

**STRATEGI KOMUNIKASI DIVISI PEMASARAN  
DAN PELAYANAN PELANGGAN PT PLN UP3 PALEMBANG  
PADA PROGRAM STIMULUS COVID-19**

**SKRIPSI**

Disusun untuk memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Strata-1 (S1)

Ilmu Komunikasi

Konsentrasi: Hubungan Masyarakat



**Disusun Oleh:**

**AL KAUTSAR**

**07031281722125**

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS SRIWIJAYA**

**2022**

# HALAMAN PERSETUJUAN

## HALAMAN PERSETUJUAN

HALAMAN PERSETUJUAN: UJIAN KOMPREHENSIF

**"STRATEGI KOMUNIKASI DIVISI PEMASARAN DAN  
PELAYANAN PELANGGAN PT PLN UP3 PALEMBANG  
PADA PROGRAM STIMULUS COVID-19"**

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

Oleh :

**AL. KAUFISAR**

07031281722125

Pembimbing I

1. Raniwa Putra, S.P., M.Si

NIP. 197805122002121003

Pembimbing II

2. Karna Murti, S.Ekon., MA

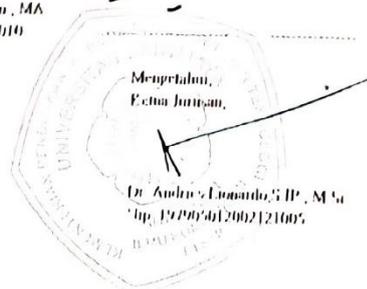
NIP. 198207252019031010

Tanda Tangan



Tanggal

18 April 2022



# HALAMAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

HALAMAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

## “STRATEGI KOMUNIKASI DIVISI PEMASARAN DAN PELAYANAN PELANGGAN PT PLN UP3 PALEMBANG PADA PROGRAM STIMULUS COVID-19”

Skripsi

Oleh :

Al Kautsar

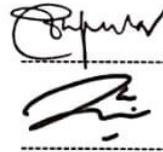
07031281722125

Telah dipertahankan di depan penguji  
Dan dinyatakan telah memenuhi syarat  
Pada tanggal 27 April 2022

Pembimbing :

1. Dr. Raniasa Putra, S.IP., M.SI  
NIP. 197805122002031003
2. Krisna Murti, S.I.Kom., MA  
NIP. 198807252019031010

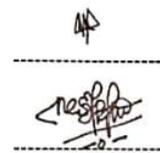
Tanda Tangan



Penguji :

1. Rindang Senja Andarini, S.I.Kom., M.I.Kom  
NIP.198802112019032011
2. Annisa Rahmawati, S.I.Kom., M.I.Kom  
NIP.199209292020122014

Tanda Tangan



Mengetahui,



## **MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

***“Stay Humble, But Not To Be Humbled”***

**Skripsi ini saya persembahkan kepada :**

- **Kedua orang tua saya yang sangat saya cintai (Bapak M. Syarfani & Ibu Endang)**
- **Saudari-saudari saya yang saya sayangi (Elvira Yuliana, Andesta Faramita, dan Clara Dwi Sinta)**
- **Almamater saya yaitu Universitas Sriwijaya**

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Al Kautsar  
NIM : 07031281722125  
Tempat dan Tanggal Lahir : Palembang, 13 Juni 1999  
Program Studi/Jurusan : Ilmu Komunikasi  
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Divisi Pemasaran dan Pelayanan Pelanggan PT PLN UP3 Palembang Pada Program Stimulus 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,



Al Kautsar  
NIM.07031281722125

## **KATA PENGANTAR**

Segala puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunianya sehingga peneliti dapat menyelesaikan proposal skripsi yang berjudul Strategi Komunikasi divisi pemasaran dan pelayanan pelanggan PT PLN UP3 Palembang pada Program Stimulus Covid-19. Juga shalawat beserta salam tak lupa peneliti haturkan kepada Nabi Muhammad SAW, keluarga, kerabat, sahabat, dan pengikutnya. Proposal skripsi ini peneliti buat untuk memenuhi persyaratan mencapai derajat Sarjana strata 1 (S1) Ilmu komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.

Selama penelitian proposal skripsi ini, peneliti tentunya tidak luput dari bermacam hambatan. Bermacam hambatan tersebut dapat terlewati berkat bantuan bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak. Untuk itu pada kesempatan ini peneliti ingin mengucapkan rasa terima kasih kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan kemudahan dan kelancaran dalam menyelesaikan proposal skripsi ini.
2. Bapak Prof. Dr Ir. H. Anis Sagaff, M.S.C.E selaku Rektor Universitas Sriwijaya.
3. Bapak Prof. Dr. Alfitri, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.
4. Bapak Dr. Muhammad Husni Thamrin, M.Si dan Bapak Faisal Nomaini, S. Sos., M.Si selaku Ketua dan Sekretaris Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
5. Bapak Dr. Raniasa Putra, S.IP., M.Si selaku dosen pembimbing utama yang sudah memberikan saran, arahan dan masukan dalam penyusunan proposal skripsi ini.
6. Bapak Krisna Murti, S.I.Kom., MA selaku dosen pembimbing kedua dan sekaligus sebagai pembimbing akademik yang telah mengorbankan waktu, tenaga dan pikiran untuk membimbing serta memberikan saran dalam menyelesaikan proposal skripsi ini dan juga membimbing selama masa perkuliahan.
7. Seluruh Dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik atas segala ilmu dan dedikasinya di perkuliahan dan juga para Staff dan Karyawan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang telah membantu segala keperluan dan kebutuhan administratif selama masa perkuliahan maupun dalam penyelesaian proposal skripsi ini.

8. PT PLN UP3 Palembang yang telah membantu dalam memberikan informasi dan data untuk keperluan penelitian ini sehingga dapat berjalan lancar.
9. Kedua Orang Tua tercintaku, Ayah M. Syarfani dan Ibu Endang. Terima kasih banyak atas segala sabar, do'a, kasih sayang, nasihat, dukungan, semangat, perjuangan dan kekuatan dari kalian sehingga kaki masih dapat bertahan, berpijak dan melangkah sejauh ini.
10. Saudari-saudariku Elvira Yuliana, Andesta Faramita, dan Clara Dwi Sinta. Terima kasih atas semua semangat, motivasi dan dukungan kalian, baik dukungan secara moral dan juga finansial yang tak henti-hentinya selama ini.
11. Teman-teman dekatku Squad Zonkbong (Uni Anggun, Ama, Disti, Cut, Thea Niken, Yuyu, Ajriya, Randi, Cikar, Odan) terima kasih sudah menerimaku menjadi teman-teman kalian. Terima kasih sudah selalu ada dan berjuang serta saling tolong menolong selama masa perkuliahan, terima kasih sudah bertahan sampai akhir.
12. Seluruh teman-teman jurusan Ilmu Komunikasi angkatan 2017 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.

Semoga segala bantuan yang telah kalian berikan kepada peneliti, dibalas dan dilipat gandakan oleh Allah SWT. Dalam penelitian proposal skripsi ini tentunya masih terdapat banyak kekurangan. Peneliti menyadari bahwa proposal ini jauh dari kata sempurna sehingga peneliti membutuhkan kritik dan saran yang bersifat membangun demi kemajuan pendidikan dimasa yang akan datang.

Indralaya, 27 April 2022

Al Kautsar

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PEERSETUJUAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>xiii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>16</b>
1.1 Latar Belakang .....	16
1.2 Rumusan Permasalahan.....	25
1.3 Tujuan Penelitian .....	25
1.4 Manfaat Penelitian.....	25
1.4.1 Manfaat Teoritis .....	25
1.4.2 Manfaat Praktis.....	25
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>12</b>
2.1 Landasan Teori.....	12
2.1.1 Strategi.....	13
2.1.2 Komunikasi .....	14

2.1.3 Strategi Komunikasi .....	16
2.1.4 Program Stimulus Covid-19.....	17
2.2 Teori Strategi Komunikasi.....	19
2.2.1 Teori Strategi Komunikasi Menurut Cutlip, Center & Broom (2013:263) .....	19
2.2.2 Teori Strategi Komunikasi Menurut Middelton.....	21
2.2.3 Teori Strategi Komunikasi Menurut Effendy .....	21
2.3 Teori Yang Digunakan .....	23
2.4 Kerangka Teori .....	23
2.5 Kerangka Pemikiran .....	25
2.6 Penelitian Terdahulu .....	27
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>30</b>
3.1 Rancangan Penelitian .....	30
3.2 Definisi Konsep.....	31
3.3. Fokus Penelitian.....	31
3.4 Unit Analisis .....	34
3.5 Informan Penelitian .....	34
3.5.1 Kriteria Informan.....	34
3.5.2 <i>Key Informan</i> .....	35
3.6 Data dan Sumber Data.....	35
3.6.1 Data.....	35
3.6.2 Sumber Data.....	35
3.7 Teknik Pengumpulan Data .....	36

3.8 Teknik Keabsahan Data.....	37
3.9 Teknik Analisis Data.....	37
<b>BAB IV GAMBARAN UMUM INSTANSI.....</b>	<b>39</b>
4.1 Sejarah dan Perkembangan Instansi.....	39
4.2 Logo Instansi.....	40
4.3 Visi Dan Misi.....	42
4.4 Maksud dan Tujuan PT PLN (Persero) .....	43
4.6 Aktivitas Instansi PT PLN .....	44
4.7 Struktur Organisasi.....	45
<b>BAB V PEMBAHASAN .....</b>	<b>46</b>
<b>5.1 Strategi Komunikassi Divisi Pemasaran Dan Pelayanan Pelanggan PT PLN UP3 Palembang Pada Program Stimulus Covid-19.....</b>	<b>46</b>
5.1.1 Pendefinisian Masalah atau Peluang .....	48
5.1.2 Perencanaan .....	55
5.1.3 Pengambilan Tindakan dan Komunikasi .....	62
5.1.4 Evaluasi Program .....	72
<b>BAB VI PENUTUP.....</b>	<b>75</b>
6.1 KESIMPULAN.....	75
6.2 SARAN.....	76
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>78</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>81</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Daftar Pelanggan yang Memperoleh Penurunan Tarif Listrik.....	19
Tabel 1. 2 Daftar Penerimaan Pajak Penerangan Jalan.....	23
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	27
Tabel 3.1 Fokus penelitian .....	32
Tabel 5.1 Temuan Dimensi Pendefinisian Masalah dan Peluang .....	55
Tabel 5.2 Daftar Jumlah Penerima Program Stimulus Covid-19 .....	61
Tabel 5.3 Temuan Dimensi Perencanaan Dan Pemrograman .....	63
Tabel 5.4 Temuan Dimensi Pengambilan Tindakan dan komunikasi .....	71
Tabel 5.5 Temuan Dimensi Evaluasi Program.....	74

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Pemberitaan Pelanggan Menunggak.....	22
Gambar 4.1 logo instansi.....	42
Gambar 4.2 Struktur Organisasi PT PLN UP3 Palembang .....	46
Gambar 5. 1 Surat Pemberitahuan Program Stimulus Covid-19.....	50
Gambar 5. 2 Perpanjangan Program Stimulus Covid-19.....	52
Gambar 5. 3 Posko Pengaduan dan Surat Peringatan Bagi Masyarakat Yang Menunggak Tagihan Listrik .....	54
Gambar 5. 4 Petunjuk Teknis Pelaksanaan Program Stimulus Covid-19.....	58
Gambar 5. 5 Pembagian Tugas PT PLN UP3 Palembang dan Melayani Penerima Stimulus Covid-19 .....	64
Gambar 5. 6 Penyebarluasan Informasi Program Stimulus Covid-19 Melalui Radio dan Televisi .....	66
Gambar 5. 7 Audiensi dan Sosialisasi Program Stimulus Covid-19 PT PLN UP3 Palembang dan Pemprov Sumsel .....	67
Gambar 5. 8 Pesan Penyebarluasan Informasi .....	68
Gambar 5. 9 Pemilihan Media Program Stimulus Covid-19 .....	70

## ABSTRAK

Penelitian ini berjudul "Strategi Komunikasi Divisi Pemasaran dan Pelayanan Pelanggan PT PLN UP3 Palembang Pada Program Stimulus Covid-19". Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana Strategi Komunikasi Divisi Pemasaran dan Pelayanan Pelanggan Pada Program Stimulus Covid-19 yang ditinjau dengan menggunakan teori yang dikemukakan oleh Cutlip, Center & Broom (2013) dengan 4 dimensi: ummat, yaitu: a) mendefinisikan masalah, b) perencanaan dan penrograman, c) mengambil tindakan dan berkomunikasi, d) evaluasi program. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kualitatif deskriptif dengan melakukan pengambilan data melalui wawancara, observasi non partisipan, dan dokumentasi. Berdasarkan hasil penelitian yang telah didapatkan di lapangan, menunjukkan bahwa secara keseluruhan Strategi Komunikasi Divisi Pemasaran dan Pelayanan Pelanggan PT PLN UP3 Palembang telah sesuai dan memenuhi keempat dimensi menurut teori strategi komunikasi yang diungkapkan oleh Cutlip, Center & Broom (2013). Namun demikian, pada dimensi evaluasi program peneliti lihat masih belum berjalan dengan sebagaimana mestinya. Evaluasi program yang telah dijalankan tidak dilaksanakan secara optimal. Evaluasi hanya dilakukan pada saat terdapat keluhan pelanggan dan apabila terdapat pelanggan yang menunggu maka akan diadakan evaluasi setiap awal dan pertengahan bulan, akan tetapi tidak pernah melakukan rapat evaluasi secara menyeluruh mengenai strategi komunikasi pada Program Stimulus Covid-19 yang sudah dijalankan.

**Kata Kunci:** Strategi Komunikasi, Program Stimulus Covid-19, PT PLN UP3 Palembang.

Pembimbing I



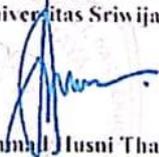
Dr. Raniasa Putra, S.IP., M.Si  
NIP. 197805122002121003

Pembimbing II



Krisna Murti, S.I.Kom., MA  
NIP. 198807252019031010

Indralaya, 27 April 2022  
Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi  
Universitas Sriwijaya



Dr. Muhammad Jusni Thamrin, M.Si  
NIP. 196406061992031001

#### ABSTRACT

*This research is entitled "The Communication Strategy of the Marketing and Customer Service Division of PT PLN UP3 Palembang in the Covid-19 Stimulus Program". This study aims to find out how the Communication Strategy of the Marketing and Customer Service Division in the Covid-19 Stimulus Program is reviewed using the theory proposed by Cutlip, Center & Broom (2013) with 4 review dimensions, namely: a) defining the problem, b) planning and programming, c) taking action and communicating, d) program evaluation. The method used in this research is descriptive qualitative method by collecting data through interviews, non-participant observation, and documentation. Based on the results of research that has been obtained in the field, it shows that the overall Communication Strategy of the Marketing and Customer Service Division of PT PLN UP3 Palembang is appropriate and fulfills the four dimensions according to the theory of communication strategy expressed by Cutlip, Center & Broom (2013). However, in the evaluation dimension of the program, researchers see that it is still not running properly. The evaluation of programs that have been carried out are not carried out optimally. Evaluations are only carried out when there are customer complaints and if there are customers who are in arrears, an evaluation will be held at the beginning and middle of the month, however, there has never been a comprehensive evaluation meeting regarding the communication strategy for the Covid-19 Stimulus Program that has been implemented.*

**Keywords:** Communication Strategy, Covid-19 Stimulus Program, PT PLN UP3 Palembang.

Advisor I



Dr. Raniasa Putra, S.I.P., M.Si  
NIP. 197805122002121003

Advisor II



Krisna Murti, S.I.Kom., MA  
NIP. 198807252019031010



## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Komunikasi merupakan suatu hal yang paling dibutuhkan dalam kehidupan sehari-hari manusia pada umumnya, melalui komunikasi manusia dapat mengetahui informasi yang diperlukan dari orang lain sehingga menjadikan manusia yang tadinya tidak tahu menjadi tahu akan sesuatu. Di dalam kegiatan berkomunikasi tentunya dibutuhkan sebuah strategi agar pesan yang ingin kita sampaikan dapat diterima dengan baik oleh lawan bicara kita. Berbicara mengenai strategi, bagi setiap perusahaan strategi tentunya sangat penting dan diperlukan untuk memenuhi tahapan-tahapan dalam setiap hal yang akan dilakukan dan dikerjakan agar dapat lebih terarah dan berjalan dengan baik demi tercapainya sebuah hasil dari tujuan yang diinginkan oleh perusahaan.

Pada hakikatnya strategi komunikasi menurut Onong Uchjana Effendy adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai suatu tujuan. Namun, untuk meraih tujuan tersebut strategi tersebut tidak dapat dijadikan sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah, tetapi juga harus dapat menunjukkan bagaimana taktik pengoperasiannya. Demikian pula strategi komunikasi yang menggabungkan perencanaan komunikasi (*communication planning*) dan manajemen komunikasi (*communication management*) untuk meraih tujuan yang telah ditetapkan. Dalam arti tertentu, metode terkadang berbeda tergantung pada situasi dan kondisi, sehingga strategi komunikasi ini harus bisa menunjukkan bagaimana operasionalnya harus dilakukan.

Pada saat melaksanakan suatu kegiatan, strategi komunikasi sangat dibutuhkan sebagai suatu kiat atau tata cara yang telah dibuat dan direncanakan dengan tepat guna menghindari sesuatu yang tidak diinginkan agar pesan yang ingin disampaikan dapat diterima dengan baik. Strategi komunikasi merupakan suatu kegiatan yang sering digunakan oleh perusahaan dalam tahap-tahap untuk

mencapai tujuannya kemudian juga untuk menyampaikan informasi dan melakukan komunikasi dengan masyarakat ataupun pelanggan.

Sebagai salah satu komponen dalam pembangunan, adanya BUMN di Indonesia dirasakan sangatlah penting, bukan hanya bagi pemerintah akan tetapi juga bagi masyarakat luas. Dimana bagi pemerintah BUMN sering digunakan sebagai suatu komponen penting dalam pembangunan ekonomi, khususnya dibidang industri-industri manufaktur dan lain-lainnya. Sementara bagi masyarakat, BUMN merupakan komponen yang penting sebagai suatu penyedia layanan yang cepat, lebih murah dan efisien. Dari sekian banyaknya BUMN yang ada di Indonesia PT PLN merupakan salah satu organisasi publik yang keberadaannya sangat dibutuhkan oleh masyarakat.

PT PLN adalah suatu badan usaha milik negara dibidang tenaga listrik. PT PLN bertugas untuk memajemen dan juga mengalokasikan energi listrik untuk semua penduduk di Indonesia. Demi mempermudah dalam mengelola energi listrik PT PLN terbagi menjadi berbagai unit dimana unit-unit tersebut terdiri atas unit wilayah, unit distribusi, unit penyaluran dan pusat pengaturan beban, unit pembangkit, unit induk proyek, juga unit pusat dan jasa. Salah satu unit yang ada adalah unit untuk wilayah Sumatera Selatan, Jambi dan Bengkulu yang berlokasi di Kota Palembang. Dalam upaya untuk dapat meningkatkan kinerjanya kepada masyarakat kemudian terbagi lagi menjadi empat area yaitu: Area Palembang, Area Lahat, Area Muaro Bungo dan Area Bengkulu. Adapun salah satu unit di wilayah Palembang yaitu PT PLN UP3 (Unit Pelaksana Pelayanan Pelanggan) yang mana unit ini memiliki tugas untuk mengurus semua aspek mengenai kelistrikan dan memberikan pelayanan kepada pelanggan yang berada di Kota Palembang.

Sebagai perusahaan penyedia listrik yang banyak memberikan kontribusi besar dalam memasok kebutuhan listrik masyarakat di Kota Palembang PT PLN UP3 Palembang menyadari bahwa listrik hari ini sudah menjadi kebutuhan yang mendasar bagi masyarakat karena hampir semua aktivitas dari masyarakat saat ini baik dari kalangan akademisi, pekerja, maupun ibu rumah tangga ditopang oleh

pasokan listrik yang kemudian semakin membuat masyarakat ketergantungan. Apalagi pada saat masa sulit seperti pandemi Covid-19 sekarang ini, tentunya membuat kebutuhan akan pasokan listrik semakin meningkat dikarenakan semua aktivitas di luar rumah dibatasi dan mengharuskan masyarakat melakukan seluruh kegiatannya di dalam rumah mulai dari sekolah hingga bekerja. Pada akhirnya memberikan dampak meningkatnya penggunaan listrik ditengah ekonomi masyarakat yang menurun.

Diawal tahun 2020 dunia digemparkan dengan adanya virus baru yang disebut dengan coronavirus jenis baru yang disebabkan oleh *Severe Acute Respiratory Syndrome* (SARS-cOV2) dan penyakitnya disebut Coronavirus disease 2019 (COVID-19). Diketahui bahwa virus ini pertama kali muncul di Kota Wuhan Provinsi Hubei, Tiongkok. Ditemukan pada akhir Desember tahun 2019, Virus ini dapat ditularkan dari manusia ke manusia dan sudah menyebar luas di China dan lebih dari 190 negara dan teritori lainnya termasuk Indonesia. Kemudian pada tanggal 12 maret 2020 WHO mengumumkan Covid-19 sebagai pandemi (Susilo et al., 2020).

Demi menekan laju penyebaran virus corona pemerintah Indonesia menerapkan berbagai kebijakan diantaranya PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) yang diatur dalam Peraturan Pemerintah Nomor 21 Tahun 2020. Menurut hasil penelitian yang dilakukan oleh Wibowo adanya pemberlakuan PSBB menyebabkan kerugian secara nasional. Dimana kerugian tersebut bisa terjadi akibat lemahnya ekonomi negara akibat aktivitas-aktivitas termasuk bisnis dan industri dilarang beroperasi ditengah meningkatnya permintaan akibat kebutuhan kondisi darurat (Hadiwardoyo, 2020).

Akibat dari adanya penyebaran virus Covid-19 di Indonesia ini bukan hanya berdampak pada kesehatan manusia saja, akan tetapi berdampak pula pada laju perekonomian terutama pada kelompok masyarakat miskin dan rentan dimana mereka merupakan kelompok masyarakat yang perekonomiannya sangat paling terdampak akibat adanya penyebaran virus Covid-19 sehingga membutuhkan perhatian lebih. Dalam rangka untuk berupaya menjaga daya beli masyarakat,

terutama pada masyarakat lapisan bawah di masa pandemi Covid-19 ini, Pemerintah kemudian memberikan berbagai program bantuan sosial, diantaranya ialah berkerjasama dengan PT PLN melalui pemberian atau pembebasan listrik gratis bagi pelanggan 450 VA dan potongan listrik 50% untuk pelanggan 900 VA subsidi.

Sebagai wujud nyata Pemerintah dan PT PLN dalam memberikan pelayanan terbaik kepada masyarakat, dibuatlah Program Stimulus Covid-19 yang merupakan bantuan untuk masyarakat yang terdampak akibat virus corona dan difokuskan untuk melindungi masyarakat lapisan bawah. Program ini dibuat oleh Pemerintah dan PLN agar dapat memberikan ruang bagi pelanggan golongan rendah supaya bisa lebih lagi dalam memanfaatkan listrik untuk membantu kegiatan ekonomi dan kesehariannya.

Program bantuan ini dibuat sebagai bentuk negara hadir dalam memberi kemudahan dan solusi untuk pelanggan listrik. Program ini juga didukung oleh keputusan Menteri Energi dan Sumber Daya Mineral (ESDM) mengenai penurunan tarif adjustment bagi pelanggan golongan rendah. Seperti yang terdapat dalam Surat Menteri ESDM kepada Direktur Utama PT. PLN (Persero) No. 291/23.MEM.I/2020 tanggal 31 Agustus 2020

Adapun pelanggan yang memperoleh penurunan tarif listrik sebagai berikut:

**Tabel 1. 1**

**Daftar Pelanggan Yang Memperoleh Penurunan Tarif Listrik**

No	Golongan Pelanggan
1	R-1 TR 1300 VA
2	R-1 TR 2300 VA
3	R-2 TR 3500 VA – 5500 VA
4	R-3 TR 6600 VA
5	B-2 TR 6600 VA- 200Kva
6	P-1 TR 6600 VASD 200 Kva
7	P-3 TR

Sumber: web.pln.co.id

Selanjutnya bagi pelanggan Rumah Tangga daya 450 VA mendapat potongan 100% (digratiskan) dan pelanggan Rumah Tangga daya 900 VA bersubsidi memperoleh potongan listrik sebesar 50% yang didapat sejak April 2020. Lebih lanjut keringanan inipun diberikan untuk pelanggan Bisnis kecil daya 450 VA dan Industri kecil daya 450 VA dengan potongan 100%.

Terdapat dua alasan peneliti dalam pemilihan judul diatas yaitu sebagai berikut:

1. Adanya pelanggan yang menunggak pembayaran tagihan listrik.
2. Adanya penurunan pendapatan akibat pandemi Covid-19.

Kedua alasan diatas akan peneliti jelaskan secara rinci dibawah ini sebagai berikut:

1. Adanya pelanggan yang menunggak pembayaran tagihan listrik.

Listrik merupakan salah satu energi yang sangat diperlukan dan dibutuhkan oleh masyarakat dalam memenuhi kebutuhannya, bagaimana tidak bisa dilihat saja dalam kehidupan kita sehari-hari banyaknya barang-barang elektronik yang tersedia mulai dari untuk memasak, mencuci, hingga kebutuhan akan gadget membutuhkan aliran listrik sehingga membuat masyarakat sangat memerlukan energi listrik. Sebagai masyarakat yang disiplin membayar tagihan listrik adalah merupakan suatu hal yang biasa dilakukan dan wajib dilaksanakan bagi kita sebagai masyarakat atau pelanggan yang menggunakan listrik. Regulasi tagihan listrik dan pembayaran listrik pun sudah diatur dalam Peraturan Menteri Energi dan Sumber Daya Mineral Republik Indonesia Nomor 27 Tahun 2017 tentang Tingkat Mutu Pelayanan dan Biaya yang terkait dengan penyaluran tenaga listrik oleh PT PLN (Persero) dimana disebutkan dalam aturan tersebut bahwa pelanggan yang menunggak pembayaran selama 30 hari, maka PLN berhak melakukan pemutusan aliran listrik secara sementara terhadap pelanggan bersangkutan (kompas.com, 2021). Namun demikian, meski sudah terdapat peraturan menteri masyarakat masih saja sering lalai dan dengan sengaja untuk

melakukan penunggakan pembayaran tagihan listrik, ditambah lagi dengan adanya pandemi Covid-19 seperti sekarang ini.

Adanya pandemi Covid-19 di Indonesia, memang memberikan dampak yang terlihat cukup jelas dimasyarakat banyak sekali masyarakat yang mengalami kesulitan ekonomi mulai dari golongan kelas rendah hingga kelas atas. Ditambah dengan adanya peraturan pemerintah untuk melakukan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) di berbagai kota termasuk Kota Palembang, semakin menambah beban masyarakat terutama masyarakat kelas ekonomi rendah. Dimana dengan adanya peraturan tersebut membuat masyarakat diharuskan beraktivitas di dalam rumah mulai dari bersekolah, hingga bekerjapun dari rumah. Banyaknya aktivitas yang dilakukan masyarakat di dalam rumah membuat kebutuhan akan pasokan listrik semakin meningkat sehingga menambah beban masyarakat akan tagihan listrik akibat dari banyaknya alat-alat elektronik yang digunakan pada saat masyarakat beraktivitas di dalam rumah.

Dampak yang terlihat cukup jelas akibat pandemi Covid-19 ini adalah masih banyaknya masyarakat yang melakukan tunggakan tagihan rekening listrik. Manajer PT PLN (Persero) UP3 Palembang, Nanang Prasetyo mengungkapkan pelanggan yang menunggak itu adalah pelanggan pascabayar. Dari total 800.000 pelanggan PLN Palembang, sebanyak 25.000 pelanggan menunggak pembayaran tagihan listrik (sumselupdate.com, 2021). Adapun terjadinya penunggakan ini memang tidak dapat dihindari, banyak sekali faktor-faktor yang dapat menyebabkan terjadinya penunggakan oleh pelanggan PLN salah satunya adalah kurangnya rasa tanggung jawab dari para pelanggan PLN, faktor kelupaan dan faktor ekonomi yang memang tidak mampu membayar karena kurangnya pendapatan akibat pandemi Covid-19.

Gambar 1. 1

## Pemberitaan Pelanggan Menunggak



Sumber: [sumsel.inews.id](http://sumsel.inews.id) 2021



Sumber: [sumselupdate.com](http://sumselupdate.com)

### 2. Adanya penurunan pendapatan akibat pandemi Covid-19

Pandemi Covid-19 yang melanda berbagai belahan dunia termasuk Indonesia memang memberikan dampak buruk yang sangat besar tidak hanya berdampak pada kesehatan masyarakat, tetapi juga mempengaruhi kondisi perekonomian, pendidikan dan kehidupan sosial masyarakat Indonesia. Pandemi menyebabkan penurunan berbagai aktivitas dan melumpuhkan berbagai sektor mulai dari industri hingga bisnis dan mengakibatkan menurunnya kondisi sosial-ekonomi ditambah adanya berbagai kebijakan pemerintah seperti PSBB dan PPKM sebagai upaya pemerintah untuk memutus penyebaran virus Covid-19.

PT PLN merupakan salah satu BUMN yang terkena imbas dari dampak buruk akibat pandemi Covid-19. Dilansir dari situs online [kompas.com](http://kompas.com) bahwa penjualan listrik PT PLN (Persero) menurun karena adanya pandemi virus corona, hal ini disampaikan oleh Syofvi Felienty Roekman selaku Direktur Capital dan Management PLN ia mencatat bahwa penjualan listrik PLN terus menurun hingga minus 10 persen keadaan seperti ini baru pertama kali dirasakan sepanjang dirinya berkerja di perusahaan tersebut.

Hal ini juga berdampak pada PT PLN UP3 Palembang yang mengalami imbas akibat dari adanya pandemi Covid-19. PT PLN Persero merupakan badan usaha milik negara, dengan sumber pendapatan utamanya berasal dari hasil penjualan listrik kepada masyarakat, pemilik usaha dan lainnya. Dimana pada saat pandemi Covid-19 terjadi, mengakibatkan penurunan penerimaan Pajak Penerangan Jalan (PPJ) yang menurun hingga 20 %. Dilansir dari situs online [sumselupdate.com](http://sumselupdate.com), Nanang Prasetyo selaku Manager PT PLN UP3 Palembang membeberkan “sebelum pandemi dalam satu bulan PPJ bisa mencapai Rp 15 miliar, namun saat awal-awal pandemi menurun menjadi Rp 12,6 miliar perbulan”, penurunan ini juga disebabkan oleh menurunnya penggunaan daya listrik (Berli Zulkanedi, 2021).

**Tabel 1. 2**

**Daftar Penerimaan Pajak Penerangan Jalan**

<b>NO</b>	<b>BULAN SETOR</b>	<b>PENERIMAAN PPJ</b>
1.	Januari 2021	Rp. 13.484.222.034
2.	Februari 2021	Rp. 13.275.410.592
3.	Maret 2021	Rp .12.610.928.609
4.	April 2021	Rp. 12.557.517.677
5.	Mei 2021	Rp. 13.759.057.569
6.	Juni 2021	Rp. 14.051.979.393
7.	Juli 2021	Rp. 15.074.987.525
8.	Agustus 2021	Rp. 18.813.428.033
9.	September 2021	Rp. 18.354.865.890
10.	Oktober 2021	Rp. 17.907.507.256
11.	November 2021	Rp. 18.409.732.820

Sumber: PT PLN UP3 Palembang

Berdasarkan pernyataan diatas juga beriringan dengan hasil pra-riset wawancara singkat peneliti dengan salah satu staff di divisi pemasaran dan pelayanan pelanggan UP3 Palembang, Akhmad Rizani selaku account executive sebagai berikut:

*“Pendapatan PLN malah berkurang, jelasnya begini anggap saja pelanggan dengan daya 450 VA ada 10.000 pelanggan dan daya 900 VA ada 5.000 pelanggan mereka tidak bayar listrik malah menjadi berkurang.”*

Dari hasil wawancara peneliti diatas dapat dilihat bahwa dengan adanya pandemi Covid-19 yang melumpuhkan berbagai kegiatan dan aktivitas masyarakat baik sosial maupun sektor ekonomi memberikan dampak yang cukup buruk bagi PT PLN UP3 Palembang.

Namun demikian berkat efisiensi dari teknis dan operasional serta inovasi-inovasi melalui program transformasi PLN, telah membantu memperkuat daya tahan PLN disituasi pandemi. Hasil dari transformasi PLN yang berfokus pada peningkatan pendapatan, menurunkan biaya pokok penyediaan, dan juga peningkatan layanan salah satunya adalah dengan adanya inovasi digitalisasi yaitu Super Apps PLN Mobile. Melalui Super Apps PLN Mobile ini, layanan PLN yang tadinya belum terintegrasi sekarang sudah menyatu dan terkonsolidasi sehingga sangat memberikan kemudahan bagi pelanggan dalam mencari informasi dan layanan-layanan yang sudah PLN sediakan. Digitalisasi ini membuat PLN dapat bergerak dengan cara berpikir baru, cara berkomunikasi yang lebih efisien, cara memonitor yang lebih luas jangkauannya dan juga cara pengambilan keputusan yang lebih cepat. Pada program stimulus Covid-19 untuk memberikan layanan kepada para pelanggan terkait stimulus, PLN membuka saluran pengaduan melalui aplikasi PLN Mobile yang dapat diunduh melalui Playstore dan juga AppStore. Executive Vice President Corporate Communication and CSR PLN, Agung Murdifi dalam press release yang di muat pada website [pln.co.id](http://pln.co.id) mengungkapkan “PLN menambah Channel melalui aplikasi PLN Mobile untuk lebih mempermudah, karena tinggal membuka aplikasi di HP, masukan ID Pelanggan/Nomor meter sudah dapat nomor tokennya”.

Berdasarkan dari latar belakang yang sudah peneliti uraikan di atas dapat dilihat bahwa pada pelaksanaannya masih terdapat beberapa kendala terkait Program Stimulus Covid-19. Sehingga peneliti tertarik untuk meneliti bagaimana

Strategi Komunikasi Divisi Pemasaran dan Pelayanan Pelanggan PT PLN UP3 Palembang pada Program Stimulus Covid-19.

## **1.2 Rumusan Permasalahan**

Bagaimana Strategi Komunikasi Divisi Pemasaran dan Pelayanan Pelanggan PT. PLN UP3 Palembang Pada Program Stimulus Covid-19 ?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan permasalahan yang ada, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Strategi Komunikasi Divisi Pemasaran dan Pelayanan Pelanggan PT. PLN UP3 Palembang Pada Program Stimulus Covid-19.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

### **1.4.1 Manfaat Teoritis**

Penelitian ini diharapkan agar bisa memberikan referensi bagi peneliti berikutnya yang nantinya akan meneliti konsep yang sama. Diharapkan juga dapat menambah wawasan pengetahuan di dalam pendidikan bidang kajian Ilmu Komunikasi Khususnya pada konsentrasi hubungan masyarakat dan pada mata kuliah Teori komunikasi. Peneliti juga berharap penelitian ini bisa memberikan kontribusi teoritis yang berhubungan dengan kajian strategi komunikasi.

### **1.4.2 Manfaat Praktis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan menjadi masukan yang baik bagi PT PLN untuk lebih meningkatkan nilai mutu dan sebagai suatu pembelajaran tentang perlu dan pentingnya strategi komunikasi yang lebih terencana. Diharapkan supaya bisa menjadi acuan untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi dengan pelanggan dalam pelaksanaan program-program selanjutnya.

## Daftar Pustaka

### Buku:

- Andrianto, Elvonaro. 2014. *Metode Penelitian untuk Public Relations Kualitatif dan Kuantitatif*. Bandung: Simbuosa Rekatama Media.
- Arifin, Zainal. 2009. *Evaluasi Pembelajaran*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- AW, Suranto. 2019. *Perencanaan & Evaluasi Program Komunikasi*. Yogyakarta: Pena Pressindo.
- Broom, Glen M. 2013. *Cutlip & Center's Effective Public Relations*. 11 Edition. USA: Pearson Education.
- Cangara, H. 2013. *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Cangara, H. 2016. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Craswell, W. J. 2009 *Research Design Pendekatan Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Cutlip, Center, & Broom. 2006. *Effective Public Relations (Edisi Kesembilan)*. Jakarta: Kencana.
- Effendy, O. U. 2003. *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Citra aditya Bakti
- Effendy, O. U. 2009. *Ilmu Komunikasi: Teori dan Prakteknya*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Effendy, O. U. 2011. *Ilmu Komunikasi: Teori dan Prakteknya*. Bandung: Rosdakarya.
- Griffin, Ricky W. Moorhead, Gregory. 2014. *Organization Behaviour: Managing People and Organization*. Eleventh Edition. USA: South Western.
- Hartatik, I. P. 2014 *Buku Pintar Membuat Standar Operasional Prosedur*. Jokgjakarta: Flash Book.
- Miles, Mathew B. And A. Michael Huberman. 2014. *Qualitative Data Analysis*. Edition 3. USA: Sage Publications. Terjemahan Tjetjep Rohindi, UI-Press.
- Moleong, L. 2005. *Metodelogi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Moleong, L. 2011. *Metode Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Mulyana, Deddy. 2014. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Mulyana, Deddy. 2017. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

### **Penelitian/ Jurnal Ilmiah:**

Annisa, Meyske Nur. 2017. Strategi Komunikasi Humas BPJS Kesehatan Dalam Mensosilaisasikan Program Jaminan Kesehatan Nasional (JKN-KIS). Universitas Prof. DR. Moestopo Beragama, Jakarta.

Dyah, Suciantiy, Putri & Ali. 2016. Strategi Komunikasi Program Internet Sehat dan Aman Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia (Sstudi Kasus Evaluasi Program Incakap Tahun 2015). Universitas Telkom. Jurnal Komunikasi , vol 8, no 1, hlm 25-35

Junita, Tias Dwi. 2017. Peranan SOP Pada Organisasi Pemerintahan Kota Surabaya Dalam Peningkatan Kepuasan Pelayanan Kepada Masyarakat (Sudi di Bagian Umum dan Pemerintahan Protokol Pemerintahan Kota Surabaya). Universitas 17 Agustus 1945, Surabaya.

Kalianda, Deri. 2018. Strategi Komunikasi Dinas Lingkungan Hidup (DLH) dalam Mengimplementasikan Program Green City di Kota Teluk Kuantan Kabupaten Kuantan Singingi. JOM FISP vol. 5 No. 1.

Pramantio, Komariah, & Kurniasih. 2012. Strategi Komunikassi Travel Days Trans untuk Mencapai Loyalitas Pelanggan. E-Journal mahasiswa Universitas Padjajaran, vol 1, no 1.

Rahmat, Raka Ramdhani. 2016. Strategi Komunikasi Kegiatan Plant Tour Oleh Departemen Komunikasi Korporat PT Pindad (Persero) Bandung. Universitas Komputer Indonesia.

Saputra, Indra. 2012. Strategi Komunikasi Bagian Pemasaran PT. Kereta Api Indonesia Persero Kantor Pusat Bandung Melalui Promosi Tiket Dalam Menarik Minat Pelanggannya. Universitas Komputer Indonesia.

Sudarman, Asep. 2018. Strategi Komunikasi untuk Meningkatkan Kesadaran Masyarakat dalam Membayar Zakat Maal. Jurnal Ilmu Komunikasi, vol 2 no 1. hlm 39-60.

- Tadarusman, Yusuf. 2013. Strategi Komunikasi PT. Republika Penerbit dalam Mempromosikan Novel Islami. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- Widodo, Aan & Diah Ayu Permatasari. 2020. Strategi Komunikasi Pemerintah Kota Bekasi dalam Program Bekasi Smart City. Jurnal Komunikasi. Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

**Sumber Internet:**

[www.pln.co.id](http://www.pln.co.id)

<https://sumselupdate.com/potret-hidup-makin-susah-25-000-pelanggan-di-palembang-tunggak-listrik/>. Diakses pada 28 Oktober 2021. Pukul 10:10 WIB.

<https://sumsel.inews.id/berita/puluhan-ribu-warga-palembang-nunggak-listrik-pln-beber-dampaknya>. Diakses pada 28 Oktober 2021. Pukul 10:15 WIB.

<https://www.sumseprov.go.id/pages/beritadetail/MY-Buka-Sosialisasi-Program-dan-Layanan-PLN-?page=pages&subpage=beritadetail&rec=MY-Buka-Sosialisasi-Program-dan-Layanan-PLN-> Diakses pada 08 November 2021. Pukul 22:25 WIB.

<https://web.pln.co.id/media/siaran-pers/2020/09/pln-siap-jalankan-keputusan-menteri-esdm-terkait-penurunan-tarif-listrik-golongan-tegangan-rendah>. Diakses pada 3 Januari 2021. Pukul 10:35 WIB.