

## ABSTRAK

Skripsi ini membahas mengenai strategi komunikasi yang dilakukan oleh PT PLN Distribusi Jawa Barat dalam sosialisasi program subsidi listrik tepat sasaran. Program subsidi listrik tepat sasaran ini merupakan program yang diturunkan oleh pemerintah mengenai pencabutan subsidi kepada pelanggan 900 VA yang mampu, dimana provinsi Jawa Barat menduduki peringkat paling tinggi se Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana tahap-tahap strategi komunikasi public relations PT. PLN Distribusi Jawa Barat dalam melakukan sosialisasi program subsidi listrik tepat sasaran. Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivis, pendekatan kualitatif dan strategi penelitian studi kasus. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah wawancara mendalam dan studi dokumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa public relations PT PLN pusat menjadi salah satu tim komunikasi yang merencanakan dan memberikan instruksi kepada PLN Unit dibawahnya yaitu public relations PLN Distribusi Jawa Barat dalam melakukan sosialisasi program subsidi listrik tepat sasaran di wilayah Jawa Barat. Tahap-tahap startegi komunikasi yang dilakukan public relations PT PLN Distribusi Jawa Barat dalam sosialisasi subsidi listrik tepat sasaran adalah dengan menentukan tim komunikasi, mengenali khalayak, menyusun pesan, menetapkan metode dan terakhir seleksi dan penggunaan media.

Kata kunci : Strategi Komunikasi, Public Relations, PT. PLN