

Efektivitas Penyampaian Informasi Keluhan Pelanggan Melalui Media Sosial PT PLN (Persero)

by Mursib Mursib

Submission date: 20-Jul-2024 09:39AM (UTC+0700)

Submission ID: 2419443116

File name: JARVIC_VOLUME_3,_NO.3,_SEPTEMBER_2024_HAL_163-179..pdf (1.67M)

Word count: 4793

Character count: 30483



Efektivitas Penyampaian Informasi Keluhan Pelanggan Melalui Media Sosial PT PLN (Persero)

Mursib¹, Abdul Sadad²

^{1,2} Program Studi Administrasi Publik, Jurusan Ilmu Administrasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Riau, Pekanbaru, Indonesia
Email : mursib4433@student.unri.ac.id abdul.sadad@lecturer.unri.ac.id

Abstract: The purpose of conducting this research is to measure level of effectiveness in conveying information about PT customer complaints. PLN (Persero) via social media and comparing it with the use of the PLN Mobile application. The use of social media is now important for state agencies to make it easier to provide services to the public, public services using social media as an intermediary according to Law of the Republic of Indonesia No. 11/2008 which explains about Electronic Information and Transactions, Article 4 Point (c) explained in detail that, "The use of information technology and electronic transactions is carried out with the aim of increasing the effectiveness and efficiency of public services. The data collection process uses crawling techniques, namely taking data from social media applications and online forms and then processing the data using Netilic and SPSS. Meanwhile, analysis techniques data is TNA (Textual Network Analysis), which is an analysis technique that uses text on the internet to process it into visual data and Frequency analysis which analyzes the frequency of occurrence of an indicator.

Keyword: Service, PLN, Social Media

Abstrak: Tujuan melakukan penelitian ini adalah untuk mengukur tingkat efektivitas penyampaian informasi keluhan pelanggan PT. PLN (Persero) melalui media sosial serta membandingkan dengan penggunaan aplikasi PLN Mobile. Pemanfaatan sosial media saat ini menjadi penting untuk dilakukan oleh instansi negara demi mempermudah memberikan pelayanan kepada masyarakat, Pelayanan publik dengan menggunakan media sosial sebagai perantara menurut UU Republik Indonesia No.11 Tahun 2008 yang menjelaskan tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, Pasal 4 Butir (c) menjelaskan secara rinci bahwa, "Pemanfaatan teknologi informasi dan transaksi elektronik dilaksanakan dengan tujuan meningkatkan efektivitas dan efisiensi pelayanan publik. Proses pengambilan data menggunakan teknik crawling yaitu mengambil data dari aplikasi sosial media dan online form lalu data di olah menggunakan Netilic dan SPSS. Sedangkan teknik analisa data adalah TNA (Textual Network Analysis) yaitu teknik analisa yang menggunakan text yang berada di internet mengolahnya menjadi data visual dan Frequency analisis yang menganalisa frekuensi kemunculan suatu indikator.

Kata Kunci: Pelayanan, PLN, Media Sosial

1. LATAR BELAKANG

Badan Usaha Milik Negara (BUMN) adalah badan usaha yang dibangun pemerintah sebagai perusahaan yang selain menghasilkan keuntungan untuk pemerintah juga sebagai tanggung jawab pemerintah terhadap warganya melalui penyediaan kebutuhan warga melalui badan usaha tersebut. Diantara yang populer seperti PT Pertamina yang bergerak di pengolahan minyak bumi dan gas, PT Telkom Indonesia yang bergerak di bidang penyediaan fasilitas internet dan perusahaan lainnya yang bergerak di bidangnya masing-masing.

Perseroan Terbatas adalah perusahaan yang dibangun dengan tujuan mencari keuntungan sebesar-besarnya dengan cara memproduksi barang atau jasa dengan memaksimalkan pelayanan yang bagus atau baik demi mendapatkan pelanggan sebanyak-banyaknya. Hal ini membutuhkan penorganisasian yang baik dan efektif. Undang-Undang No 30 Tahun 2009 yang menjelaskan tentang hak pelanggan untuk mendapatkan pelayanan

Received Juni 14, 2024; Received Juni 28, 2024; Accepted Juli 18, 2024; Online Available Juli 20 2024

* Mursib, mursib4433@student.unri.ac.id

kelistrikan dan undang-undang ini menjelaskan tentang hak konsumen di seluruh Indonesia untuk mendapatkan aliran listrik dan hak dilayani sebagai konsumen.

Kegiatan pelayanan atas ¹²pelanggan yang dilakukan oleh pihak PT PLN (Persero) banyak pelanggan yang kurang puas dan merasa belum cukup memenuhi ekspektasi. Kita dapat menemukan banyaknya keluhan yang dilontarkan pelanggan baik melalui mediasosial ¹²maupun secara langsung. Untuk membangun trust pelanggan maupun calon pelanggan kepada pihak PT PLN (Persero) dapat diukur dengan indikator yang terpenuhi dalam pelayanan publik.

2. KAJIAN TEORITIS

2.1 Pelayanan Publik

¹¹Agung Kurniawan mengatakan bahwa pelayanan publik merupakan kegiatan pemberian pelayanan atas keperluan orang lain atau warga yang memiliki kepentingan pada organisasi itu sesuai dengan aturan-aturan serta norma yang berlaku. Menurut Harbani Pasolong (2010:128) pelayanan pada dasarnya dapat didefinisikan sebagai aktifitas seseorang, sekelompok dan/atau organisasi baik langsung maupun tidak langsung untuk memenuhi kebutuhan. Menurut Monir (Harbani Pasolong 2010:128) mengatakan pelayanan adalah proses pelayanan kebutuhan melalui aktifitas orang lain secara langsung. Sedangkan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara (Harbani Pasolong 2010:128), mengemukakan bahwa pelayanan adalah segala bentuk kegiatan pelayanan dalam bentuk barang atau jasa dalam rangka upaya pemenuhan kebutuhan masyarakat.

2.2 Digitalisasi Pelayanan Publik.

Untuk meningkatkan kualitas pelayanan para staf atau pegawai atau orang yang berkaitan dengan kegiatan ⁵pelayanan publik bagi masyarakat. Maka sangat diperlukan adanya inovasi. Inovasi pelayanan publik adalah adanya hal baru yang mampu membuat sistem yang lebih sistematis serta menambah kualitas pelayanan publik. Jika membahas pelayanan publik, adanya ⁵inovasi bisa diartikan sebagai pembaharuan atau kreativitas maupun penemuan hal baru dalam pelayanan publik untuk meningkatkan kualitas layanan publik itu sendiri (Diah N.F, 2014). Oleh sebab itu digitalisasi pelayanan publik begitu pentingnya demi menjadikan pelayanan publik lebih maju dan menjadikan kemudahan untuk pelayanan publik lebih maksimal.

2.3 Efektivitas Pelayanan Publik Melalui Media sosial

²⁶Leemans (Zainuddin, 2006) menjelaskan tentang pelayanan publik yang berkualitas adalah pelayanan yang mampu memenuhi aspek Akuntabilitas dan responsibilitas yang

dijabarkan menjadi 8 indikator:

14

1. Efektif
2. Sederhana
3. Kejelasan dan Kepastian
4. Keterbukaan
5. Efisiensi
6. Ketepatan waktu
7. Responsif
8. Adaptif

17

3. METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah salah satu bentuk penelitian Kualitatif. Penelitian Kualitatif digunakan dalam pengamatan fenomena dan meneliti jawaban atau solusi yang dibutuhkan dalam fenomena tersebut. Sugiyono (2019:18) metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, dimana peneliti adalah sebagai instrument kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara gabungan, analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari generalisasi.

3.2 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian di lakukan di PLN Unit Pelaksana Pelayanan Pelanggan UP3 Pekanbaru yang berada di Jl. Setiabudhi yang bertugas untuk mengakomodir informasi keluhan pelanggan di Wilayah Riau.

3.3 Informan Penelitian

Informan yang di pilih oleh peneliti ini adalah pelanggan PT PLN (Persero) yang menggunakan Twitter atau X, Instagram dan Facebook sebagai media penyampaian informasi keluhan berhubungan dengan pelayanan PT PLN (Persero). Keluhan ini disampaikan melalui cuitan ataupun komentar yang berhubungan dengan pelayanan PT PLN (Persero).

Informan selanjutnya adalah pelanggan yang pernah menggunakan aplikasi PLN Mobile. Pelanggan ini adalah mereka yang punya pengalaman dalam menggunakan aplikasi sehingga bisa menjadi pembandingan antara penggunaan media sosial dan aplikasi.

Terakhir peneliti mencari informasi kepada karyawan Unit Pelaksana Pelayanan Pelanggan (UP3) Pekanbaru.

9 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Sosial Media

Menurut **data yang** di rilis oleh CNBC Indonesia ada 24.06.000 pengguna twitter atau X yang berasal dari Indonesia dengan total follower di Twitter Official PT PLN sebanyak 650.929 pengikut. Dalam data yang dirilis oleh Napoleancat mengungkapkan bahwa ada 88.861.000 pengguna Instagram di Indonesia yang setara 31.6% Penduduk Indonesia dan terdapat 372.155 Pengikut. Serta untuk Facebook terdapat 174.000.000 pengguna di Indonesia dan 359.698 pengikut di facebook.

Berikut adalah data yang peneliti dapatkan dengan cara Crawling data Twitter atau X dengan Keyword PLN, Pelayanan PLN, Media sosial PLN yang diambil mulai tanggal 31 Juli 2023 hingga 10 Agustus 2023 dengan area tidak terbatas. Berdasarkan keyword di atas peneliti menemukan 1749 tweets yang berhubungan.

Tabel 4.1 Hasil Crawling Data Twitte atau X 30 Juli 2023 hingga 10 Agustus 2023

	Message	Poster with Ties	Ties	Node	Edges
Name Network	1749	708	2289	804	1089
Chain Network		552	1618	743	765

Sumber: Netlityc, 2023

Top Keyword

Keyword adalah susunan data yang kerap di cari oleh pengguna dalam mencari informasi atau data. Atau dapat dikatakan kata-kata umum yang difikirkan manusia ketika memerlukan sesuatu yang mereka butuhkan. Kata kunci yang berhubungan dengan ide atau topik, dan kata kunci ini sangat berpengaruh terhadap traffic suatu topik tersebut yang menjadikan nya Trending atau viral.

Dalam suatu topik yang di bahas, biasanya banyak keyword atau kata-kata yang sering keluar dan berhubungan dengan topik tersebut. Keyword ini mampu mendeskripsikan situasi di topik tersebut serta informasi yang berkenaan dengan pemikiran users.



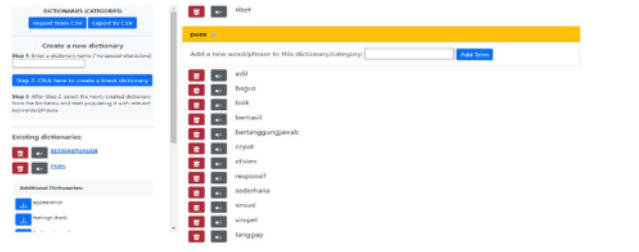
Gambar 4.1 Kata-kata yang sering muncul dan berkaitan saat mencari dengan keyword PLN

Sumber: Netlityc, 2023

Dictionaries

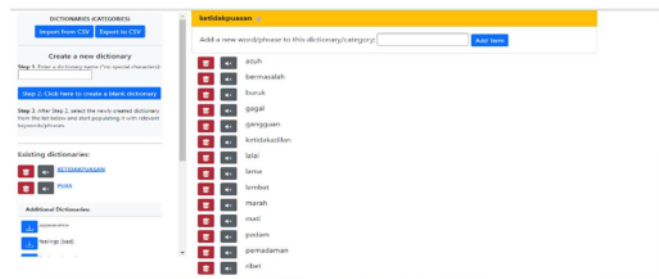
Dictionaries di sini adalah kata-kata yang muncul yang mengarah pada pemahaman antara negative/positive dari suatu kata kerja atau sifat.

Pada analisa dictionaries saya menggolongkan kata puas dan ketidakpuasan, puas adalah kategori positive serta ketidakpuasan adalah kategori negative. Berdasarkan analisa yang dilakukan akan ditampilkan dalam bentuk “threemap visualization”



Gambar 4.2 Dictionaries atau Kata-kata yang menjadi indikator kepuasan pelanggan

Sumber: Netlityc, 2023



Gambar 4.3 Dictionaries atau Kata-kata yang menjadi indikator ketidak kepuasan pelanggan

Sumber: Netlityc, 2023

Threemap Visualisation adalah peta pohon yang berungsi sebagai visualisasi yang di

dalamnya terapat persegi panjang bersarng. Persegi panjang ini akan mewakili ketegori tertentu dalam dimensi yang di tentukan ssebelumnya dan di urutkan dla bentuk hierarki. Ukuran pola yang muncul menunjukan hubungan dan kuantitas.



Gambar 4.4 Threemap top level dengan perbandingan antara kepuasan dan ketidakpuasan

Sumber: Netlityc, 2023

Di atas adalah Threemap visulisation antara Positif (Puas) dan Negative (Ketidakpuasan),yang masing-masing memiliki total 523 post untuk ketidakpuasan dan 72 post untuk puas. Jika kita masuk kedalam cabang dari dua belah pihak kita akan menemukan cabang yang merinci kata-kata di setiap kategori.



Gambar 4.5 Threemap level 2 tentang kepuasan pelanggan

Sumber: Netityc, 2023



Gambar 4.6 Threemap level 2 tentang ketidakpuasan pelanggan

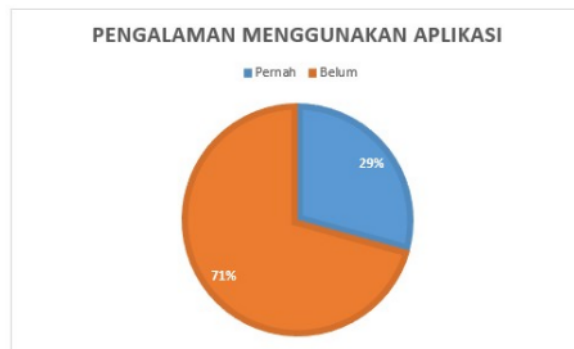
Sumber: Netlityc, 2023

Selain twitter atau X penggunaan media sosial Intagram dan Facebook menjadi salah satu opsi yang biasa digunakan pelanggan atau masyarakat saat ingin menyampaikan keluhan. Kedua media sosial ini jug sangat ramai digunakan oleh banyak masyarakat Indonesia. Sehingga mereka mampu mengakses layanan PT PLN (Persero) dengan mudah menggunakan dua media sosial ini (Intagram dan Facebook)

4.1.2 Aplikasi PLN Mobile

PLN Mobile merupakan aplikasi yang terintegrasi untuk pelayanan kelistrikan PT. PLN (Perero). PLN Mobile di buaat untuk memenuhi kebutuhan pelanggan terkait masalah kelistrikan seperti pengaduan masalah gaanggguan listrik, pemasangan meteran listrik, dan lain sebagainya.

Aplikasi ini menggunakan sistem *enterprise collaboration system* yang biasa kita temukan dalam pengguaan aplikasi Ojek Online yang menghubungkan pelanggan dengan driver terdekat, sistem ini menggunakan *global positionin system* (GPS) sebagai informasi lokasi antara satu sama lain untuk menghubungkan layanan.



Gambar 4.7 Data Pengalaman pengguna menggunakan Aplikasi PLN Mobile

Sumber: Olahan Peneliti, 2024

Berdasarkan dari 41 orang responden yang peneliti peroleh dari google form yang peneliti sebarakan secara acak melalui sosial media. Peneliti menanyakan akan pengalaman pelanggan PT PLN (Persero) yang pernah mengakan aplikasi PLN Mobile dan peneliti menemukan setidaknya ada 12 orang dari total 41 Reseponden yang mengisi kuisisioner pernah menggunakan Aplikasi PLN Mobile.

4.2 Pembahasan

Penggunaan Twitter atau X, Instagram dan Facebook sebagai aplikasi yang ramai di gunakan oleh masyarakat Indonesia sebagai media sosial yang bisa bebas untuk menyampaikan

apa yang ada difikiran oleh user aplikasi tersebut. Hal ini menjadi suatu kebiasaan masyarakat untuk menyampaikan apa saja termasuk keluhan yang di rasakan ke media sosial.

Sebagai Perusahaan Besar yang memiliki pelayanan public secara profesional, ada 8 indikator yang harus dipenuhi oleh PT PLN (Persero) sebagai Pelayanan Publik yang efektif dan mampu memuaskan pelanggan.

4.2.1 Efektif

Efektif adalah kemampuan memenuhi target yang ingin dicapai dalam pelayanan dengan sumberdaya yang dimiliki. Dalam pelayanan publik yang dilakukan oleh PT PLN (Persero) dengan menggunakan media sosial sebagai salah satu opsi dalam menyampaikan informasi, dan media yang mampu menunjang pelayanan dikarenakan media sosial digunakan banyak orang serta dapat diakses di manapun dan kapanpun.

Dalam penggunaan media sosial ini, banyak hal penunjang yang dibutuhkan antara lain:

- a. Sumberdaya manusia yang mapan dalam pengelolaan pelayanan Publik yang menggunakan sosial media sebagai media pelayanannya.
- b. Ketersediaan sarana dan prasarana yang menunjang pelayanan publik melalui sosial media.
- c. Adanya media yang dapat dijangkau oleh semua masyarakat.

Efektivitas dalam pelayanan sangat penting di era digitalisasi, di mana penggunaan media sosial menjadi jawabannya. Namun yang harus diperhatikan adalah jumlah user atau pengguna dari sosial media tersebut, karena jika menggunakan sosial media yang tidak populer dan tidak banyak digunakan oleh pelanggan atau masyarakat sama saja jauh dari kata efektif.

Oleh karena itu jika kita melihat media sosial yang digunakan oleh PT PLN (Persero) adalah media sosial yang populer dan banyak digunakan oleh pelanggan dan masyarakat Indonesia. Sebut saja Twitter atau X pada akun official yang memiliki Follower sebanyak 650.929 pengikut, instagram sebanyak 372.155 dan facebook 359.698. belum termasuk akun yang singgah dan meramaikan postingan akun official PT PLN (Persero) melalui komentar yang biasanya berisi keluhan atau permasalahan kelistrikan yang mereka hadapi.

Media sosial mampu memberikan kemudahan bagi pelayan publik dengan pelanggan atau masyarakat untuk berinteraksi satu sama lain. Sehingga bentuk pelayanan yang ditawarkan media ini adalah pelayanan antar muka/interface, yang mampu mempertemukan dua pihak berbeda wilayah dalam satu waktu. Dengan kata lain bertemunya pelayan publik dengan pelanggan atau masyarakat di waktu yang sama walaupun berada di tempat yang berbeda satu sama lain. Sehingga mempersingkat waktu penyampaian informasi oleh pelanggan dan pelayan

publik dapat lebih cepat dalam merespon.

Aplikasi PLN Mobile sebagai sebuah aplikasi yang diciptakan demi menghimpun semua kebutuhan pelanggan dalam satu aplikasi. Aplikasi ini membantu kebutuhan pengguna yang berhubungan dengan produk dan layanan PT PLN (Persero) mulai dari pemasangan, pengaduan, pembayaran dan hingga penjualan peralatan yang berhubungan dengan kelistrikan di rumah.

Tabel 4.2 Perbandingan Efektivitas

Media Sosial	PLN Mobile
Media sosial fokus pada layanan pengaduan pelanggan melalui 3 media sosial yang banyak digunakan oleh masyarakat indonesia, sehingga memiliki keunggulan dapat dijangkau oleh lebih banyak pelanggan	PLN Mobile adalah aplikasi yang khusus untuk membantu kebutuhan pengguna terkait produk dan layanan PT PLN (Persero), termasuk layanan pengaduan. Aplikasi ini memiliki keunggulan mampu menasar kebutuhan pelanggan dalam satu aplikasi.

Sumber: Analisa Peneliti, 2024

4.2.2 Sederhana

Kesederhaan pelayanan juga penting demi efektivitas pelayanan publik, Standar pelayanan yang mudah dipahami oleh pelanggan atau masyarakat, system yang urut dan singkat, sehingga mampu mempersingkat cost yang dibutuhkan dalam pelayanan. Pelayanan public di era digitalisasi menggunakan media sosial dalam pelayanannya dikarenakan hanya membutuhkan system yang sederhana dan tidak meribetkan pelanggan atau masyarakat.

Media sosial menawarkan kesederhanaannya, pengguna hanya perlu menyampaikan informasi keluhan melalui DM ataupun Komentar di Postingan yang dimiliki oleh PT PLN (Persero) dan akan segera direspon oleh admin yang bertugas. Sehingga hampir semua pengguna mampu melakukan hal sederhana ini dikarenakan sebuah bagian dari aktivitas umum di media sosial yaitu “berkomentar”. Pada umumnya petugas akan meminta data seperti lokasi, nomor kilometer yang terdampak dan waktu terjadi kendala.

Aplikasi PLN mobile adalah aplikasi yang terintegrasi untuk memenuhi berbagai kebutuhan pelanggan PLN Mobile dalam satu aplikasi, sehingga berbagai kebutuhan menyangkut kelistrikan dapat diakses menggunakan aplikasi tersebut. aplikasi ini dapat diunduh di Play Store untuk Android dan app Store untuk iPhone. Aplikasi ini menggunakan tampilan yang sederhana yang dapat dengan mudah dipahami oleh pengguna. Aplikasi ini

menggunakan bahasa Indonesia sebagai bahasa tampilan dari setiap menu, sehingga mudah dipahami oleh pengguna aplikasi saat ingin menggunakan menu yang ada.

Tabel 4.3 Perbandingan Kesederhanaan

Media Sosial	PLN Mobile
Keunggulan dari penyebaran informasi melalui media sosial adalah pelanggan atau masyarakat hanya perlu menyampaikan informasi melalui komentar di postingan milik PT PLN (Persero) atau DM ke akun sosial media sosial yang mereka miliki	Untuk menyampaikan informasi keluhan pelanggan harus memiliki aplikasi PLN mobile terlebih dahulu dan harus mengakses layanan melalui menu yang tersedia

Sumber: Analisa Peneliti, 2024

4.2.3 Kejelasan dan Kepastian

Kejelasan dan kepastian sangat dibutuhkan oleh pelanggan atau masyarakat menyangkut kejelasan prosedur dan kepastian tiap prosedur mampu menyelesaikan masalah yang mereka keluhkan. Tingkat kepuasan masyarakat dipengaruhi oleh kemampuan untuk memberikan kejelasan baik teknis dan administrasi dari tiap pelayanan, serta kepastian pelayanan kepada semua orang apapun akan diselesaikan dengan penuh tanggung jawab oleh petugas pelayanan. Ketika masyarakat mendapatkan kejelasan dan kepastian, maka mereka akan kembali menggunakan metode yang sama saat membutuhkan pelayanan.

Penggunaan media sosial sebagai media dalam penyampaian informasi membutuhkan kejelasan apakah informasi yang telah disampaikan benar-benar di respon secara serius dan ditanggapi di lapangan. Dalam penyampaian informasi keluhan pelanggan melalui media sosial pelanggan atau masyarakat akan dilayani oleh admin media sosial terkait lalu berdasarkan laporan yang dan data-data akan maka akan dicarikan solusi sehingga pelanggan atau masyarakat dapat memperbaiki sendiri atau jika kendala yang terjadi cukup serius maka akan segera dikirim petugas lapangan ke lokasi.

Sementara penggunaan aplikasi PLN mobile, pengguna dapat menyampaikan informasi keluhan melalui layanan pengaduan yang ada di menu aplikasi PLN mobile. Lalu pelanggan atau masyarakat akan dihubungi oleh petugas terdekat melalui whatsapp untuk mengetahui permasalahan lebih lanjut yang akan menentukan apakah bisa diselesaikan sendiri oleh pelanggan atau masyarakat menggunakan petunjuk dari petugas atau jika masalahnya lebih serius maka petugas akan segera turun ke lokasi terkait.

Tabel 4.4 Perbandingan kejelasan dan Kepastian

Media Sosial	PLN Mobile
--------------	------------

Penjelasan dan kepastian terkait pelayanan keluhan pelanggan menggunakan media sosial akan bebaskan kepada admin media sosial	Pada mobile tanggung jawab untuk merespon diberikan kepada petugas lapangan yang terdiri dari terdekat dengan lokasi terjadinya keluhan
---	---

Sumber: Analisa Peneliti, 2024

4.2.4 Keterbukaan

Keterbukaan atau tranparansi sangat penting bagi pelanggan atau masyarakat. Dalam pelayanan public asas keterbukaan menjadi penting karena berguna untuk mendapatkan trust dari pelanggan atau masyarakat saat mendapatkan pelayanan. Dengan adanya keterbukaan dalam pelayanan membuat pelanggan atau masyarakat lebih percaya bahwa setiap prosedur pelayanan adalah benar dibutuhkan demi penyelesaian keluhan yang mereka sampaikan.

Pada penggunaan sosial media, keterbukaan berarti dapat di akses oleh semua orang. Semua informasi yang dimiliki oleh PT PLN (Persero) yang berkaitan dengan pelayanan haruslah dapat di akses oleh pelanggan atau masyarakat, tanpa membedakan. Masyarakat harus tahu apa yang dilakukan oleh pihak PT PLN (Persero) saat mereka menyampaikan informasi keluhan, baik dari perkembangan masalah yang dikeluhkan, tahapan perbaikan, hingga solusi yang dibutuhkan.

Aplikasi PLN mobile menggunakan percakapan dua arah antara pengguna yang menyampaikan informasi keluhan dan tugas yang menanggapi, sehingga percakapan yang terjadi berlangsung private. Wawancara bersama dengan bagian administrasi umum PT PLN (Persero) mengatakan bahwa penyebaran informasi ke pelanggan Melalui aplikasi PLN mobile akan segera direspon oleh tugas yang berada terdekat dari lokasi pengaduan atau meteran yang didaftarkan. Petugas sendiri memiliki target yang harus dipenuhi oleh tugas yaitu respon time dan Recovery time. Respon time adalah waktu yang diperlukan mulai adanya informasi laporan pelanggan hingga petugas merespon laporan pelanggan tersebut. Sedangkan Recovery time pada waktu yang dibutuhkan oleh tugas untuk menyelesaikan masalah yang dilaporkan atau diadukan.

Tabel 4.5 Perbandingan Keterbukaan

Media Sosial	PLN Mobile
Pada penyampaian informasi keluhan pelanggan atau masyarakat menggunakan media sosial terdapat atas keterbukaan yang mana masyarakat bisa mengetahui Setiap proses dan progres dari aduan yang mereka sampaikan	Aplikasi PLN mobile menggunakan keterbukaan agar masyarakat mengetahui setiap proses pelayanan

Sumber: Analisa Peneliti, 2024

4.2.4 Efisiensi

Efisiensi pelayanan adalah kemampuan dalam mencapai suatu tujuan dengan cara yang optimal dengan menggunakan sumber daya yang seminimal mungkin. Efisiensi pelayanan sangat penting di era digitalisasi ini dengan menggunakan media sosial maka informasi keluhan pelanggan dapat dengan mudah tersampaikan tanpa perlu usaha yang berlebihan. Serta tujuan yang diinginkan oleh pelanggan atau masyarakat dapat tercapai dengan lebih optimal.

Media sosial sebagai media pelayanan public yang efisien, kemampuan media sosial dalam menjangkau banyak pelanggan, setiap user dapat pelayanan secara *real time*, dan dapat dijangkau tanpa melihat jarak pelanggan. Sehingga penggunaan media sosial sangat tepat digunakan oleh masyarakat sebagai media penyampaian informasi keluhan pelanggan. Terlebih dengan banyak pengguna aplikasi yang pilih oleh PT PLN (Persero) sebagai media pelayanan.

Penggunaan aplikasi PLN mobile sebagai salah satu sarana yang efisien dikarenakan dengan satu aplikasi dapat langsung terhubung dengan petugas lapangan saat pengguna atau masyarakat ingin menyampaikan keluhannya. Dengan adanya aplikasi ini masyarakat lebih mudah untuk melakukan pelayanan dikarenakan efisiensi pelayanan dengan menggunakan aplikasi yang diciptakan untuk menangani berbagai kebutuhan pelanggan atau masyarakat dalam suatu aplikasi. Aplikasi ini tidak hanya menyediakan layanan pengaduan tetapi berbagai layanan seperti pembayaran tagihan listrik, ubah daya listrik pelayanan internet rumah (iconnect) sambungan baru, mau pun jika ingin mengecek stasiun pengisian bahan bakar listrik terdekat.

Tabel 4.6 Perbandingan Efisiensi

Media Sosial	PLN Mobile
Penggunaan media sosial sudah dianggap efisien karena mampu menghemat Jarak Dan Waktu demi mendapatkan pelayanan	Aplikasi PLN mobile juga dianggap efisien karena mampu menghemat Jarak Dan Waktu demi mendapatkan pelayanan

Sumber: Analisa Peneliti, 2024

4.2.6 Ketepatan waktu

Ketepatan waktu memiliki makna bahwa pelayanan dapat selesai sesuai waktu yang telah ditentukan. Ketepatan waktu membutuhkan kecakapan sumber daya manusia dalam pelayanan dan system yang dirancang dengan baik sehingga mampu memaksimalkan usaha

dalam waktu yang ditentukan. Sebuah system yang baik mampu mengoptimalkan waktu yang butuhkan sejak penyampaian informasi keluhan, respon time hingga recovery time.

Salah satu keunggulan media sosial sebagai media pelayanan adalah penyampin informasi terjadi secara real time. Petugas dapat segera merespon dan membantu mencari solusi, sehingga pelanggan dapat menyelesaikan masalah sesuai petunjuk. Selama proses pelanggan akan dibimbing oleh petugas sesuai prosedur. Bahkan jika masalah yang terjadi tidak dapat diselesaikan sendiri oleh pelanggan, maka petugas lapangan akan melaksanakan tugas nya untuk turun langsung merecovery kendala yang terjadi dilapangan.

Pada pelayanan menggunakan aplikasi PLN mobile setiap pengaduan yang dikirimkan akan langsung terhubung dengan petugas lapangan terdekat. Bagi tugas bagi setiap petugas yang terhubung dengan PLN mobile mereka memiliki tanggung jawab untuk segera merespon secepat mungkin informasi atau pengaduan oleh pelanggan (respon Time) dan harus segera mungkin menemukan solusi atau memperbaikinya (recovery time).

Tabel 4.7 Perbandingan Ketepatan waktu

Media Sosial	PLN Mobile
Setiap proses layanan memiliki batasan waktu sendiri sesuai dengan masalah yang dilakukan oleh pelanggan atau masyarakat	Pada aplikasi BBM mobile kalau ada standar respon time maupun Recovery time sesuai dengan tingkat permasalahan yang terjadi

Sumber: Analisa Peneliti, 2024

4.2.7 Responsif

Responsivitas yang dimaksudkan disini adalah kemampuan pemenuhan pelayanan beserta peran untuk pengembangan program-acara pelayanan sejalan dengan apa yang dibutuhkan oleh pelanggan atau masyarakat. Responsivitas juga bisa di sebut daya tanggap sumber daya akan permasalahan yang dikeluhkan oleh pelanggan atau masyarakat. Dalam pelayanan public responsivitas sangat penting karena setiap waktunya akan ada permasalahan baru dan tantangan baru yang muncul, sehingga kemampuan dalam merespon hal baru tentu saja menjadi indikator penting demi kepuasan pelanggan atau masyarakat.

Penggunaan media sosial adalah hal baru yang harus bisa dimaksimalkan dengan baik oleh petugas yang berkaitan dengan pelayanan public. Kemampuan sumber daya manusia yang terlibat dalam pelayanan menggunakan sosial media harus senaantiasa berkembang baik dalam kemampuan adaptasi terhadap permasalahan baru maupun perkembangan teknologi informasi itu sendiri. Responsivitas pelayanan dalam konsep media sosial sendiri memiliki beberapa indikator yaitu :

1. Kemampuan Teknologi Informasi

2. Kemampuan Komunikasi
3. Kemampuan Memberi Solusi

Tujuan dari diciptanya aplikasi PLN mobile adalah sebagai respon terhadap aspirasi pelanggan untuk memiliki aplikasi khusus yang terkait dengan pelayanan kelistrikan. Aplikasi PLN mobile dibuat oleh PT PLN (Persero) dengan tujuan agar segala kebutuhan pengguna keterkaitan dengan pelayanan maupun yang terkait dengan produk PT PLN dan jasa PT PLN lainnya agar dapat mengakses semuanya dengan satu aplikasi yang terintegrasi. Yang mana Di menunya sendiri terdapat berbagai pilihan yang terkait dengan kebutuhan pelanggan atau perangkat mengenai masalah kelistrikan.

Tabel 4.8 Perbandingan Responsivitas

Media Sosial	PLN Mobile
Admin sosial yang dimiliki PT PLN persero memiliki kemampuan untuk solutif untuk sebagai Costumer Service dari berbagai permasalahan yang diperlukan oleh pelanggan atau masyarakat	Tugas lapangan dituntut untuk responsif dan solutif akan setiap informasi keluhan yang disampaikan oleh pelanggan atau masyarakat

Sumber: Analisa Peneliti, 2024

4.2.8 Adaptif

Dalam pelayanan public di era Digitalisasi, adaptasi pelayanan sangatlah dibutuhkan, baik dari instrument yang dipakai hingga sumber daya manusianya. adaptasi pelayanan adalah kemampuan untuk menyesuaikan, dan berinovasi sesuai dengan keadaan dan tantangan yang sedang terjadi. ²⁵ Dengan kata lain sumber daya yang ada di dalam pelayanan haruslah mampu mengejar setiap perkembangan yang saat ini terjadi.

Adanya media sosial sebagai media pelayanan merupakan langkah konkrit adaptasi yang dilakukan oleh hamper setiap lembaga yang terlibat di dalam pelayanan. PT PLN (Persero) menggunakan sosial media yang di kelola sebagai bagian dari media pelayanan pelanggan. Adanya akun media sosial yang dikelola oleh PT PLN (Persero) sebagai langkah menjangkau lebih banyak pelanggan, sehingga pelanggan dapat menggunakan media sosial sebagai opsi bagi mereka menyampaikan informasi keluhan pelanggan. Saat ini PT PLN (Persero) telah menggunakan tiga media sosial yang populer dikalangan masyarakat Indonesia, saat ini PT PLN (Persero) dapat di akses pelayanannya oleh pelanggan melalui Twitter, Facebook dan Instagram.

Tabel 4.9 Daftar Akun Sosial Media PT PLN (Persero)

	NAMA PLATFOM	NAMA AKUN	
	Twitter/X	Pln_123	650.929
	Facebook	PLN 123	359.698
	Intagram	Pln123_official	372.155

Sumber: Media Sosial PT PLN (Persero)ji

Terciptanya aplikasi PLN mobile merupakan sebuah adaptasi pelayanan PT PLN (Persero) akan digitalisasi pelayanan yang mana dulu menggunakan konsep secara konvensional, sekarang berubah menjadi pelayanan melalui satu aplikasi kelistrikan yang dapat digunakan setiap orang di wilayah Indonesia. Namun tidak hanya dengan adanya aplikasi tapi juga dengan sumber daya yang harus mumpuni menangani setiap permasalahan yang setiap waktu timbul dan berkembang di masyarakat. Adaptasi sebuah pelayanan publik akan terus berkembang mengikuti permasalahan yang muncul setiap waktu dan sebuah komponen pelayanan harus mampu mengejar perkembangan itu.

Tabel 4.10 Perbandingan Adaptasi

Media Sosial	PLN Mobile
penggunaan media sosial sebagai media pelayanan sangat tepat di era digitalisasi pelayanan yang berbasis serba online	PLN mobile sebagai salah satu media pelayanan yang sangat dibutuhkan masyarakat dengan kemampuan pemenuhan berbagai kebutuhan dalam satu aplikasi

Sumber: Analisa Peneliti

5. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Setelah pembahasan yang dilakukan di atas, maka penelitian yang telah dilakukan mengenai efektivitas badan pelanggan melalui media sosial PT. PLN (persero) maka penulis menguraikan point-point kesimpulan dan saran antara lain:

1. Kualitas penyampaian informasi keluhan pelanggan melalui sosial media berdasarkan hasil penelitian sudah memenuhi indikator pelayanan publik yang dibutuhkan di era digitalisasi. Karena sosial media telah memenuhi indikator dalam pelayanan publik yaitu efektif, sederhana,kejelasan dan kepastian, keterbukaan, efisiensi, ketepatan waktu, responsif dan adaptif.
2. Faktor yang mampu mempengaruhi penyampaian informasi melalui media sosial yaitu animo masyarakat untuk menyampaikan informasi melalui media sosial yang tersedia

dan pemahaman masyarakat tentang fungsi sosial media sebagai salah satu media pelayanan pelanggan.

3. Jika membandingkan antara penyampaian keluhan melalui media sosial ataupun dengan aplikasi PLN mobile sesungguhnya tidak mempunyai perbedaan kualitas yang besar karena kedua media ini sama-sama merupakan inovasi yang dilakukan oleh PT PLN persero dalam meningkatkan pelayanannya di era digitalisasi..

15 5.2 Saran

Berdasarkan dari penelitian yang telah di uraikan mengenai Efektivitas Keluhan Pelanggan Melalui Media sosial PT. PLN (Persero) berikut penulis ⁸ menguraikan beberapa saran yang diharapkan bisa menjadi masukan dan pertimbangan oleh PT. PLN (Persero):

1. ²⁷ Indonesia merupakan salah satu pengguna media sosial yang besar, single PT PLN (Persero) harus senantiasa meningkatkan pelayanan melalui media sosial. Pelanggan atau masyarakat selalu memiliki masalah yang kompleks dan berkembang setiap waktunya sehingga, sehingga penting bagi PT PLN persero untuk terus berkembang beradaptasi dan meningkatkan pelayanannya dari waktu ke waktu sehingga tidak tertinggal..
2. PT PLN persero harus lebih mengkampanyekan ke masyarakat ⁶ untuk menggunakan media sosial sebagai salah satu media mereka menyampaikan informasi keluhan pelanggan. Dikenakan Masih ditemukan masyarakat yang tidak mengetahui bahwa mereka bisa menyampaikan informasi keluhan mereka oleh media sosial.
3. Peneliti menyarankan agar PT PLN persero tidak berpuas diri dan senantiasa meningkatkan pelayanan terutama melalui media sosial dan aplikasi PLN mobile.

6. DAFTAR REFERENSI

⁴ Diah, N. F. (2014). Inovasi pelayanan publik BUMN (Studi deskriptif tentang inovasi Boarding pass system dan meningkatkan kualitas pelayanan kereta api PT KAI di Stasiun Gubeng Surabaya). Jurnal Kebijakan dan Manajemen Publik, 2(1). Retrieved from <http://www.journal.unair.ac.id>

³ Kurniawan, A. (2006). Masalah pelayanan publik di Indonesia dalam perspektif administrasi publik. Jurnal Otoritas, No 81 tahun 1993 Vol. I, No. 2 Oktober 2011. Retrieved from <http://journal.unismuh.ac.id/index.php/Otoritas/article/view/22>

¹⁹ Pasolong, H. (2010). Teori administrasi publik. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2000). Metode penelitian administrasi. Bandung: Alfabeta.

Zainuddin. (2016). Birokrasi dalam pelayanan publik. Yogyakarta: Ombak.

Zainuddin. (2017). Teori-teori mutakhir dalam perspektif ilmu administrasi publik. Makassar: Phinatama Media.

Efektivitas Penyampaian Informasi Keluhan Pelanggan Melalui Media Sosial PT PLN (Persero)

ORIGINALITY REPORT

15%

SIMILARITY INDEX

14%

INTERNET SOURCES

5%

PUBLICATIONS

5%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	journal.lppspsemarang.org Internet Source	3%
2	repositori.uma.ac.id Internet Source	1%
3	repositorium.srappang.ac.id Internet Source	1%
4	journal.unilak.ac.id Internet Source	1%
5	jurnal.unigal.ac.id Internet Source	1%
6	www.scribd.com Internet Source	1%
7	ocvita_ardhiani.staff.gunadarma.ac.id Internet Source	1%
8	rayyanjurnal.com Internet Source	1%
9	123dok.com Internet Source	1%

10	balitbang.jatimprov.go.id Internet Source	1 %
11	Submitted to Institut Pemerintahan Dalam Negeri Student Paper	<1 %
12	repository.uin-suska.ac.id Internet Source	<1 %
13	repository.trisakti.ac.id Internet Source	<1 %
14	repository.uir.ac.id Internet Source	<1 %
15	ejurnal.stieyapan.ac.id Internet Source	<1 %
16	Submitted to Monash University Student Paper	<1 %
17	Submitted to Universitas Mulawarman Student Paper	<1 %
18	www.unpas.ac.id Internet Source	<1 %
19	www.jurnal.stiatabalong.ac.id Internet Source	<1 %
20	www.yenisovia.com Internet Source	<1 %
21	id.scribd.com Internet Source	

<1 %

22

alicia.concytec.gob.pe

Internet Source

<1 %

23

docplayer.info

Internet Source

<1 %

24

ifory.id

Internet Source

<1 %

25

library.binus.ac.id

Internet Source

<1 %

26

ojs.uniska-bjm.ac.id

Internet Source

<1 %

27

bonisasongko.wordpress.com

Internet Source

<1 %

28

core.ac.uk

Internet Source

<1 %

29

repository.bsi.ac.id

Internet Source

<1 %

30

repository.radenintan.ac.id

Internet Source

<1 %

31

repository.usu.ac.id

Internet Source

<1 %

32

Desmon Saing, Suryanto Suryanto. "Kualitas Layanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap

<1 %

Aksesibilitas Aplikasi PIn Mobile : Sebuah
Telaah Literatur", Journal of Economic,
Bussines and Accounting (COSTING), 2024
Publication

Exclude quotes	Off	Exclude matches	Off
Exclude bibliography	Off		