

ABSTRAK

STRATEGI KOMUNIKASI LINGKUNGAN PT PLN GUNA MEMPERTAHAKAN CITRA SEBAGAI PERUSAHAAN PEDULI LINGKUNGAN

Riski Diana Putri. ¹⁾, Naurissa Biasini, S.Si., M.I.Kom ²⁾

¹⁾ Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Pembangunan Jaya

²⁾ Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Pembangunan Jaya

PT PLN adalah salah satu perusahaan BUMN yang sangat peduli dengan lingkungan. Pembangkit listrik tenaga surya (PLTS) dan pembangkit listrik tenaga bayu (PLTB) serta inisiatif untuk mengurangi emisi karbon adalah beberapa dari berbagai program dan inisiatif PLN yang mendukung penggunaan energi terbarukan. Sejauh ini PT PLN berusaha untuk mempertahankan citra sebagai perusahaan peduli lingkungan, dalam proses tersebut agenda setting dilibatkan dalam memanagere isu dan strategi komunikasi lingkungan menjadi salah satu upaya yang dilakukan PT PLN dalam memperthankan citranya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi lingkungan PT PLN guna mempertahankan citra sebagai perusahaan peduli lingkungan. Strategi komunikasi dan komunikasi lingkungan efektif Oepen merupakan konsep utama yang menjadi pisau analisis penelitian. Penelitian menggunakan paradigma konstruktivisme dengan pendekatan kualitatif dan metode wawancara mendalam. Hasil penelitian menunjukkan bahwa PT PLN menerapkan strategi komunikasi lingkungan dengan meneraphakn tahapan-tahapan meliputi *situation analysis and problem identification, KAP Analyses, communication objectives, communication strategy development, participation of strategic group, media selection and mix, media design, media production and pre-testing, media performances & field implementation, process documentation and monitoring and evaluation*. Dari tahapan dan kolaborasi dengan berbagi sub divisi membuat PT PLN berhasil mendapatkan *Best Impact in Environment of The Year*.

Kata kunci: Strategi komunikasi, Komunikasi Lingkungan Efektif Oepen, PT PLN

Pustaka : 49

Tahun Publikasi : 2014-2024