

**STRATEGI HUBUNGAN MASYARAKAT PT.PELAYANAN LISTRIK
NASIONAL (PLN) KOTA BATAM DALAM MENANGANI KELUHAN
PELANGGAN DI AKUN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM
@PTPLNBATAM**



Nama : Safira Ummaya

2000030052

**PROGRAM STUDI ILMU
KOMUNIKASI FAKULTAS SASTRA,
BUDAYA, DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS AHMAD DAHLAN
INTISARI**

Penelitian ini berjudul “Strategi Hubungan Masyarakat PT.Pelayanan Listrik Nasional (PLN) Kota Batam Dalam Menangani Keluhan Pelanggan Di Akun Media Sosial Instagram @ptplnbatam”. PT.Pelayanan Listrik Nasional (PLN) Kota Batam merupakan anak perusahaan dari PLN Persero. Tujuan penelitian ini untuk mendeskripsikan dan mengevaluasi proses strategi Humas PLN Kota Batam mengatasi keluhan pelanggan melalui akun Instagram @ptplnbatam.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Penelitian ini dilakukan di PT.Pelayanan Listrik Nasional (PLN) Kota Batam. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, observasi dan dokumentasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Humas PLN Kota Batam sudah menjalankan strategi sesuai dengan pendapat Cutlip,Center,Broom (2009) yaitu tahap pertama Menentukan Masalah dengan mengumpulkan data terkait keluhan pelanggan dan memonitoring media sosial Instagram. Kedua yaitu Perencanaan & Penyusunan Program dengan menetapkan kebijakan dalam pelayanan melalui media sosial Instagram. Ketiga yaitu Aksi dan Komunikasi dengan memberikan pelayanan yang baik melalui konten edukatif dan membalas *Direct Message (DM)* dari *followers*. Keempat yaitu Evaluasi Program dengan melakukan rapat evaluasi terkait program yang dijalankan.

Kata Kunci : Humas, Instagram, Keluhan Pelanggan, Strategi.

ABSTRACT

This research is entitled "Public Relations Strategy of PT. National Electric Service (PLN) Batam City in Handling Customer Complaints on the Instagram Social Media Account @ptplnbatam". PT. National Electric Service (PLN) Batam City is a subsidiary of PLN Persero. The aim of this research is to describe and evaluate the PLN Batam City Public Relations strategy process for dealing with customer complaints via the Instagram account @ptplnbatam.

The method used in this research is qualitative with a case study approach. This research was conducted at PT. National Electric Service (PLN) Batam City. The data collection techniques used were interviews, observation and documentation.

The results of this research indicate that Public Relations of PLN Batam City has implemented a strategy in accordance with the opinion of Cutlip, Center, Broom (2009), namely the first stage of Determining the Problem by collecting data related to customer complaints and monitoring Instagram social media. The second is Planning & Preparing Programs by establishing policies in services via Instagram social media. Third, namely Action and Communication by providing good service through educational content and responding to Direct Messages (DM) from followers. Fourth, namely Program Evaluation by holding evaluation meetings related to the program being implemented.

Keywords: Customer Complaint , Instagram, Public Relations, Strategy.

A. PENDAHULUAN

PT.Pelayanan Listrik Nasional Kota Batam adalah anak perusahaan PLN (Persero) yang didirikan pada tanggal 3 Oktober 2000 dan sekarang dikenal sebagai PT. Pelayanan Listrik Nasional Kota Batam. PT. Pelayanan Listrik Nasional (PLN) Kota Batam berkomitmen untuk memberikan pelayanan yang memuaskan kepada pelanggan. Saat berkomunikasi dengan pelanggan yang terpenting adalah perusahaan mengetahui apa yang diinginkan pelanggan.



Instagram @ptplnbatam aktif dari tahun 2019 dengan jumlah postingan 479. Instagram @ptplnbatam digunakan untuk memberikan informasi mengenai perusahaan dan konten edukatif untuk memberikan pengetahuan yang bermanfaat sehingga membantu meningkatkan pemahaman pelanggan

atau *followers*. Masyarakat lebih sering menggunakan *platform* media sosial Instagram untuk mencari informasi, memberikan rekomendasi, dan mengajukan keluhan kepada perusahaan.

Permasalahan berupa keluhan pelanggan melalui kolom komentar mulai muncul saat adanya pemadaman listrik yang terjadi secara tiba-tiba tanpa adanya pemberitahuan kepada pelanggan. Keluhan pelanggan terdapat di beberapa postingan salah satunya pada konten “Pemadaman Listrik”. Dilihat dari postingan milik @ptplnbatam dalam satu bulan terdapat 1-10 keluhan pelanggan muncul di kolom komentar. Dalam hal ini, *followers* menyampaikan keluhan berupa argumen negatif kepada perusahaan atas permasalahan yang dialami oleh pelanggan soal pemadaman listrik. Permasalahan ini membuat pelanggan merasa dirugikan karena perusahaan tidak memberikan informasi yang jelas terkait pemadaman listrik. Pemadaman listrik yang terjadi diluar jadwal dapat membuat aktivitas yang dilakukan masyarakat terganggu. Permasalahan ini yang dapat membuat pandangan masyarakat terhadap pelayanan yang diberikan perusahaan menurun.

Perusahaan harus mampu menangani segala keluhan pelanggan baik dari sikap petugas dan faktor pelayanan. Komunikasi yang baik diperlukan untuk menangani keluhan pelanggan dengan ketelitian, kesabaran, dan menangani keluhan dengan cepat dan tepat untuk mencari solusi terbaik, yang berarti setiap keluhan akan diselesaikan. Jika keluhan tidak direspon

dapat menyebabkan masalah jangka panjang yang dapat merusak reputasi perusahaan, sehingga penanganan pengaduan harus menjadi prioritas.

Kepuasan pelanggan terjadi ketika layanan yang diberikan memenuhi bahkan melampaui harapan pelanggan. Dalam hal ini, pelanggan memiliki peranan utama dalam perusahaan. Pelanggan merupakan tujuan dari pekerjaan tersebut, pelanggan tidak bergantung pada perusahaan tetapi perusahaan yang tergantung kepada pelanggan. Ketika sebuah perusahaan memahami konsep ini, maka akan memberikan layanan terbaik untuk mempertahankan pelanggan serta menciptakan citra positif perusahaan, tanpa mengetahui apa yang diharapkan pelanggan sulit bagi perusahaan untuk menawarkan kepuasan optimal kepada pelanggan.

PT.Pelayanan Listrik Nasional Kota Batam sudah menyediakan *call center 123* sebagai keinginan masyarakat saat pemasangan listrik baru atau ketika ingin menyampaikan keluhan. Perusahaan juga menyediakan wadah aspirasi masyarakat untuk mencari informasi dan menyampaikan keluhan melalui *call center 123* dan *email*. Saat ini masyarakat lebih memilih menggunakan media sosial Facebook dan Instagram untuk mencari informasi dan menyampaikan keluhan melalui kolom komentar atau *Direct Message*. Maka dari itu, dalam menangani keluhan pelanggan, Humas tidak hanya merespon melalui *email* tetapi juga merespon keluhan yang ada di media sosial Instagram @ptplnbatam.

B. TINJAUAN PUSTAKA

a. Strategi Hubungan Masyarakat

Menurut Effendy (2006), perumusan strategi adalah proses menentukan tindakan selanjutnya yang akan diambil oleh suatu perusahaan untuk mencapai tujuan mereka. Selain itu, proses perumusan strategi mencakup penetapan tujuan strategi dan tujuan keuangan perusahaan, serta pengembangan strategi untuk mencapai tujuan tersebut dengan memberikan value terbaik kepada pelanggan. Tujuan strategi Humas adalah pentingnya mencapai tujuan (target) untuk menciptakan citra dan reputasi yang baik untuk organisasi. Membentuk dan meningkatkan citra yang baik harus dibantu oleh kebijakan dan komitmen pimpinan perusahaan.

Setiap lembaga atau organisasi membutuhkan kehadiran Humas untuk beroperasi dan menawarkan aktivitas atau kegiatan kepada masyarakat. Humas membantu berinteraksi dan mendapatkan informasi melalui berbagai media seperti pers, radio, dan televisi. Untuk mendukung rencana kerja jangka panjang, praktisi Humas dapat melakukan langkah-langkah ini :

- 1) Menyampaikan pendapat dan fakta di dalam dan di luar perusahaan. Dalam jangka waktu tertentu, bahan-bahan tersebut dapat diperoleh dari kliping media massa, naskah pidato pimpinan, publikasi perusahaan, dan wawancara dengan pihak yang berkepentingan atau dianggap penting.
- 2) Mempelajari sejarah perusahaan dan dokumen resminya. Perusahaan biasanya digabungkan dengan perusahaan jika

perusahaan berdiri di depan publik atau sebaliknya.

Menurut Cutlip, Center & Broom dalam bukunya "Effective Public Relation" (2009), seorang humas profesional harus dapat melihat dan memahami program yang dibuat oleh organisasi. Mereka dapat melakukan ini dengan menggunakan model strategi humas. Untuk menjalankan program, humas profesional harus mengikuti empat langkah kegiatan, atau empat langkah pemecahan masalah. Keempat tahap strategi humas adalah sebagai berikut:

1. Menentukan Masalah (*Defining Problem*)

Menurut teori Cutlip, Center, dan Broom (2009), menentukan masalah berarti menganalisis suatu masalah dengan mempertimbangkan pendapat, sikap, dan perilaku yang berkaitan dengan subjek tersebut. Setelah pernyataan masalah dirumuskan, humas melakukan analisis situasi dengan mengumpulkan data dari pihak terlibat baik internal maupun eksternal, serta kekuatan lainnya. Analisis situasi ini kemudian digunakan sebagai dasar untuk proses penelitian. Selama proses ini, humas menguji hipotesis sementara hasil dari analisis situasi.

2. Perencanaan dan Penyusunan Program (*Planning and Programming*)

Program, tujuan, tindakan, dan strategi komunikasi dibuat setelah masalah yang telah ditentukan pada langkah pertama.

Pada langkah kedua, hasil dari langkah pertama dimasukkan ke dalam kebijakan dan program organisasi. Proses menentukan tujuan apa yang ingin dicapai dikenal sebagai perencanaan. Perencanaan diikuti dengan berbagai langkah-langkah. Strategi perencanaan adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan tahapan yang direncanakan.

3. Melakukan Tindakan dan Berkomunikasi (*Taking action and Communicating*)

Komunikasi adalah cara masyarakat mendapatkan informasi. hal ini dilakukan untuk menciptakan konsep baru atau memperbaiki yang sudah ada. Perusahaan dapat mencapai tujuan mereka melalui penyampaian pesan yang efektif, yang berdampak pada persepsi masyarakat terhadap perusahaan. Penyampaian pesan untuk mempengaruhi sikap masyarakat dan mendukung program perusahaan didefinisikan dalam teori sebagai komunikasi.

4. Evaluasi Program (*Evaluating the program*)

Evaluasi adalah proses menilai atau mengukur tindakan yang telah dilakukan. Ini juga merupakan proses untuk mengidentifikasi tingkat pencapaian program dan mengidentifikasi masalah yang muncul selama program berlangsung. Ada pengaruh besar pada bagaimana suatu

program atau perusahaan berubah. Evaluasi secara tori adalah penilaian yang dilakukan untuk mengetahui hasil dari suatu program.

C. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Menurut Burhan Bungin (2007), pendekatan studi kasus kualitatif memiliki tingkat kritisme yang lebih tinggi selama proses penelitian. Pengertian di atas dapat dipahami bahwa wawancara mendalam merupakan bagian penting dari penelitian kualitatif. untuk memastikan bahwa informasi yang kami peroleh lengkap, akurat, dan sesuai dengan keadaan sebenarnya di lapangan.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Hasil Penelitian

a. Menenntukan Masalah (Defining Problem)

Sebagai hasil penelitian yang didapat melalui kolom komentar dan *Direct Message*, keluhan pelanggan paling sering terjadi karena padamnya listrik diluar jadwal. Permasalahan ini yang membuat pelanggan menyampaikan keluhannya melalui kolom komentar dan *Direct Message* Instagram @ptplnbatam. Ketika terjadi keluhan, admin media sosial akan merespon dengan menanyakan id pelanggan. Setelah itu, admin akan mengarahkan

pelanggan untuk menghubungi *call center 123* dan mengekskalasikan permasalahan tersebut kepada bagian terkait termasuk Humas PLN Kota Batam untuk menangani permasalahan keluhan pelanggan di media sosial.

“kendala yang menyebabkan keluhan pelanggan yaitu terkait nambah daya atau pasang baru kabel PLN yang menjuntai di pohon keluhan terjadi saat adanya pemadaman diluar jadwal. Kurang lebih dalam sebulan pasti ada keluhan yang masuk melalui media sosial. tentunya dalam hal ini yang terdampak adalah pelanggan atau followers Instagram “ (wawancara dengan Furqon Staff Humas PLN Kota Batam tanggal 31 Mei 2023).

Keluhan pelanggan yang terjadi di media sosial Instagram @ptplnbatam ini menjadi permasalahan yang penting untuk perusahaan. Karena akan membuat citra perusahaan menjadi buruk. Humas dan admin pengelola media sosial mengumpulkan seluruh data mengenai keluhan pelanggan yang terjadi di daerah Kota Batam untuk ditindaklanjuti. PT.Pelayanan Listrik Nasional (PLN) Kota Batam berkomitmen untuk memberikan layanan terbaik kepada pelanggannya. Ini akan meningkatkan reputasi perusahaan dan mengurangi keluhan pelanggan.

“Setiap akhir bulan kami rutin melakukan rapat agenda mengenai program apa yang ingin kami jalankan selanjutnya. Kegiatan ini dilakukan bersama seluruh karyawan PLN Kota Batam untuk menerima diskusi dan silaturahmi dari stakeholders (media,pelanggan,LSM,NGO,dll)” (wawancara dengan Hamidi Hamid, Pimpinan PLN Kota Batam tanggal 14 November 2023).

PT. Pelayanan Listrik Nasional (PLN) Kota Batam menyadari nilai yang sangat penting dari pelanggan dalam konteks perusahaan. Pelanggan dianggap sebagai aset jangka panjang yang memiliki dampak signifikan pada perusahaan. Menjaga kesetiaan pelanggan terhadap perusahaan menjadi prioritas utama, meskipun saat ini perusahaan tidak memiliki pesaing dalam industri kelistrikan di Indonesia. Meskipun demikian, sikap perusahaan tetap tidak berubah terhadap urgensi pelanggan dalam menjalankan operasional mereka.

“Bagi kami, tidak mempunyai saingan bukan berarti kami bebas melakukan apa saja, tetap yang paling utama adalah kepuasan pelanggan itu penting buat kami perusahaan”.
(wawancara dengan Furqon, Staff Humas PLN Kota Batam tanggal 31 Mei 2023).

Strategi yang diterapkan oleh Pelayanan Listrik Nasional (PLN) Kota Batam bertujuan untuk menjaga kesetiaan masyarakat terhadap perusahaan. Ketika terjadi kekurangan daya, PLN Kota Batam menyampaikan jadwal melalui situs web dan juga menginformasikan melalui media sosial. Perusahaan secara konsisten memberikan informasi positif untuk memperbaiki situasi yang merugikan pelanggan, baik melalui foto atau video. Perusahaan berusaha keras dengan berbagai upaya agar pelanggan tetap setia.

Humas PT PLN Batam melakukan rapat rutin. Pertama, Pertama kegiatan internal Rapat Code of Conduct diadakan dua

minggu sekali, minggu pertama dan ketiga setiap bulan, bersama Sekretaris Perusahaan, Manajer, dan semua karyawan yang bekerja di bawah Sekretariat Perusahaan. Setiap bulan Maret, Juni, September, dan Desember, Coffee Morning luar ruangan bersama media.

Keluhan pelanggan PT. Pelayanan Listrik Nasional (Kota Batam) merupakan suatu tanda bahwa pelanggan mengalami ketidakpuasan terhadap pelayanan yang diberikan oleh perusahaan. Pelanggan dapat menyampaikan keluhannya dengan langsung datang ke kantor pusat atau melalui *email*, *call center 123*. Adapun berdasarkan wawancara dengan pelanggan dapat disimpulkan bahwa keluhan yang disampaikan oleh pelanggan melalui kolom komentar di media sosial Instagram @ptplnbatam.

b. Perencanaan dan Penyusunan Program (Planning & Programming)

Pada tahap kedua ini, perusahaan mulai menentukan langkah pertama yang akan digunakan untuk mengatasi permasalahan yang terjadi di media sosial Instagram @ptplnbatam. Perusahaan menyusun program, tujuan dan strategi komunikasi yang akan digunakan. Program yang akan dibuat perusahaan akan melibatkan Manager Komunikasi.

“Langkah pertama yang perusahaan lakukan untuk mengatasi permasalahan tersebut adalah dengan

merencanakan sebuah program yang bertujuan untuk memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan.” (wawancara dengan Furqon Staff Humas PLN Kota Batam tanggal 31 Mei 2023).

Fungsi pengorganisasian sebenarnya hanya melaksanakan perencanaan dalam suatu kegiatan. Oleh karena itu, perencanaan berfungsi sebagai pengukur keberhasilan dan kelancaran operasi organisasi atau perusahaan dalam mencapai tujuan mereka. Untuk menjadi efektif, proses perencanaan program dimaksudkan untuk mengatasi hambatan yang ada. Di sisi lain, fungsi perencanaan diperlukan untuk menerapkan program-program yang diinginkan.

“Kami perusahaan berkerja sama dengan divisi komersial atau niaga PLN Kota Batam. dalam kerjasama ini kami menyusun strategi dan program apa yang akan kami jalankan” (wawancara dengan Hamidi Hamid, Pimpinan PLN Kota Batam tanggal 14 November 2023).

Sebuah perusahaan harus mempunyai kebijakan dan menentukan strategi yang akan digunakan untuk menjalankan sebuah program. Adanya sebuah kebijakan dapat membantu mengatur perilaku dan tindakan karyawan agar sesuai dengan tujuan perusahaan. Sebuah kebijakan akan membantu perusahaan upaya semua anggota karyawan menuju visi dan misi perusahaan. Hal ini sangat penting agar program yang akan dijalankan akan berjalan dengan baik.

“Kebijakan perusahaan dalam merencanakan program umumnya melibatkan tujuan, seluruh karyawan serta

evaluasi resiko penilaian secara berkala” Furqon, Staff Humas PLN Kota Batam tanggal 31 Mei 2023)

Selain itu, PLN Kota Batam juga memiliki kebijakan dan aturan dalam menangani keluhan pelanggan yang meliputi empat aspek yakni :

1. Berempati terhadap pelanggan yang marah
2. Kecepatan dalam menangani keluhan
3. Keseimbangan tanggapan dalam memecahkan permasalahan atau keluhan
4. Kemudahan menghubungi pelanggan

c. Melakukan Tindakan dan Berkomunikasi (*Taking Action and Communication*)

Dalam proses Tindakan dan komunikasi ini, Humas memegang peranan penting dalam menyebarkan informasi kepada pihak internal dan eksternal. Seperti yang diketahui, Humas PLN Kota Batam menggandeng beberapa stasiun TV Kota Batam sebagai sarana untuk menunjukkan diri. baik itu dengan melakukan semacam talkshow untuk membagi informasi pada masyarakat dari sisi edukasi.

“Menangani keluhan pelanggan di media sosial Instagram @ptplnbatam kami merespon dengan membalas DM (Direct Message) pelanggan selain itu admin juga membalas beberapa komentar di media sosial karena memang saat ini kami kekurangan SDM untuk mengelola media sosial” (wawancara dengan Arif, Admin media sosial Instagram PLN Kota Batam tanggal 15 November 2023).

Saat ini penggunaan media sosial dalam memberikan informasi lebih cepat diterima oleh masyarakat. Hal ini yang membuat perusahaan menggunakan media sosial Facebook dan Instagram untuk menyampaikan informasi dari perusahaan untuk sampai ke pelanggan.

“Langkah utama untuk mengembangkan program dengan melibatkan evaluasi dari program yang sudah pernah di jalankan dengan melibatkan tim yang tepat serta evaluasi berkalan selama pelaksanaan program” (wawancara dengan : Hamidi Hamid, Pimpinan PLN Kota Batam tanggal 14 November 2023).

Tindakan yang akan dilakukan oleh PT.Pelayanan Listrik Nasional (PLN) Kota Batam untuk membantu dalam mencapai tujuan perusahaan:

1. Q&A Media Sosial Instagram
2. Konten Edukatif
3. Membalas *Direct Message* (DM)
4. *Grand Prize*

d. Evaluasi Program (*Evaluating the Program*)

Evaluasi merupakan penilaian yang dilaksanakan untuk mengetahui hasil dari suatu program. Evaluasi memiliki tujuan sebagai bahan atau alat ukur perusahaan dalam menilai efektivitas suatu program. Setelah melakukan pengumpulan data mengenai keluhan pelanggan, perencanaan dan melakukan tindakan untuk menjalankan program tahap terakhir adalah evaluasi.

“Evaluasi dibuat dengan memberikan laporan dari hasil program yang dijalankan. Bagaimana dampaknya terhadap perusahaan. Misalnya, jumlah scoring pemberitaan terhadap PLN Kota Batam” (wawancara dengan : Hamidi Hamid, Pimpinan PLN Kota Batam tanggal 14 November 2023).

Dalam melakukan evaluasi, PT. Pelayanan Listrik Nasional (PLN) Kota Batam tidak memfokuskan kepada keluhan pelanggan yang ada di media sosial. Biasanya hasil evaluasi sudah dimuat pada laporan bulanan kecuali ada kejadian khusus. Evaluasi juga tidak berpengaruh terhadap kurangnya keluhan pelanggan di media sosial *Instagram*.

“Adanya evaluasi tidak berhubungan dengan keluhan pelanggan. keluhan pelanggan sangat berhubungan dengan pelayanan yang diberikan oleh PLN Kota Batam. Jika pelayanan yang diberikan kurang, maka biasanya keluhan pelanggan akan banyak dan meningkat itulah mengapa terjadi keluhan yang muncul di media sosial Instagram @ptplnbatam” (wawancara dengan : Hamidi Hamid, Pimpinan PLN Kota Batam tanggal 14 November 2023).

Fungsi Humas dalam menghadapi permasalahan itu sendiri adalah lebih untuk memberikan edukasi dan informasi kepada pelanggan tentang penyebab padam dan kapan listrik akan normal Kembali. Lebih untuk menjaga citra perusahaan. Jadi, evaluasi tidak begitu berkaitan dengan keluhan pelanggan.

“Rapat evaluasi biasanya kami lakukan per 3 bulan sekali, dimana rapat tersebut membahas tentang program yang kami jalankan sudah berhasil atau belum” (wawancara dengan :Hamidi Hamid, Pimpinan PLN Kota Batam tanggal 14 November 2023).

2. Pembahasan

Setelah informasi dikumpulkan melalui observasi dan wawancara, peneliti menemukan masalah dengan menganalisis data dan melakukan referensi pustaka. Hasil penelitian kemudian diinterpretasikan. PT. Pelayanan Listrik Nasional (PLN) Kota Batam berkomitmen untuk memberikan layanan terbaik kepada pelanggan. Perusahaan akan terus meningkatkan layanan dan sumber daya manusia (SDM) dalam memenuhi harapan pelanggan. Pelanggan memainkan peran penting dalam meningkatkan keuntungan dan kesuksesan perusahaan. Perusahaan harus membuat strategi media sosial yang berhasil untuk mencapai hal ini. PT Pelayanan Listrik Nasional (PLN) Kota Batam menggunakan hasil penelitian lapangan untuk membuat strategi Humas dalam menangani keluhan pelanggan di akun Instagramnya, @ptplnbatam dengan program seperti membalas *Direct Message Instagram*, *Q&A*, dan *Grand Prize*.

Humas PT.Pelayanan Listrik Nasional (PLN) Kota Batam saat ini menangani keluhan pelanggan di media sosial dengan memberikan saran dan petunjuk kepada admin tentang keinginan pelanggan, membangun hubungan dengan perusahaan dan pelanggan melalui akun Instagram @ptplnbatam. Menurut Dozier & Broom (Ruslan, 2004), posisi Humas PLN Kota Batam termasuk dalam empat kategori yaitu penasehat ahli (*expert prescriber*), fasilitator komunikasi (*communication fasilitator*), fasilitator proses pemecahan masalah

(*problem sharing process fasilitator*), serta teknisi komunikasi (*communication technician*).

Humas di PLN Kota Batam melakukan strategi dalam menangani keluhan pelanggan khususnya di media sosial. Strategi yang ada di PLN Kota Batam dalam menangani keluhan pelanggan di media sosial adalah dengan cara aktif dalam menggunakan media sosial Facebook dan Instagram dengan memberikan konten edukatif, Q&A, dan membalas *Direct Message*. PLN Kota Batam menerapkan strategi tersebut dengan mengumpulkan data mengenai keluhan pelanggan di media sosial Instagram. Kemudian dari data tersebut Humas merencanakan program apa yang akan dilakukan melalui media sosial Instagram. Setelah itu, perusahaan membuat kebijakan terkait program yang akan dilaksanakan khususnya di media sosial agar lebih aktif dan cepat dalam memberikan informasi serta pelayanan kepada pelanggan untuk meminimalisir keluhan pelanggan itu tidak muncul lagi. Strategi ini adalah pembentukan berita yang positif dalam publikasi untuk menjaga citra perusahaan termasuk produknya. Humas PLN Kota Batam sudah memberikan dukungan penuh kepada pelanggan. Apapun keluhan yang pelanggan utarakan untuk didengarkan dan diusahakan untuk diselesaikan dengan segera.

Humas PLN Kota Batam juga tidak mau sembarangan dalam menangani keluhan pelanggan. Apa saja keinginan konsumen dan bagaimana sikap yang ditunjukkan oleh konsumen, Humas akan

memperlakukannya dengan baik. Program atau tindakan yang dirancang untuk mencapai serangkaian tujuan atau prinsip perusahaan untuk mencapai tujuan hasil akhir. Strategi penting dilaksanakan untuk memastikan bahwa aktivitas yang akan dilakukan akan terarah sesuai dengan rencana perusahaan.

Strategi yang dimiliki Humas PLN Kota Batam sangat penting karena pengelolaan keluhan merupakan cara untuk menyelesaikan masalah perusahaan saat ini khususnya dalam mengatasi keluhan pelanggan. Strategi penanganan keluhan PT.Pelayanan Listrik Nasional (PLN) Kota Batam dibutuhkan untuk memperbaiki sistem layanan yang mencakup layanan publik atau jasa. Perusahaan memperbaiki diri dengan memanfaatkan tanggapan yang diperoleh dan menjadikannya informasi untuk pengambilan keputusan.

E. KESIMPULAN DAN SARAN

a. Kesimpulan

Menurut pandangan peneliti, strategi Humas PT.Pelayanan Listrik Nasional (PLN) Kota Batam dalam menangani keluhan pelanggan di media sosial Instagram @ptplnbatam sudah baik karena dalam setiap kegiatan dan program yang dibuat oleh Humas selalu berusaha mengedepankan tanggung jawab terhadap kebutuhan pelanggan. Humas juga menginformasikan kepada admin media sosial untuk selalu memberikan informasi serta pelayanan yang baik untuk pelanggan agar meminimalisir keluhan

pelanggan di media sosial Instagram @ptplnbatam. Program-program yang dijalankan untuk menangani keluhan pelanggan di media sosial Instagram sudah terorganisir. Kendati demikian, masi ada hal yang menyebabkan strategi ini kurang efektif, yakni kurangnya sumber daya manusia (SDM) dalam mengelola media sosial Instagram @ptplnbatam.

b. Saran

Peneliti telah menyimpulkan hasil penelitian dan analisis berdasarkan identifikasi masalah yang telah ditentukan sebelumnya. Hal selanjutnya yang akan peneliti lakukan adalah memberi saran yang dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan Humas PT.Pelayanan Listrik Nasional (PLN) Kota Batam dalam melakukan strategi dalam merespon keluhan pelanggan khususnya di media sosial Instagram @ptplnbatam adalah sebagai berikut :

1. Program yang dilakukan di media sosial Instagram @ptplnbatam harus lebih efektif dan ditingkatkan agar pelanggan bisa mengetahui informasi apa saja yang ada diperusahaan.
2. Untuk menampung pendapat dan masukan dari pelanggan terhadap pelayanan dan fasilitas perusahaan, akan lebih baik jika Humas PLN Kota Batam menambah sumber daya manusia untuk mengelola *platform* media sosial Instagram @ptplnbatam dan menghimbau kepada *customer service* perusahaan untuk merespon melalui *call center 123* dan *email* sehingga pelanggan akan merasa dilayani dengan baik oleh perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Muhaimin, M. d. (2019). Strategi Humas PLN (Persero) Wilayah Sumatera Selatan, Jambi dan Bengkulu (S2JB) dalam Mengatasi Komplain Masyarakat Pemadaman Listrik di Wilayah Palembang. *Jurnal Inovasi*.
- Bungin, M. b. (2011). *Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Kencana.
- Cultip, S. M. (2009). *Effective Public Relations*. Jakarta: Kencana.
- E.B, G. A. (2016). Strategi Cyber Public Relations dalam Perkembangan Citra Industri Pendidikan Tinggi Swasta. *Jurnal The Messenger*.
- Effendy, O. U. (2008). *Dinamika Komunikasi*. Bandung: Remaja Karya.
- Firna. (2016). Strategi Humas PT.PLN (Persero) Cabang Kota Makassar Timur dalam mengatasi keluhan pelanggan.
- Fujianti, P. (2018). Strategi Komunikasi PT.PLN (Persero) Cabang Kota Serang (Studi Kasus Merespon Keluhan Pelanggan).
- Morissan. (2008). *Manajemen Public Relations*. Jakarta: Kencana.
- Mowen, J. M. (2002). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Erlangga.
- Oliver, S. (2006). *Strategi Public Relations*. Jakarta: ensensi.
- Rusadi, R. (2004). *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Ruslan, R. (2009). *Manajemen Pubic Relations dan Media Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Soemirat, S. A. (2022). *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Sopiah, S. . (2013). *Perilaku Konsumen : Pendekatan Praktis Disertai : Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Andi.

Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran* . Jakarta.

Waringkusuma, D. W. (2017). Peran Humas dalam Penanganan Keluhan Pelanggan (Complaint Handling) pada Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Makassar.