

**STRATEGI KOMUNIKASI ORGANISASI
DIVISI PEMASARAN DAN PELAYANAN PELANGGAN PT. PLN UP3
(UNIT PELAKSANA PELAYANAN PELANGGAN PALEMBANG)
DALAM MENANGANI KELUHAN PELANGGAN PRIORITAS
DI ERA PANDEMI COVID-19**

SKRIPSI

Disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
Gelar Sarjana Strata (S1) Program Studi Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : Hubungan Masyarakat



Oleh :

ADE AMELLIA APRILYSANI
0731381722161

**PRODI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
TAHUN 2021**

HALAMAN PENGESAHAN UJIAN KOMPREHENSIF

“STRATEGI KOMUNIKASI ORGANISASI DIVISI PEMASARAN DAN PELAYANAN
PELANGGAN PT. PLN UP3 (UNIT PELAKSANA PELAYANAN PELANGGAN PALEMBANG)
DALAM MENANGANI KELUHAN PELANGGAN PRIORITAS DI ERA PANDEMI COVID-19”

SKRIPSI

Oleh :
ADE AMELLIA APRILYSANI

07031381722161

Telah dipertahankan di depan penguji
Dan dinyatakan telah memenuhi syarat
Pada tanggal 15 April 2021

Pembimbing :

1. DR. RETNA MAHRIANI, M. SI
NIP. 196012091989122001
2. FAISAL NOMAINI, S.SOS., M. SI
NIP. 198411052008121003

Penguji :

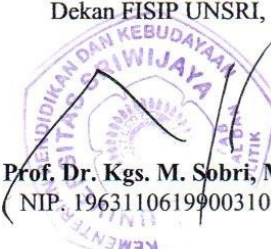
1. ERLISA SARASWATY, S. KPM., M.SC
NIP. 199209132019032015
2. OEMAR MADRI BAFADHAL, S. I. KOM, M. SI
NIP. 199208222018031001

Tanda Tangan

Tanda Tangan

Dekan FISIP UNSRI,

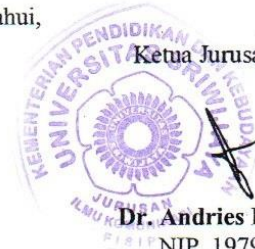
Prof. Dr. Kgs. M. Sobri, M.Si
NIP. 196311061990031001



Mengetahui,

Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi,

Dr. Andries Lionardo, S.IP., M.Si
NIP. 197905012002121005



HALAMAN PERSETUJUAN UJIAN KOMPREHENSIF

“STRATEGI KOMUNIKASI ORGANISASI DIVISI PEMASARAN DAN PELAYANAN
PELANGGAN PT. PLN UP3 (UNIT PELAKSANA PELAYANAN PELANGGAN PALEMBANG)
DALAM MENANGANI KELUHAN PELANGGAN PRIORITAS DI ERA PANDEMI COVID-19”

**Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan dalam Menempuh
Derajat Sarjana S-1 Ilmu Komunikasi**

Oleh :

ADE AMELLIA APRILYSANI

07031381722161

Pembimbing I

DR. RETNA MAHRIANI, M. SI

NIP. 196012091989122001

Tanda Tangan

Tanggal

02/03/2021

Pembimbing II

FAISAL NOMAINI, S.SOS., M. SI

NIP. 198411052008121003

24/2021
02

Mengetahui,
Ketua Jurusan,

5/3-21

Dr. Andries Lionardo, S.IP., M.Si
NIP. 197905012002121005

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : ADE AMELLIA APRILYSANI
NIM : 07031381722161
Tempat dan Tanggal Lahir : KOTABUMI, 13 APRIL 2000
Program Studi/Jurusan : FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK/ILMU KOMUNIKASI
Judul Skripsi : STRATEGI KOMUNIKASI ORGANISASI DIVISI PEMASARAN DAN PELAYANAN PELANGGAN PT. PLN UP3 (UNIT PELAKSANA PELAYANAN PELANGGAN PALEMBANG) DALAM MENANGANI KELUHAN PELANGGAN PRIORITAS DI ERA PANDEMI COVID-19

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa :

1. Seluruh data, informasi serta pernyataan dalam pembahasan dan kesimpulan yang disajikan dalam karya ilmiah ini, kecuali yang disebutkan sumbernya adalah merupakan hasil pengamatan, penelitian, pengolahan serta pemikiran saya dengan pengarahan dari pembimbing yang ditetapkan.
2. Karya ilmiah yang saya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapat gelar akademik baik di Universitas Sriwijaya maupun di perguruan tinggi lainnya.

Demikianlah pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan apabila di kemudian hari ditemukan bukti ketidak benaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademis berupa pembatalan gelar yang saya peroleh melalui pengajuan karya ilmiah ini.

Palembang,

Yang membuat pernyataan,



ADE AMELLIA APRILYSANI

NIM. 07031381722161

MOTTO :

“Love your self because your self is your pride”

Skripsi ini ku persembahkan untuk :

- ❖ **Kedua Orang Tua**
- ❖ **Saudara - Saudariku**
- ❖ **Sahabat- Sahabatku**
- ❖ **Teman Seperjuangan**
- ❖ **Seluruh Seluruh Dosen Prodi IlmuKomunikasi**
- ❖ **Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**
- ❖ **Almamater Universitas Sriwijaya**

(Ade Amellia Aprilysani)

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT atas segala berkah, rahmat dan karunia-Nya sehingga, penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “Strategi Komunikasi Organisasi Divisi Pemasaran dan Pelayanan Pelanggan PT. PLN UP3 (Unit Pelaksana Pelayanan Pelanggan Palembang) dalam Menangani Keluhan Pelanggan Prioritas di Era Pandemi Covid-19.” Penulisan skripsi ini diajukan sebagai pemenuhan syarat memperoleh gelar Sarjana Strata I Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis mengalami banyak suka dan duka namun, berkat semangat, bantuan, bimbingan serta dukungan berupa moral maupun materiil dan baik secara langsung maupun tidak langsung dari orang-orang tersayang disekitar, penulis mampu menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan maksimal. Oleh karena itu, dengan segala penuh kasih sayang dan ketulusan hati, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada orang-orang yang terlibat dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Kgs. Muhammad. Sobri, M. Sc selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
2. Bapak Dr. Andries Lionardo, S. IP., M. Si selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi yang juga memberikan masukan serta saran terhadap judul skripsi saya.
3. Ibu Dr. Retna Mahriani, M. Si selaku Dosen Pembimbing Akademik serta Pembimbing I saya yang selalu memberikan bimbingan dan waktunya untuk mempercepat proses pengerjaan skripsi saya.
4. Bapak Faisal Nomaini, S. Sos., M. Si selaku Pembimbing II saya yang selalu memberikan bimbingan, saran dan masukan pada pengerjaan skripsi saya dengan sangat baik dan totalitas.
5. Seluruh para penguji skripsi, dosen-dosen Ilmu Komunikasi serta staf-staf Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang telah memberikan ilmu selama masa perkuliahan hingga menyelesaikan skripsi saat ini.
6. Allah SWT yang telah memberikan nikmat dan kesehatan selama proses pengerjaan skripsi ini.
7. Kedua orangtua saya (Firman Hersani dan Iin Sapriana) serta adik kandungsaya (Adik ian) yang selalu memberikan semangat, bantuan dan doa di tiap waktunya.
8. Sahabat Ucun (Nabilla Afifah, Desi Purnama dan Desi Nuryana) yang 24/7 selama masa kuliah.
9. Sahabat kehedku yang seperjuangan, sestressan, setangisan, sebahagiaan skripsi

(Reiza Widya Tama Munthe).

10. Sahabat exclusive yang sejiwa (Syahria dan Mutia)
11. Sahabat Gelembung Humas yang selalu jadi moodbooster (Felix, Tazkya, Rama, Farrel, Ekik, Henokhed)
12. Keluarga kedua (Global Radio Ranger) yang selalu jadi rumah keduaselama masa perkuliahan.
13. Kostmate yang selalu siap bantu saat meminta bantuan mendadak (Amy dan Misna).
14. Teman kingstone yang selalu siap menghibur di tongkrongan.
15. Seluruh para mantan yang mendukung selama proses pengerjaan skripsi.
16. Teman-teman semasa kuliah dan seperjuangan skripsi.
17. Dan semua pihak yang terlibat dalam memberikan bantuan, semangat dan doa baik secara langsung maupun tidak langsung selama penulis menyelesaikan skripsi.

Penulis juga mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pihak yang belum bisa penulis cantumkan namanya satu-persatu. Semoga kebaikan ini dapat berbalik kepada mereka yang telah membantu penulis.

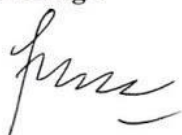
Penulis menyadari bahwasanya, pembuatan skripsi ini masih sangat jauh dari kata sempurna dan memiliki banyak kekurangan. Dengan itu, penulis sangat mengharapkan saran, kritik dan masukan yang konstruktif agar dapat menyempurnakan penelitian ini dan penelitian selanjutnya. Dan semoga, skripsi penulis ini dapat bermanfaat bagi para pembaca baik sebagai referensi maupun ilmupengetahuan, khususnya di bidang Ilmu Komunikasi.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi organisasi divisi pemasaran dan pelayanan pelanggan PT. PLN UP3 Palembang dalam menangani keluhan pelanggan prioritas di era pandemi covid-19. Penelitian ini menggunakan teori penstrukturan adaptif menurut Anthony Giddens, M. Scott Poole, David R. Seibold dan Robert D. McPhee. Proses pengumpulan data penelitian ini menggunakan observasi, wawancara, dokumentasi dan materi-materi visual. Dengan menangani keluhan pelanggan prioritas di era pandemi covid-19 ini menggunakan strategi komunikasi organisasi guna sebagai informatif, regulatif, persuasif maupun integratif. Hasil penelitian ini memberikan penyelesaian pada pola komunikasi organisasi yang sedang menghadapi kondisi masalah baru yang sebelumnya tidak pernah menduga mengalami pandemi covid-19. Dengan itu, PT. PLN UP3 Palembang harus dapat menyesuaikan keadaan dan memecahkan permasalahan tersebut. Hal ini, terbukti berjalan dikarenakan adanya kesesuaian antara penerapan komunikasi organisasi yang dilakukan dengan teori penstrukturan adaptif dalam menangani keluhan pelanggan prioritas dengan beberapa dimensi yang terdapat di dalam teori yakni agensi dan reflektivitas, dualitas struktur dan integrasi.

Kata Kunci : Agensi dan Refleksivitas, Dualitas Struktur, Integrasi.

Pembimbing I



Dr. Retna Mahriani, M. Si
NIP. 196012091989122001

Pembimbing II



Faisal Nomaini, S. Sos., M. Si
NIP. 198411052008121003

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dr. Andries Lionardo, S.IP., M.SI
NIP. 197905012002121005

ABSTRACT

This research is purposed to determine the organizational communication strategy of the marketing and customer service division of PT. PLN UP3 Palembang in handling priority customer complaints in the era of the Covid-19 pandemic. This research uses adaptive structuring theory according to Anthony Giddens, M. Scott Poole, David R. Seibold and Robert D. McPhee. The process of collecting research data uses observation, interviews, documentation and visual materials. Priority handling customer complaints in the era of the Covid-19 pandemic using organizational communication strategies to be informative, regulatory, persuasive and integrative. The solutions research to organizational communication patterns that are facing new problem conditions that previously never expected to experience the Covid-19 pandemic. So, PT. PLN UP3 Palembang must be able to adjust the situation and solve these problems. This has been proven to work due to the conformity between the application of organizational communication carried out with adaptive structuring theory in handling priority customer complaints with several dimensions contained in the theory are agency and reflexivity, structural duality and integration.

Keywords: Agency and Reflection, Duality of Structure, Integration.

Advisor I



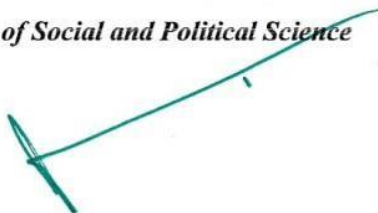
Dr. Retna Mahriani, M. Si
NIP. 196012091989122001

Advisor II



Faisal Nomaini, S. Sos., M. Si
NIP. 198411052008121003

Chairman of Communication Science Major
Faculty of Social and Political Science



Dr. Andries Lionardo, S.IP., M.SI
NIP. 197905012002121005

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
PERNYATAAN ORISINILITAS	iii
MOTTO	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR BAGAN	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Peneliti	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Penelitian Terdahulu.....	10
2.2 Pengertian Strategi	13
2.3 Pengertian Komunikasi	15
2.4 Pengertian Organisasi.....	18
2.5 Komunikasi Organisasi	22
2.6 Pentingnya Komunikasi Organisasi.....	24
2.7 Proses Komunikasi Organisasi	26
2.8 Bentuk-Bentuk Komunikasi Organisasi	28
2.9 Pendekatan Komunikasi Organisasi	30
2.10 Indikator Komunikasi Organisasi	33
2.11 Strategi Komunikasi Organisasi	35
2.12 Tujuan Strategi Komunikasi.....	35
2.13 Teori yang digunakan.....	35
2.14 Kerangka Teori.....	37
2.15 Kerangka Pemikiran.....	37
2.16 Alur Pemikiran	39
BAB III METODE PENELITIAN	40

3.1	Desain Penelitian	40
3.2	Definisi Konsep	41
3.3	Fokus Penelitian	42
3.4	Unit Analisis	43
3.5	Informan	43
3.5.2	Informan Pendukung	44
3.6	Jenis dan Sumber Data	44
3.6.2	Sumber Data	45
3.7	Teknik Pengumpulan Data	45
3.8	Teknik Keabsahan Data	47
3.9	Teknik Analisis Data	47
BAB IV GAMBARAN UMUM INSTANSI		50
4.1	Sejarah dan Perkembangan Instansi	50
4.2	Logo Instansi	51
4.3	Visi Misi dan Motto PT. PLN (Persero)	53
4.3.2	Misi	54
4.3.3	Motto	54
4.4	Tugas Instansi	54
4.5	Nilai-Nilai PT. PLN (Persero)	54
4.6	Pelanggan Prioritas	56
4.7	Maksud dan Tujuan PT. PLN (Persero)	59
4.8	Aktivitas Instansi PLN	59
4.9	<i>Good Corporate Governance (GCG)</i>	60
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN		62
5.1	Hasil dan Pembahasan	62
5.2	Strategi Komunikasi Organisasi	63
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN		95
6.1	Kesimpulan	95
6.2	Saran	97
DAFTAR PUSTAKA		98

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Sasaran PT. PLN UP3 Palembang.....	5
Tabel 1.2 Tarif Layanan Pelanggan Prioritas	6
Tabel 1.3 Keluhan Pelanggan Prioritas.....	7
Tabel 1.4 Perbedaan Sebelum dan Saat Terjadi Pandemi Covid-19	8
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	10
Tabel 3.1 Fokus Penelitian	42
Tabel 4.1 Pelanggan Prioritas PT. PLN UP3 Palembang	56
Tabel 5.1 Alasan Memilih <i>Account Executive</i> sebagai Informan Utama I.....	65
Tabel 5.2 Alasan Memilih Manager sebagai Informan Utama II.....	67
Tabel 5.3 Perbedaan Aktivitas Komunikasi Organisasi.....	71
Tabel 5.4 Aktivitas Rutin PT. PLN UP3 Palembang.....	76
Tabel 5.5 Strategi Komunikasi Organisasi dalam Menghadapi Kendala Pandemi Selama Covid-19	79
Tabel 5.6 Tipe-Tipe Kekuasaan.....	83
Tabel 5.7 Penerapan Kerja Sama.....	89

DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1 Model Elemen Organisasi	19
Bagan 2.2 Konsep Komunikasi Organisasi	24
Bagan 2.3 Proses Komunikasi	27
Bagan 2.4 Alur Pemikiran	39
Bagan 3.1 Teknik Analisis Data	49
Bagan 4.1 Struktur Organisasi PT. PLN UP3 Palembang	55
Bagan 5.1 Proses Komunikasi yang dilakukan <i>Account Executive</i>	75
Bagan 5.2 Proses Strategi Komunikasi Organisasi	94
Bagan 5.3 Pelaksanaan <i>Axial Coding</i>	129

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Pola Komunikasi Organisasi	29
Gambar 4.1 Logo Instansi	52
Gambar 5.1 Aplikasi PLN Mobile.....	67
Gambar 5.2 Manager UP3 Melakukan Proses Handling.....	79
Gambar 5.3 Informasi-Informasi PT. PLN UP3 Palembang.....	84
Gambar 5.4 Tampilan Instagram PT. PLN UP3 Palembang	85
Gambar 5.5 Data APKT PT. PLN Mariana.....	87
Gambar 5.6 Perbedaan Aktivitas Komunikasi Organisasi Sebelum dan Saat Covid-19.....	88
Gambar 5.7 Bentuk Kartu Ucapan Prihatin dari PT. PLN UP3 Palembang	91
Gambar 5.8 Bentuk Kerja Sama PT. PLN UP3 Palembang dengan Pelanggan Prioritas	93

LAMPIRAN

Lampiran 1. Pedoman Wawancara dengan Informan Utama.....	100
Lampiran 2. Pedoman Wawancara dengan Informan Pendukung	102
Lampiran 3. Transkrip Wawancara dengan Informan Utama I.....	103
Lampiran 4. Transkrip Wawancara dengan Infoman Utama II.....	108
Lampiran 5. Transkrip Wawancara dengan Infoman Pendukung I.....	117
Lampiran 6. Transkrip Wawancara dengan Infoman Pendukung II	120
Lampiran 7. Open Coding Data	123
Lampiran 8. Axial Coding	129
Lampiran 9. Dokumentasi	130
Lampiran 10. Daftar Bimbingan.....	133
Lampiran 11. Surat Pernyataan	137
Lampiran 12. Surat Izin Pengambilan Data.....	138
Lampiran 13. Surat Balasan Instansi	139
Lampiran 14. Formulir Pendaftaran Skripsi	140

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Manusia merupakan makhluk sosial yang memiliki hubungan timbal balik dan saling mempengaruhi satu sama lainnya. Manusia tidak akan terlepas dari berkomunikasi dengan sesama makhluk hidup lainnya untuk keberlangsungan hidup yang dijalannya. Komunikasi berfungsi untuk membangun konsep diri dan pengaktualisasian diri. Menurut Thomas M. Scheidel dalam buku Deddy Mulyana (2000:4) berkomunikasi merupakan untuk saling menyatakan dan mendukung identitas diri, membangun kontak sosial dan mempengaruhi orang lain dalam cara berfikir ataupun bertindak sesuai dengan apa yang kita inginkan. Komunikasi merupakan pesan baik secara verbal maupun non verbal yang akan menafsirkan sebuah informasi, mewariskan budaya dan pembentukan keputusan. Seperti tujuandasar berkomunikasi menurut Thomas M. Scheidel dalam buku Deddy MuIyana (2000:4) yakni untuk mengendalikan lingkungan fisik dan psikologi seseorang. Komunikasi berperan sebagai jembatan atas fikiran dan perilaku saat bekerja baik secara verbal maupun non verbal. Secara tidak langsung, seluruh tubuh manusia akan memberikan respon verbal maupun non verbal untuk mengungkapkan fikiran dan perasaan secara bersamaan.

Komunikasi menciptakan persepsi antara komunikator dan komunikan demi terciptanya tujuan yang sama. Persepsi merupakan proses internal yang memberikan respon diri kita dalam memilih, memilah, mengorganisasikan dan menafsirkan dari lingkungan sekitar ke perilaku diri. Indikator dari inti komunikasi berjalan secara efektif ketika mengalami keakuratan persepsi yang diciptakan. Menurut Kenneth K. Sereno dan Edward M. Bodaken juga Judy C. Pearson dan Paul E. Nelson dalam buku Deddy MuIyana (2000:181) menyatakan bahwa proses persepsi terjadi dari tiga aktivitas yakni seleksi, organisasi dan interpretasi. Salah satu tipe-tipe komunikasi yakni komunikasi organisasi. Komunikasi organisasi terjadi dalam sebuah kelompok atau organisasi yang bersifat formal maupun informal dan komunikasi organisasi ini memiliki ruang lingkup

yang lebih besar daripada komunikasi kelompok.

Komunikasi organisasi dapat dilihat dari objektivis dan subjektivis. Secara objektivis, organisasi merupakan sebuah struktur yang nyata. organisasi merupakan wadah yang terdiri dari anggota-anggota yang memiliki tujuan yang sama dan memiliki perencanaan yang struktural. Pendekatan ini lebih menekankan pada stuktur organisasi itu sendiri. Sebuah organisasi dapat bertahan ketika dapat beradaptasi dengan strategi terbaik terhadap lingkungan sekitar dan pendekatan objektivis menekankan pentingnya struktur dalam memandu perilaku.

Secara subjektivis organisasi merupakan perilaku pengorganisasian. Pendekatan subjektivis ini lebih menekankan pada perilaku manusia. Hal ini dapat dilihat dari bagaimana para anggota melihat dan memahami perilaku-perilaku tersebut. Secara subjektivis, para anggota tidak hanya mengenal sebuah struktur, perencanaan dan tujuan namun, bagaimana para anggota mengimplementasikan danmemaknai perilaku tersebut. Maka, perilaku dan tindakan spesifik merupakan kekuatan dominan dalam sebuah organisasi.

Komunikasi organisasi juga disebut sebagai perilaku pengorganisasian yang artinya seluruh anggota menikmati proses bertransaksi dan saling memberikan makna atas proses transaksi tersebut. Untuk itu, tujuan utama dalam mempelajari sebuah komunikasi yakni akan memperbaiki juga sebuah organisasi. Dan pentingnya memahami sebuah komunikasi organisasi untuk menata dan mengatur sistem pada organisasi tersebut. Komunikasi organisasi merupakan suatu disiplin studi yang terarah, penuh manfaat bagi landasan karir, pengembangan sumber dayamanusia, komunikasi internal dan eksternal instansi dan tugas-tugas lain yang berorientasikan manusia dalam organisasi. organisasi dikonstruksi dan dipelihara lewat proses komunikasi sehingga, komunikasi ini memberikan penjabaran atas apayang terjadi di dalam sebuah organisasi. Komunikasi di dalam organisasi ini juga memberikan pemahaman mengenai perilaku organisasi secara baik dan memperbaiki kinerja anggota di dalam organisasi tersebut.

Komunikasi organisasi melibatkan proses mental dalam memahami seseorang, objek dan peristiwa yang sering disebut pertunjukan pesan atau informasi. Pertunjukan pesan di dalam sebuah organisasi merujuk pada nilai keuntungan, kerugian, evaluasi

kinerja, laporan teknis dan data-data. Pertunjukan pesan verbal ataupun non-verbal memiliki fungsi yang sangat penting dalam sistem komunikasi organisasi. Maka, inti dari sistem komunikasi organisasi yakni terjadinya kontak sosial antar satu sama lainnya dan terciptanya penafsiran yang diberikan oleh perilaku, objek ataupun peristiwa (Farace, Monge & Rusell 1977, hlm4)

Berdasarkan perspektif (Farace, Monge & Rusell 1977, hlm 4) komunikasi organisasi itu sendiri dapat dilihat sebagai proses mengumpulkan, memproses, menyimpan dan menyebarkan komunikasi yang memungkinkan organisasi itu berfungsi. Sistem komunikasi organisasi berjalan ketika terjadinya transaksi secara simultan baik setiap anggota di dalam organisasi tersebut atau satu orang yang menduduki suatu jabatan yang menafsirkan suatu pertunjukan. Sistem komunikasi organisasi berjalan saat beberapa faktor-faktor saling berinteraksi satu sama lain, baik dari perilaku-perilaku yang diatur oleh regulasi, gaya berkomunikasi, iklim komunikasi, tingkat kepuasan, tingkat kecukupan informasi, tingkat ketelitian informasi dan metode komunikasi. Maka dari itu, sifat terpenting komunikasi organisasi adalah penciptaan pesan, adanya penafsiran dan penanganan kegiatan oleh anggota organisasi tersebut. keberlangsungan komunikasi dan makna yang terjadi dalam organisasi tersebut dilihat dari konsepsi seseorang mengenai organisasi.

Setiap seseorang akan memberikan dampak bagi organisasi yang ditempatinya. organisasi baik bisnis maupun non bisnis dituntut untuk memiliki kemampuan sumber daya manusia yang berkompeten dibidangnya terutama dalam hal berkomunikasi. Kemampuan komunikasi ini salah satu faktor penentu kesuksesan suatu organisasi dalam persaingan bisnis. Komunikasi selalu dekat dan terlibat dalam segala aktivitas di dalam sebuah organisasi baik dalam menyampaikan ide atau gagasan, membentuk dan melatih tim kerja, menyampaikan presentasi maupun dalam hal negosiasi. Begitu pentingnya komunikasi di dalam sebuah organisasi maka, tingkat efektivitas komunikasi organisasi akan sangat menentukan kesuksesan organisasi baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang (Griffith, 2000). Permenpan RB Nomor 28 Tahun 2011 menyebutkan bahwa sebuah komunikasi organisasi merupakan proses yang menciptakan hubungan saing menukar isi pesan organisasi dalam satu jaringan hubungan yang mengalami saling

ketergantungan baik secara formal maupun nonformal untuk mengatasi lingkungan yang dinamis dalam rangka mencapai visi, misi dan tujuan organisasi.

Menurut Steven R. Covey 1989 dalam bukunya "*The 7 Habits of Highly Effective People*" terdapat lima dasar hal penting dalam membangun komunikasi yang efektif yakni diantaranya kemampuan untuk mengerti orang lain, kemampuan untuk memenuhi komitmen, kemampuan untuk menjelaskan harapan, kemampuan untuk meminta maaf secara tulus jika melakukan sebuah kesalahan dan kemampuan untuk memperhatikan integritas. Aktivitas di dalam organisasi selalu melibatkan komunikasi dalam memproses pengolahan informasi, pemaknaan informasi, jumlah informasi yang diterima, sasaran informasi yang dituju maupun gaya komunikasi. Hal ini berpengaruh pada peningkatan kinerja maupun pengadaptasian dalam mencapai sebuah tujuan organisasi dalam meraih keunggulan kompetitifnya.

Dalam bukunya Pace & Faules (2005:170) menyatakan bahwasanya, penyampaian dan penerimaan informasi ke seluruh bagian organisasi merupakan tantangan terbesar dalam komunikasi organisasi. Dengan itu, organisasi membutuhkan perencanaan strategi yang matang. Menurut Effendy (2006:135) strategi komunikasi merupakan cara, langkah atau metode yang dilakukan seseorang kepada orang lain dalam mengubah pendapat, sikap dan perilaku baik secara langsung maupun tidak langsung demi keberhasilan proses penyampaian pesan. Pada kenyataannya, strategi komunikasi diperlukan di suatu organisasi untuk kelancaran proses arus komunikasi.

Setiap organisasi sangat memerlukan proses komunikasi organisasi untuk meningkatkan koordinasi, tercapainya sebuah tujuan dan memperlancar kegiatan yang akan direalisasikan. Salah satunya, PT. PLN Persero yang menggunakan pola komunikasi organisasi dalam landasan kegiatan. PT. PLN Persero menyediakan tenaga listrik bagi kepentingan umum sehingga, berkewajiban untuk selalu prima dalam mengatur internal dan melayani pelanggan. Maka, proses ini dibutuhkannya strategi komunikasi organisasi PT. PLN Persero yang memiliki pola komunikasi organisasi yang terstruktur dan berjalan secara baik meskipun sedang pandemi covid-19.

Terkhusus untuk PT. PLN UP3 Palembang menangani keluhan pelanggan prioritas yang mencakup 3 Kota/Kab dan 7 Unit/Wilayah yakni diantaranya :

Tabel 1.1
Sasaran PT. PLN UP3 Palembang

Tiga Kota/Kab	Tujuh Unit/Wilayah						
Kota Palembang	Rivai	Sukarame	Kenten	Ampera	Mariana	Pangkalan Balai	Sekayu
Kabupaten Banyuasin							
Kabupaten Musi Banyuasin							

Sumber : PT. PLN Persero

PT. PLN UP3 Palembang melayani pelanggan prioritas yang merupakan pelanggan prima yang memiliki omset besar seperti mall, hotel, rumah sakit dan sebagainya. Pelanggan prioritas memiliki pelayanan khusus atau tenaga konsultasi yang langsung dihubungkan tanpa melalui pusat dan proses lainnya. Pelanggan prioritas dapat melaporkan keluhannya secara langsung kepada *Account Executive*. Interaksi antar pelanggan prioritas dengan pelanggan umum berbeda karena pelanggan prioritas dapat berinteraksi langsung secara real time yakni melalui Email, Zoom, Telefon, Chatting dan Grub Whatsapp. Hal ini akan memudahkan pelanggan prioritas dalam menyampaikan keluhannya sehingga, cepat ditanggapi oleh *Account Executive* dan cepat dilakukan pemrosesan secara langsung. Hal ini memiliki keistimewaan pada pelanggan prioritas dikarenakan memiliki tarif layanan yang berbeda dengan pelanggan umum.

Tabel 1.2
Tarif Layanan Pelanggan Prioritas

	Tarif Layanan Pelanggan Prioritas
Bronze	Rp. 30/kWh diatas reguler
Silver	RP. 55/kWh diatas reguler
Gold	Rp. 105/kWh diatas reguler
Platinum	Rp. 130/kWh diatas reguler

Sumber : PT. PLN Persero

Hal lain yang menonjol pada perbedaan pelanggan umum dan pelanggan prioritas yakni pelanggan prioritas memiliki supply backup dan memiliki hak penolakan terhadap pemadaman listrik. Adapun beberapa keluhan pelanggan prioritas yang sering diutarakan melalui *Account Executive* PT. PLN UP3 Palembang selama pandemi covid-19 yakni diantaranya:

Tabel 1.3
Keluhan Pelanggan Prioritas

NO.	Keluhan Pelanggan Prioritas PT. PLN UP3 Palembang
1.	Keringanan Tarif
2.	Keringanan Abudemen
3.	Kenaikan Daya
4.	Lampu Padam
5.	Permintaan Informasi Pemadaman Lampu
6.	Kedipan PLN
7.	Instalasi Listrik
8.	Pembayaran Prabayar dan Pascabayar
9.	Perubahan Daya Pasang Baru (PPDB)
10.	Mutu dan Keandalan
11.	Perbaikan Cable
12.	Catat Meter (Cater)
13.	Keringanan Jam Nyala
14.	Penurunan atau Pemberhentian Daya Sementara
15.	Perpanjangan Daya Sementara
16.	Balik Nama

Sumber : PT. PLN Persero

Dengan keberagaman keluhan pelanggan prioritas diatas yang dialami oleh 3 Kota/Kab dan 7 Unit/Wilayah tersebut memiliki perbedaan yang cukup signifikan pada sebelum dan saat terjadinya pandemi covid-19.

Tabel 1.4
Perbedaan Sebelum dan Saat Terjadi Pandemi Covid-19

NO	SEBELUM PANDEMI COVID-19	SAAT TERJADI PANDEMI COVID-19
1.	Proses komunikasi organisasi PT.PLN UP3 sering melakukan kunjungan ke tempat pelanggan	Proses komunikasi organisasi dilakukan dengan sosial media
2.	Income stabil	Income berkurang
3.	Tidak terlalu banyak permasalahan pelistrikan	Permasalahan perlistrikan lebih kompleks
4.	Membuka pelayanan secara langsung	Membuka pelayanan melalui sistem online
5.	Sistem kerja yang normal bagi para pegawai	Perubahan sistem kerja pegawai yang lebih padat

Sumber : PT. PLN Persero

Melihat begitu banyak permasalahan dan keluhan pelanggan prioritas kepada PT. PLN UP3 Palembang maka, penulis merangkumnya dalam skripsi yang berjudul **“Strategi Komunikasi Organisasi Divisi Pemasaran dan Pelayanan Pelanggan PT. PLN UP3 (Unit Pelaksana Pelayanan Pelanggan Palembang) dalam Menangani Keluhan Pelanggan Prioritas di Era Pandemi Covid-19.”**

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana strategi komunikasi organisasi yang terjadi Divisi Pemasaran dan Pelayanan Pelanggan PT. PLN UP3 Palembang dalam menangani keluhan pelanggan prioritas di era pandemi covid-19 ?

1.3 Tujuan Peneliti

1. Menjelaskan proses strategi komunikasi yang dilakukan oleh divisi pemasaran dan pelayanan pelanggan PT. PLN UP3 Palembang dalam menangani keluhan pelanggan prioritas di era pandemi covid-19.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan memiliki manfaat secara teoritis, akademis, dan praktis terhadap perkembangan ilmu pengetahuan khususnya prodi Ilmu Komunikasi.

1.4.1 Manfaat Teoritis

Adapun manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah :

- A. Meningkatkan pengetahuan yang berkaitan dengan komunikasi organisasi terhadap sebuah instansi.
- B. Menambah referensi yang bermanfaat bagi mata kuliah yang berhubungan dengan komunikasi organisasi.
- C. Menjadi rujukan bagi penelitian selanjutnya serta memberikan kontribusi bagi pengembangan Ilmu Komunikasi.

1.4.2 Manfaat Akademis

Secara Akademis, penelitian diharapkan bermanfaat bagi para pemerhati dalam bidang Ilmu Komunikasi, para akademisi, dan khalayak luas.

1.4.3 Manfaat Praktis

Adapun manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah :

- A. Memberikan gambaran persiapan humas instansi dalam menghadapi kendala.
- B. Menjadi bahan pertimbangan dan masukan dalam membangun penyusunan dan implementasi komunikasi organisasi.
- C. Dapat menjadi acuan untuk perusahaan BUMN lainnya dalam menangani krisis.

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku :

- Creswell, John W. 2016. *Research Design (Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif dan Campuran)*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar
- Effendi, Onong Uchjana. 2001. *Dimensi-Dimensi Komunikasi*. Bandung : Rosdakarya
- Effendy, Uchjana Onong. 2007. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya
- Everet, M. Rogers. 2005. *Communication in Organization*. New York : Gramedia
- Faules, Don F dan R. Wayne Pace. 2018. *Komunikasi Organisasi (Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan)*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya
- Fiske, Jhon. 2012. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta : RajaGrafindo Persada
- Haryatmojo. 2007. *Etika Komunikasi*. Yogyakarta : Kanisius
- Lubis, Hari dan Huseini Martani. 1987. *Teori Organisasi : Suatu Pendekatan Makro*. Jakarta : Pusat Antar Ilmu-Ilmu Sosial UI
- Morissan. 2009. *Teori Komunikasi Organisasi*. Bogor : Ghalia Indonesia
- Muhammad, Ani. 2015. *Komunikasi Organisasi*. Jakarta : Bumi Aksara
- MuIyana, Deddy. 2000. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya
- Nurudin. 2014. *Sistem Komunikasi Indonesia*. Jakarta : PT. RajaGrafindo Persada
- O'Halr, Friedrich. 2009. *Strategic Communication*. Jakarta : Kencana
- Riswandi. 2009. *Ilmu Komunikasi*. Yogyakarta : Graha Ilmu
- Robbins, Stephen P dan Timothy A. Judge. 2008. *Perilaku Organisasi Buku 2 Edisi 12*. Jakarta : Salemba Empat
- Romli, Khomsahrial. 2011. *Komunikasi Organisasi Lengkap*. Jakarta : PT. RajaGrafindo Persada

Ruliana, Poppy. 2014. *Komunikasi Organisasi : Teori dan Studi Kasus*. Jakarta : Rajawali Pers

West, Richard dan Lynn H. Turner. 2008. *Pengantar Teori Komunikasi : Analisis dan Aplikasi*. Jakarta : Salemba Humanika. Diterjemahkan oleh Maria Natalia Damayanti Maer

Winardi. 1994. *Manajemen Konflik : Konflik Perubahan dan Pengembangan*. Bandung : Mandar Maju

Wahyudi. 2008. *Management Konflik dalam Organisasi*. Bandung : Alfabeta Wursanto.
2005. *Dasar – Dasar Ilmu Organisasi*. Yogyakarta : CV. Andi Ofseet

Sumber Jurnal :

Bodtker, A. M., dan J. K. Jameson. 2001. *Emotion in Conflict Formation and its Transformation : Application to Organizational Conflict Management*. The International Journal of Conflict Management, 3, 259-275

Borisoff, D., dan D. A. Victor. 1989. *Conflict Management : A Communication Skill Approach*. Englewood Cliffs, NJ : Prentice-Hall. Journal of Conflict Management

Lewis, Philip. Tanpa tahun. *Teori Organisasi dan Komunikasi*. Terjemahan oleh Gazali. Makassar : Universitas Hasanudin

Sumber Internet :

Tanpa Nama. 2018. *Meningkatkan Komunikasi*. <http://www.champ-program.org/page/89/improving-communication-with-physicians> (diakses tanggal 2 Februari 2021)

Diah A. 2012. *Pengertian Komunikasi Organisasi*. <http://sarjanaku.com/2012/12/pengertian-komunikasi-organisasi.html> (diakses tanggal 23 Januari 2021)

Jane S. 2009. *Peranan dalam Organisasi Perusahaan*. <http://jane.blog.uns.ac.id/2009/11/17/peranan-it-dalam-organisasi-perusahaan/> diakses (15 Februari 2021)