

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Sebagai Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang menyediakan jasa tenaga listrik, PT PLN (Persero) dewasa ini masih dianggap perusahaan yang memonopoli dalam cakupan nasional. Paling tidak PT PLN (Persero) mempunyai posisi sebagai pemimpin pasar (market leader), sehingga memiliki “kebebasan” baik dalam menyediakan bauran jasa (service mix) serta penentuan harga/tariff. Yang pada akhirnya pelanggan akan cenderung menerima kondisi yang ada karena dihadapkan kepada sedikit pilihan bahkan tanpa pilihan.

Situasi seperti ini telah disadari oleh PT PLN (persero) sehingga posisi monopoli bukan lagi sebagai jaminan untuk peningkatan pendapatan. Akan tetapi PT PLN (Persero) diharapkan harus selalu memperhatikan keinginan dari masyarakat dan juga memperhatikan opini yang beredar dalam masyarakat. Salah satunya adalah rumitnya proses pelayanan dalam penambahan daya. Maksudnya disini adalah dulu, pelanggan yang hendak melakukan penambahan daya harus melalui proses yang rumit serta memakan waktu yang cukup lama. Sehingga menimbulkan opini pelanggan yang negatif terhadap perusahaan karena pelayanannya di nilai lambat dalam melayani pelanggan. Jelas situasi seperti ini akan berpengaruh terhadap citra perusahaan. Oleh karena itu untuk mencegah hal itu terjadi, PT PLN (Persero) mengeluarkan suatu kebijakan program “*Same Day Service*” dalam Penambahan Daya. Dimana, pelanggan yang ingin melakukan

penambahan daya akan diberikan pelayanan pada hari yang sama jika syarat-syarat serta biaya administrasi sudah terpenuhi. Program ini bertujuan untuk meningkatkan mutu pelayanan dari PT PLN (Persero) itu sendiri.

Suatu badan/lembaga yang besar seperti PT PLN (Persero) juga harus bisa menciptakan serta menjalin komunikasi yang baik dengan para pelanggan tersebut, sehingga kepercayaan yang didapat dari pelanggan dapat dipertahankan, yang pada akhirnya juga pelanggan akan merasa puas terhadap pelayanan dari perusahaan tersebut sehingga akan timbul citra yang baik dimata pelanggan. Tugas humas dalam hal ini adalah membina hubungan yang baik dengan khalayak sasaran yang diantaranya adalah pelanggan.

Kedudukan humas disuatu perusahaan merupakan bagian manajemen yang berperan penting dalam membina komunikasi sebagai usaha membangun citra positif, baik itu keluar maupun kedalam. Sehingga keberadaan humas dewasa ini tampaknya semakin diandalkan yang turut menentukan keberhasilan suatu perusahaan. Oleh karena itu, salah satu kegiatan humas yang penting untuk dibina dan dijaga adalah menjalin hubungan harmonis dengan publik internal maupun publik eksternal.

Pelanggan merupakan salah satu bagian dari publik eksternal. Untuk itu, memuaskan pelanggan merupakan suatu konsep yang paling baik didalam menghadapi persaingan. Perusahaan yang berhasil menjaga agar para pelanggannya selalu puas akan menjaga dan membina hubungan yang baik dengan para pelanggannya, sehingga mereka saling setia, bahkan rela membayar lebih mahal dengan membeli produk perusahaan dan mereka tetap menjadi

pelanggan bila perusahaan sedang mengalami kesulitan sehingga ada waktu bagi perusahaan untuk menyesuaikan diri pada pelanggan.

Kegiatan humas pada dasarnya adalah kegiatan yang bertujuan untuk menimbulkan dampak atau perubahan yang positif bagi suatu perusahaan, menciptakan pemahaman melalui pengetahuan, membina hubungan baik dan kerjasama yang saling menguntungkan dengan publik melalui konsep-konsep dan teknik-teknik komunikasi. Kegiatan humas pada hakekatnya adalah kegiatan komunikasi. Kegiatan komunikasi dalam humas mempunyai ciri-ciri tertentu. Hal ini disebabkan karena fungsi, sifat organisasi dari lembaga, serta faktor-faktor lainnya baik eksternal maupun internal. Ciri hakiki dalam komunikasi humas adalah komunikasi yang dilakukan bersifat timbal balik. Komunikasi yang bersifat timbal balik ini sangat penting dan mutlak harus ada dalam kegiatan humas dan terciptanya *feed back* merupakan prinsip pokok dalam kegiatan humas.

Dalam keterkaitannya dengan PT PLN (Persero) APL Menteng disini yaitu yang menjadi pelanggan adalah orang yang menggunakan jasa PT PLN (Persero) APL Menteng. Tentu saja dalam hal ini PT PLN (Persero) yang bergerak dibidang jasa tenaga listrik, salah satu hal yang penting dalam meningkatkan nama baik PT PLN (Persero) adalah melayani pelanggan dengan sebaik-baiknya sehingga terbentuk opini yang baik antara PT PLN (Persero) dengan para pelanggan.

Untuk mencapai tujuan perusahaan, maka humas melakukan kegiatan yang secara garis besar terbagi dua, yaitu: kegiatan kehumasan dalam membina

hubungan dengan publik dalam (internal publik) dan kegiatan kehumasan dalam membina hubungan dengan publik luar (eksternal publik).

Seperti yang telah dijelaskan diatas bahwa humas memiliki dua jenis publik, yaitu: publik internal dan publik eksternal, yang memiliki kepentingan yang sama sehingga humas tidak dapat mengabaikannya begitu saja. Baik buruknya suatu perusahaan atau organisasi dimata publik tercipta melalui opini-opini yang dikeluarkan oleh publik.

Opini sangat penting untuk mengukur diterima atau tidaknya suatu perusahaan atau organisasi dimata publik. Publik akan memberikan opini dari kegiatan yang mereka lakukan diperusahaan atau organisasi, opini terbentuk melalui pengetahuan publik mengenai perusahaan atau organisasi, pelayanan yang diterima, kenyamanan bekerja, dan lain-lain. Dan dalam hal ini saya mencoba untuk mengetahui seberapa baik opini pelanggan mengenai pelayanan yang dilaksanakan oleh PT PLN (Persero) APL Menteng mengenai program “sameday service” dalam penambahan daya.

Pelanggan yang dalam hal ini bisa dikatakan sebagai “raja” yang mempunyai hak mutlak untuk memperoleh kepuasan dalam pelayanan. Pelanggan adalah pusat atau inti dari kegiatan perusahaan. Maka segala upaya yang dilakukan dipusatkan untuk mendapatkan kepuasan bagi pelanggan. Hasil yang diperoleh berupa keuntungan adalah sarana, yakni sarana untuk tetap hidup, tumbuh dan berkembang. Sedangkan sarana yang ingin diperoleh perusahaan adalah kepuasan dihati setiap pelanggan.

Maka untuk mengantisipasi masalah Perusahaan Listrik Nasional (PLN) Menteng dengan para pelanggannya membutuhkan tenaga Hubungan Masyarakat atau Humas. Humas adalah fungsi dari manajemen yang menilai sikap publik, mengidentifikasi kebijaksanaan dan tingkah laku individu atau organisasi terhadap kepentingan umum, untuk mendapatkan pengertian dari publik dengan tujuan agar diterima oleh publik itu sendiri. Humas merupakan unsur yang sangat penting dalam manajemen dalam mencapai tujuan yang spesifik dari perusahaan. Humas PT PLN (Persero) berperan sebagai jembatan perantara antara pelanggan dan perusahaan untuk mengembangkan strategi yang tepat dalam rangka peningkatan daya saing dan antisipasi.

Mengingat pentingnya peran humas tersebut terutama dalam upaya meningkatkan citra PT PLN (Persero). Maka semua permasalahan yang berkaitan dengan humas dan publiknya, harus dikemas sedemikian rupa sehingga dapat terbentuk opini publik yang positif. Maka kegiatan komunikasi yang dilaksanakan oleh humas adalah menyampaikan beberapa informasi kepada khalayak PT PLN menyangkut informasi "*Same day service*".

Tugas penting dari komunikasi eksternal adalah mengadakan komunikasi yang efektif, baik itu yang bersifat informatif maupun persuasif, yang ditujukan kepada pihak publik. Informasi harus diberikan dengan jujur, berdasarkan fakta.

Maka tugas dari humas PT PLN (Persero) dalam melayani pelanggan, membentuk citra PT PLN (Persero) dimata pelanggan khususnya, serta akan mempengaruhi pula terhadap kemajuan perusahaan.

Dengan demikian perlu dipahami bahwa ada kaitan antara pelayanan yang baik akan menghasilkan opini yang baik pula. Maka dapat dijabarkan bahwa strategi yang paling efisien dalam membentuk / mendapatkan opini yang positif adalah dengan wujud pelayanan. Karena dengan pelayanan, pelanggan akan mendapatkan suatu kesan yang tertanam dibenak mereka. Kesan itu dipertajam oleh nilai-nilai budaya yang dianut, serta berita yang berkembang. Dengan begitu, komponen tersebut dapat memberikan suatu rekaman kesan dalam diri seseorang bila dikemudian hari dapat diingat kembali jika berhadapan dengan stimulus tertentu. Stimulus yang masuk akan dicocokkan dengan rekaman yang ada untuk memberikan suatu interpretasi. Interpretasi inilah yang yang melahirkan pendirian seseorang, apakah dia menerima dengan baik atau buruk. Dengan pendirian tersebut dapat dikatakan suatu sikap yaitu opini, sehingga jika diungkapkan dalam bentuk, verbal, simbol, raut muka, ekspresi, tingkah laku yang baik, menandakan perusahaan tersebut mendapatkan nilai yang baik atau positif dari pelanggannya. Jadi yang dapat mempengaruhi opini pelanggan terhadap suatu perusahaan adalah kesan yang timbul dari pemahaman akan suatu kenyataan, dari kenyataan itu berupa pelayanan.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan pada latar belakang masalah yang sebagaimana telah diuraikan diatas, maka rumusan masalah yang akan peneliti ajukan disini adalah sebagai berikut:

**“Bagaimanakah Opini Pelanggan terhadap pelayanan Customer Service “Same Day Service” dalam Penambahan Daya PT PLN (Persero) di Area Pelayanan Menteng?”**

### **1.3 Tujuan Penelitian**

- Untuk mengetahui opini pelanggan terhadap pelayanan *Customer Service* “*Sameday Service*” Penambahan Daya PT PLN (Persero) APL Menteng.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

#### **1.4.1 Secara Teoritis**

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan dalam bidang ilmu komunikasi secara umum, dan khususnya ilmu Hubungan Masyarakat.

#### **1.4.2 Secara Praktis**

Secara praktis, hasil penelitian yang diperoleh dilapangan, diharapkan dapat memberikan masukan atau saran kepada PT PLN (Persero) mengenai kebijakan selanjutnya yang diambil dalam menanggapi semua masukan dari pelanggan dan masyarakat

### **1.5 Sistematika Penulisan**

➤ **Bab 1**

Pendahuluan peneliti menjabarkan mengenai latar belakang masalah, fokus penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

➤ **Bab II**

Tinjauan Pustaka Bab ini menguraikan mengenai landasan teori yang terdiri dari kerangka teori dan kerangka pemikiran.

➤ **Bab III**

Metode penelitian Bab ini menguraikan tentang desain penelitian, bahan penelitian dan unit analisis, populasi dan sampel, teknik pengambilan data, validitas dan realibilitas, serta analisis data.

➤ **Bab IV**

Berisikan sejarah singkat perusahaan PT PLN (Persero), gambaran umum public relations PT PLN (Persero) dan pembahasan

➤ **Bab V**

Berisikan kesimpulan dan saran apa yang telah dilakukan peneliti. Serta saran berisikan masukan-masukan dari peneliti kepada perusahaan tempat peneliti mengadakan penelitian yakni di PT PLN (Persero) APL Menteng.