



**Jurnal JIKOSHUM**, Vol 1 No 1 Januari 2022 pp-pp

e-ISSN: XXXX-XXXX; p-ISSN : XXXX-XXXX

Received 14 November 2021 / Revised 3 Desember 2021 / Accepted 24 Desember 2021

**Jurnal Ilmu Komunikasi dan Sosial Humaniora**

<https://jurnal.ugp.ac.id/index.php/jikoshum>

**METODE KOMUNIKASI INTER PERSONAL PADA PELAYANAN PELANGGAN  
TERHADAP CITRA PERUSAHAAN LISTRIK NEGARA (PERSERO)  
RAYON TAKENGON KABUPATEN  
ACEH TENGAH  
(Studi deskriptif keluhan tarif listrik di kampung Bebesen)**

**Subhan Ab<sup>1</sup>, Viana Safrida Harahap<sup>2</sup>, Alhidayatullah AK<sup>3</sup>**

Dosen Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Gajah Putih.  
Aceh Indonesia

Dosen Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Gajah Putih.  
Aceh Indonesia

Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Gajah Putih.  
Aceh. Indonesia

Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Gajah Putih Indonesia

Email : [dayat.evolution12@gmail.com](mailto:dayat.evolution12@gmail.com)

**ABSTRAK**

Metode komunikasi yang dilakukan petugas bagian pelayanan kepada pelanggan adalah melalui komunikasi interpersonal. Inti dari komunikasi interpersonal adalah menciptakan, membentuk, ataupun membina hubungan dengan orang lain

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Metode Komunikasi Inter Personal Pada Pelayanan Pelanggan Terhadap Citra Perusahaan Listrik Negara (Persero) Rayon Takengon Kabupaten Aceh Tengah (Studi Diskriptif Keluhan Tarif Listrik Di Kampung Bebeben) dan menjelaskan Faktor Penghambat Metode komunikasi inter personal pada pelayanan pelanggan terhadap citra Perusahaan listrik negara (persero) rayon takengon kabupaten Aceh Tengah (Studi diskriptif keluhan tarif listrik di kampung Bebeben)

Adapun metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara, studi pustaka dan observasi. Data yang diperoleh dianalisis secara kualitatif. Hasil Penelitian Metode komunikasi inter personal, yang di lakukan oleh PLN Rayon Takengon, sangat bermamfaat, dimana komunikasi yang dilakukan dengan pelanggan akan mudah terselesaikan dengan baik, dikarenakan langsung tatap muka antara masyarakat dengan pegawai dalam keluhan yang dihadapi masyarakat. Komunikasi antar personal dapat mengurai keluhan



pelanggan terhadap pelayanan PLN, dengan komunikasi antar personal akan membawa dampak positif terhadap citra PLN itu sendiri. Dengan menggunakan komunikasi model komunikasi linear, model komunikasi sirkuler, dan model komunikasi spiral. Sehingga Respon masyarakat dari pelanggan, berupa feedback langsung ketika berjalannya komunikasi dua arah atau tatap muka, dan feedback tidak langsung. Dan Hambatan dan Komunikasi Antar Personal yang terjadi dalam proses komunikasi meliputi, status sosial, psikologis, sosial budaya, prasangka, hambatan semantis dan kondisi lingkungan. Memberikan informasi, menumbuhkan perasaan, dan mengubah sikap. Ini merupakan bentuk pengaruh dari komunikasi sosial yang di sampaikan kepada masyarakat ketika bersosialisasi.

**Kata Kunci:** Komunikasi, Inter Personal, PLN

## PENDAHULUAN

Perusahaan Listrik Negara (PLN) adalah sebuah BUMN yang mengurus semua aspek kelistrikan dan bertanggung jawab memenuhi kebutuhan tenaga listrik di seluruh Indonesia. Ketersediaan energi listrik adalah aspek yang sangat penting dalam mendukung keberhasilan pembangunan daerah. Ketersediaan energi listrik adalah aspek yang sangat penting dalam mendukung keberhasilan pembangunan daerah. Penyediaan tenaga listrik yang memadai dan berkualitas merupakan parameter penting bagi kemajuan sektor industri, perdagangan, telekomunikasi, pariwisata, pendidikan dan sektor-sektor tersebut akan menentukan pertumbuhan ekonomi dan tingkat kesejahteraan masyarakat setempat.

Sesuai dengan Undang-undang Dasar 1945 pasal 33 ayat 2 yang menyatakan bahwa "Cabang-cabang produksi yang penting bagi negara dan menguasai hajat hidup orang banyak dikuasai oleh negara". PT PLN

(Persero) kemudian ditugaskan untuk menjadi satu-satunya perusahaan yang berhak mengelola tenaga listrik di Indonesia.

Berdasarkan data yang diperoleh jumlah pelanggan PLN per Januari 2020 di PT PLN Takengon Rayon Lhoksemauwe adalah 79.068 pelanggan, namun pengaliran listrik ke rumah - rumah warga tidak selamanya berjalan lancar. Banyak pelanggan yang tidak puas terhadap pelayanan PLN dengan melaporkan keluhannya. Keluhan yang biasanya disampaikan pelanggan antara lain layanan yang kurang cepat, perbaikan kerusakan yang lambat, serta seringnya terjadi pemadaman listrik yang tidak menentu dan pemutusan listrik sementara, serta pembayaran yang tidak sesuai atau pemasangan sambungan baru. Menurut data yang didapat keluhan yang dilaporkan pelanggan kepada PLN melalui beberapa media, seperti melalui media cetak ataupun media elektronik namun untuk



mempermudah pelanggan dalam melaporkan keluhannya dapat datang langsung ke kantor.

Berdasarkan Struktur Organisasi PLN, bagian pelayanan dan administrasi merupakan salah satu bagian yang bertugas dalam menangani keluhan pelanggan. Dari banyaknya keluhan yang ada, tidak semua keluhan ditanggapi oleh PLN. Dari sikap atau tanggapan yang diberikan oleh PLN tersebut tidak sesuai dengan tugas pokok dan fungsi bagian pelayanan dan administrasi, yaitu mengevaluasi laporan yang berkaitan dengan pelaksanaan kegiatan pelayanan kepada pelanggan untuk mengetahui hambatan dan usaha penyelesaian.

Pelanggan yang datang ke PLN ditangani oleh bagian pelayanan dan administrasi kemudian dilaporkan ke bagian-bagian yang terkait untuk ditindak lanjuti dengan segera. Bagian pelayanan dan administrasi di PLN bertindak dalam memberikan umpan balik (*feedback*) atas keluhan yang dilaporkan oleh masyarakat, berupa jawaban maupun himbauan kepada masyarakat dalam penyelesaian kasus yang terjadi.

Metode komunikasi yang dilakukan petugas bagian pelayanan kepada pelanggan adalah melalui

komunikasi interpersonal. Inti dari komunikasi interpersonal adalah menciptakan, membentuk, ataupun membina hubungan dengan orang lain. Oleh karena itu, membiasakan diri mencoba melakukan interaksi dengan lawan komunikasi, sehingga komunikasi kita dengan orang lain akan menjadi lancar dan efektif.

Dengan demikian sebagai komunikator petugas pelayanan dapat memosisikan dirinya sebagai komunikator yang handal dalam menjalankan tugasnya dan memahami perasaan pelanggan, sehingga komunikasi yang dilakukan dapat disesuaikan mengenai sasaran dan tujuan komunikasi tersebut dapat tercapai.

Untuk bisa berkomunikasi dengan efektif, petugas pelayanan tidak bisa menerapkan cara yang sama untuk setiap orang. Petugas harus memahami benar siapa dan bagaimana sikap lawan bicaranya, maka penulis melakukan penelitian dengan judul ("Metode komunikasi inter personal pada pelayanan pelanggan terhadap citra Perusahaan listrik negara (persero) rayon takengon kabupaten Aceh Tengah (Studi diskriptif keluhan tarif listrik di kampung Bebeben)

## Landasan Teori

### Pengertian Metode

Pengertian metode menurut bahasa Metode berasal dari bahasa Yunani *methodos* yang merupakan kombinasi dari kata *meta* (melalui) dan *hodos* (jalan), dalam bahasa

Inggris metode berarti *method* yang berarti cara. <sup>1</sup>Dalam kamus ilmiah populer metode juga dapat diartikan sebagai cara yang sistematis dan teratur untuk melaksanakan sesuatu atau cara kerja.<sup>2</sup>



Sedangkan pengertian metode secara istilah Metode adalah jalan yang kita lalui untuk mencapai tujuan. Banyak usaha tidak dapat berhasil atau pasti tidak membuahkan hasil optimal, kalau tidak dipakai cara yang tepat.<sup>3</sup> Metode juga dapat diartikan sebagai suatu cara atau teknis yang dilakukan dalam proses Penelitian.<sup>4</sup> Metode juga berarti cara mengkaji kebenaran dalam ilmu pengetahuan atau sekop maupun pengetahuan manusia.<sup>5</sup> Sedangkan menurut Munir metode adalah cara atau jalan yang harus dilalui untuk mencapai suatu tujuan.

### **Metode Komunikasi**

metode dalam komunikasi, dalam hal ini metode penyampaian, yang dapat dilihat dari dua aspek: menurut cara pelaksanaannya dan menurut bentuk isinya. Menurut cara pelaksanaannya Terdiri dari metode *redundancy (repetition)*, yaitu cara mempengaruhi khalayak dengan jalan mengulang-ulang pesan pada khalayak. Metode *canalizing*, yaitu mempengaruhi khalayak untuk menerima pesan yang disampaikan, kemudian secara perlahan-lahan merubah sikap dan pola pemikirannya ke arah yang kita kehendaki.

### **Komunikasi Inter Personal**

Komunikasi antarpribadi menurut Devito adalah proses pengiriman pesan dari seseorang dan diterima orang lain dengan efek umpan balik yang langsung. Menurut

Effendy pada hakikatnya komunikasi antarpribadi merupakan pengiriman pesan dari seseorang dan diterima oleh orang lain dengan umpan balik yang langsung. Bentuk komunikasi dalam lingkungan kerja adalah komunikasi internal dan eksternal. Komunikasi internal dibagi menjadi dua yaitu komunikasi antar pribadi dan komunikasi kelompok.<sup>5</sup>

### **Pengertian Komunikasi**

Komunikasi merupakan aktivitas dasar manusia. Dengan berkomunikasi, manusia dapat saling berhubungan satu sama lain baik dalam kehidupan sehari-hari di rumah tangga, ditempat pekerjaan, dipasar, dalam masyarakat atau dimana saja manusia berada. Tidak ada manusia yang tidak akan terlibat dalam komunikasi. Komunikasi sangat penting bagi kehidupan manusia.

Berkembangnya pengetahuan manusia dari hari ke hari karena komunikasi. Komunikasi juga membentuk sistem sosial yang saling membutuhkan satu sama lain, maka dari itu komunikasi dan masyarakat tidak dapat dipisahkan.

Pengertian komunikasi dapat dilihat dari etimologi (bahasa) dan terminologi (istilah) Dari sudut etimologi, menurut Roudhonah dalam buku ilmu komunikasi, dibagi menjadi beberapa kata diantaranya "*communicare* yang berarti berpartisipasi atau member tahukan, *Communis opinion* yang berarti



pendapat umum.<sup>6</sup> *Raymond S. Ross* yang dikutip oleh *Deddy Mulyana* dalam buku *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar* mengemukakan bahwa “Komunikasi atau Communication dalam bahasa Inggris berasal dari kata Latin.

*Communis* yang berarti membuat sama”.<sup>7</sup> Dari pengertian tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa komunikasi adalah suatu penyampaian pesan yang bertujuan untuk membuat sama persepsi atau arti antara komunikator dan komunikan.

Sedangkan secara “terminologi” ada banyak ahli yang mencoba mendefinisikan diantaranya *Hovland*, *Janis* dan *Kelley* seperti yang dikemukakan oleh *Forsdale* bahwa “komunikasi adalah proses individu mengirim stimulus yang biasanya dalam bentuk verbal untuk mengubah tingkah laku orang lain”.<sup>8</sup> Menurut *Laswell* bahwa “komunikasi itu merupakan jawaban terhadap *who says what in which medium to whom with what effect* (siapa mengatakan apa dalam media apa kepada siapa dengan apa efeknya).<sup>9</sup> *John B. Hoben* mengasumsikan bahwa komunikasi itu harus berhasil “Komunikasi adalah pertukaran verbal pikiran atau gagasan”.<sup>10</sup>

Dari beberapa pengertian di atas dapat dirangkum bahwa komunikasi adalah suatu proses dalam

penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan dengan media tertentu yang berguna untuk membuat pemahaman yang sama diantara mereka, informasi yang disampaikan dapat memberikan efek tertentu kepada komunikan.

Komunikasi adalah informasi yang disampaikan dari satu tempat lain dengan pemindahan informasi, ide, emosi, keterampilan dan lain-lain dengan menggunakan simbol seperti kata, figur dan grafik serta memberi, meyakinkan, mengupayakan dan tulisan.<sup>11</sup>

Komunikasi adalah “proses atau tindakan menyampaikan pesan (*message*) dari pengirim (*sender*) ke penerima (*receiver*), melalui suatu medium (*channel*) yang biasa mengalami gangguan (*noise*). Dalam definisi ini, komunikasi haruslah bersifat *intentional* (disengaja) serta membawa perubahan.<sup>12</sup>

Komunikasi atau dalam bahasa Inggris *communication* berasal dari kata lain *communication* dan bersumber dari kata *communis* yang berarti sama. Sama disini maksudnya adalah sama makna.

Jadi dua orang terlibat dalam komunikasi, misalnya dalam bentuk percakapan, maka komunikasi akan terjadi atau berlangsung selama ada kesamaan makna mengenai apa yang dipercakapkan.

Menurut *Carl I. Hovland*, ilmu komunikasi adalah upaya yang sistematis untuk merumuskan cara-cara yang tepat asas-asas penyampaian informasi serta pembentukan



pendapat dan sikap. Kesamaan bahasa yang dipergunakan dalam percakapan itu belum tentu menimbulkan kesamaan makna. Dengan lain perkataan, mengerti bahasanya saja belum tentu mengerti makna yang dibawakannya. Jelas bahwa percakapan kedua orang tadi dapat dikatakan komunikatif.<sup>13</sup>

Lebih lanjut Hovland menjelaskan dengan contoh, makna konotif anjing bagi seorang kiyai yang merupakan hewan najis, bagi seorang polisi merupakan pelacak pembunuh, dan bagi aktifis amerika mungkin merupakan teman sekamar di saat kesepian, merekaitu berbeda dalam pandangan dan penilaian terhadap anjing.<sup>14</sup>

Selanjutnya menurut Edward Deperi menjelaskan komunikasi adalah proses penyampaian gagasan, harapan dan pesan yang disampaikan melalui lambang tertentu, mengandung arti, dilakukan oleh penyampai pesan ditujukan pada penerima pesan. Maksud pesan disini seperti menyampaikan amanah dengan melalui komunikasi langsung atau bertatap muka sama penerima pesan.<sup>15</sup>

Komunikasi adalah hubungan kontak dan antar manusia baik individu maupun kelompok. Dalam kehidupan sehari-hari disadari atau tidak, komunikasi bagian dari kehidupan manusia itu sendiri. Menurut Wilbur Schram, apabila kita mengadakan komunikasi maka kita harus mewujudkan persamaan antara

kita dengan orang lain. Kita mengetahui bahwa pada dasarnya komunikasi itu adalah proses. Suatu proses komunikasi yang bersifat dinamis, tidak statis.<sup>16</sup>

Menurut Cherry, kata komunikasi berasal dari bahasa latin *communis* yang artinya membuat kebersamaan atau membangun kebersamaan antar dua orang atau lebih, *communico* yang artinya membagi.<sup>17</sup>

Berdasarkan definisi diatas penulis menyimpulkan bahwa komunikasi adalah penyampaian informasi, gagasan ataupun pesan dari satu tempat ke tempat lain dengan tujuan untuk menjalin komunikasi dengan baik. Komunikasi itu suatu transaksi, proses simbolik yang menghendaki orang-orang mengatur lingkungannya, membangun hubungan antar sesama manusia, melalui pertukaran informasi untuk menguatkan sikap dan tingkah laku orang lain serta berusaha mengubah sikap orang lain.

### **Fungsi Komunikasi**

Deddy Mulyana dalam bukunya ilmu komunikasi suatu pengantar mengutip kerangka berfikir William I. Gordon mengenai fungsi – fungsi komunikasi yang dibagi menjadi empat bagian.

- a. Fungsi Komunikasi sosial.
- b. Fungsi komunikasi Ekspresif.
- c. Fungsi Komunikasi Ritual.
- d. Fungsi Komunikasi Instrumental.

### **Unsur-unsur komunikasi**



### 1. Komunikator

Dalam proses komunikasi komunikator berperan penting karena mengerti atau tidaknya lawan bicara tergantung cara penyampaian komunikator. "Komunikator berfungsi sebagai encoder, yakni sebagai orang yang memformulasikan pesan yang kemudian menyampaikan kepada orang lain, orang yang menerima pesan ini adalah komunikan yang berfungsi sebagai decoder, yakni menerjemahkan lambang-lambang pesan konteks pengertian sendiri.

### 2. Pesan

Adapun yang dimaksud pesan dalam proses komunikasi adalah suatu informasi yang akan dikirimkan kepada si penerima. "pesan ini dapat berupa verbal maupun nonverbal. Pesan verbal dapat secara tertulis seperti: surat, buku, majalah, memo, sedangkan pesan secara lisan dapat berupa percakapan tatap muka, percakapan melalui telepon, radio, dan sebagainya. Pesan non verbal dapat berupa isyarat, gerakan badan dan ekspresi muka dan nada suara.

Ketiga bentuk pesan ini sering kali kita temukan dalam kehidupan sehari-hari, misalnya seorang guru dalam kegiatan mengajar menggunakan komunikasi informatif, selain itu jika murid tidak mengetahui peraturan menggunakan komunikasi koersif.

### 3. Media

Media yaitu sarana atau alat

yang digunakan oleh komunikator untuk menyampaikan pesan atau informasi kepada komunikan atau saranayang digunakan untuk memberikan *feedback* dari komunikan kepada komunikator. "media sendiri merupakan bentuk jamak dari kata medium, yang artinya

### 4. Penerima

Penerima adalah pihak yang menjadi sasaran pesan yang dikirim oleh sumber. Penerima bisa terdiri satu orang atau lebih, bisa dalam bentuk kelompok, partai atau Negara. Penerima biasa disebut dengan berbagai macam istilah seperti khalayak, sasaran, komunikan atau dalam bahasa inggris disebut *audience* atau *receiver*. Dalam proses komunikasi telah dipahami bahwa keberadaan penerima adalah akibat karena adanya sumber. Tidak ada penerima jika tidak ada sumber.

### 5. Efek

Pengaruh atau efek adalah perbedaan apa yang dipikirkan, dirasakan dan dilakukan oleh penerima sebelum dan sesudah penerima pesan "pengaruh ini bisa terjadi pada pengetahuan, sikap dan tingkah laku seseorang. Oleh karena itu pengaruh juga bisa diartikan perubahan atau penguatan keyakinan pada pengetahuan sikap dan tindakan seseorang sebagai akibat penerima pesan".<sup>18</sup>

Dampak yang ditimbulkan



### Jenis-jenis komunikasi

1. Komunikasi tertulis adalah komunikasi yang disampaikan secara tertulis. Keuntungan komunikasi ini antara lain adalah bahwa komunikasi itu telah dipersiapkan terlebih dahulu secara baik.
2. Komunikasi lisan adalah komunikasi yang dilakukan secara lisan.
3. Komunikasi ini dapat dilakukan secara langsung berhadapan atau tatap muka dan dapat pula menggunakan telepon.
4. Komunikasi nonverbal adalah komunikasi menggunakan mimik, pantonim, dan bahasa isyarat.
5. Komunikasi satu arah adalah komunikasi yang bersifat koersif dapat berbentuk perintah, intruksi, dan bersifat memaksa dengan menggunakan sanksi-sanksi.
6. Komunikasi dua arah lebih bersifat informative, persuasive dan memerlukan hasil (*feed back*).

Model dapat berbentuk gambar grafis, verbal, atau matematikal. Model komunikasi adalah gambaran sederhana dari proses komunikasi yang memperlihatkan kaitan antara satu komponen komunikasi dan komponen lainnya.<sup>19</sup>

### Hambatan Komunikasi

Effendy menyebutkan ada beberapa hal yang dalam hal ini merupakan hambatan komunikasi yang harus dijadikan perhatian penting bagi komunikator jika ingin

komunikasinya sukses yaitu:<sup>20</sup>

#### 1. Gangguan

Ada dua jenis gangguan terhadap jalannya komunikasi yang menurut sifatnya dapat diklasifikasikan sebagai gangguan mekanik dan gangguan semantik.

#### 2. Gangguan mekanik (*mechanical, channel noise*)

Yang dimaksud dengan hambatan mekanik ialah hambatan yang disebabkan salah satu alat dalam saluran komunikasi mengalami gangguan sehingga tidak bekerja dengan baik. Dalam hal ini dapat kita contohkan suara ganda (*interferensi*) pada pesawat radio disebabkan dua pemancar yang berdempetan gelombangnya; atau gambar yang tidak terang pada televisi, atau dapat pula kita contohkan pada surat kabar yang tulisannya kabur. Dapat pula dicontohkan pada *loudspeaker* yang berdegung ketika digunakan.

#### 3. Gangguan Semantik (*semantic noise*)<sup>21</sup>

Hambatan semantik merupakan hambatan karena kesalahan pada bahasa yang digunakan. Cagara menyebutkan gangguan semantik sering terjadi karena beberapa faktor:<sup>22</sup>

1) Kata-kata yang digunakan terlalu banyak memakai jargon bahasa asing sehingga sulit dimengerti oleh khalayak tertentu.

2) Bahasa yang digunakan





pembicara berbeda dengan bahasa yang digunakan oleh penerima.

- 3) Struktur bahasa yang digunakan tidak sebagaimana mestinya sehingga membingungkan penerima.
- 4) Latar belakang budaya yang menyebabkan salah persepsi terhadap simbol-simbol bahasa yang digunakan.

### **Pelayanan**

Pelayanan (*customer service*) secara umum adalah setiap kegiatan yang diperuntukkan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan, melalui pelayanan ini keinginan dan kebutuhan pelanggan dapat terpenuhi.<sup>23</sup> Dalam Kamus Bahasa Indonesia dijelaskan bahwa pelayanan adalah sebagai usaha melayani kebutuhan orang lain, sedangkan melayani yaitu membantu menyiapkan (membantu apa yang diperlukan seseorang).<sup>24</sup> pada hakekatnya pelayanan adalah serangkaian kegiatan yang merupakan proses. Sebagai proses pelayanan berlangsung secara rutin dan berkesinambungan meliputi seluruh kehidupan orang dalam masyarakat, proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain.

Menurut R.A Supriyono pelayanan adalah kegiatan yang diselenggarakan organisasi menyangkut kebutuhan pihak konsumen dan akan menimbulkan kesan tersendiri, dengan adanya pelayanan yang baik maka konsumen

akan merasa puas, dengan demikian pelayanan merupakan hal yang sangat penting dalam upaya menarik konsumen untuk menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan. Sedangkan definisi yang lain menyatakan bahwa pelayanan atau service adalah setiap kegiatan atau manfaat yang diberikan suatu pihak kepada pihak lainnya yang pada dasarnya tidak berwujud.

### **Bentuk-bentuk Pelayanan**

Pelayanan dapat dikategorikan dalam tiga bentuk yaitu: layanan dengan lisan, layanan dengan tulisan, layanan dengan perbuatan.

#### a) Layanan dengan lisan

Layanan dengan lisan dilakukan oleh petugas-petugas dibidang hubungan masyarakat (humas), bidang layanan informasi dan bidang-bidang lain yang tugasnya memberikan penjelasan atau keterangan kepada siapapun yang memerlukan.

#### b) Layanan dengan tulisan

Layanan dengan tulisan merupakan bentuk layanan yang paling menonjol dalam pelaksanaan tugas. Tidak hanya dari segi jumlah tetapi juga dari segi peranannya. Pada dasarnya pelayanan melalui tulisan tulisancukup efisien terutama layanan jarak jauh karena faktor biaya. Agar layanan dalam bentuk tulisan dapat memuaskan pihak yang dilayani, satu hal yang dapat diperhatikan adalah faktor kecepatan, baik dalam pengolahan masalah maupun



proses penyelesaiannya, (pengetikannya, penandatanganannya, dan pengiriman kepada yang bersangkutan).

c) Layanan dengan perbuatan Dilakukan oleh sebagian besar kalangan menengah dan bawah. Karena itu faktor keahlian dan keterampilan petugas tersebut sangat menentukan hasil perbuatan atau pekerjaan.

### **Pelanggan**

Pelanggan adalah semua orang yang menuntut organisasi untuk memenuhi standar kualitas tertentu, dan karena itu memberikan pengaruh pada kinerja organisasi Nasution (2005:45). Secara umum, para pelanggan menginginkan hal-hal sederhanasebagaimana berikut:

- a) Produk atau jasa yang berkualitas. Mereka merasa mendapat balasan atas uang yang dikeluarkan
- b) Aksesibilitas. Mereka tidak perlu bersusah payah untuk memperoleh produk anda.
- c) Pelayanan pelanggan yang baik. Mereka diperlakukan secara hormat, dan setiap proses transaksi berjalan secara lancar dan efisien (Gage, 2006:17). Sedangkan Martin (1991:4) dalam bukunya Pelayanan Pelanggan yang Bermutu, menjelaskan bahwa pelanggan menginginkan lebih dari sekedar produk atau jasa yang ditawarkan, mereka juga ingin diperlakukan dengan baik.

### **PT. PLN (Persero)**

Listrik mulai dirintis di Indonesia sekitar abad XIX yaitu pada masa penjajahan Belanda. Pada saat itu bidang kelistrikan diselenggarakan oleh pemerintah daerah setempat. Beberapa perusahaan Belanda yang didirikan juga mempunyai pembangkit tenaga listrik untuk memenuhi kebutuhan perusahaan sendiri. Salah satu contohnya adalah NG NIGM, perusahaan swasta Belanda yang terletak di Jakarta ini semula bergerak di bidang gas untuk umum, kemudian berkembang dan menangani bidang listrik untuk umum di Jakarta. Pada tahun 1931, Pemerintah Belanda mengambil keputusan untuk menyerahkan pengolahan kelistrikan di wilayah Indonesia kepada sebuah perusahaan asing Belanda, yaitu NV ANIEM.

Pada tahun 1942, Jepang berhasil mengalahkan Belanda dan mengambil alih kekuasaan Pemerintah Belanda atas Indonesia. Semua perusahaan milik Belanda yang berada di Indonesia diambil alih oleh Jepang, termasuk perusahaan listrik swasta. Kemudian Pemerintah Jepang mengubah namanya menjadi Jawa Denki Jigyosha Djakarta Shisha. Perusahaan ini hanya beroperasi sampai tahun 1945 karena sekutu berhasil mengalahkan Jepang dalam perang Asia Timur Raya.

Pada tahun 1952, Perusahaan Negera untuk Perusahaan Tenaga Listrik (PENUPETEL) dan Perusahaan Negara untuk Distribusi Tenaga Listrik (PENUDITEL) berada dibawah jawatan tenaga. Pada tanggal 13 Oktober 1953 dikeluarkan Kepres RI



No. 163 tentang Nasionalisasi Perusahaan Listrik milik Belanda, jika dikasasi perusahaannya telah berakhir. Berdasarkan Kepres tersebut maka perusahaan-perusahaan listrik swasta Belanda diambil alih dan digabungkan ke jawatan tenaga. Pada tahun 1958 pemerintah mengeluarkan UU No. 86 tahun 1958 tentang Nasionalisasi yang menetapkan bahwa semua perusahaan Belanda dibawah penguasaan Pemerintah Republik Indonesia. Sebagai pelaksanaannya dikeluarkan PP No. 18 tahun 1959, tentang penentuan Perusahaan Listrik dan Gas milik Pemerintah Belanda yang dinasionalisasikan. Berdasarkan peraturan tersebut NV ANIEM dan NG NIGN dinasionalisasikan dan digabung. Kemudian dibentuk Pengusaha-pengusaha Perusahaan Listrik dan Gas (P3L

Pada tahun 1972 pemerintah mengeluarkan PP No. 10 Tahun 1972 yang menetapkan PLN sebagai Perusahaan Unun yang berada di lingkungan Departemen Pertambangan dan Energi dengan tugas mengatur, membina, mengawasi dan melaksanakan pelaksanaan umum di bidang kelistrikan nasional disamping tugas-tugasnya sebagai suatu perusahaan. Untuk menyediakan tenaga listrik yang cukup bagi masyarakat, diperlukan upaya yang optimal untuk memanfaatkan sumber energi guna membangkitkan tenaga listrik. Oleh karena itu, pemerintah mengeluarkan undang-undang No. 15 Tahun 1985, tentang peningkatan pembangunan di

bidang kelistrikan.

Sebagai pelaksanaannya pemerintah menetapkan PP No. 10 Tahun 1989, tentang penyediaan dan pemanfaatan tenaga listrik. Berdasarkan UU dan PP tersebut ditetapkan bahwa PLN merupakan pemegang kekuasaan atas tenaga listrik. Mengingat tenaga listrik mempunyai fungsi yang sangat penting bagi negara dan kehidupan masyarakat sehari-hari, maka berdasarkan PP No. 23 tahun 1994 tentang pengalihan bentuk perum menjadi persero, Perum Listrik Negara dialih bentuknya menjadi PT. PLN (Persero). Dengan dialihkan bentuknya diharap PLN dapat melakukan kegiatan usahanya secara optimal.

### **Penelitian Terdahulu**

Penelitian terdahulu merupakan sebuah penelitian yang hampir sama dengan penelitian ini, untuk diambil menjadi referensi/rujukan maupun perbandingan. Adapun kajian terdahulu pada proposal ini adalah:

1. Tia Ningtias 2016 "Analisis Komunikasi Interpersonal Bagian Pelayanan Dan Administrasi Perusahaan Listrik Negara (PLN) Area Samarinda Dalam Menangani Keluhan Pelanggan
2. Hennike Ramadhani 2015 Komunikasi Interpersonal *Frontliner* Dalam Melayani Dan Memberikan Informasi Kepada Pelanggan Pt.Pln (Persero) Rayon Panam Pekanbaru



3. Witono 2019 Komunikasi Antarpersonal Divisi Humas PT. PLN (Persero) Distribusi Jawa Barat Dan Banten Dalam Membangun Hubungan Kerja Antar Karyawan

### **METODE PENELITIAN**

Metode penelitian yang dipakai dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif Deskriptif, istilah *kualitatif* tidak hanya lazim dimaknai sebagai jenis data, tetapi juga berhubungan dengan analisis data dan interpretasi atas objek kajian. Secara historis, implementasi penelitian kualitatif bermula dari pengamatan. namun, penelitian kualitatif menunjuk pada segi alamiah yang dipertentangkan dengan kuantum (jumlah). Maksudnya, penelitian kualitatif tidak dimaksudkan untuk mengadakan perhitungan secara kuantitas.

Sumber data merupakan sumber dimana data dapat diperoleh. Data tidak akan bisa di peroleh tanpa adanya sumber data. Dalam memilih sumber data, peneliti harus benar-benar berfikir mengenai kemungkinan kelengkapan informasi yang akan di kumpul dan juga validitasnya. Menurut Sutopo (2002:22) "Teknik Pengumpulan Data, untuk memperoleh data, sumber data yang digunakan dalam penelitian ini melalui : Observasi, Wawancara Dokumentasi. Teknik Analisa Data, untuk menganalisis berbagai fenomena di lapangan

dilakukan langkah-langkah berikut : Pengumpulan Data Reduksi Data Penyajian Data Verifikasi atau kesimpulan. Jadwal Penelitian, jadwal penelitian merupakan suatu hal yang mendukung kelancaran dalam proses penelitian. Kegiatan Penelitian ini akan di selenggarakan pada bulan April sampai dengan bulan Agustus 2021.

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Metode Komunikasi Antar Personal Pada Pelayanan Pelanggan Terhadap Citra PLN (Persero) Rayon Takengon Kabupaten Aceh Tengah.

#### **1. Pelayanan Pelanggan**

Mekanisme pengelolaan pelayanan keluhan atau mekanisme komplain adalah suatu bagian dari sistem pelayanan publik untuk memfasilitasi, mengakomodasi dan mengelola keluhan konsumen atas pelayanan publik yang diterimanya. Mekanisme komplain atau keluhan merupakan suatu sistem, yakni lebih dari sekedar prosedur pengajuan keluhan. Mekanisme tersebut meliputi prosedur pengajuan, perangkat organisasi, mekanisme transparansi pengelolaan komplain, media partisipasi konsumen dan perangkat pemberdaya konsumen. Dengan adanya suatu mekanisme pengelolaan keluhan pada suatu pelayanan publik tersebut, respon (khususnya



yang berwujud pengajuan keluhan) dari konsumen bisa dikelola dengan baik dan transparan oleh PT. PLN (Persero) Rayon Takengon.

Dalam hal ini PT. PLN (Persero) Rayon Takengon sangat diperlukan karena pengelolaan keluhan sebagai hal untuk mengatasi permasalahan-permasalahan yang ada diperusahaan khususnya dalam mengatasi keluhan pelanggan. Mengenai mekanisme keluhan bagi PT. PLN (Persero) diperlukan untuk perbaikan sistem pelayanan dalam bentuk jasa atau pelayanan kepada publik. Perbaikan yang dilakukan oleh perusahaan yaitu dengan memanfaatkan respon yang diperoleh dan mengolahnya menjadi bahan pengambilan keputusan. Adapun mekanisme keluhan pelanggan terbagi atas 2 bagian :

*Pertama*, keluhan secara langsung merupakan keluhan yang disampaikan pelanggan melalui datang langsung ke kantor PLN dengan menemui *customer service* atau menemui humas PLN. Keluhan pelanggan yang disampaikan kepada perusahaan mengenai ketidakpuasan atas pelayanan yang diberikan oleh PT. PLN (Persero) Rayon Takengon yang disebabkan oleh pemadaman yang sering terjadi dan kurangnya informasi yang diberikan kepada masyarakat.

Dalam permasalahan mengenai keluhan tersebut pelanggan merasa tidak seimbang dengan tarif yang harus dibayarkan. Keluhan yang dilakukan pelanggan kepada perusahaan sangat bervariasi ada yang marah-marah ada yang baik dan sopan. Namun dalam hal ini perusahaan tetap memberikan pelayanan yang terbaik kepada pelanggan. Keluhan yang disampaikan oleh pelanggan yang datang secara langsung memang tidak terlalu banyak karena kurang efektif. Pelayanan secara langsung yang dilakukan oleh PT. PLN (Persero) sudah baik tetapi dalam tindakan masih kurang atau lamban.

*Kedua*, Keluhan secara tidak langsung. PT. PLN (Persero) Rayon Takengon memberikan kemudahan dalam pelayanan baik mengenai pemasangan baru, tambah daya maupun mengenai keluhan pelanggan. Adapun aplikasi yang sudah disediakan oleh perusahaan yaitu APKT (Aplikasi Pengaduan Keluhan Terpadu) yang sudah ada dalam sistem PLN mobile. Masyarakat atau pelanggan dapat menggunakan PLN mobile tersebut tetapi hanya bisa untuk *smartphone* berbasis android. Aplikasi Pengaduan Keluhan Terpadu merupakan program layanan untuk memberikan kemudahan bagi masyarakat dalam menyampaikan keluhannya. Sistem APKT (Aplikasi



Pengaduan Keluhan Terpadu) bertujuan untuk mempercepat respon time penangan gangguan oleh regu teknik dan juga memonitor seluruh pelaksanaan kegiatan petugas pelayanan teknik dilapangan dan dengan adanya aplikasi tersebut diharapkan mampu meningkatkan pelayanan yang maksimal. Pelanggan yang menyampaikan keluhan secara tidak langsung lebih banyak menggunakan *call center* 123, dimana melalui *call center* 123 akan terhubung oleh PLN Pusat dan akan dihubungkan dengan Area sesuai dengan tempat dimana pelanggan tinggal dan setelah itu Area akan menyampaikan kepada rayon Takengon.

## 2. Model Komunkasi Antar Personal Pada Palayanan PT. PLN

Sebagai perusahaan yang bergerak dalam bidang ketenagalistrikan atau dalam bidang pelayanan jasa, PT. PLN (Persero) Rayon Takengon ingin memberikan yang terbaik kepada pelanggannya. Dalam hal ini perusahaan akan terus meningkatkan pelayanan dan kualitas SDM perusahaan PLN tentu dengan pelayanan yang efektif kepada pelanggan dalam memenuhi kebutuhan, keinginan dan harapan pelanggan.

Pelanggan merupakan suatu hal yang bereperan penting bagi perusahaan

dalam meningkatkan profitabilitas perusahaan dan menjadi unsur penting dalam kesuksesan perusahaan. Sebab pelayanan yang baik yaitu muncul dari SDM (Sumber Daya Manusia) perusahaan yang berperan penting untuk membuat pelanggan merasa terpuaskan dengan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan sehingga pelanggan akan terus merasa diperhatikan dan citra perusahaan akan terus meningkat dimata publik atau masyarakat.

Namun dalam mewujudkan hal tersebut dibutuhkan model komunikasi antar personal pegawai dengan pelanggan. Berdasarkan hasil temuan dilapangan, PT. PLN (Persero) Rayon Takengon memiliki metode komunikasi antar personal dengan beberapa program, yaitu program sosialisasi, program callback, membangun komunikasi efektif dan kaitannya dengan model perencanaan komunikasi Philip lesly. Dimana model komunikasi antar personal tersebut difungsikan untuk merespon keluhan pelanggan dan untuk meningkatkann citra PT. PLN (Persero) Rayon Takengon.

Faktor Penghambat Metode Komunikasi Antar Personal Pada Pelayanan Pelanggan Terhadap Citra PLN (Persero) Rayon Takengon Kabupaten Aceh Tengah



Faktor penghambat merupakan salah satu hal yang sering sekali terjadi di dalam komunikasi, terlebih lagi ketika berkomunikasi tanpa mengetahui bagaimana latar belakang dari audience, komunikasi yang berlangsung bisa saja terkendala baik dari dalam maupun dari luar. Hal ini perlu diperhatikan dalam berkomunikasi sehingga tercapainya target dari komunikator itu sendiri. Hambatan akan muncul apabila kurangnya perhatian komunikator terhadap pesan yang akan disampaikannya dengan demikian komunikator perlu memahami dan melihat target komunikasi yang akan dituju untuk menyampaikan pesan

Faktor hambatan metode komunikasi inter personal di dalam berkomunikasi dengan dengan pelanggan PLN sebagai berikut: *Pertama* Status sosial, Sebelum membahas mengenai status sosial, pernahkah kita berpikir dan bertanya pada diri kita. Apa perbedaan kita berkomunikasi dengan ayah ibu dan berkomunikasi dengan orang lain, hal inilah yang melandasi faktor penghambat dari status sosial. Dalam rumah tangga apa yang dimiliki orangtua kita adalah milik kita juga, hasil jeripayah orangtua bisa dimiliki semua anggota keluarga. Berbeda halnya dengan kita berkomunikasi dengan orang lain, kita perlu mengetahui bagaimana latar belakangnya, identitasnya, jalan pikirannya dan segala sikapnya, dengan munculnya ini maka akan menjadikan hambatan kita ketika ingin berkomunikasi dengan orang

lain.<sup>25</sup>

*Kedua* Sosial Budaya, manusia berada pada tingkat keanekaragaman budaya, ras, norma, kebiasaan, bahasa, gaya hidup, postur tubuh, dan warna kulit, keanekaragaman itulah yang membuat manusia harus beradaptasi termasuk dalam pergaulan dan berkomunikasi dalam suasana keberagaman. Komunikasi akan berjalan lancar jika suatu pesan yang disampaikan komunikator diterima oleh komunikan secara tuntas, yaitu diterima dalam *received* atau secara indrawi dan dalam pengertian *accepted* atau secara rohani. Hal inilah yang mengharuskan seorang komunikator terlebih dahulu mengetahui siapa komunikannya baik dipandang dari keanekaragaman budaya, ras, norma, kebiasaan, bahasa, gaya hidup, postur tubuh, warna kulit, dan sebagainya. Dalam keragaman ini akan adanya gangguan komunikasi bila tidak adanya pemahaman komunikator terhadap audience nya.<sup>26</sup>

*Ketiga*, Hambatan simantik adalah Hambatan bahasa sangat besar pengaruhnya karena bahasa merupakan salah satu alat komunikasi terpenting oleh karena itu bahasa perlu di lihat dan diawasi oleh seorang komunikator terlebih lagi Aceh Tengah, ajemuk memiliki 4 bahasa yaitu bahasa Gayo, Aceh, Padang dan bahasa Jawa hal ini perlu diperhatiakn agar tidak terjadinya



kesalah pahaman dalam berkomunikasi

*Keempat* Lingkungan yang bising dan tidak bersahabat akan menghambat dalam upaya menerjemahkan isi pesan, isi pesan menjadi bias atau tidak sesuai dengan pesan yang disampaikan. Hal ini dikarenakan akan mengganggu konsentrasi dalam mempersepsikan isi pesan yang disampaikan. Untuk itu apabila lingkungan itu tidak bisa kita hindari, perlu adanya kejelasan artikulasi dan vocabularinya, bahkan bila perlu menggunakan pengeras suara. Menurut penulis faktor lingkungan ini mudah untuk diantisipasi dan dilihat bagaimana proses komunikasi yang berlangsung, namun bisa diantisipasi dan dikendalikan karena untuk pemilihan lingkungan ketika ingin berkomunikasi bisa dipilih atau ditentukan oleh komunikator.

### Simpulan

Berdasarkan hasil observasi, wawancara dan dokumentasi, maka penulis dapat menyimpulkan bahwa:

1. Metode Komunikasi Antar Personal Pada Pelayanan Pelanggan Terhadap Citra PLN (Persero) Rayon Takengon Kabupaten Aceh Tengah. Metode komunikasi inter personal, yang dilakukan oleh PLN Rayon Takengon, sangat bermamfaat, dimana komunikasi yang dilakukan dengan pelanggan akan mudah terselesaikan dengan baik,

dikarenakan langsung tatap muka antara masyarakat dengan pegawai dalam keluhan yang dihapai masyarakat. Komunikasi antar personal dapat mengurai keluhan pelanggan terhadap pelayanan PLN, dengan komunikasi antar personal akan membawa dampak positif terhadap citra PLN itu sendiri. Dengan menggunakan komunikasi model komunikasi linear, model komunikasi sirkuler, dan model komunikasi spiral. Sehingga Respon masyarakat dari pelanggan, berupa feedback langsung ketika berjalannya komunikasi dua arah atau tatap muka, dan feedback tidak langsung.

2. Faktor Penghambat Metode Komunikasi Antar Personal Pada Pelayanan Pelanggan Terhadap Citra PLN (Persero) Rayon Takengon Kabupaten Aceh Tengah yaitu:
  - a. Hambatan dan Komunikasi Antar Personal yang terjadi dalam proses komunikasi meliputi, status sosial, psikologis, sosial budaya, prasangka, hambatan semnatis dan kondisi lingkungan.
  - b. Memberikan informasi, menumbuhkan perasaan, dan mengubah sikap. Ini merupakan bentuk pengaruh dari komunikasi sosial yang disampaikan kepada masyarakat ketika bersosialisasi.

### DAFTAR PUSTAKA





1. Bungin. Burhan. 2016. *sosiologi komunikasi*, (Jakarta : Kencana Prenada MediaGroup.
2. Bungin. Burhan. 2011 *sosiologi komunikasi*, (Jakarta : Kencana Prenada MediaGroup.
3. Cangara. Hafied. 2008 *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
4. Departemen Pendidikan Nasional, 2014 *Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi Keempat*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
5. Efendy. Onong Uchjana. 2016. *Ilmu Komunikasi dan Praktek* (Bandung: Remadja Karya.
6. Effendi. 2017. *Kepemimpinan dan Komunikasi*, (Yogyakarta: Al-Amin Press
7. Hardjana. Agus. M. 2013. *Komunikasi Intrapersonal & Interpersonal*, (Yogyakarta : Kanisius.
8. Muhmmad. Arni. 2014. *Komunikasi Organisasi* (Jakarta: PT. Bumi Aksara.
9. Mulyana. Deddy. 2017. *ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
10. Morissan. 2012. *Metode Penelitian Survei*, (Jakarta : Kencana.
11. Nurudin. 2016. *Ilmu Komunikasi Ilmiah dan Populer*, (Jakarta : Rajawali Pers.
12. Prastowo. Andi. 2016. *Metode Penelitian Kualitatif dalam Perspektif Rancangan Penelitian*, (Jogjakarta : Ar-Ruzz Media.