

HUMAS SEBAGAI FASILITATOR KOMUNIKASI DALAM MENANGANI KELUHAN PELANGGAN WILAYAH SIDOARJO TERKAIT DITARIKNYA SUBSIDI LISTRIK 900 VA

Taufiqur Rochman

Alumni Prodi Ilmu Komunikasi, FISIP, Untag Surabaya; Jl Semolowaru 45 Surabaya Telp. 031-5921516;
taufiqur.rochman@yahoo.com

Bagoes Soenarjanto

Dosen Prodi Administrasi Publik, FISIP, Untag Surabaya, Jl Semolowaru 45 Surabaya Telp. 031-5921516;
bagoessoenarjanto@untag-sby.ac.id

Widiyatmo Ekoputro

Dosen Prodi Ilmu Komunikasi, FISIP, Untag Surabaya, Jl Semolowaru 45 Surabaya Telp. 031-5921516;
widiyatmo@untag-sby.ac.id

ABSTRACT

The state electricity company is a state-owned enterprise engaged in the field of electricity. The state electricity company that deals with customer service, namely the distribution section. The state electricity company is an electricity industry that has the potential for people's lives. PT. The Sidoarjo regional electricity company is one of the state electricity companies engaged in the distribution of electricity for customer service management and electricity network services. However, recently there were customer complaints regarding the withdrawal of 900 VA electricity subsidies, this withdrawal was due to policies from the government which were considered to be inadequate to obtain electricity subsidies. Teratric researchers to examine this research because the case experienced just happened and the researchers wanted to know how the process carried out by PR in completing the case. From the study, it was adjusted the results that the poorer communities could still get electricity subsidies by submitting a certificate of incapacity from the kelurahan. This research method uses a qualitative approach and uses descriptive types of research. The literature review used is a functional approach using an open system model with a "two-way symmetrical" approach from the results of this study that public relations succeeded in carrying out its role as a communication facilitator.

Keywords: *Communication Facilitators, Public relations, Customer*

ABSTRAK

Perusahaan listrik negara merupakan badan usaha milik negara yang bergerak di bidang ketenaga listrikan. Perusahaan listrik negara yang mengurus pelayanan pelanggan yaitu bagian distribusi. Perusahaan listrik negara merupakan industri listrik yang berpotensi bagi kehidupan masyarakat. PT. PLN wilayah Sidoarjo merupakan salah satu perusahaan listrik negara yang bergerak di bagian pendistribusian listrik untuk pengurusan pelayanan pelanggan dan Pelayanan Jaringan Listrik. Namun baru baru ini muncul keluhan pelanggan mengenai penarikan subsidi listrik berdaya 900 VA, penarikan ini disebabkan kebijakan dari pemerintah yang dianggap sudah tidak layak untuk mendapatkan subsidi listrik. Peneliti tertarik untuk meneliti penelitian ini karena kasus yang dialami baru terjadi dan peneliti ingin mengetahui bagaimana proses yang dilakukan humas dalam menyelesaikan kasus tersebut. Dari penelitian tersebut menuaikan hasil bahwa masyarakat yang kurang mampu masih bisa mendapatkan subsidi listrik dengan menyerahkan surat keterangan tidak mampu dari kelurahan. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan menggunakan jenis penelitian deskriptif. Kajian pustaka yang digunakan adalah pendekatan fungsional menggunakan model sistem terbuka dengan pendekatan "simetris dua arah" dari hasil penelitian ini adalah humas berhasil dalam menjalankan perannya sebagai fasilitator komunikasi.

Kata Kunci : Fasilitator Komunikasi, Hubungan Masyarakat, Pelanggan

PENDAHULUAN

Penelitian ini mengkaji mengenai peran Humas di PT. Perusahaan Listrik Negara (Persero) terkait dengan ditariknya subsidi listrik. Penulis tertarik untuk meneliti hal tersebut karena listrik dengan daya 900 VA untuk kalangan menengah ke bawah yang kurang mampu dan masih banyak kebutuhan yang lain sedangkan pelanggan golongan 900 VA yang masuk dalam kelompok rumah tangga mampu subsidi listrik 900 VA akan ditarik. Fenomena ini dirasa menarik oleh penulis karena energi listrik memegang peranan penting dalam kehidupan masyarakat, dimana listrik menjadi sumber energi yang selalu digunakan dalam banyak kegiatan baik di rumah tangga, instansi, maupun industri. Tujuan diadakannya penelitian ini untuk menggambarkan peran Humas dalam menangani keluhan pelanggan wilayah Sidoarjo terkait dengan ditariknya subsidi listrik 900 VA.

Menurut Dr. Rex Harlow dalam Ruslan (2006) *Public relations* adalah aktivitas komunikasi, pengertian, penerimaan dan kerjasama, melibatkan manajemen dalam menghadapi persoalan/permasalahan, membantu manajemen untuk mampu menanggapi opini publik. fungsi manajemen memiliki ciri tersendiri yang khas untuk memelihara jalur komunikasi antara organisasi dengan publiknya. Seorang *Public relations* memiliki banyak tugas antara lain, menjembatani komunikasi antara perusahaan dengan masyarakat, menjabarkan misi perusahaan lewat company profile, menggunakan pers untuk publisitas, meluncurkan opini lewat public figure, dan sejumlah peran lainnya. Bahkan karena banyak berurusan dengan opini dan persepsi publik. Seorang pr bertugas menjaga citra baik perusahaan.

Tugas *Public relations* bisa juga meluruskan opini yang keliru tentang suatu hal yang rancu atau tidak jelas. Dalam hal ini *Public relations* dituntut harus melakukan pemecahan persoalan yang mengarah pada krisis APBN yang sangat terbatas, hal ini dimaksudkan untuk membantu PT. Perusahaan Listrik Negara (Persero) terutama yang bertugas sebagai Pemimpin Organisasi untuk mengambil keputusan dalam mengatasi persoalan atau krisis mengenai ditariknya Subsidi Listrik 900 VA terhadap pelanggan di Sidoarjo baik secara rasional maupun profesional. Kenyataannya upaya pencabutan ini sejatinya tidak menjamin subsidi listrik menjadi tepat sasaran, karena masih saja ada golongan daya lain yang masih diberikan subsidi, yaitu golongan 450 VA dan sebagian lagi golongan daya 900 VA.

Menteri Energi dan Sumber Daya Mineral telah membuat peraturan tentang tarif tenaga listrik yang telah di sediakan oleh PT. Perusahaan Listrik Negara yang diatur pada undang-undang Nomor 28 Tahun 2016. Maka PT. Perusahaan Listrik Negara (Persero) diberi wewenang untuk menyesuaikan tarif tenaga listrik demi kelangsungan perusahaan penyedia listrik serta peningkatan mutu pelayanan pelanggan, dan mendorong subsidi listrik yang lebih tepat sasaran untuk golongan rumah tangga dengan daya 900 VA, selain itu, tim verifikasi PLN mengakui bahwa di lapangan sering ditemukan kondisi dimana ada saja oknum yang diindikasikan menggunakan “akal” untuk menggunakan dua atau tiga meteran dengan daya 900 VA sebanyak 2 sampai 3 untuk memenuhi kebutuhan listriknya yang notabene tarifnya lebih murah.

Demi mewujudkan subsidi listrik yang tepat sasaran maka berdasarkan Peraturan Menteri Energi dan Sumber Daya Mineral

Republik Indonesia Nomor 29 Tahun 2016 tentang mekanisme pemberian subsidi tarif tenaga listrik untuk rumah tangga, maka pemberian subsidi terhadap rumah tangga miskin dan tidak mampu daya 900 VA dilaksanakan berdasarkan hasil pencocokan data yang dilakukan oleh PT. Perusahaan Listrik Negara (Persero) dan ditetapkan oleh Direktur utama. Selain itu, jika Pemerintah bersungguh-sungguh, sejatinya tidak sulit untuk menutup celah bagi masyarakat mampu yang secara sengaja ikut menikmati subsidi listrik yaitu dengan cara menerapkan mekanisme satu tarif, jadi bagi penduduk yang ingin bermain curang atau sengaja memasang daya 450 VA yang disubsidi pemerintah akan teratasi dengan sendirinya. Sebab apapun golongan daya listrik yang dipasang, biaya yang dikeluarkan untuk membayar tarifnya akan menemukan hasil yang sama saja. Humas juga dapat membantu pimpinan organisasi sebagai adviser guna untuk mewujudkan subsidi listrik yang tepat sasaran dengan cara memberikan masukan untuk menerapkan mekanisme satu tarif.

Peran pemerintah dalam membantu PLN dalam mengelola listrik juga dibutuhkan. Seharusnya yang layak mendapatkan subsidi listrik adalah mereka yang terdaftar dalam data Kementerian Sosial. Data Kementerian Sosial adalah Data Terpadu Program Penanganan Fakir Miskin yang dikelola TNP2K dan telah ditetapkan melalui Keputusan Menteri Sosial No. 32/HUK/2016. Penggunaan data terpadu sebagai dasar penetapan masyarakat yang layak disubsidi ini disepakati pada rapat kerja antara Menteri ESDM dengan Komisi VII DPR RI. Data terpadu adalah rujukan yang telah digunakan sebagai basis sasaran berbagai

program perlindungan sosial dan subsidi yang diberikan pemerintah.

Daftar rumah tangga yang masuk ke dalam Data Terpadu ditetapkan melalui dua kegiatan utama, yaitu Forum Konsultasi Publik (FKP) dan pendataan rumah tangga. Karakteristik yang dibuat oleh TNP2K untuk menetapkan penduduk miskin di Indonesia antara lain identitas Rumah Tangga Sasaran (RTS), demografi, ketenagakerjaan, perumahan, kepesertaan program bantuan pemerintah, kesehatan, kepemilikan asset dan pendidikan. Data yang diperoleh dari Tim Nasional Percepatan Penanggulangan Kemiskinan akan dibuat acuan oleh PT. PLN untuk mensurvei pelanggan mana yang layak untuk diberikan subsidi listrik dan mana yang akan dicabut subsidi. subsidi tersebut akan dicabut mulai Januari 2017. Sedangkan untuk pelanggan listrik 450 VA akan tetap menerima subsidi dan tidak dilakukan pencocokan data.

Peranan *Public relations* dalam suatu organisasi dapat dibagi menjadi beberapa kategori, salah satunya yaitu Fasilitator Komunikasi (Communication Facilitator). Peranan praktisi *Public relations* dalam proses pemecahan persoalan *Public relations* ini merupakan bagian dari tim manajemen. Hal ini dimaksudkan untuk membantu pimpinan organisasi baik sebagai penasehat (adviser) hingga mengambil tindakan eksekusi (keputusan) dalam mengatasi persoalan atau krisis yang tengah dihadapi secara rasional dan profesional.

Kepercayaan dan citra perusahaan merupakan satu hal yang saling berkaitan. Apabila tidak saling terkait akan menyebabkan menurunnya citra di mata masyarakat, maka perusahaan tersebut harus bersiap-siap untuk menghadapi krisis. *Public relations* menjadi unsur

penting dalam membangun citra diri, kelompok, organisasi atau perusahaan sekalipun. Dalam kajian komunikasi, *Public relations* menjadi fungsi komunikasi antar personal. Karena di sini melibatkan dua atau lebih individu yang saling berinteraksi. *Public relations* dengan tujuan dasar untuk membangun dan mempertahankan citra terhadap khalayak internal maupun eksternal perusahaan tidak serta merta dibangun atas dasar komunikasi struktural dan seremonial. Karena pada umumnya selama ini masih mengedepankan langkah yang kooptatif dan diskoperatif. Langkah sentra yang dibangun seharusnya tidak hanya secara komunal atau kelompok, tapi perlu upaya pendekatan secara individual dan kultural. Sebab itu perlu adanya stimuli dan motivasi sebagai praktik hubungan manusiawi dengan memanusiaikan manusia. Jika dalam relasi butuh kasih sayang, maka dengan kasih sayang kita bekerja. Dalam sebuah relasi tentu saja kita membutuhkan untuk saling menghargai untuk itu pola saling menghargai kita budayakan dalam internal perusahaan dan eksternal perusahaan.

Menurut data dari PT. Perusahaan Listrik Negara (Persero) Area Sidoarjo pada Desember 2016 menyebutkan ada 334,813 ribu pelanggan listrik bersubsidi di Sidoarjo. Yang mana rinciannya yaitu 131,823 ribu pelanggan listrik 450 VA dan 202,990 ribu pelanggan listrik 900 VA. Namun setelah pencocokan pelanggan listrik 900 VA menjadi 155,747 ribu penerima subsidi. Palsunya data pelanggan listrik 900 VA yang berhak menerima subsidi listrik sebanyak 23,924 ribu pelanggan atau turun 179,066 ribu.

Terkait dengan ditarikny subsidi listrik 900 VA oleh pemerintah, menyebabkan sebagian masyarakat di

Sidoarjo resah. Banyak masyarakat yang mengeluhkan tindakan pemerintah tersebut. Sehubungan dengan masalah tersebut, orang yang mempunyai peranan penting untuk mengembalikan citra perusahaan yang baik adalah seorang *Public relations* (PR) atau Humas. Menurut Ruslan (2006) Dalam aktivitas pertama yang dilakukan oleh *public relations* memulainya dari membenahi organisasi yang ada di dalamnya. hingga kegiatan bersifat membangun citra perusahaan (*imagecorporate building*). Secara operatif, maka Humas/PR merupakan fungsi khusus manajemen. Artinya, PR/Humas membantu memelihara aturan bermain bersama melalui saluran komunikasi ke dalam dan ke luar, agar tercapai saling pengertian atau kerja sama antara organisasi dan publiknya. Termasuk di dalamnya mengidentifikasi dan menanggapi opini publik yang sesuai atau tidak dengan kebijaksanaan yang dilaksanakan oleh lembaga/organisasi bersangkutan.

Fungsi kehumasan itu dapat bertindak sebagai tanda bahaya (*early warning system*) yang berfungsi mendukung atau membantu pihak manajemen organisasi berjaga-jaga menghadapi kemungkinan buruk yang terjadi terhadap organisasi. Mulai dari timbulnya isu berita negatif di berbagai media massa, meluasnya isu negatif yang kurang menguntungkan terhadap produk atau nama perusahaan yang sedang bermasalah hingga penurunan citra, bahkan kehilangan citra yang dapat menimbulkan berbagai risiko yang menyangkut krisis kepercayaan maupun krisis manajemen.

Untuk mengatasi permasalahan tersebut PR/Humas akan menjalankan fungsinya sebagai fasilitator komunikasi

yaitu menjaga nama baik dan citra organisasi/perusahaan agar mendapatkan hasil yang dituju. Dalam proses komunikasi fasilitator tersebut merupakan salah satu konseptual komunikasi yang masuk dalam komunikasi interaksi (Mulyana dalam Romadhan (2019)).

Salah satu metode yang dipergunakan adalah melalui cara-cara edukatif dan informatif serta persuasif, yang mengandung arti suatu ajakan atau imbauan, bukan merupakan paksaan. Berdasarkan uraian diatas peneliti tertarik untuk meneliti judul “Humas Sebagai Fasilitator Komunikasi Dalam Menangani Keluhan Pelanggan Wilayah Sidoarjo Terkait dengan Ditariknya Subsidi Listrik 900 VA”.

KAJIAN PUSTAKA

Humas menurut para ahli memiliki beberapa definisi yang berbeda. Menurut Cutlip, Center dan Broom dalam bukunya *effective public relations* (2006) mengatakan bahwa Kegagalan dan kesuksesan organisasi dapat dipengaruhi oleh hubungan antara organisasi dengan publiknya dan hal tersebut disebut juga sebagai fungsi dari manajemen *public relations*.

Menurut definisi tentang kehumasan atau public relation tersebut PR memiliki peran penting dalam suatu organisasi yaitu sebagai fungsi manajemen, yang berarti bahwa manajemen disemua organisasi harus memperhatikan PR. Definisi ini juga mengidentifikasi pembentukan dan pemeliharaan hubungan baik yang saling menguntungkan antara organisasi dengan publik sebagai basis moral dan etis dari profesi PR. Hal ini juga mempengaruhi keberhasilan ataupun kegagalan dalam suatu organisasi untuk mencapai tujuan

tertentu. Kemudian wakil dari pakar *public relations* dari negara-negara maju mengadakan pertemuan di Mexico City yang membuahkan hasil pengertian *public relations* yang dinamakan The statement of mexico sebagai berikut dalam Ruslan (2016:17), mengatakan :

“Untuk melayani baik kepentingan umum maupun organisasi, ilmu pengetahuan sosial yang dapat digunakan untuk menganalisis atau memprediksi konsekuensi maupun menasehati para pemimpin organisasi yakni ilmu dalam praktik pr.”

Dalam aktivitasnya untuk menyentuh seluruh lapisan masyarakat pada pelayanan informasi publik, PT. PLN mengandalkan peran dari humas PT. PLN untuk mendengarkan keluhan yang ada di masyarakat. Dalam penelitian ini peran humas sangat penting dalam organisasi dan dapat dijadikan sebagai jembatan untuk menyampaikan keluhan dari masyarakat.

Pendekatan lama dalam memecahkan sebuah masalah *public relations* dengan menggunakan intuisi dan pengalaman dianggap sudah usai, maka pada bentuk *public relations* yang digunakan sekarang menurut Cutlip,

Center dan Broom (2009) dalam Romadhan (2018) adalah dengan menggunakan proses empat langkah, tahap pertama yaitu mendefinisikan masalah (atau peluang).

Sedangkan fungsi humas sebagai fasilitator komunikasi menekankan pada komunikasi dua arah dimana Bell dan Bell mengemukakan ada dua model dalam pendekatan PR yaitu : pertama, model pendekatan *functionary* dan yang kedua, sebagai pendekatan fungsional. Humas sebagai fasilitator komunikasi ini menggunakan pendekatan fungsional.

Menurut Bell dan Bell (1976) pendekatan functionary adalah sama dengan pendekatan sistem tertutup : Pendekatan fungsionaris ini hanya untuk mempertahankan citra organisasi agar disukai oleh publik berdasarkan hipotesis.

Sebaliknya, pandangan PR fungsional menggunakan pendekatan sistem terbuka. Pendekatan ini menjaga hubungan antara organisasi dan publik berdasarkan penyesuaian timbal balik output-umpan balik. PR Dalam pendekatan fungsional : Memiliki tujuan sebagai pembuat keputusan untuk mencegah situasi yang menimbulkan krisis. Dalam pendekatan humas sebagai fasilitator komunikasi ini menggunakan model sistem terbuka dengan pendekatan “simetris dua arah” yang berarti komunikasi bersifat dua arah dan bahwa pertukaran informasi menyebabkan perubahan di dalam hubungan organisasi publik.

METODE PENELITIAN

Pendekatan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Menurut Moleong (2011) bahwa: Memanfaatkan berbagai jenis metode alamiah pada suatu konteks khusus merupakan definisi dari penelitian kualitatif untuk memahami mengenai fenomena yang dialami oleh subjek penelitian contohnya perilaku, motivasi, persepsi dan tindakan-tindakan lainnya.

Jenis penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif. Metode penelitian yang penulis gunakan yaitu studi kasus, Surachman (1982) mengungkapkan bahwa “Pendekatan yang dipusatkan pada suatu kasus intensif dan rinci merupakan arti dari studi kasus.” Sedangkan menurut Fathoni (2006) bahwa “studi kasus adalah penelitian pada

kejadian atau peristiwa yang terjadi.” Berdasarkan dua definisi tersebut maka dapat disimpulkan bahwa studi kasus merupakan metode yang mempelajari suatu masalah yang timbul akibat adanya gejala hidup yang tidak sewajarnya. Informan Penelitian yaitu bapak Suprpto selaku wakil kepala bagian humas, dan Bapak Sofyan selaku staff bagian pelayanan pelanggan. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah wawancara dan dokumentasi Teknik Keabsahan Data menggunakan Triangulasi sumber. Dimana penulis akan mewawancarai seorang informan dari beberapa sumber kemudian membandingkan pernyataan yang di dapat. Teknik Analisis Data Penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif, maka teknis analisis datanya disajikan dalam bentuk paparan atau gambaran dari temuan-temuan dilapangan baik berupa data dan informasi hasil wawancara dan dokumentasi lainnya. Menurut Ardhana¹²(dalam Lexy J. Moleong 2002) menjelaskan bahwa Pengorganisasian merupakan proses mengatur urutan data yang dimasukkan kedalam suatu pola, satuan uraian dasar dan kategori adalah arti dari analisis data. Maka dari itu peneliti akan melakukan aktivitas mengamati kegiatan Humas PT Perusahaan Listrik Negara (persero) sebagai fasilitator komunikasi. Mulai dari saat problem terjadi hingga problem tersebut diselesaikan. Serta saat melakukan evaluasi terhadap semua hal yang dilakukan. Peneliti akan melakukan wawancara pada sumber kunci untuk melengkapi data. Setelah itu peneliti akan memberikan deskripsi atas data-data yang telah dikumpulkan tersebut.

PEMBAHASAN

Pembahasan yang akan dijabarkan merupakan suatu proses yang dilakukan peneliti melalui wawancara mendalam dengan narasumber dan dokumentasi. Setelah itu peneliti menggunakan pisau konsep yang berasal dari Cutlip, Center dan Broom sebagai acuan analisis yakni humas sebagai fasilitator komunikasi dalam menangani keluhan pelanggan wilayah Sidoarjo terkait dengan ditariknya subsidi listrik 900 VA yang mengacu pada komunikasi dua arah (*two way symmetric*) yaitu : (a) mutual understanding melalui dialog dan pertukaran, (b) dua arah, bersifat *balanced effect* (c) *person to person* (d) evaluasi tentang pemahaman bersama.

Mutual Understanding Melalui Dialog dan Pertukaran Dalam konsep yang pertama ini merupakan langkah pertama yang dilakukan humas dalam mengidentifikasi problem/masalah yang sedang terjadi. Konsep ini merupakan bentuk kesepahaman bersama yang dicapai melalui kesepahaman bersama atau komunikasi dua arah yakni humas dengan pelanggan.

Dalam suatu masalah yang sedang terjadi, menguraikan sebuah masalah merupakan hal perlu untuk dilakukan untuk mengetahui apa yang sebenarnya terjadi, PT. PLN menerima berbagai laporan mengenai keluhan pelanggan. Kemunculan keluhan tersebut biasanya muncul pada saat musim hujan dan ketidak tahuan pelanggan mengenai apa yang dikeluhkan menjadi tantangan tersendiri oleh humas dalam menyelesaikan masalah yang ada. Permasalahan yang dihadapi oleh PT. PLN wilayah Sidoarjo yakni mengenai penarikan subsidi yang memiliki daya 900 VA yang menyebabkan para pelanggannya mengeluh, dari kasus ini

peneliti tertarik untuk meneliti seorang *public relations* atau humas dalam menangani keluhan tersebut.

Dari data yang ditemukan oleh peneliti di lapangan, permasalahan keluhan yang ada di PT. PLN wilayah Sidoarjo memiliki berbagai jenis keluhan diantaranya adalah keluhan tentang seringnya mati listrik, MCB yang sering njelek, naik turunnya voltase/tegangan dan keluhan mengenai penarikan subsidi listrik berdaya 900 VA. Keluhan tersebut dilaporkan pelanggan melalui call center, hal itu diperkuat dengan pernyataan dari Bapak Sofyan selaku staff bagian pelayanan pelanggan yang mana Bapak Sofyan setiap harinya menerima laporan dari call center. Penyebab munculnya keluhan salah satunya yakni kurangnya pengetahuan mengenai daya listrik yang dipakai oleh pelanggan, yang bertanggung jawab dalam hal menangani keluhan ini adalah seorang humas yang mana tugasnya menjadi mediator antara organisasi dan publik untuk menghindari miss komunikasi antara keduanya. Untuk menyelesaikan keluhan pelanggannya humas yang dibantu oleh staff bagian pelayanan pelanggan menggunakan cara berdiskusi dan juga melibatkan staff bagian lain, dalam diskusinya seorang humas menangani keluhan yang sifatnya darurat dahulu seperti seringnya mati listrik dan lain-lain, humas bertugas menyampaikan atau menjelaskan ke pelanggan mengenai keluhan yang disampaikan. Dalam hal ini seorang praktisi *Public relations* atau humas dituntut untuk bisa menyelesaikan problem yang ada, sesuai dengan kemampuan humas menurut Cutlip, Center dan Broom yakni menjadi *Expert Prescriber* yang memiliki arti sebagai praktisi pakar yang bertugas mendefinisikan problem,

mengembangkan program dan bertanggung jawab penuh atas implementasinya. Pakar perumus ini menjadi perhatian praktisi karena menjalani peran ini akan membuat orang atau publik dilihat sebagai pihak yang punya otoritas ketika ada sesuatu hal yang harus diselesaikan dan menentukan bagaimana cara mengerjakan segala sesuatu.

Dua arah yang bersifat *balanced effect* ini merupakan hasil dari problem yang sudah di analisa sebelumnya, dari dua arah yang bersifat *balanced effect* ini dapat diketahui bagaimana seorang humas dalam menyelesaikan suatu problem Dalam hal penyelesaian tentunya humas memiliki tujuan anatara pelanggan dan organisasi mendapatkan hasil yang sama-sama memuaskan.

Untuk kasus penarikan subsidi listrik 900 VA humas menjadi fasilitator komunikasi atau sebagai mediator antara organisai dan pelanggannya, dan juga menjelaskan ke pelanggan kalau penarikan subsidi ini merupakan kebijakan dari pemerintah yang mana PT. PLN wilayah Sidoarjo hanya menjalankan tugas sesuai kebijakan yang berlaku. Dan penarikan subsidi ini penarikannya dengan bertahap yang artinya seluruh pelanggan yang memakai daya listrik 900 VA akan ditarik subsidi. Tujuan ditariknya subsidi ini adalah untuk efisiensi biaya yang dikeluarkan oleh PLN, serta untuk pembangunan infrastruktur yang lebih merata karena diluar daerah masih banyak yang membutuhkan pasokan listrik yang lebih baik. Menurut pemerintah, penarikan subsidi listrik ini layak dilakukan karena pelanggan yang memakai daya listrik 900 VA sudah dianggap tidak layak mendapatkan subsidi listrik. Dari penarikan subsidi listrik ini muculah

keluhan yang dialami oleh pelanggan khususnya yang memakai daya 900 VA.

Kemunculan keluhan ini karena tarif listrik yang dibayarkan perbulannya menjadi normal atau bisa dibilang mahal, sama halnya dengan jenis-jenis keluhan lainnya, keluhan penarikan subsidi listrik ini banyak dilaporkan pelanggan melalui call center yang kemudian dilanjutkan ke staff bagian pelayanan pelanggan. Sebelum dilakukan penarikan praktisi *public relations* atau humas, tidak memberitahukan informasi dengan cara terjun langsung ke pelanggan melainkan memberitahukan kepada pelanggan melalui media-media seperti internet, koran dan juga media dari televisi agar penyampaian yang dilakukan lebih efisien dan bisa lebih cepat sampai ke pelanggan, dari dampak penyampaian informasi melalui media online, koran, maupun televisi memiliki banyak keuntungan, media online merupakan sarana yang tepat yang digunakan dalam menyampaikan apapun, diantaranya yakni cepatnya penyampaian dan mudahnya pelanggan dalam mengakses berita tentang gangguan atau keluhan, pelanggan juga akan lebih paham mengenai penarikan subsidi listrik, dan juga mempercepat kerja seorang humas atau staff bagian pelayanan pelanggan dalam penyampaiannya, jika dilihat dari segi negatifnya atau kurangnya dalam penyampaian, yang menjadi kendala adalah daerah-daerah yang plosok yang kurang adanya sinyal internet sehingga tidak tahu informasi yang disampaikan pihak PLN.

Humas menurut Cutlip, Center, dan Broom adalah fungsi manajemen yang membangun dan mempertahankan hubungan yang baik dan bermanfaat antara organisasi dan publik yang mempengaruhi kesuksesan atau kegagalan organisasi

tersebut, dalam hal ini humas PT PLN wilayah Sidoarjo berperan sebagai fasilitator komunikasi dalam menangani keluhan pelanggan penarikan subsidi 900 VA. Untuk menyelesaikan kasus yang dialami oleh pelanggan humas PT PLN memiliki peran yang sangat penting dalam mengambil kebijakan maupun keputusan yang bertujuan untuk kepentingan bersama atau meraih tujuan tertentu, dalam menyelesaikan tugasnya humas dibantu oleh staff bagian pelayanan pelanggan yang merupakan pembantu dari tugas humas.

Cara humas menangani kasus ini dengan memberikan informasi kepada pelanggan terlebih dahulu melalui media online, koran, berita maupun di televisi dan di beri surat edaran untuk daerah yang dirasa kurang adanya sinyal internet, dalam penyampiannya humas juga bekerja sama dengan kantor pos agar apa yang ingin di beritahukan kepada pelanggan bisa cepat sampai dan merata, bahwa penarikan subsidi ini kebijakan dari pemerintah yang mana listrik berdaya 900 VA akan ditarik subsidi seluruhnya sehingga tarif listrik menjadi normal, namun humas mengusulkan ke pemerintah agar pelanggan atau masyarakat yang kurang mampu masih bisa merasakan subsidi dari pemerintah dan juga memberitahukan kepada pelanggan bahwasannya pelanggan yang dianggap kurang mampu masih bisa mendapatkan subsidi dari pemerintah dengan cara meminta surat keterangan tidak mampu dari kelurahan yang mereka tempati kemudian data itu akan dikirimkan ke kecamatan masing-masing.

Selanjutnya kendala yang dialami oleh humas dalam menangani keluhan pelanggan ini yaitu dalam hal penyampaian informasi saja karena di

wilayah Sidoarjo ini cukup luas, tidak hanya bekerja sama dengan media-media online maupun yang lainnya, humas juga bekerja sama dengan sub rayon-rayon yang ada di wilayah Sidoarjo agar dalam penyampaian lebih maksimal dan pelanggan bisa menerima kebijakan ini, karena humas menilai banyak pelanggan yang kurang tahu dengan penarikan subsidi ini bahkan, bisa dibilang tidak tahu sama sekali tau-tau dari pelanggan mengeluh waktu bayar listrik jadi mahal.

Setelah humas menjadi fasilitator atau menjadi mediator antara pelanggan dengan organisai maupun pemerintah dalam menangani kasus ditariknya subsidi listrik ini, pelanggan sudah berkurang mengeluhkan hal itu lagi bahkan sudah bisa dikatakan tidak ada yang mengeluh lagi dengan kebijakan pemerintah, usulan yang diusulkan oleh humas kepada pemerintah disetujui oleh pemerintah yang isinya yakni pelanggan yang kurang mampu masih dapat menikmati subsidi listrik 900 VA dengan catatan meminta surat keterangan tidak mampu dari kelurahan setempat yang kemudian data tersebut akan di masukkan ke kecamatan masing-masing, dari data itulah yang akan digunakan oleh Tim Nasional Percepatan Penanggulangan Kemiskinan (TNP2K) dan dari data itu bisa dijadikan acuan untuk yang masih layak mendapatkan subsidi. Cara inilah yang digunakan humas untuk menjalin hubungan baik dengan para pelanggannya dengan cara membantu pelanggan atau masyarakat kecil yang kurang mampu agar tetap mendapatkan subsidi listrik dari pemerintah.

Dari proses yang dilewati oleh humas PT. PLN wilayah Sidoarjo sebagai fasilitator komunikasi dalam menangani keluhan pelanggan mengenai penarikan subsidi listrik 900 VA ini dinilai sudah

berhasil. Dari hasil yang diinginkan oleh peneliti yakni agar masyarakat atau pelanggan yang kurang mampu masih bisa menikmati subsidi listrik dari pemerintah. Tahap berikutnya yang menjadi tugas dari seorang *public relations* atau humas adalah mempertahankan perolehan subsidi listrik dari pemerintah untuk pelanggan atau masyarakat yang kurang mampu dan menjaga agar citra PLN dimata masyarakat tetap baik serta menjaga hubungan baik dengan pelanggannya.

Person to person ini merupakan cara ketiga yang seharusnya dipakai oleh humas dalam menyelesaikan problem, akan tetapi seorang humas dalam menyelesaikan problem ini tidak menggunakan person to person melainkan dengan cara menggunakan penyampaian informasi melalui media. Dilihat dari kasus yang sedang diteliti oleh peneliti, tidak mungkin seorang humas terjun langsung mendatangi satu persatu pelanggan yang bersangkutan karena cara itu dinilai tidak efisien dan membutuhkan waktu yang lama juga membutuhkan personil banyak. Penyampaian melalui media merupakan hal yang cocok menurut peneliti dalam penyampaian informasi, hal ini dilakukan oleh seorang humas untuk mendapatkan hasil yang lebih maksimal dibandingkan dengan cara menyampaikan orang-perorangan. Bukan berarti memberikan informasi ke pelanggan melalui media tidak memiliki kendala, dalam menyelesaikan kasus penarikan subsidi listrik 900 VA humas memiliki kendala yakni penyampaian ke daerah yang sulit dijangkau internet, akan tetapi humas memiliki cara lain dengan memberikan surat edaran kepada pelanggan yang bersangkutan hal ini dirasa oleh humas lebih efisien untuk daerah yang sulit dijangkau oleh internet. Tidak

hanya itu seorang humas juga bekerja sama dengan pihak-pihak lain dalam penyampaian dalam hal ini yang ditunjuk yakni sub rayon-rayon yang ada di daerah masing-masing, serta kantor pos untuk mengirimkan surat edaran kepada pelanggan yang dibuat oleh PLN.

Kegiatan humas untuk menyampaikan informasi menggunakan person to person ini dilakukan pada saat adanya kegiatan yang biasa dilakukan ialah PLN peduli, hal ini merupakan kegiatan dalam bentuk apresiasi kepada warga dan bentuk kepedulian organisasi kepada pelanggan/masyarakat. Isi dari kegiatan ini yakni sosialisasi kepada pelanggan akan pentingnya hemat dalam penggunaan listrik dan memberikan bentuk sumbangan berupa sembako dan lain-lain kepada pelanggan atau masyarakat yang kurang mampu. Cara ini dilakukan humas agar hubungan pelanggan dengan organisasi terjaga dengan baik dan dari penyampaian informasi yang dilakukan oleh humas yang awalnya pelanggan tidak tahu dengan adanya penarikan subsidi listrik menjadi mengerti kalau yang dilakukan oleh PLN merupakan kebijakan dari pemerintah. Setelah humas turun tangan dalam menangani kasus ini, keluhan yang disampaikan oleh pelanggan sudah bisa dinilai berkurang, hal ini disampaikan oleh informan kedua yang mendapat laporan dari call center.

Evaluasi merupakan tahapan akhir dalam menyelesaikan suatu permasalahan yang bertujuan untuk hasil yang diinginkan bersama. Dalam hal penyelesaian masalah tentu saja humas PT. PLN wilayah Sidoarjo terdapat kendala atau hambatan. Hambatan tersebut disebabkan kurangnya pengetahuan pelanggan atau masyarakat mengenai keluhan penarikan subsidi listrik 900 VA

yang dialami, serta kurangnya pengetahuan tentang penggunaan listrik yang benar. Namun dari hal hambatan itu humas mencari cara untuk menyelesaikan hambatan itu. Dan caranya ialah dengan memberitahukan kepada masyarakat melalui media internet, cetk, maupun dari media televisi dan juga memberikan surat dalam bentuk edaran yang berisikan informasi mengenai penarikan subsidi listrik 900 VA bahwasannya penarikan tersebut dilakukan oleh PLN sesuai peraturan atau perintah dari pemerintah. Untuk penarikannya sendiri dilakukan secara bertahap dengan sasaran seluruh pengguna listrik berdaya 900 VA. Dari sinilah awal mula kemunculan keluhan yang disampaikan pelanggan baik secara tertulis maupun secara lisan.

Keluhan ini kemudian ditangani langsung oleh humas PT. PLN wilayah Sidoarjo dan dibantu oleh staff bagian pelayanan pelanggan yang memiliki tugas dalam menyelesaikan keluhan pelanggan. Dalam menangani keluhan ini humas mencoba meloby pemerintah agar masyarakat atau pelanggan yang kurang mampu masih bisa mendapatkan subsidi listrik dari pemerintah. Kemudian hasil dari seorang humas meloby pemerintah ialah masyarakat yang memiliki daya listrik 900 VA yang dirasa kurang mampu masih bisa mendapatkan subsidi listrik dengan syarat meminta surat keterangan tidak mampu dari kelurahan masing-masing, yang selanjutnya data tersebut dikirimkan ke kecamatan setempat. Dari data tersebut akan digunakan oleh Tim Nasional Percepatan Penanggulangan Kemiskinan (TNP2K) dan dijadikan acuan untuk yang masih layak mendapatkan subsidi.

Setelah humas menjalankan perannya menjadi fasilitator komunikasi atau sebagai mediator antara pelanggan

dengan organisasi, keluhan yang dialami pelanggan khususnya dalam penarikan subsidi listrik 900 VA sudah turun atau bahkan hampir tidak ada. Hal ini disampaikan oleh call center yang melaporkan kepada pihak humas ataupun bagian staff pelayanan pelanggan. Dari proses tersebut humas dinyatakan berhasil dalam menjalankan tugasnya sebagai fasilitator komunikasi atau sebagai pen jembatan antara organisasi dengan pelanggan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pembahasan yang dilakukan oleh peneliti mengenai humas sebagai fasilitator komunikasi dalam menangani keluhan pelanggan wilayah Sidoarjo terkait dengan ditariknya subsidi listrik 900 VA, dapat disimpulkan bahwa Humas telah memfasilitatori pelanggan mengenai keluhan yang dialami oleh pelanggan. Pelanggan merasa puas dengan kinerja humas sebagai pendengar atau sebagai mediator dalam pelayanannya karena masyarakat yang kurang mampu masih bisa mendapatkan subsidi listrik dari pemerintah dengan syarat masyarakat yang kurang mampu diminta untuk memberikan surat keterangan tidak mampu dari kelurahan yang kemudian data tersebut dikirimkan ke kecamatan masing-masing dari data itu akan digunakan oleh Tim Nasional Percepatan Penanggulangan Kemiskinan (TNP2K) dan dijadikan acuan untuk yang masih layak mendapatkan subsidi. Hasil dari penelitian ini menunjukkan humas memberikan pelayanan terbaik dengan mengedepankan kepuasan pelanggan dan aspek sosial serta keluhan yang dialami oleh pelanggan. Dalam menyampaikan informasi kepada pelanggan humas PT. PLN wilayah Sidoarjo telah melaksanakan perannya

dengan baik dengan menggunakan media dan surat berbentuk edaran yang berisikan informasi penarikan subsidi listrik 900 VA sehingga pelanggan atau masyarakat bisa menerima kebijakan dari pemerintah.

DAFTAR PUSTAKA

- Fathoni, A. 2006. *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Bandung: Rineka Cipta.
- Amirin, T.M. 1989. *Menyusun Rencana Penelitian*. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Cutlip, M; Sott. 2009. *Efective Public relations edisi ke-9*. Jakarta: Kencana
- Effendy, O. U. 2004. *Dinamika Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Fawkes, J. 2004. What. Is *public relations*. In Allison Theaker (Eds.), *The Public relations Handbook* (2nded.). New York: Routledge
- Hamidi. (2004). *Metode Penelitian Kualitatif: Aplikasi Praktis Pembuatan Proposal dan Laporan Penelitian*. Malang: UMM Press.
- Kriyantono, Rachmat. (2014). *Teori Public relations Perspektif Barat & Lokal* Cetakan Ke- 1. Jakarta : Kencana
- Moleong, L.J. (2011). *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Romadhan, M. 2018. Pemanfaatan Budaya Lokal Saronen Dalam Proses Manajemen *Public relations*. Jurnal Representamen. Volume 04, Nomor 01
- Romadhan, M. I., Puspaningtyas, A., Rahmadanik, D. (2018). Proses Komunikasi Dalam Pelestarian Budaya Saronen Kepada Generasi Muda. *Jurnal Jurnal Pikom: Penelitian Komunikasi dan Pembangunan*. Vol. 20(01), hal. 1-12
- Ruslan, Rosady. 2006. *Manajemen Public relations & Media Komunikasi*. Jakarta : Rajawali Pers.
- Sugiyono. 2007. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Suyanto, B.S Sutinah. 2005. *Metode Penelitian Sosial Berbagai Alternatif Pendekatan*. Yogyakarta: Pustaka
- Wahyuningsih, L. 2013. *Tugas Dan Fungsi Public relations*. Universitas Negeri. Yogyakarta.
- Widianati, I. Meirinawati. 2016. Responsivitas Pelayanan Publik Dalam Menangani Keluhan Pelanggan Di Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kabupaten Gresik. *Kajian Manajemen Pelayanan*. Volume 01 Nomor 01, halaman 0 – 10.