



STRATEGI KOMUNIKASI PT PLN UNIT INDUK DISTRIBUSI (UID) DALAM MENANGANI KELUHAN PELANGGAN

Shinta Ramadhani^a, Ria Edlina^b

^aIlmu Komunikasi, Fakultas Hukum, Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas Dharma Andalas

shintarmdn2111@gmail.com

Abstract (English)

This thesis discusses the communication strategy of PT PLN Unit Induk Distribusi Wilayah Sumatera Barat in handling customer complaints. This research aims to find out and explain the communication strategy in handling customer complaints that often occur at PLN Unit Induk Distribusi Wilayah Sumatera Barat. In this case it is known that customer complaints are increasing from year to year. It is known that customer complaints still occur because they have not met the wishes of customers such as inappropriate electricity bills and tokens. Researchers use qualitative research. The data collection techniques used were in-depth interviews, field observations and document reviews to obtain the data to be studied. The theory used is Philip Lesly's communication planning model with two concepts, namely organisation and public. Researchers conducted research at PT PLN Unit Induk Distribution of West Sumatra Region for one month. Primary data was obtained through interviews and observations, while secondary data was obtained through print media and internet sites that could help researchers conduct research. The results of this study are PT PLN UID West Sumatra Region made system improvements from customer complaints through current technology. System improvements are made both in terms of services and services provided to customers through minor and severe complaints. In addition, in handling customer complaints, the communication strategy carried out is direct communication and indirect communication. In this case PLN provides training to its employees to handle and overcome any complaints that occur in accordance with their respective fields.

Article History

Submitted: 8 September 2024

Accepted: 17 September 2024

Published: 18 September 2024

Key Words

Communication strategy, customer complaints, crisis communication, corporate image, PT PLN Unit Induk Distribusi Wilayah Sumatera Barat.

Abstrak (Indonesia)

Skripsi ini membahas mengenai strategi komunikasi PT PLN Unit Induk Distribusi Wilayah Sumatera Barat dalam menangani keluhan pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menjelaskan strategi komunikasi dalam penanganan keluhan pelanggan yang sering terjadi di PLN Unit Induk Distribusi Wilayah Sumatera Barat. Dalam hal ini diketahui bahwa meningkatnya keluhan pelanggan dari tahun ke tahun. Diketahui bahwa keluhan pelanggan masih terjadi karena belum sesuainya dari keinginan pelanggan seperti tagihan dan token listrik yang tidak sesuai. Peneliti menggunakan penelitian kualitatif. Adapun teknik pengumpulan data yang dilakukan yaitu dengan wawancara mendalam, observasi ke lapangan dan telaah dokumen untuk memperoleh data yang akan diteliti. Teori yang digunakan yaitu model perencanaan komunikasi Philip Lesly dengan dua konsep yaitu organisasi dan publik. Peneliti melakukan penelitian di PT PLN Unit Induk Distribusi Wilayah Sumatera Barat selama satu bulan. Data primer diperoleh melalui wawancara dan observasi, sementara data sekunder diperoleh melalui media cetak dan situs internet yang dapat

Sejarah Artikel

Submitted: 8 September 2024

Accepted: 17 September 2024

Published: 18 September 2024

Kata Kunci

Strategi komunikasi, keluhan pelanggan, komunikasi krisis, citra perusahaan, PT PLN. Unit Induk Distribusi Wilayah Sumatera Barat





membantu peneliti melakukan penelitian. Hasil dari penelitian ini yaitu PT PLN UID Wilayah Sumatera Barat melakukan perbaikan sistem dari keluhan pelanggan melalui teknologi yang berkembang saat ini. Perbaikan sistem yang dilakukan baik dari segi jasa maupun pelayanan yang diberikan kepada pelanggan melalui keluhan ringan maupun keluhan berat. Selain itu dalam menangani keluhan pelanggan strategi komunikasi yang dilakukan ada komunikasi langsung dan komunikasi tidak langsung. Dalam hal ini PLN memberikan pelatihan kepada karyawannya untuk menangani dan mengatasi keluhan apa saja yang terjadi sesuai dengan bidangnya masing-masing.

PENDAHULUAN

1 Latar Belakang Penelitian

Peningkatan kebutuhan listrik saat ini sangat tinggi seiring dengan perkembangan teknologi, sehingga kebutuhan listrik tidak terpenuhi secara merata. Jika kebutuhan listrik ini tidak terpenuhi secara merata maka akan terhambatnya aktivitas masyarakat khususnya di Sumatera Barat. PT PLN Unit Induk Distribusi Wilayah Sumatera Barat. Pada permasalahan ini akan berdampak pada PT PLN UID Wilayah Sumatera Barat yaitu krisis yang dihadapi dalam keluhan pelanggan.

Keluhan pelanggan yang dihadapi PT PLN Unit Induk Distribusi Wilayah Sumatera Barat dapat dilihat dari hasil angka pengaduan pelanggan. Berbagai macam keluhan pelanggan yang dihadapi PT PLN UID Wilayah Sumatera Barat. Hasil keluhan pelanggan ini didata berdasarkan perhitungan dari bulan Maret tahun 2023 sampai bulan Maret 2024. Berikut tabel data keluhan pelanggan:

Tabel 1.1 Jumlah Keluh Pelanggan (YoY)

YoY	UP3 Padang	UP3 Bukittinggi	UP 3 Solok	UP3 Payakumbuh	UID SUMBAR
s.d Maret 2023	1.771	639	369	376	3.155
s.d Maret 2024	2.544	729	518	724	4.515

Sumber: PT PLN UID Sumatera Barat

Pada data tabel di atas menunjukkan hasil data dari jenis keluhan pelanggan berdasarkan unit yang menanganinya. Keluhan ini diperhitungkan dari bulan Maret tahun 2023 hingga Maret tahun 2024. Data keluhan pelanggan ini diperoleh melalui media sosial, PLN *Mobile*, *call center* dan datang ke kantor secara langsung. Sehingga data angka yang diperoleh merupakan krisis oleh PLN, karena adanya peningkatan keluhan selama satu tahun dari bulan Maret 2023 ke Maret 2024. Dari tabel tersebut dapat dilihat pada tabel Unit Induk Distribusi Sumatera Barat, pada bulan Maret 2023 angka keluhan sebesar 3.155 dan bulan Maret 2024 total angka keluhan hingga 4.515. Peningkatan keluhan yang terjadi di PT PLN UID Wilayah Sumatera Barat disebabkan oleh perkembangan teknologi yang harus disesuaikan oleh PLN, namun ini menjadi sebab meningkatkan komplain masyarakat terhadap PLN UID Sumatera Barat.

Keluhan pelanggan PT PLN UID Wilayah Sumatera Barat berdasarkan media melalui PLN *Mobile*, *Call* PLN 123, *Live Chat* PLN *Mobile*, *Email*, *Instagram*, *Twitter*, *Facebook*, *Live Chat Website*, datang ke kantor, *Call* ke Kantor Unit, Ulasan Aplikasi PLN





Mobile, Media Massa dan EMS (Sumber: PT PLN UID Wilayah Sumatera Barat). Keluhan yang dihadapi ini merupakan suatu krisis oleh PT PLN UID Wilayah Sumatera Barat dalam pengimplikasian citra perusahaan. Dari keluhan pelanggan ini, maka PT PLN UID Wilayah Sumatera Barat melakukan strategi komunikasi untuk menghadapi keluhan tersebut. Krisis yang dihadapi PT PLN UID Wilayah Sumatera Barat yaitu mengalami peningkatan jumlah keluhan. Contoh kasus yang terjadi adalah keluhan berat yang adalah jaringan listrik yang proses perbaikannya terlalu lama.

Pada keluhan yang terjadi ini bagaimana PT PLN UID Wilayah Sumatera barat dapat mengatur strategi komunikasi dalam menghadapi krisis perusahaan agar dapat memberikan kenyamanan pada masyarakat pada pelayanan PT PLN UID Wilayah Sumatera Barat. Dalam penanganan keluhan pelanggan, PLN melakukan strategi komunikasi pelayanan dengan menargetkan dalam waktu 85 menit memberikan respon kepada pelanggan yang komplain hingga menyelesaikan permasalahan yang dihadapi. Jika keluhan yang dihadapi berupa keluhan ringan, maka untuk penyelesai masalahnya akan terhitung selama 85 menit, begitu sebaliknya jika keluhan berat maka PLN memberikan pelayanan selama 85 menit hingga keluhan berat itu diselesaikan dengan mengkonfirmasi kembali kepada masyarakat yang mengadu (Sumber: PLN UID Wilayah Sumatera Barat).

Hasil data yang diperoleh dari bulan Maret 2023 hingga Maret 2024, PT PLN UID Wilayah Sumatera Barat memiliki 5 angka keluhan tertinggi yang terhitung dari bulan Maret 2023 hingga bulan Maret 2024. Keluhan yang memiliki persentasi tertinggi yaitu pasang baru (PB) 5.1%, pemutusan penyambungan (Tusbung) 2.8%, Informasi 45.4%, tagihan listrik dan token 7.8%, APP 30.5% dan sisanya keluhan ringan yang masih bisa dilayani dengan cepat (PT PLN UID Sumatera Barat).

Dengan keluhan yang terjadi saat ini PT PLN UID Wilayah Sumatera Barat melakukan strategi komunikasi pada citra perusahaan. Strategi yang dilakukan ini melalui tahapan hingga pengevaluasian untuk mencapai tujuan yang ditentukan. Citra perusahaan adalah suatu kegiatan, kesan maupun pandangan publik terhadap perusahaan dengan yang telah dilakukan. Dengan adanya keluhan pelanggan strategi dalam menangani keluhan pelanggan adalah melakukan sosialisasi kepada pelanggan mengenai keluhan pelanggan melalui media sosial, elektronik, ke sekolah, dan mengadakan *event*, maupun informasi pelayanan. Kemudian melakukan monitoring yang dilakukan pada aplikasi pelaporan keluhan pelanggan dan ini dilakukan antara pimpinan dan pegawai.

PT PLN merupakan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak dibidang ketenagalistrikan. Dalam pelayanan pendistribusian kelistrikan PLN membagi fungsi unit induknya ke dalam beberapa unit induk berdasarkan pada sistem tenaga listrik yaitu pembangkitan, transmisi dan distribusi. Selain itu juga ada unit induk atau pusat-pusat lain sebagai penunjang berlangsungnya perusahaan, karena luasnya cakupan wilayah kerja PLN maka PLN memiliki unit-unit di seluruh wilayah Indonesia yang mempunyai fungsi masing-masing dengan induk unit. (<https://web.pln.co.id/>)

Sebagai perusahaan yang bergerak dibidang ketenagalistrikan, PT PLN memiliki tanggung jawab dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan. Strategi komunikasi krisis yang dilakukan PT PLN menggunakan cara yang telah dievaluasi berdasarkan permasalahan yang dihadapi untuk mempertahankan citra perusahaan. Berbagai macam bentuk krisis yang dialami PT PLN dalam menangani keluhan pelanggan hingga membentuk strategi komunikasi dalam menghadapi pelanggan mulai dari keluhan ringan hingga keluhan berat yang dihadapi oleh PT PLN UID Wilayah Sumatera Barat.

Peningkatan mutu pelayanan PT PLN UID Wilayah Sumatera Barat secara terus-menerus diperbaiki dan dikembangkan sesuai dengan kemajuan teknologi. Saat ini pelanggan PLN sudah dapat mencari tahu informasi mengenai kelistrikan yang mereka butuhkan. Dengan demikian, PT PLN UID Sumatera Barat dapat mengetahui keluhan yang



dirasakan pelangganya baik secara *online* maupun ke kantor. Dari keluhan ini PT PLN UID Wilayah Sumatera Barat dapat menganalisis kebutuhan pelanggan yang akan diperbaiki.

Keluhan yang dihadapi PT PLN UID Sumatera Barat ini secara tidak langsung akan berdampak terhadap citra perusahaan. Namun, PT PLN UID Sumatera Barat melakukan upaya dan cara agar mengurangi keluhan yang dihadapi masyarakat dan mempertahankan citra perusahaan. Munculnya krisis-krisis yang hadapi PT PLN Sumatera Barat menjadi tantangan PT PLN UID Sumatera Barat dalam mengatasinya.

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, maka penulis tertarik untuk mengangkat judul penelitian dengan judul: **“STRATEGI KOMUNIKASI PT PLN UNIT INDUK DISTRIBUSI (UID) WILAYAH SUMATERA BARAT DALAM MENANGANI KELUHAN PELANGGAN IMPLIKASI PADA CITRA PERUSAHAAN”**.

1.2 Rumusan Masalah Penelitian

Dari latar belakang di atas maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah bagaimana strategi komunikasi PT PLN Unit Induk Distribusi (UID) Wilayah Sumatera Barat dalam menangani keluhan pelanggan implikasi pada citra perusahaan?

1.3 Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah di atas maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi PT PLN Unit Induk Distribusi (UID) Wilayah Sumatera Barat dalam menangani keluhan pelanggan implikasi pada citra perusahaan.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

- a. Diharapkan dapat memberikan kontribusi yang berguna untuk ilmu pengetahuan dibidang komunikasi pelayanan publik
- b. Dapat dijadikan titik tolak untuk penelitian selanjutnya, baik untuk penelitian yang bersangkutan maupun penelitian lain, sehingga penelitian ini dapat dilakukan secara terus-menerus.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi perusahaan, penelitian ini bermanfaat untuk mengetahui dan menemukan strategi komunikasi krisis dalam keluhan pelanggan
- b. Bagi pembaca dan peneliti selanjutnya dapat memberikan pengetahuan mengenai bagaimana strategi komunikasi PT PLN UID Wilayah Sumatera Barat dalam menangani keluhan pelanggan.
- c. Bagi peneliti, diharapkan dapat menjadikan penelitian yang bermanfaat dan mengetahui secara mendalam mengenai strategi komunikasi PT PLN Sumatera Barat dalam menangani keluhan pelanggan, serta dapat mengaplikasikan teori yang sudah dipelajari selama perkuliahan.

[Times New Roman, 10, normal] persentase halaman antara 10-15% dari total kata, spasi 1.

METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian

Menurut Denzin & Lincoln (1994) menyatakan bahwa penelitian kualitatif penelitian yang menggunakan latar alamiah dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi dan dilakukan dengan jalan melibatkan berbagai metode yang ada. Erickson (1968) menyatakan bahwa penelitian kualitatif berusaha untuk menemukan dan menggambarkan secara naratif kegiatan yang dilakukan dan dampak dari tindakan yang dilakukan terhadap kehidupan mereka.

Menurut Kirk & Miller (1986:9) mendefinisikan bahwa penelitian kualitatif adalah tradisi tertentu dalam ilmu pengetahuan sosial yang secara fundamental bergantung dari pengamatan pada manusia baik dalam kawasannya maupun dalam peristilahannya. Hal





tersebut mengidentifikasi hal-hal yang relevan dengan makna baik dalam beragamnya keadaan dunia keberagaman manusia, beragam tindakan, beragam kepercayaan dan minat dengan berfokus pada perbedaan bentuk-bentuk hal yang menimbulkan perbedaan makna (Anggito & Setiawan, 2018)

Albi Anggito & Johan Setiawan (2018) menyatakan bahwa penelitian kualitatif banyak digunakan dalam penelitian di bidang sosial. Penelitian kualitatif merupakan suatu penelitian yang hasilnya tidak dihasilkan melalui hitungan statistika. Pada penelitian kualitatif akan menghasilkan penorehan, pemahaman pada suatu kejadian yang akan dikembangkan dalam situasi yang sama.

Pada metode penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang tidak menggunakan statistika, namun melalui pengumpulan data, observasi, analisis, dan diinterpretasikan. Oleh karena itu, peneliti akan melakukan wawancara mendalam mengenai latar belakang apa yang menjadi permasalahan pada PT PLN UID Sumatera Barat, kemudian peneliti melakukan observasi dan menganalisa permasalahan tersebut dengan teori maupun teknik penelitian yang dilakukan.

Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Menurut H.B Sutopo (2002) deskriptif kualitatif adalah metode yang digunakan dalam memecahkan masalah dengan mendeskripsikan secara mendalam mengenai kejadian dan kondisi yang terjadi dilapangan (Fujianti, 2018). Pada penelitian deskriptif kualitatif ini dapat menggambarkan secara dalam mengenai fenomena yang terjadi dilapangan berdasarkan fakta. Peneliti mengambil metode ini, karena sangat tepat untuk mendeskripsikan secara realita dan sistematis mengenai strategi komunikasi krisis PT PLN UID Wilayah Sumatera Barat dalam menangani keluhan pelanggan.

3.2 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian yang dilakukan yaitu di kantor PT PLN Unit Induk Distribusi (UID) Sumatera Barat yang berlokasi di Jl. Dr. Wahidin No.8, Sawahan Tim., Padang Tim., Kota Padang, Sumatera Barat 25122.

3.3 Subjek Penelitian

1. Informan Kunci

Informan kunci adalah informan yang memiliki informasi secara menyeluruh tentang masalah yang diangkat oleh si peneliti. Peneliti menggunakan informan kunci yaitu Kepala Unit Niaga dan Manajemen Pelanggan PT PLN Unit Induk Distribusi Sumatera Barat dikarenakan lebih mengetahui secara dalam mengenai bagaimana Strategi Komunikasi Krisis yang dihadapi dalam melayani keluhan pelanggan serta dampak pada citra perusahaan.

2. Informan Pendukung

Peneliti menggunakan informan tambahan sebagai pendukung penelitian yaitu pegawai PT PLN Sumatera Barat.

Tabel 3.1 Informan Penelitian

No	Informan Kunci	Kriteria
1.	Asisten Manager Digital Service dan Customer Experience	Yang bertanggung jawab penuh atas semua proses pelayanan di bidang Manajemen Pelanggan PT PLN Unit Induk Distribusi (UID) Sumatera Barat
No	Informan Pendukung	Kriteria





1.	Bidang Komunikasi	Karyawan yang bertanggung jawab mengenai komunikasi yang keluhan pelangg
2.	Pelanggan	Pelanggan yang merasakan keluhan yang terjadi pada PLN

Sumber: Olahan Peneliti 2024

3.4 Teknik Pengumpulan Data

1. Wawancara

Sugiono (2009: 317) menyatakan bahwa wawancara adalah pertemuan dua orang untuk saling menukarkan informasi dan pemikiran melalui tanya dan jawab, sehingga dapat dikonstruksikan arti pesan tertentu (Danu, 2015: 33). Menurut Sugiyono (2009: 319-321) terdapat 3 jenis wawancara: wawancara terstruktur, wawancara semiterstruktur dan wawancara tidak terstruktur.

Pada jenis ini wawancara menggunakan gaya yang lebih bebas, dimana narasumber diminta pendapat dan gagasannya, karena wawancara ini bertujuan untuk menemukan permasalahan secara terbuka. Pada teknik wawancara, peneliti melakukan penelitian kualitatif. Peneliti melakukan wawancara dengan jenis wawancara semiterstruktur. Selama proses wawancara ini, peneliti akan membuat pertanyaan-pertanyaan berdasarkan permasalahan yang terjadi di PT PLN UID Sumatera Barat, kemudia peneliti akan mencatat apa saja pendapat maupun gagasan yang disampaikan selama wawancara.

2. Observasi

Observasi merupakan pengamatan terhadap suatu objek yang diteliti baik secara langsung atau tidak langsung dengan semua indera agar memperoleh data yang dikumpulkan dalam penelitian (Danu, 2015: 37). Pada observasi ini, peneliti melakukan pengamatan dari data keluhan pelanggan, masalah yang terjadi, waktu, hingga objek penelitian. Dari proses pengamatan, peneliti harus dapat memahami konteks yang terjadi dari objek penelitian.

Pada penelitian ini peneliti melakukan observasi langsung ke PT PLN Unit Induk Distribusi Wilayah Sumatera Barat. Selama melakukan observasi, peneliti mengamati apa saja keluhan pelanggan yang peneliti wawancarai melalui informan.

3. Dokumentasi

Pada teknik dokumentasi, peneliti melakukan dokumentasi di lapangan untuk memperkuat data obsevasi yang dilakukan, mulai dari data keluhan pelanggan selama satu tahun hingga apa saja data yang berhubungan dengan peneliti Setelah data dilapangan diperoleh maka langka selanjtnya adalah analisis data. Dalam penelitian kualitatif ada beberapa langkah yang dilakukan dalam menganalisis data salah satunya redukasi data.

Redukasi data adalah bagian dari analisis yang datanya diperoleh di lapangan untuk dicatat secara teliti dan rinci, redukasi data dapat diartikan sebagai pengurang data, namun dalam arti yang luas sebagai penyempurnaan data (Danu, 2015: 64).





setelah data primer dan sekunder terkumpul dilakukan dengan memilah data, membuat tema-tema, mengkatagorikan, memfokuskan data sesuai bidangnya, membuang, menyusun data dalam suatu cara dan membuat rangkuman-rangkuman dalam satuan analisis, setelah itu baru pemeriksaan data kembali dan mengelompokkannya sesuai dengan masalah yang diteliti. Setelah direduksi maka data yang sesuai dengan tujuan peneltian dideskripsikan dalam bentuk kalimat sehingga diperoleh gambaran yang utuh tentang masalah penelitian. Peneliti melakukan reduksi data dengan menganalisis keluhan yang terjadi di PT PLN UID Sumatera Barat melalu hasil pengamatan yang dilakukan di lapangan.

3.5 Validasi Data

Menurut Danu (2015: 43) validasi adalah faktor penting dari hasil penelitian, karena sebelum data dianalisis maka dilakukan pemeriksaan terlebih dahulu. Setelah penelitian selesai juga diperlukan validasi data atau pengujian. Keabsahan data yang digunakan peneliti dalam penelitian ini ialah triangulasi data dimana data tersebut dilakukan pemeriksaan data.

Menurut Nursalam (2003) validasi data adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat keabsahan data atau kesahihan suatu instrumen (Danu, 2015: 43). Pada teknik ini, peneliti melakukan kembali pemeriksaan keseluruhan hasil selama penelitian, sehingga peneliti dapat menarik kesimpulan berdasarkan pengamatan dilapangan.

Selama proses penelitian ini, peneliti menggunakan triangulasi untuk pemeriksaan keabsahan data. Menurut Danu (2015: 45) Triangulasi adalah salah satu proses yang dilalui oleh seorang peneliti di samping proses lainnya, dimana proses ini menentukan aspek validasi informasi yang didapatkan untuk kemudian disusun pada suatu penelitian.

Triangulasi dalam pengujian kredibilitas dapat diartikan bahwa pengecekan data dari berbagai cara dan waktu. Dengan ini, triangulasi dibagi menjadi tiga yaitu:

a. Triangulasi Sumber

Triangulasi sumber bertujuan untuk menguji kredibilitas data mengecek data yang telah didapatkan melalui beberapa sumber.

b. Triangulasi Teknik

Untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda.

c. Triangulasi Waktu

Pada teknik ini dapat mempengaruhi kredibilitas data. Dengan cara melakukan pengecekan dengan wawancara, observasi dan teknik lain dalam situasi dan waktu yang berbeda.

Pada penelitian ini peneliti menggunakan triangulasi berdasarkan sumber data yang mana pada penelitian ini peneliti akan melakukan pengecekan data yang telah diterima melalui beberapa sumber. Peneliti akan melakukan pengecekan data berdasarkan sumber informan kunci yang bertanggung jawab mengenai keluhan pelanggan dan informan pendukung sebagai penanggung jawab pada strategi komunikasi penanganan keluhan pelanggan, sehingga peneliti dapat mendeskripsikan dan menyimpulkan dari hasil penelitian yang telah dilaksanakan.

[Times New Roman, 10, normal], spasi 1.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Keluhan pelanggan merupakan suatu hal yang harus diperhatikan oleh perusahaan. Memberikan kepuasan kepada pelanggan merupakan hal penting yang harus diterapkan oleh perusahaan. Bagaimana cara perusahaan untuk dapat memberikan kenyamanan pada pelanggan merupakan tanggung jawab suatu perusahaan. Walaupun perusahaan sudah





memberikan pelayanan yang terbaik, tentu masih ada yang belum sesuai dengan harapan, sehingga pelanggan memberikan keluhannya kepada perusahaan. Menurut Freddy Rangkuti (2017: 5) menyatakan bahwa dalam era pasar ini, perusahaan tidak hanya wajib menawarkan produk yang terbaik saja, tetapi juga menjaga hubungan yang baik dengan pelanggan. Dalam hal ini, perusahaan akan mencari cara untuk menjaga hubungan baik dalam mengatasi komplain pelanggan.

Dari keluhan pelanggan yang terjadi pada PT PLN UID Wilayah Sumatera Barat dapat dilihat bahwa pelanggan masih belum puas terhadap pelayanan yang diberikan. Pelanggan dapat menyampaikan keluhannya ke kantor secara langsung maupun melalui media yang digunakan. Pelanggan dapat datang ke kantor terdekat jika melakukan komplain secara langsung atau menggunakan *Mobile PLN* yang disediakan PLN untuk masyarakat. Keluhan pelanggan ini terbagi secara dua, ada keluhan pelanggan ringan dan keluhan pelanggan berat

1. Keluhan Ringan

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan informan pada tanggal 15 Mei 2024, bahwa peneliti melakukan wawancara dengan informan kunci sehingga dapat disimpulkan bahwa adanya keluhan pelanggan ringan yang berkaitan dengan pelayanan. Berikut ini adalah kutipan wawancara dengan informan kunci:

“Untuk keluhan pelanggan ringan juga terjadi pada PLN ini. Biasanya pelanggan juga melakukan keluhan ringan ini melalui ke kantor langsung maupun melalui media sosial, call center 123, Mobile Aplikasi dan lebih sering melalui media dibandingkan datang langsung ke kantor. Untuk keluhan ringan ini contohnya informasi tagihan listrik yang terlambat, proses jenis keluhan yang bersifat pending sesuai dengan inovasi, pasang baru dengan perhitungan jarak tempuh dan pelayanan 85 menit sesuai dengan kondisi, kesalahan meter dan penyampaian informasi.” (Sumber wawancara dari Asisten Manager Digital Service dan Customer Experience Rafi Fernandes, Padang 15 Mei 2024).

Keluhan pelanggan merupakan hal yang sangat biasa terjadi. Keluhan pelanggan merupakan suatu tindakan yang dilakukan masyarakat atas suatu hal ketidaknyamanan yang mereka terima, sehingga terjadinya keluhan. Oleh sebab itu perusahaan harus memperhatikan hal apa saja yang mendasari kebutuhan pelanggan.

Berdasarkan dari wawancara dengan informan kunci bahwa selama terjadinya keluhan, perusahaan dapat menganalisa bahwa hal yang terjadi merupakan jenis keluhan pelanggan. Keluhan pelanggan dilihat dari apa yang terjadi dan dialami masyarakat selama pemakaian listrik. Dalam hal ini terjadinya keluhan ringan dimana perusahaan dapat menerima keluhan apa yang terjadi pada pelanggannya. Keluhan ringan ini diperoleh melalui aplikasi maupun datang langsung ke kantor PLN.

2. Keluhan Berat

Tidak hanya keluhan ringan saja yang terjadi di PT PLN UID Wilayah Sumatera Barat, namun jenis keluhan berat pun sering terjadi saat perusahaan menerima keluhan dari pelanggannya. Berikut wawancara peneliti dengan informan kunci:

“Untuk keluhan berat tentu ada terjadi dan penanganan keluhan berat beda dengan keluhan ringan, Keluhan berat ini untuk penanganannya bisa berhari-hari atau konfirmasi dari warga dulu. Ketika warga minta diperbaiki maka kami merespon dulu apakah masyarakat yang mengeluh siap atau tidak diperbaiki kalau dalam jangka waktu yang cukup lama, contoh keluhan berat ini seperti jaringan listrik yang bermasalah atau kabel kendor karena bencana alam. Masalah ini bisa disebabkan oleh bencana alam yang diluar kendala perusahaan.” (Sumber wawancara dari Asisten Manager Digital Service dan Customer Experience Rafi Fernandes, Padang 15 Mei 2024).

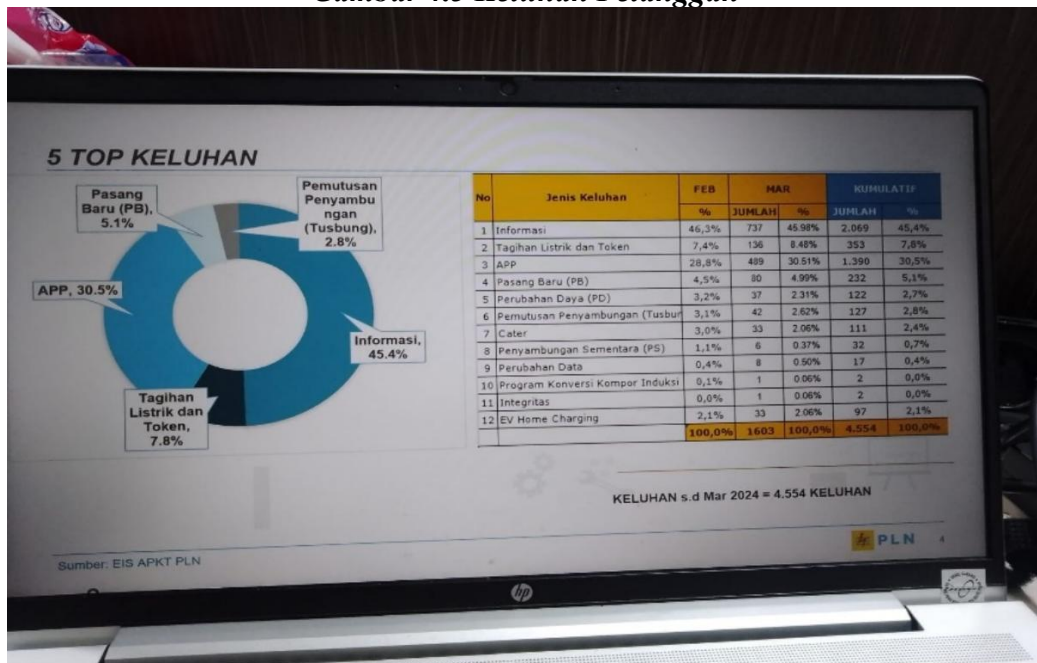


Dari hasil wawancara peneliti dengan informan kunci bahwa keluhan berat adalah suatu permasalahan yang harus diperhatikan oleh perusahaan, karena keluhan ini berdampak terhadap ketidaknyamanan masyarakat pada pelayanan yang diberikan. Keluhan berat ini terjadi diluar kendali seperti yang disebabkan oleh bencana alam. Pelanggan merasa tidak nyaman ketika terjadinya masalah yang berkaitan dengan kehidupan sehari-hari. Oleh sebab itu, PT PLN UID Wilayah Sumatera Barat terus melakukan perbaikan untuk kenyamanan pelanngannya seperti memberi respon cepat.

Dengan adanya keluhan pelanggan secara langsung dan tidak langsung, maka ini merupakan suatu permasalahan yang harus diselesaikan oleh PT PLN. Dalam penanganan keluhan pelanggan, PT PLN UID Wilayah Sumatera Barat melakukan pelatihan kepada karyawannya untuk lebih bijak dan paham tentang keluhan maupun program yang ada di PT PLN. Hal ini dijelaskan dalam wawancara yang dilakukan sebagai berikut:

“Sesuai dengan bidang pelatihan masing-masing. Jadi ada petugas itu ada petugas Biller tugasnya biasanya baca meter, menagih tagihan, melakukan pemutusan. Biller ini akan diberikan pelatihan workshop setiap sekali persemester. Kemudian ada upskiding seperti mengulangi kembali keahliannya bisa melakukan workshop, forum-forum PLN dan nanti PLN akan mengadakan pelatihan tugas untuk mengingat kembali prosedur dan tanggung jawabnya. Untuk tugas pelayanan akan dibekali sesuai bidangnya dan dilaksanakan di kampus PLN. Dilakukan secara rutin sesuai dengan kebutuhan.” (Sumber wawancara dari Asisten Manager Digital Service dan Customer Experience Rafi Fernandes, Padang 15 Mei 2024).

Gambar 4.3 Keluhan Pelanggan



Sumber: PT PLN UID Wilayah Sumatera Barat

Data di atas merupakan 5 top keluhan yang terjadi pada bulan Maret 2024. Pada 5 top keluhan ini terjadi disebabkan oleh kurangnya peningkatan pelayanan yang diberikan. Oleh sebab itu PT PLN UID Wilayah Sumatera Barat akan mengatasi dan mengurangi keluhan ini dengan meningkatkan kualitas pelayanan. Berikut hasil wawancara peneliti dengan informan kunci:

“Keluhan itu tidak bisa ditanggulangi, karena keluhan itu adalah fasilitas yang diberikan PLN untuk seluruh pelanggan. Jadi pengertian menanggulangi





keluhannya itu berkurang kalau caranya ya dengan memperbaiki kualitas pelayanannya termasuk dengan 5 keluhan ini. Kalau semisalnya terkait dengan informasi maka PLN akan memberikan informasi yang intens kepada pelanggan terkait dengan keluhan, kalau pasang baru PLN lebih memaksimalkan pasang barunya begitu juga dengan yang lainnya. Keluhan itu bukan berarti tentang hal yang jelek saja, tetapi sebagai media komunikasi PLN dengan pelanggan.” **(Sumber wawancara dari Asisten Manager Digital Service dan Customer Experience Rafi Fernandes, Padang 31 Juli 2024).**

Komunikasi merupakan hal sangat penting pada setiap perusahaan. Dalam memberikan kenyamanan kepada pelanggannya, perusahaan akan melakukan komunikasi dalam meningkatkan kualitas pelayanan kepada pelanggannya dengan tujuan untuk mengurangi keluhan yang terjadi pada pelanggan.

Dalam hal ini keluhan pelanggan juga dapat dilakukan melalui aplikasi PLN *Mobile*. Aplikasi ini sangat berguna untuk kualitas pelayanan dan pengaduan masyarakat. Berbagai fitur yang tersedia dalam aplikasi tersebut dan salah satunya yaitu fitur keluhan. Dalam fitur keluhan pelanggan, PT PLN UID Wilayah Sumatera Barat dapat melihat kebutuhan apa yang diperlukan oleh pelanggan. Untuk meningkatkan kualitasnya dengan pelanggan PLN *Mobile* akan melakukan pembaharuan pada aplikasi tersebut. Berikut wawancara peneliti dengan informan kunci.

*“Terkait dengan keluhan pelanggan melalui PLN *Mobile*, PLN selalu update aplikasinya setiap per periode sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Biasanya update sekali satu bulan. Aplikasinya diupdate di playstore. PLN akan memberikan notifikasi updatenya baik di aplikasi itu sendiri maupun di media sosial.”* **(Sumber wawancara dari Asisten Manager Digital Service dan Customer Experience Rafi Fernandes, Padang 31 Juli 2024).**

Setiap daerah tentu memiliki perbedaan dalam menanggapi keluhan pelanggan. Salah satunya keluhan pelanggan yang terjadi di PT PLN UID Wilayah Sumatera Barat. Dalam hal ini keluhan pelanggan yang terjadi di Wilayah Sumatera Barat yaitu sinyal internet yang sulit pada daerah pelosok. Berikut hasil wawancara peneliti dengan informan kunci:

“Kalau yang di Sumatera Barat PLN itu terkendala dengan sinyal internet. PLN itu memfasilitasi dengan kantor-kantor kecil untuk masyarakat untuk menyampaikan keluhannya secara offline dengan mendatangi kantor terdekat. PLN akan mengentry keluhan pelanggan tersebut dengan aplikasi online yaitu aplikasi tersendiri yang disebut dengan aplikasi APKT (Aplikasi Pelayanan Keluhan Terpadu). Aplikasi ini ketika online akan masuk ke kantor ini, jadi akan masuk pelayanannya sudah dilanjutkan dieksekusi.” **(Sumber wawancara dari Asisten Manager Digital Service dan Customer Experience Rafi Fernandes, Padang 31 Juli 2024).**

Adapun keluhan yang dirasakan masyarakat. Berikut hasil wawancara peneliti dengan informan pendukung

“Saya sering mengalami mati lampu ketika pemakaian sedang banyak dan ini sering saya alami. Mati lampu ini sehari-hari sehingga aktivitas saya terganggu. Selama mati lampu saya tidak nyaman. Kalau udah mati lampu aktivitas saya terganggu dan biasanya saya akan lapor ke kantor, karena lebih mudah dan cepat.” **(Sumber wawancara dari Ibu Rumah Tangga Vivi Suriyanti, Padang 02 Agustus 2024).**



Strategi Komunikasi PT PLN UID Wilayah Sumatera Barat dalam Menangani Keluhan Pelanggan

Komunikasi dapat diartikan sebagai penyampaian suatu informasi maupun pesan dari komunikator sebagai penyampai informasi kepada komunikan sebagai pihak yang menerima pesan baik secara langsung maupun melalui media yang digunakan. Dalam penyampaian maupun penerimaan pesan tentu proses ini terjadi karena saling membutuhkan dan bertukar informasi satu sama lain sehingga terbentuknya interaksi dalam penerimaan pesan. Komunikasi merupakan suatu aktivitas yang dapat dipengaruhi oleh perkembangan teknologi. Dalam artian bahwa dalam penyampaian maupun penerimaan pesan manusia menggunakan strategi dan cara untuk mempermudah dalam berinteraksi.

PT PLN Unit Induk Distribusi Wilayah Sumatera Barat merupakan salah satu perusahaan BUMN yang bergerak dibidang ketenagalistrikan dan memberikan pelayanan dan jasa kepada masyarakat mengenai kelistrikan. Selama terjadinya keluhan pelanggan baik keluhan ringan dan keluhan berat ini menjadi strategi komunikasi yang harus dihadapi PT PLN UID Wilayah Sumatera Barat dalam mempertahankan citra perusahaan. Gangguan yang terjadi diatasi berdasarkan kebijakan dan peraturan yang telah ditetapkan oleh pemerintah. Oleh sebab itu, PLN akan melakukan strategi komunikasi dalam mengatasi keluhan pelanggan berdasarkan kebutuhan pelanggan.

a. Komunikasi Langsung

Dalam penyampaian informasi komunikator dan komunikan harus paham dengan makna pesan yang diterima. Keefektifan komunikasi dapat dilihat bagaimana strategi yang dibentuk dapat dipahami. Unsur penting yang ada pada komunikasi bukan hanya sekedar menyampaikan lalu menerimanya, tetapi lebih mementingkan perubahan karakter terhadap pesan yang dipahami. Komunikasi dapat dilakukan sesuai dengan kondisi orang lain dalam memahami pesan tersebut, sehingga komunikasi bisa dilakukan secara langsung maupun tidak.

Komunikasi langsung merupakan suatu kegiatan komunikasi yang dilakukan secara *face to face* untuk meningkatkan suatu tujuan yang telah ditetapkan. Perusahaan akan membangun komunikasi dengan memberikan kemudahan dalam melaksanakan tugasnya. Dalam hal ini komunikasi dapat dilakukan secara langsung sesuai dengan informasi yang akan dibahas. Komunikasi langsung ini memiliki tujuan pada suatu perusahaan. Bagaimana cara perusahaan dapat menjalin kerja sama agar terbentuknya kinerja yang lebih baik. Dalam hal ini berikut hasil wawancara peneliti dengan informan tambahan:

“Yang jelas dalam komunikasi langsung itu kita melakukan pertemuan dengan stakeholder, untuk pertemuan dengan stakeholder dilakukan pertemuan dua kali seminggu, stakeholder ini mencakup kepada kepala dinas, pemangku kepentingan yang berhubungan dengan PLN, kemudian juga dengan pelanggan besar seperti Transmart dan lain-lain Kemudian ada stakeholder multiform customer gathering yang diadakan selama satu semester atau sekali setahun tujuannya untuk memperkenalkan produk PLN sekalian promo-promo dari PLN.” (Sumber wawancara dari Bidang Komunikasi Fefi Desmayeti, Padang 15 Mei 2024).

b. Komunikasi Tidak Langsung

Dengan perkembangan teknologi saat ini, PT PLN Unit Induk Distribusi Wilayah Sumatera Barat mengikuti kecanggihan teknologi dimana perusahaan melakukan komunikasi tidak langsung melalui media-media yang ada. Perusahaan memberikan informasi mengenai listrik untuk mempermudah masyarakat dalam mengakses dan menggali informasi. Dalam hal ini perusahaan membentuk strategi komunikasi secara tidak langsung dengan mengemas pesan agar dapat diterima oleh orang banyak. Tujuannya untuk menyesuaikan penggunaan teknologi maupun media untuk memberikan pelayanan kepada



masyarakat dalam menerima informasi. Hal ini sesuai dengan pernyataan informan tambahan mengenai komunikasi tidak langsung:

“Komunikasi tidak langsung itu melalui tools yang saat ini ada ya, misalnya dimedia cetak koran ada media yang bekerja sama dengan kita dengan berita yang aktual, kemudian juga dimedia elektronik seperti tv-tv lokal Padang TV, Inews untuk menginformasikan kepada pelanggan tentang program layanan, kayak kejadian galodo, kemudian media online untuk menyebarluaskan informasi.” **(Sumber wawancara dari Bidang Komunikasi Fefi Desmayeti, Padang 15 Mei 2024)**

Ada pun hasil wawancara peneliti dengan informan tambahan. Berikut hasil wawancaranya:

“Kalau menurut saya untuk strategi yang dilakukan PLN sudah baik dalam memberikan pelayanan. Kalau strategi ini cara PLN dalam menanggapi keluhan masyarakat. Saya pernah tiba-tiba listrik saya diputus, kemudian saya langsung mendatangi kantor PLN dekat rumah saat itu dan saya menanyakan kenapa listrik saya di rumah mati, pihak PLN menjelaskan dan saat itu saya paham karena saya telat bayar rekening lampu. PLN menjelaskan secara terperinci.” **(Sumber wawancara dengan Ibu Rumah Tangga, Vivi Suriyanti, Padang 02 Agustus 2024).**

Strategi komunikasi sangat diperhatikan dalam suatu perusahaan. Ketika pelanggan menginginkan hal baru untuk kebutuhannya, maka perusahaan akan melakukan cara dan membentuk komunikasi kepada pelanggan. Dalam hal ini, PT PLN UID Wilayah Sumatera Barat melakukan strategi komunikasi sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Strategi komunikasi yang dilakukan yaitu komunikasi langsung dan komunikasi tidak langsung. PT PLN UID Wilayah Sumatera Barat akan melakukan komunikasi ini berdasarkan situasi pelanggan. Misalnya, untuk pelanggan yang tinggal di daerah pelosok dengan kondisi sinyal yang tidak mendukung maka PT PLN menyediakan unit kantor kecil PLN, sedangkan untuk masyarakat yang tidak terkendala oleh sinyal, maka PLN melakukan strategi komunikasi melalui media yang digunakan.

Untuk pelanggan di Sumatera Barat tidak semua daerah yang sinyalnya dapat digunakan. Kesulitan sinyal di daerah pelosok disebabkan karena banyak faktor dan salah satunya kondisi alam yang tidak mendukung. Oleh karena itu, PT PLN UID Wilayah Sumatera Barat membentuk strategi komunikasi untuk mempermudah layanan kepada pelanggan untuk berkomunikasi. Strategi komunikasi yang dilakukan PT PLN UID Wilayah Sumatera Barat pada daerah pelosok yang terkendala sinyal adalah dengan sosialisasi dan edukasi.

Berikut hasil wawancara peneliti dengan informan tambahan:

“Strategi komunikasi untuk daerah pelosok di Sumatera Barat yang terkendala sinyal, kami melakukan komunikasi dengan sosialisasi dan edukasi. Sosialisasi ini contohnya tentang informasi pemadaman listrik, lalu tentang pemadaman listrik bergilir, untuk edukasi ini petugas akan memberitahu informasi mengenai penggunaan daya listrik, mengenai tegang listrik dan informasi lain mengenai kelistrikan. Petugas melakukan ini secara berkala bisa sekali satu bulan untuk informasi ini.” **(Sumber wawancara dengan Bidang Komunikasi, Fefi Desmayeti, Padang 02 Agustus 2024).**

Hasil Pembahasan

Pada pembahasan ini, peneliti telah melakukan penelitian berupa penyajian hasil wawancara dan pengamatan peneliti tentang strategi komunikasi PT PLN UID Wilayah Sumatera Barat dalam menangani keluhan pelanggan, maka hasil dari penelitian peneliti menggunakan Model Perencanaan Komunikasi Philip Lesly.



Menurut Philip Lesly (1972) model perencanaan komunikasi terdiri atas dua komponen utama. Pertama organisasi yang menggerakkan kegiatan dan publik yang menjadi sasaran kegiatan. Pada komponen organisasi ini terdiri dari 4 tahap yaitu:

A. Organisasi

1. Analisis dan Riset

Suatu langkah sebelum melakukan strategi komunikasi yaitu membuat perencanaan komunikasi. Pada dasarnya, perencanaan komunikasi merupakan dokumen tertulis yang menjelaskan tentang apa yang harus dilaksanakan dan berhubungan dengan komunikasi dan pencapaian tujuan, cara apa yang harus dilakukan, dan kepada siapa program komunikasi ditujukan (Puput dalam Mehal, 2018).

Pada analisis dan riset ini PT PLN UID Wilayah Sumatera Barat melakukan analisis terhadap masalah yang dihadapi pelanggan dimana perusahaan melihat keluhan apa saja yang terjadi pada pelanggan. Dalam hal ini PT PLN UID Wilayah Sumatera Barat melakukan analisis keluhan pelanggan berdasarkan angka keluhan tertinggi, kemudian perusahaan melakukan riset terhadap keluhan pelanggan tersebut dengan menggunakan strategi komunikasi dalam melakukan pelayanan. Perusahaan akan bergerak cepat dengan memberikan tanggapan atau respon kepada pelanggan untuk mekonfirmasi apa yang terjadi pada pelanggan.

2. Perumusan Kebijakan

Tahapan selanjutnya dari model perencanaan komunikasi Philip Lesly adalah perumusan kebijakan. Perumusan kebijakan adalah sikap maupun tindakan kebijakan organisasi yang perlu diperbaiki terhadap perusahaan. Perumusan kebijakan adalah tahapan yang meliputi strategi yang akan diperlukan (Puput dalam Cangara, 2018.) Perumusan kebijakan menurut Lesly (1991) adalah tahapan yang mencakup strategi yang akan digunakan.

Dalam hal ini PT PLN UID Wilayah Sumatera Barat merumuskan kebijakannya berdasarkan visi PLN yaitu menjadi perusahaan listrik negara. PT PLN akan melakukan pelayanan berdasarkan kebutuhan pelanggan, seperti kondisi saat ini. PT PLN akan menyesuaikan dalam pelayanan terhadap pelanggan dengan menggunakan media yang canggih saat ini yaitu *PLN Mobile*. Dengan memberikan kemudahan kepada pelanggannya, maka PLN menciptakan aplikasi untuk mengakses pelayanan dengan mudah kepada pelanggannya. Tahapan pada perumusan kebijakan ini dilakukan sesuai dengan perkembangan teknologi.

3. Perencanaan Program Pelaksanaan

Setelah melakukan perumusan kebijakan, tahapan selanjutnya yang menjadi komponen organisasi menurut model perencanaan model perencanaan komunikasi adalah perencanaan program pelaksanaan (Puput, 2018).

Tahapan selanjutnya setelah perumusan kebijakan yaitu perencanaan program pelaksanaan. Pada tahapan ini perencanaan program pelaksanaan adalah langkah dimana perencanaan dituntut untuk lebih jelas dan akurat dalam pelaksanaan kegiatan agar kegiatan tersebut berjalan sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan.

Dalam hal ini, PT PLN UID Wilayah Sumatera Barat melakukan program memberikan kemudahan terhadap pelanggan melalui aplikasi *PLN Mobile*, kemudian melakukan peningkatan kehandalan dari jaringan listrik, memberikan implementasi proses bisnis PLN *Excellent*, melakukan percepatan pelayanan pelanggan. Pelaksanaan program ini bertujuan untuk memberikan kemudahan terhadap pelanggan.

4. Kegiatan Komunikasi

Dalam hal ini kegiatan komunikasi yang dilakukan PT PLN UID Wilayah Sumatera Barat adalah bagaimana cara perusahaan memberikan pelayanannya berdasarkan kebutuhan pelanggan. PT PLN akan menyesuaikan berdasarkan komunikasi yang digunakan baik



secara langsung maupun tidak langsung. Komunikasi secara langsung dilakukan melalui pertemuan dengan media dan pelanggan yang datang langsung ke kantor. Sedangkan komunikasi tidak langsung menggunakan melalui media cetak dan media sosial yang digunakan untuk mempermudah pelanggan mengakses informasi.

B. Publik

1. Umpan Balik

Dalam hal ini umpan balik yang dilakukan masyarakat kepada PT PLN UID Wilayah Sumatera Barat adalah dengan melakukan komplain, karena kebutuhan pelanggan yang tidak terpenuhi. Masyarakat melakukan keluhan dengan mendatangi kantor PLN terdekat secara langsung maupun melalui media *online* yang digunakan masyarakat. Untuk pelanggan yang melakukan keluhan secara langsung dapat melakukan dengan mendatangi kantor PLN terdekat, sedangkan pelanggan yang melakukan keluhan secara *online* bisa melalui aplikasi PLN *Mobile*, *call center* dan media sosial yang digunakan.

b. Evaluasi

Pada evaluasi ini PT PLN UID Wilayah Sumatera Barat akan mengumpulkan informasi apa saja yang dibutuhkan pelanggan. Pengumpulan informasi ini didapatkan melalui hasil keluhan maupun laporan pelanggan terhadap perusahaan. PLN akan mendata dan melakukan perbaikan kepada pelanggan seperti peningkatan dalam kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan sangat berguna oleh perusahaan, karena dengan memberikan kualitas pelayanan akan memberikan kenyamanan kepada pelanggan dan untuk kebutuhan pelanggan akan dilakukan perbaikan sesuai dengan permasalahan yang terjadi.

spasi 1. Format gambar png/jpg.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti mengenai strategi komunikasi PT PLN Unit Induk Distribusi Wilayah Sumatera Barat dalam menangani keluhan pelanggan maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Keluhan pelanggan terjadi karena kebutuhan pelanggan yang tidak terpenuhi. Keluhan ini disebabkan karena banyak faktor, salah satunya penyampaian informasi yang kurang tepat. Daerah pelosok di Sumatera Barat yang terkendala sinyal tidak bisa melakukan pengaduan secara *online* dikarenakan penyebaran sinyal yang kurang merata, sehingga PLN menyediakan kantor – kantor kecil untuk masyarakat yang tinggal dipelosok untuk memudahkan dalam proses penyebaran informasi dan pengaduan.
2. PT PLN UID Wilayah Sumatera Barat melakukan pendidikan dan pelatihan kepada petugas PLN untuk melakukan edukasi mengenai kelistrikan dan mengatasi masalah keluhan pelanggan yang terjadi. Tujuannya adalah untuk menyesuaikan sumber daya dengan perkembangan teknologi saat ini. Petugas akan dibekali ilmu dan mengikuti tes sertifikasi mengenai pelatihan yang diikuti. Ketika pelanggan melakukan pengaduan, maka petugas akan menangani keluhan tersebut berdasarkan kebutuhan pelanggan.
3. Strategi komunikasi yang dilakukan PT PLN Unit Induk Distribusi Wilayah Sumatera Barat menggunakan komunikasi langsung dan komunikasi tidak langsung. Dalam hal ini PLN akan menanggulangi keluhan pelanggan dan memberikan informasi dari program yang ada pada PT PLN Unit Induk Distribusi Wilayah Sumatera Barat. Untuk daerah pelosok di Sumatera Barat, petugas akan melakukan sosialisasi dengan mengumpulkan pelanggan dan memberitahu mengenai informasi pelayanan di PLN.

[Times New Roman, 10, normal], spasi 1.



UCAPAN TERIMAKASIH

Selama proses penulisan ini, penulis tidak dapat menyelesaikan penelitian ini dengan sendiri dan penulis mendapatkan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. Allah SWT yang senantiasa melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya untuk mengerjakan skripsi ini.
2. Kedua Orang Tua Tercinta Ayah Wardi Yandri (alm.) dan Mama Yesy Hendry serta keluarga yang telah memberikan seluruh perhatian dan dukungan kepada penulis.
3. Dekan dan Wakil Dekan selaku Dekan Fakultas Hukum, Ilmu Sosial dan Humaniora yaitu Bapak Dr. Azmi Fendri, S.H, M. Kn dan Bapak Dion Eriend, M. I. Kom.
4. Ketua, Sekretaris, dan Dosen-Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi Univeristas Dharma Andalas Padang yakni Ibu Indria, M. Si, M.I. Kom., Ibu Ria Edlina, M.I. Kom, Bapak Dion Eriend, M.I. Kom, Bapak Gilang Surendra, S.I.P., M.I. Kom., Ibu Defhany, M.I. Kom dan Ibu Athifa Nabila Risti, M. I. Kom.
5. Ibu Ria Edlia, M. I.Kom selaku pembimbing skripsi yang selalu memberikan arahan, masukan, dan motivasi dalam penulisan skripsi ini.
6. Asisten Manager PT PLN UID Sumatera Barat Bapak Rafi Fernandes, Ibu Fefi Desmayeti serta seluruh pegawai dan staf PT PLN Sumatera Barat yang bersedia sebagai tempat objek penelitian.
7. Teman-teman serta orang yang telah memberikan dukung kepada penulis hingga selesainya penulisan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kesempurnaan, untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran dari teman-teman serta dosen pembimbing untuk kelancaran skripsi ini. Semoga dapat bermanfaat bagi pembaca, peneliti selanjutnya. Aamiin. Penulis ucapkan terimakasih

. [Times New Roman, 10, normal], spasi 1.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggito & Johan. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jawa Barat: CV Jejak.
- Berta Sandra. (2023). *Strategi Komunikasi Customer Relationship Management dalam Menghadapi Keluhan Pelanggan Produk Indihome di PT Telekomunikasi Indonesiam Tbk Bandar Lampung*. Skripsi Sarjana, Universitas Lampung).
- Danu. (2015). *Memahami Metode Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Calpulis.
- Fazza, Faridz. (2021). *Manajemen Krisis PT PN Unit Induk Distribusi (UID) Jawa Barat dalam Penanganan Blackout Tahun 2019*. Skripsi Sarjana, Universitas Islam Indonesia.
- Silviani, I. (2020). *Public relations sebagai solusi Komunikasi Krisis*. Scopindo Media Pustaka.
- Puput. (2018). *Strategi Komunikasi PT. PLN (Persero) Cabang Kota Serang*. Skripsi Sarjana, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.
- Rory, Santi, Kadek. (2019). *Strategi Komunikasi Customer Service PT. JNE Cabang Utama Samarinda dalam Menangani Kasus Keluhan Pelanggan*. Vol 7 (No.2). Halaman 235.
- Stivani, Dwi, Nurul & Abadai. (2019). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Hotel Ijen View Bondowoso*. Skripsi Sarjana, Universitas Muhammadiyah Jember.
- Syam, Azman dan Deni. (2022). *Komunikasi Krisis*. Aceh: Dinas Komunikasi,



Informatika dan Persandian Aceh.

<https://web.pln.co.id>. Diakses pada tanggal 26 April 2024.

https://id.wikipedia.org/wiki/Perusahaan_Listrik_Negara, diakses pada tanggal 26 April 2024.