenuhan kebutuhan listrik pelanggan agar dalam pelaksanaannya dapat memuaskan pelanggannya. Pelayanan yang diberikan memenuhi permintaan pelanggan, maka

pelanggan akan merasa puas dan bila jasa pelayanan berada di bawah tingkat yang diharapkan, pelanggan akan merasa kurang atau tidak puas. Pelanggan yang merasa tidak puas terhadap kualitas atau pelayanan yang diberikan, maka dengan sendirinya akan menceritakan kepada orang lain sebagai komplain atas ketidakpuasannya yang nantinya akan merugikan pihak PLN itu sendiri.

Desa-desa yang belum terhubung dengan listrik berada di Pulau Kalimantan selatan yakni khususnya di desa Pondok Waluh Kec. Pamukan Selatan, Kotabaru. Hal ini disebabkan kondisi geografis yang sulit untuk dibangunnya pembangkit listrik. Umumnya wilayah yang tak terdistribusi listrik berada di sekitar hutan lindung, ini mendominasi penyebab sulitnya distribusi listrik. Pasalnya, pembangunan pembangkit listrik maupun tiang-tiang listrik akan memangkas pepohonan, sedangkan kabel listrik harus melewati hutan lindung. Hal inilah yang membuat sulit distribusi listrik, dimana semakin panjang jarak jaringan listrik yang dipasang dari desa terdekat ke desa lainnya, maka akan semakin banyak pohon yang ditebang. Padahal jalur jaringan melewati hutan lindung. Dan banyak di antara masyarakat ketidaktahuan akan pemasangan listrik KWH (kilowatt-hour) dan distribusi listrik di tempat tinggal mereka.

Ada faktor-faktor yang lain juga membuat masyarakat enggan dan

tidak menggunakan listrik karena waktu dan tempat untuk berdiskusi tentang penggunaan listrik minim, takut akan biaya yang terlalu mahal.

Oleh karena itu penelitian ini mencoba membangun distribusi listrik dan meningkatkan pemasangan listrik untuk pasang baru, perubahan daya yang diberikan oleh PT Berkat Usaha Jaya (BUJ) berdasarkan Surat Perjanjian Barang dan Jasa (SPBJ) dalam suatu hubungan kerjasama dengan PT PLN (persero) UP3 Kotabaru. Hal ini sangat penting dilakukan untuk mengetahui sejauh mana kinerja atau tingkat kepentingan terhadap pelayanan yang diberikan oleh PT BUJ dalam pembangunan distribusi listrik pelanggan.

Berdasarkan apa yang telah dipaparkan di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dan pengkajian dalam bentuk skripsi dengan judul **“Peran Humas PT. Berkat Usaha Jaya Dalam Meningkatkan Minat Distribusi Listrik Di Desa Pondok Waluh Kec. Pamukan Selatan, Kotabaru”** sebagai mitra PT PLN (Persero) UP3 Kotabaru.

TINJAUAN PUSTAKA

1. Peran Hubungan Masyarakat

Peran hubungan masyarakat terbagi menjadi peran humas sebagai komunikator yaitu melakukan fungsi komunikasi sebagai penyebar berita

disisi lain komunikasi berlangsung dalam bentuk penyampaian pesan dan menciptakn opini publik. Peran humas sebagai perantara (mediator), peran humas sebagai pembina *relationship* khususnya dalam menciptakan saling mempercayai dan saling memperoleh manfaat antara lembaga/organisasi dengan publiknya sebagai target sasaran

2. Strategi

Strategi adalah rencana yang disatukan, menyeluruh dan terpadu yang mengaitkan keunggulan strategi perusahaan dengan tantangan lingkungan dan yang dirancang untuk memastikan bahwa tujuan utama perusahaan, dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat oleh perusahaan

3. Komunikasi

Komunikasi adalah sebuah proses penyampaian pesan dari Komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan efek.

Ilmu komunikasi merupakan suatu upaya yang sistematis untuk merumuskan prinsip-prinsip secara tegas, dan atas dasar prinsip-prinsip tersebut disampaikan sebuah informasi serta dibentuk pendapat dan sikap

4. Minat dan Kepercayaan Konsumen

Minat konsumen merupakan suatu keinginan konsumen yang timbul dari diri konsumen tanpa ada paksaan untuk mencapai tujuan tertentu. Banyak faktor yang

mempengaruhi suatu minat konsumen dalam membeli produk

Kepercayaan merupakan pondasi dari bisnis, suatu transaksi bisnis antara dua pihak atau lebih akan terjadi apabila masing-masing saling saling mempercayai. Kepercayaan ini tidak begitu saja dapat diakui oleh pihak lain atau mitra bisnis, melainkan harus dibangun mulai awal dan dapat dibuktikan

5. Distribusi Tenaga Listrik

Tenaga listrik merupakan bentuk energi sekunder yang dibangkitkan, ditransmisikan dandidistribusikan kepada pelanggan/konsumen dan dimanfaatkan untuk segala macam keperluan.Sistem tenaga listrik merupakan rangkaian instalasi tenaga listrik yang terdiri dari sistempembangkitan, sistem transmisi dan sistem distribusi yang saling terintegrasi dan berfungsi untukmemenuhi kebutuhan energi listrik bagi semua orang.

METODE PENELITIAN

1. Metode Pendekatan

Metode yang digunakan adalah metode kualitatif adalah pengamatan, wawancara, atau penelaahan dokumen.Objek penelitian yang digunakan adalah “Peran Humas PT. Berkat Usaha Jaya Dalam Meningkatkan Minat Distribusi Listrik Di Desa Pondok Waluh Kec. Pamukan Selatan, Kotabaru. Pamukan Selatan, Kotabaru”.

mengatakan bahwa penelitian kualitatif bertujuan untuk menjelaskan fenomena secara mendalam berdasarkan data yang dikumpulkan sedalam-dalamnya, karena penelitian kualitatif lebih menekankan kualitas data, bukan dari banyaknya data yang dikumpulkan.

Teknik pengumpulan data, peneliti menggunakan teknik wawancara, dokumentasi dan Observasi yang mana pengumpulan data wawancara itu dilakukan dengan 6 (Enam) orang informan,

Dimana 2 (Dua) orang Humas dari PT. Berkat Usaha Jaya dan 4 (Empat) orang Masyarakat Desa Pondok Waluh.

2. Tipe Penelitian

Data Primer

Data primer adalah data yang diambil dari sumber pertama yang ada di tempat penelitian. Informasi dalam penelitian focus pada peran Humas dalam meningkatkan minat distribusi didesa Pondok waluh. Selain dengan data primer diperoleh dengan metode yang dilakukan peneliti yaitu observasi dan studi pustaka.

Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber kedua setelah data primer, dan merupakan hasil penelusuran kepustakaan yang dilakukan oleh peneliti. Dengan melalui media seperti jurnal, internet dan arsip.

3. Metode Pengumpulan Data

Wawancara

Pada penelitian ini teknik yang digunakan untuk memperoleh data melalui percakapan langsung dengan responden atau informan yang berkaitan dengan masalah penelitian tersebut melalui tatap muka yaitu wawancara untuk memperoleh data dan informasi dari beberapa informan seperti Humas PT. Berkat Usaha Jaya dan warga Desa Pondok Waluh tentang pentingnya distribusi listrik didesa mereka.

Observasi

Observasi dilakukan oleh peneliti adalah terjun langsung ke lapangan yang berlokasi di Desa Pondok Waluh Kec. Pamukan Selatan, Kotabaru. Observasi ini untuk mengetahui secara langsung bagaimana peran Humas itu sendiri dalam membangun dan meningkatkan minat distribusi listrik di desa Pondok Waluh.

Dokumentasi

Peneliti akan melakukan dokumentasi saat melakukan wawancara kepada informan, yang akan dilaksanakan Desa Pondok Waluh Kec. Pamukan Selatan, Kotabaru

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Hasil Penelitian

Peranan humas dalam membangun minat masyarakat sangatlah membantu dengan adanya pertemuan balai desa dengan penyampaian yang sangat ringan tapi sangat bermanfaat dengan mudah dipahami masyarakat desa, tujuan pun dilakukan secara totalitas dengan membangun jaringan didesa pondok waluh Humas PT. BUJ tinggal dan membangun kantor jaga untuk siap kapan membantu masyarakat didesa itu dan itu merupakan tugas utama dari seorang

humas, walaupun dalam pertemuan balai desa itu tidak semua masyarakat ikut kesana karna terkendala mereka harus bekerja dan kesibukan lain, humas PT. BUJ pun tidak cuma sampai sana untuk membangun minat mereka juga menjelas langsung ke masyarakat dengan turun langsung dan berbagi ilmu tentang penting nya listrik bagi desa mereka.

Tahap yang ditempuh oleh PT. BUJ pun tidak lah mudah yaitu mulai survei, perizinan, kesiapan pekerja, waktu pekerjaan dll. Hambatan yang dirasakan oleh humas PT. BUJ adalah kesulitan pertama saat datang yaitu berbaur dengan masyarakat yang kurang menerima orang lain di lingkungan baru tetapi tidak lama masyarakat pun bisa terbuka dan masyarakat pun ada juga yang merasa memang merasa kesulitan selama ini tidak memiliki listrik dan merasa terbatas tetapi ketidak tahuan mereka tentang ada nya listrik penting nya listrik, pemikiran bahwa pendaftaran listrik itu mahal, tidak terlalu penting dan kadang mereka merasa malas untuk berusaha dengan hal yang berbaur ribet.

2. PEMBAHASAN

PT. Berkat Usaha Jaya adalah salah satu perusahaan, vendor atau pun mitra PT PLN (Persero) dan penyelenggara layanan dan pekerjaan yang telah ditanda tangani oleh kedua belah pihak melalui Surat Perjanjian Barang dan Jasa. Humas dalam organisasi atau perusahaan yang bergerak dalam pelayanan dan pekerjaan membutuhkan informasi seperti PT. BUJ biasanya memiliki peran penuh pada pelayanan *public*.

Dari berbagai kegiatan yang tergolong dalam fungsi Humas, PT. BUJ telah melaksanakan program pertemuan balai desa yang selesai dilaksanakan beberapa waktu lalu, dan melalui penelitian ini, diharapkan mampu mengungkapkan secara jelas tentang strategi *Public Relations* PT. BUJ ini ditinjau dari prosesnya dari mulai penemuan fakta di lapangan mengapa diadakan pertemuan balai desa, bentuk pelaksanaan kegiatan hingga seperti apa evaluasi dari kegiatan tersebut.

KESIMPULAN

Berdasarkan deskripsi, analisis, dan pembahasan data maka dapat ditarik kesimpulan bahwa dengan dilaksanakannya peran kehumasan dalam rangka meningkatkan minat masyarakat di desa Pondok Waluh Kec. Pamukan Selatan, Kotabaru memperoleh hasil yang baik, kehumasan dalam rangka meningkatkan minat meliputi:

1. Peran Humas sebagai komunikator dan media antara PT. PLN kepada masyarakat dalam rangka meningkatkan Minat Distribusi Listrik di desa Pondok Waluh Kec. Pamukan Selatan, Kotabaru, pada pelaksanaannya melakukan kegiatan promosi dengan cara sosialisasi dan edukasi tentang penting nya listrik melalui media sarana komunikasi kepada publik yaitu seperti pertemuan balai desa, keikutsertaan, berbagi brosur dan turun langsung ke desa untuk mengarahkan penting listrik, Strategi Humaslakukan menjalin hubungan yang baik dengan *stakeholder*, masyarakat, dan memberikan layanan

unggulan. Pada Pelaksanaannya Humas sudah berjalan dengan baik walaupun belum sepenuhnya berjalan dengan optimal, ini terbukti dari bulan pertama setelah Humas melakukan sosialisai dan edukasi pemakaian listrik di desa tersebut sudah mencapai 50% dan untuk bulan ke dua hampir 93%, Pengaruh positif yang didapatkan dengan adanya kegiatan Humas PT. BUJ yaitu meningkatnya minat masyarakat dan menambah ilmu tentang pentingnya listrik.

2. Hambatan Pelaksanaan *Public Relations* pada PT. BUJ adalah sebagai berikut:
 - a. Kurang tersedianya sumber daya manusia pelaksana *public relations*.
 - b. Kurangnya komunikasi yang dilakukan oleh pelaksana *public relations* kepada *stakeholder*.
3. Upaya yang Dilakukan untuk Mengatasi Hambatan pada Pelaksanaan *Public Relations*
 - a. Memberikan pengarahan kepada pelaksana *public relations* dalam hal pemanfaatan.

Penggunaan media komunikasi yang tepat untuk meningkatkan hubungan komunikasi dengan *stakeholder*.

SARAN

1. PT. BUJ seharusnya membuat gambar struktur organisasi yang baru. Hal ini bertujuan untuk membuat posisi PT. BUJ jelas dalam organisasi sehingga kegiatan organisasi dapat berjalan dengan baik.
2. Sebaiknya PT. BUJ memberikan pelatihan *public relations* kepada pelaksana *public relations*. Akan

lebih baik jika PT. BUJ dapat meningkatkan kualitas sumber daya manusia pelaksana *public relations*.

3. Sebaiknya PT. BUJ dapat meningkatkan hubungan komunikasi dengan masyarakat yang ada di beberapa daerah melalui media komunikasi yang sesuai agar minat tentang pentingnya distribusilistrik semakin baik.
4. Diharapkan penulisan ini dapat dijadikan referensi terkait dengan penelitian manajemen hubungan masyarakat dalam upaya peningkatan minat masyarakat dengan pendekatan dan *setting* yang berbeda.

DAFTAR PUSTAKA

A.A. Anwar Prabu Mangkunegara. 2009. **Manajemen Sumber Daya Alam**. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.

Alo liliweri, 2011. **Komunikasi Serba Ada SerbaMakna**. Jakarta : Prenada Media Group.

Andayani, Dewi. 2007. **Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Produktivitas Tenaga Kerja di Sumatera Utara**. Skripsi. Medan : Universitas Sumatera Utara.

Ardianto dan Soemirat. 2004. **Dasar-Dasar Public Relations**;. Bandung. PTRemaja Rosdakarya.

Arifin, Zainal. 2011. **Penelitian pengembangan**. Bandung: Remaja Rosdakarya.

- Berlo, K. David . 1996. **Pengantar Ilmu Komunikasi**. Bandung. Rosdakarya
- Burhan Bungin, 2005 **Metodologi Penelitian Sosial: Format 2 Kualitatif dan Kuantitatif**, (Surabaya: Airlangga University Press)
- Butterick, Keith. 2012. **Pengantar Public Relations: Teori dan Praktik**. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada
- Cangara, Hafied, 2002, **Pengantar Ilmu Komunikasi**. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- _____, 2008, **Pengantar Ilmu Komunikasi**. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- _____, 2011. **Pengantar Ilmu Komunikasi**. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.
- Davis, Keith. 2010. **Organizational Behavior – Human Behavior at Work 13th Edition**. New Delhi: Mcgraw Hill Company.
- Dilla, Sumadi. 2007. **Komunikasi Pembangunan Pendekatan Terpadu**. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Effendy, Onong Uchjana. (2003). **Ilmu, teori dan filsafat komunikasi**. Bandung : Citra Aditya Bakti
- Effendy, Onong Uchjana. (2004). **Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek**. Bandung: Rosdakarya.
- Effendy, Onong Uchjana. (2009). **Human Relations & Public Relations**. Jakarta:
- Griffin. 2004. **Komitmen Organisasi**. Terjemah, Jakarta: Erlangga
- Hasbullah, 2009, **Dasar-dasar Ilmu Pendidikan**, (Jakarta : PT Raja Grafindo Perasa)
- Hamidi, 2004 **Metode Penelitian Kualitatif: Aplikasi Praktis Pembuatan Proposal dan Laporan Penelitian**, (Malang: Universitas Muhammadiyah Malang)
- Hawkins, Dell. Best, Roger J. dan Coney, Kenneth A. 2007. **Consumer Behavior**. New York: The McGraw-Hill Companies, Inc.
- Hovland, C.I., Janis, I.L., dan Kelley. 1953. **Communication and persuasion**. New Haven: Yale University Press
- Kennedy, John. E; R Dermawan Soemanagara., 2006. **Marketing Communication Taktik dan Strategi**. Jakarta. PT Buana Ilmu Populer (kelompok Gramedia)
- Kriyantono, Rachmat. 2006. **Teknik Praktis Riset Komunikasi**. Jakarta : Kencana Prenada Media Group.

- _____, 2008. **Teknik Praktis Riset Komunikasi**. Jakarta : Kencana Prenada Media Group.
- Moh. Pabundu Tika, 2006 **Metodologi Riset Bisnis**, (Jakarta: PT Bumi Aksara),
- Nawawi, Hadari, 2000, **Manajemen Sumber Daya Manusia Untuk Bisnis yang Kompetitif**, Gajah Mada University Press, Yogyakarta.
- _____, 2005, **Manajemen Sumber Daya Manusia**, Gajah Mada University Press, Yogyakarta.
- Nurdin, Ali, dkk, 2006, **Manajemen Sumber Daya Manusia**, Faza Media, Jakarta.
- Roudhonah. 2007. **Ilmu Komunikasi**. Jakarta : Kerjasama Lembaga penelitian UIN Jakarta dan Jarkarta Pers
- Ruslan, Rosady. (2010). **Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi**. Jakarta : Rajawali Pers
- Rofiq, Ainur. 2007. **Pengaruh Dimensi Kepercayaan (Trust) Terhadap Partisipasi Pelanggan E-Commerce (Study Pada Pelanggan E-Commerce di Indonesia)**. Tesis, Program Pasca Sarjana, Fakultas Ekonomi, Universitas Brawijaya, Malang.
- Schmitt, Bernard. H. (2003). *Costumer Experience Management. A Revolutionary Approach to Connecting with Your Costumers*. John Wiley & Sons. Shaw, Colin. 2007. *The DNA of Costumer Experience: How Emotion Drive Value*. Great Britain: Palgrave Macmillan.
- Setiadi, Nugroho J. 2010. **Perilaku Konsumen**. Jakarta: Kencana.
- Sugiyono, 2009, **Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D**, Bandung : Alfabeta.
- Suryani, Tatik. 2008. **Perilaku Konsumen; Implikasi Pada Strategi Pemasaran**. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Turban, E. King, D. McKay, J. Marshall, P. Lee, J. Dan Viehland, D. 2008 *Electronic Commerce: A managerial Perspective*. New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Usman dan Setiady Akbar. 2004 **Metodologi Penelitian**. Jakarta
- Iriantara, Yoslan., 2004. **Manajemen Media Massa**.
- Karya ilmiah
- Assumpta Rumanti, Sr Maria. 2002. **Dasar-dasar Public Relations : Teori dan praktik**. Jakarta : PT. Grasindo. Buku Panduan Guru: Ekonomi

SMA/MA Muatan
Kebanksentralan

PENJUALAN.Jurnal
Komunikasi.

Astuti, R. (2017). **Strategi
Komunikasi Pembangunan
dalam Mempertahankan
Pasar Tradisional Sentral
Benteng di Kabupaten
Kepulauan Selayar** (Doctoral
dissertation, Universitas Islam
Negeri Alauddin Makassar).

Syufrijal & Readysal Monantun, 2014
**JARINGAN DISTRIBUSI
TENAGA LISTRIK PAKET
KEAHLIAN TEKNIK
KETENAGALISTRIKAN** Se
mester 1 SMK

Bungin, Burhan. 2013. **Metode
penelitian sosial & ekonomi:
format-format kuantitatif dan
kualitatif untuk studi
sosiologi, kebijakan, publik,
komunikasi, manajemen, dan
pemasaran edisi pertama.**
Jakarta: kencana prenda
mediagroup.

Widyaningrum, Ulfa. "**Humas dalam
Membangun Citra
Perusahaan (Studi Deskriptif
Kualitatif Peran Humas
Kantor Pos Besar Surakarta
dalam Membangun Citra
Perusahaan).**"(2011).Jurnal
Komunikasi.

FEBRIANTONI
(2011).**PERENCANAAN
PEMBANGUNAN
JARINGAN DISTRIBUSI
LISTRIK PEDESAAN**Jurnal.

Pangesti, L. A. (2018). **STRATEGI
KOMUNIKASI DIVISI
PUBLIC RELATIONS PLN
DISTRIBUSI JAWA BARAT
DALAM SOSIALISASI
SUBSIDI LISTRIK TEPAT
SASARAN.** Jurnal
Komunikasi.

RASYID, A. (2018). **STRATEGI
DISTRIBUSI DALAM
MENINGKATKAN
VOLUME**