



Strategi Komunikasi Petugas Pelayanan dalam Membangun Relasi dengan Pelanggan di PLN Cabang Kota Depok

Sri Astuti¹, Bonardo Marulitua A², M. Ismail Alif³

^{1,2,3} Universitas Bina Sarana Informatika

E-mail : sapuput2205@gmail.com

Article Info

Article history:

Received September 28, 2025

Revised October 02, 2025

Accepted October 07, 2025

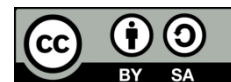
Keywords:

Communication Strategy,
Public Service, PLN Officers,
Customer Relationship, Paul A.
Argenti

ABSTRACT

Public service is a key factor in building public trust, including in the energy sector managed by PLN. However, issues such as miscommunication, delayed responses, and lack of transparency remain challenges that must be addressed. This study aims to analyze the communication strategies of PLN service officers at the Depok Branch in building relationships with customers and their contribution to improving service quality. The research employed a descriptive qualitative approach with a constructivist paradigm. Data were collected through in-depth interviews, observation, and documentation, and then analyzed using the interactive model of Miles and Huberman. The findings reveal that officers apply communication strategies based on message clarity, the 5S principles (smile, greet, salute, polite, and courteous), and the use of both face-to-face and digital media such as WhatsApp and the PLN Mobile application. This study is aligned with Paul A. Argenti's Strategic Communication Theory, which emphasizes the importance of message consistency, communication clarity, and audience verification. These strategies proved effective in enhancing customer satisfaction, fostering long-term relationships, and strengthening PLN's professional image. The study concludes that effective communication is the main factor in the success of public service, with practical implications for PLN to improve staff training and accelerate digital service responses.

This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.



Article Info

Article history:

Received September 28, 2025

Revised October 02, 2025

Accepted October 07, 2025

Keywords:

Strategi Komunikasi,
Pelayanan Publik, Petugas
PLN, Hubungan Pelanggan,
Paul A. Argenti

ABSTRAK

Pelayanan publik merupakan faktor kunci dalam membangun kepercayaan masyarakat, termasuk pada sektor energi yang dikelola oleh PLN. Namun, permasalahan seperti miskomunikasi, keterlambatan respons, dan kurangnya transparansi masih menjadi tantangan yang harus diatasi. Penelitian ini bertujuan menganalisis strategi komunikasi petugas pelayanan PLN Cabang Kota Depok dalam membangun relasi dengan pelanggan serta kontribusinya terhadap peningkatan kualitas layanan. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan paradigma konstruktivistik. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi, kemudian dianalisis menggunakan model interaktif Miles dan Huberman. Hasil penelitian menunjukkan bahwa petugas menerapkan strategi komunikasi berbasis kejelasan pesan, prinsip 5S (senyum, sapa, salam, sopan, santun), serta pemanfaatan media tatap muka maupun digital seperti WhatsApp dan aplikasi PLN Mobile. Penelitian ini selaras dengan Teori Strategi Komunikasi Paul A. Argenti yang menekankan pentingnya konsistensi pesan, kejelasan komunikasi, serta verifikasi terhadap audiens. Strategi tersebut mampu meningkatkan kepuasan, membangun hubungan jangka



panjang, dan memperkuat citra profesional PLN. Kesimpulan penelitian menegaskan bahwa efektivitas komunikasi menjadi faktor utama keberhasilan pelayanan publik, dengan implikasi praktis bagi PLN untuk memperkuat pelatihan petugas dan mempercepat respons layanan digital.

This is an open access article under the [CC BY-SA](#) license.



Corresponding Author:

Sri Astuti
Universitas Bina Sarana Informatika
sapuput2205@gmail.com

PENDAHULUAN

Pelayanan publik merupakan bentuk pemenuhan kebutuhan masyarakat oleh penyelenggara negara yang mencakup aspek kesehatan, pendidikan, dan layanan dasar lain. Konsep pelayanan publik tidak hanya berorientasi pada kebutuhan individu, tetapi juga pada kepentingan kolektif masyarakat luas (Rachman, 2021). Kualitas pelayanan publik mencerminkan profesionalisme suatu lembaga dalam memberikan kepuasan kepada masyarakat. Apabila pelayanan berjalan efektif, maka kepercayaan publik akan semakin kuat. Oleh karena itu, pelayanan publik menjadi salah satu indikator penting keberhasilan suatu institusi.

Komunikasi memiliki peranan vital dalam menunjang kualitas pelayanan publik. Informasi, prosedur, dan mekanisme pengaduan harus disampaikan dengan jelas agar dapat dipahami masyarakat. Komunikasi yang efektif dapat meningkatkan transparansi sekaligus memperkuat rasa percaya masyarakat terhadap lembaga penyedia layanan. Selain itu, komunikasi yang baik memudahkan masyarakat dalam mengakses hak serta layanan yang mereka butuhkan. Hal ini menjadikan komunikasi sebagai faktor kunci dalam peningkatan kualitas pelayanan publik.

Pelayanan publik yang berkualitas sangat dipengaruhi oleh kemampuan petugas dalam berkomunikasi. Petugas harus mampu memberikan informasi dengan ramah, menyelesaikan keluhan, serta menanggapi pertanyaan masyarakat secara profesional. Masyarakat yang merasa didengar dan dihargai akan lebih puas terhadap layanan yang diterima. Dengan komunikasi yang tepat, hak pelanggan dapat dipahami dengan lebih baik. Kondisi ini akan memperkuat ikatan positif antara masyarakat dan penyelenggara layanan.

Sebagai perusahaan negara, PLN memegang tanggung jawab strategis dalam menyediakan listrik bagi seluruh rakyat Indonesia. Namun, tanggung jawab besar tersebut juga menyimpan risiko terhadap citra perusahaan. Pemadaman listrik mendadak tanpa pemberitahuan menimbulkan ketidaknyamanan dan mengganggu produktivitas masyarakat. Jika kejadian ini berlangsung berulang, maka reputasi PLN akan dipertanyakan oleh publik. Hal ini mencerminkan bagaimana kualitas layanan berpengaruh langsung terhadap citra institusi (Sonia, 2021).



Selain pemadaman, keluhan masyarakat juga muncul dari lambatnya penanganan gangguan teknis di lapangan. Kasus kabel putus, tiang tumbang, atau gardu rusak sering kali ditangani tidak cepat, sehingga menimbulkan kesan kurang responsif. Keterlambatan tersebut dapat mengganggu aktivitas masyarakat dan bahkan membahayakan keselamatan mereka. Masyarakat merasa terabaikan ketika institusi tidak segera merespons kondisi darurat. Situasi ini menandakan masih adanya kelemahan dalam kesiapan PLN (Alyanas, 2024).

Transparansi penagihan listrik juga menjadi persoalan yang menimbulkan ketidakpercayaan publik. Kenaikan tagihan yang tidak wajar tanpa disertai penjelasan memadai sering menimbulkan pertanyaan di kalangan pelanggan. Kondisi ini semakin buruk jika pengaduan yang disampaikan tidak ditindaklanjuti dengan baik. Akibatnya, citra PLN sebagai lembaga yang ramah terhadap kritik ikut tercoreng. Ketidakjelasan dalam komunikasi tarif memperbesar jarak antara institusi dan masyarakat (Sari, Rizki, Frisca, Rahma, & Hafidz, 2020).

Tantangan lain adalah isu integritas yang menyangkut praktik korupsi dan penyalahgunaan wewenang di internal perusahaan. Sebagai BUMN, PLN berada dalam sorotan publik sehingga setiap penyimpangan akan berdampak besar. Kasus-kasus yang melibatkan pejabat atau pegawai dapat merusak kepercayaan masyarakat secara menyeluruh. Citra institusi akan runtuh bila tidak dikelola dengan komunikasi yang transparan. Hal ini menunjukkan pentingnya integritas dalam pelayanan publik.

Di era digital, penyebaran informasi negatif mengenai PLN dapat berlangsung sangat cepat melalui media sosial. Opini masyarakat mudah terbentuk dari pengalaman pribadi maupun kabar yang beredar luas. Pelayanan pelanggan menjadi tolok ukur penting dalam situasi ini. Jika petugas di lapangan atau layanan pengaduan bersikap kurang ramah dan informatif, citra negatif akan segera menyebar (Alyanas, 2024). Oleh karena itu, perilaku petugas menjadi representasi langsung profesionalisme PLN di mata masyarakat.

Komitmen PLN terhadap isu lingkungan juga menjadi perhatian publik. Dalam konteks perubahan iklim global, masyarakat menilai pentingnya transisi menuju energi terbarukan. Jika PLN dianggap lamban dalam mendukung energi ramah lingkungan seperti tenaga surya atau air, maka reputasi perusahaan akan menurun. PLN tidak cukup hanya menghindari kesalahan, tetapi juga harus menunjukkan inovasi dan transparansi. Dukungan publik dan kolaborasi antarpihak menjadi syarat keberlanjutan pelayanan (Veranita & Hatimatunnisani, 2021).

PLN memiliki tanggung jawab tidak hanya sebagai entitas bisnis, tetapi juga sebagai penyedia layanan publik. Kewajiban utama meliputi pemerataan listrik, menjaga kontinuitas layanan, serta transparansi dalam tarif dan pengaduan. Namun, tantangan masih muncul terutama dalam interaksi langsung antara petugas dan masyarakat. Kualitas komunikasi sering kali menjadi penentu utama keberhasilan layanan. Hal ini memperlihatkan bahwa pelayanan publik tidak hanya menyangkut aspek teknis, melainkan juga aspek komunikasi.

Hasil observasi awal di PLN Cabang Kota Depok menunjukkan banyak pengaduan pelanggan yang tidak terjawab dengan baik. Miskomunikasi menjadi faktor dominan yang memicu ketidakpuasan. Untuk mengatasinya, petugas menerapkan strategi komunikasi 5S (Senyum, Sapa, Salam, Sopan, Santun) dan memanfaatkan media digital seperti PLN Mobile, Call Center, serta media sosial (Wawancara: Rivanni, 15 Mei 2025). Meski demikian,



efektivitasnya masih perlu dievaluasi secara mendalam. Hal ini penting agar pelayanan publik benar-benar sesuai ekspektasi masyarakat.

Data dari PLN Cabang Kota Depok tahun 2024 menunjukkan terdapat 341.246 pelanggan aktif dengan 31.326 pengaduan selama satu tahun. Keluhan tertinggi meliputi permintaan informasi, APP, pemasangan baru, tagihan listrik, serta pemutusan sambungan (Data: PLN Cabang Kota Depok 2024). Tingginya angka pengaduan memperlihatkan masih adanya gap dalam strategi komunikasi. Meskipun petugas berupaya memberikan pelayanan ramah, respons yang lambat tetap menjadi kendala utama. Hal ini menandakan perlunya peningkatan kualitas komunikasi layanan.

Fenomena komunikasi di PLN Cabang Kota Depok dapat dianalisis dengan Teori Strategi Komunikasi Paul A. Argenti. Teori ini menekankan tiga elemen penting, yaitu penyusunan pesan, pemilihan media, dan evaluasi hasil komunikasi. Dalam praktiknya, PLN menghadapi kelemahan pada desain pesan yang kurang jelas, pemanfaatan media yang belum optimal, serta evaluasi yang belum terstruktur (Pramudita et al., 2024). Oleh karena itu, teori Argenti relevan digunakan sebagai kerangka untuk menilai efektivitas komunikasi PLN.

Dengan demikian, penelitian ini berangkat dari kebutuhan untuk mengkaji strategi komunikasi petugas pelayanan PLN dalam membangun relasi dengan pelanggan. Meskipun strategi 5S telah diterapkan dan media digital dimanfaatkan, kendala miskomunikasi dan keterlambatan respons masih sering terjadi. Evaluasi menyeluruh diperlukan agar strategi komunikasi lebih adaptif terhadap kebutuhan pelanggan. Penelitian ini penting untuk menilai sejauh mana strategi komunikasi yang ada dapat mendukung peningkatan kualitas pelayanan publik dan memperkuat kepercayaan masyarakat terhadap PLN.

LITERATURE REVIEW

Pelayanan publik merupakan salah satu indikator utama kualitas lembaga dalam memenuhi kebutuhan masyarakat. Komunikasi berperan penting dalam membangun legitimasi institusi karena bukan sekadar penyampaian pesan, tetapi juga sarana menciptakan kepercayaan dan kepuasan publik. Layanan publik yang efektif akan tercapai jika komunikasi antara petugas dan masyarakat berlangsung secara terbuka, transparan, serta mudah dipahami. Oleh karena itu, pemahaman terhadap teori komunikasi kontemporer sangat relevan untuk menganalisis praktik pelayanan di PLN (Zamzami, 2021).

Teori Strategi Komunikasi yang dikemukakan oleh Paul A. Argenti menjadi kerangka konseptual utama dalam penelitian ini. Argenti menegaskan bahwa strategi komunikasi organisasi harus terintegrasi dengan tujuan strategis perusahaan. Tiga elemen utama dalam teori ini meliputi perumusan pesan yang jelas, pemilihan media yang tepat sasaran, serta evaluasi hasil komunikasi untuk mengukur keberhasilan pencapaian tujuan. Kerangka ini dapat menjadi acuan bagi PLN dalam memperbaiki pola komunikasi yang dijalankan oleh petugas pelayanan (Tomasowa, 2020).

Pesan komunikasi dipahami sebagai simbol, tanda, atau ungkapan yang dirancang untuk memengaruhi penerima. Dalam pelayanan publik, pesan yang jelas, konsisten, dan sesuai dengan karakteristik audiens dapat menghindarkan miskomunikasi. Sebaliknya, pesan yang disusun secara kurang tepat sering menimbulkan salah tafsir yang berujung pada ketidakpuasan



pelanggan. Oleh karena itu, penyusunan pesan petugas pelayanan PLN menjadi aspek krusial dalam menjaga hubungan baik dengan pelanggan (Nur, 2021).

Media komunikasi juga menjadi instrumen penting dalam mendukung terciptanya layanan publik yang efektif. Perkembangan media digital memungkinkan komunikasi berlangsung dua arah secara lebih interaktif dan responsif. Penggunaan aplikasi mobile, media sosial, maupun kanal daring lain menjadi strategi yang adaptif dalam menjangkau pelanggan. Namun, efektivitas media sangat ditentukan oleh kemampuan institusi dalam merespons secara cepat dan tepat (Kurmia, 2025).

Petugas pelayanan PLN merupakan representasi langsung citra perusahaan di hadapan publik. Mereka memiliki peran strategis tidak hanya sebagai pelaksana teknis, tetapi juga sebagai penghubung utama dengan pelanggan. Keterampilan komunikasi interpersonal, empati, dan kemampuan menyelesaikan masalah menjadi kompetensi penting yang harus dimiliki. Apabila petugas mampu menjalankan perannya dengan baik, maka kepuasan dan kepercayaan pelanggan terhadap PLN akan semakin meningkat (Yusdiani et al., 2025).

Penelitian terdahulu menunjukkan variasi fokus dalam pembahasan komunikasi organisasi di lingkungan publik maupun PLN. Sofyana (2021) meneliti pengaruh kecerdasan emosional dan komunikasi interpersonal terhadap kinerja karyawan PLN Cabang Ternate. Irwanto & Cangara (2020) membahas pemanfaatan media sosial dalam komunikasi krisis pada kasus pemadaman listrik di Sulawesi Selatan. Nugroho (2021) menyoroti strategi komunikasi CSR PLN terhadap komunitas nelayan. Sementara itu, Sari (2022) meneliti dampak kegiatan CSR PLN terhadap reputasi perusahaan pasca krisis listrik tahun 2019.

Dari berbagai penelitian tersebut, terlihat adanya kesenjangan penelitian yang cukup jelas. Sebagian besar studi masih berfokus pada aspek komunikasi internal, manajemen krisis, atau program CSR. Belum banyak penelitian yang menitikberatkan pada strategi komunikasi petugas pelayanan sebagai aktor garis depan yang berinteraksi langsung dengan pelanggan. Padahal, kualitas hubungan antara pelanggan dengan institusi publik sangat ditentukan oleh interaksi sehari-hari yang berlangsung dalam ruang lingkup pelayanan. Hal ini menegaskan pentingnya penelitian yang lebih terfokus pada komunikasi petugas pelayanan PLN.

Dengan demikian, penelitian ini mengambil posisi penting dalam memperluas kajian strategi komunikasi dalam pelayanan publik. Fokus pada PLN Cabang Kota Depok yang memiliki jumlah pelanggan besar menghadirkan konteks urban yang kompleks dan menuntut responsivitas tinggi. Penggunaan kerangka teori Paul A. Argenti memberikan dasar analisis yang kuat dalam mengidentifikasi kelemahan komunikasi petugas, baik dalam aspek pesan, media, maupun evaluasi. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dan praktis bagi pengembangan strategi komunikasi yang lebih efektif, adaptif, dan berkelanjutan.



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis deskriptif karena memungkinkan peneliti menggali secara mendalam strategi komunikasi petugas pelayanan PLN dalam membangun relasi dengan pelanggan. Tujuan pendekatan ini adalah menggambarkan fenomena sosial sebagaimana adanya berdasarkan pengalaman langsung serta interaksi informan (Syahrizal & Jailani, 2023). Paradigma penelitian yang dipakai adalah konstruktivistik, sebab realitas dipandang sebagai hasil konstruksi melalui pengalaman dan interaksi sosial (Solichin, 2021).

Lokasi penelitian ditentukan di PLN Cabang Kota Depok, Jawa Barat, dengan pertimbangan bahwa Depok merupakan kota urban dengan tingkat kepadatan penduduk dan aktivitas ekonomi yang tinggi, sehingga ekspektasi terhadap kualitas pelayanan PLN juga meningkat (Depok.go.id, 2023). Penelitian berlangsung selama satu bulan, mulai 26 Mei hingga 26 Juni 2025, dengan tahapan observasi awal, wawancara mendalam, serta analisis data (Data Olah Peneliti, 2025).

Subjek penelitian berfokus pada petugas pelayanan PLN Cabang Kota Depok sebagai aktor utama komunikasi dengan pelanggan. Pemilihan informan dilakukan secara purposive sampling dengan kriteria tertentu, yaitu petugas yang memiliki pengalaman minimal satu tahun dan pelanggan yang pernah berinteraksi dengan layanan. Purposive sampling dipilih karena memungkinkan peneliti memperoleh data yang kaya dari informan yang relevan (Kumara, 2023).

Instrumen utama dalam penelitian ini adalah peneliti sendiri, yang berperan dalam menetapkan fokus penelitian, memilih informan, serta menganalisis data. Untuk mendukung peran tersebut, digunakan pula pedoman wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi sebagai instrumen tambahan (Moleong, 2018).

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui tiga cara, yaitu wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Wawancara bersifat semi-terstruktur sehingga memberikan ruang fleksibilitas dalam menggali data yang lebih mendalam dari petugas maupun pelanggan (Setyobudi, 2020:154). Observasi dilaksanakan secara partisipatif maupun non-partisipatif di kantor PLN Depok guna mencatat interaksi langsung, ekspresi, dan pola komunikasi yang



muncul. Dokumentasi berupa SOP, form keluhan, dan arsip pelayanan digunakan untuk melengkapi serta memperkuat data lapangan.

Data yang terkumpul dianalisis menggunakan model interaktif Miles dan Huberman (1994) yang terdiri atas reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan. Reduksi data dilakukan dengan memilah informasi relevan sesuai fokus penelitian, penyajian data ditampilkan dalam bentuk narasi deskriptif maupun tabel, sedangkan kesimpulan ditarik secara berulang dengan verifikasi berkesinambungan.

Validitas data diperkuat dengan teknik triangulasi, baik sumber maupun metode. Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan informasi dari petugas, pelanggan, dan dokumen resmi PLN, sementara triangulasi metode dilakukan melalui kombinasi wawancara, observasi, dan dokumentasi. Cara ini memastikan keabsahan temuan dan meningkatkan kredibilitas penelitian (Setyobudi, 2020).

Dengan pendekatan, teknik, dan prosedur yang terstruktur tersebut, penelitian ini memberikan jaminan validitas dan reliabilitas data serta memungkinkan penelitian direplikasi pada konteks serupa di bidang pelayanan publik.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perancangan Pesan Petugas Pelayanan PLN Cabang Kota Depok

Perancangan pesan pelayanan di PLN Cabang Kota Depok disusun dengan menekankan kejelasan, relevansi, dan kesesuaian dengan kebutuhan pelanggan. Pesan tidak bersifat satu arah atau kaku, melainkan adaptif sesuai situasi. Petugas mempertimbangkan karakteristik pelanggan, kondisi keluhan, serta media komunikasi yang digunakan. Salah satu petugas pelayanan, menjelaskan bahwa penyusunan pesan berlandaskan pada SOP dan pengalaman kerja, sedangkan informasi lebih detail biasanya diarahkan kepada aplikasi PLN Mobile atau website resmi sebagai sumber tambahan (Wawancara: Rivanni, 15 Mei 2025).



Gambar 2. Petugas Pelayanan dalam Melayani Pelanggan PLN

Petugas diberikan keleluasaan dalam merancang pesan selama tetap mengacu pada etika pelayanan dan standar teknis yang berlaku. Fleksibilitas ini membuat komunikasi dengan pelanggan dapat berlangsung lebih personal dan efisien. Jalur komunikasi yang digunakan umumnya melalui tatap muka di loket maupun lapangan, serta didukung oleh pemanfaatan media digital seperti WhatsApp yang semakin sering digunakan sebagai saluran cepat untuk mempermudah interaksi (Wawancara: Rizky, 17 Mei 2025).



Karakteristik pelanggan yang beragam menuntut strategi komunikasi yang fleksibel. Rizky menjelaskan bahwa sebagian pelanggan cepat memahami prosedur, sementara lainnya membutuhkan penjelasan berulang, bahkan terkait hal sederhana seperti batas waktu pembayaran tagihan listrik. Kondisi ini menuntut petugas untuk cepat menilai karakter pelanggan agar tidak terjadi miskomunikasi.

Strategi utama dalam penyusunan pesan adalah mendengarkan keluhan terlebih dahulu sebelum memberikan solusi. Dengan cara ini, komunikasi bersifat dua arah dan empatik. Pemahaman terhadap alasan pelanggan datang ke PLN dan masalah yang mereka hadapi menjadi dasar dalam merancang respon yang tepat. Pendekatan ini memperlihatkan bahwa pesan tidak hanya teknis, tetapi juga berorientasi pada konteks emosional pelanggan.

Ketika menghadapi pelanggan yang marah atau kecewa, petugas mengedepankan strategi komunikasi pasif dan empatik dengan menjaga sikap tenang, tidak konfrontatif, dan fokus menyelesaikan masalah. Petugas mengakui bahwa sering kali penjelasan harus diulang beberapa kali karena pelanggan menafsirkan informasi berbeda. Dalam situasi tersebut, peran petugas sebagai pendengar yang baik menjadi kunci meredakan ketegangan.

Komunikasi nonverbal juga berperan penting dalam memperkuat penyampaian pesan. Rivanni menegaskan bahwa ekspresi wajah, intonasi suara, dan bahasa tubuh turut menentukan penerimaan pesan. Bahasa yang digunakan bersifat formal, tetapi tetap hangat dan sopan, dengan intonasi menenangkan untuk menciptakan rasa nyaman dalam interaksi.

Analisis terhadap temuan ini menunjukkan keselarasan dengan teori Paul A. Argenti bahwa strategi komunikasi organisasi harus memenuhi unsur konsistensi, kejelasan, dan kesesuaian dengan audiens (Pramudita et al., 2024). Pesan pelayanan PLN Cabang Kota Depok memenuhi ketiga unsur tersebut, terlihat dari penerapan prinsip 5S (senyum, sapa, salam, sopan, santun) dalam interaksi dengan pelanggan. Temuan ini memperlihatkan bahwa komunikasi pelayanan PLN tidak berhenti pada penyampaian pesan, tetapi juga mencakup upaya evaluasi dan verifikasi untuk menjaga kredibilitas pesan.

Secara keseluruhan, perancangan pesan di PLN Cabang Kota Depok merupakan strategi komunikasi yang dinamis dan berorientasi pada hubungan jangka panjang. Pesan tidak hanya dipahami sebagai instruksi teknis, tetapi juga sebagai media membangun kepercayaan, memperkuat hubungan emosional, dan meningkatkan loyalitas pelanggan. Integrasi pengalaman praktis petugas dengan prinsip teori Argenti menjadikan komunikasi PLN lebih responsif, strategis, dan efektif dalam konteks pelayanan publik.

Proses Komunikasi dan Pemilihan Media

Proses komunikasi petugas pelayanan di PLN Cabang Kota Depok dibangun melalui pembekalan kompetensi yang berkesinambungan dan praktik langsung di lapangan. Pelatihan yang diberikan, seperti upskilling, penggunaan Google Meet, dan simulasi lapangan, tidak hanya menambah pengetahuan baru, tetapi juga mengingatkan pentingnya penerapan SOP komunikasi. Petugas menjelaskan bahwa pembekalan ini membantu petugas menjaga gaya bahasa dan intonasi yang sesuai standar ketika berinteraksi dengan pelanggan (Wawancara: Rivanni, 15 Mei 2025). Selain itu, interaksi sehari-hari menjadi sarana belajar kontekstual, di mana petugas memastikan pemahaman pelanggan dengan melakukan klarifikasi ulang setelah



menyampaikan informasi, untuk menghindari kesalahpahaman dalam komunikasi (Wawancara: Rizky, 17 Mei 2025).

Untuk menilai efektivitas komunikasi, PLN memanfaatkan mekanisme survei kepuasan pelanggan dan sistem rating di aplikasi PLN Mobile. Melalui cara ini, kinerja pelayanan dapat diukur lebih objektif berdasarkan pengalaman pelanggan. Integrasi mekanisme evaluatif ini menunjukkan bahwa komunikasi tidak hanya berhenti di loket, tetapi juga terhubung dengan sistem kelembagaan.

Dalam praktiknya, petugas selalu mengedepankan prinsip 5S (senyum, sapa, salam, sopan, santun) sebagai acuan dasar. Meskipun menghadapi pelanggan dengan gaya komunikasi keras atau emosional, mereka tetap dituntut untuk menjaga sikap ramah dan profesional. Hal ini diperkuat dengan kesadaran bahwa pelayanan publik menuntut pengendalian emosi dan kesabaran, sehingga meski menghadapi pelanggan yang marah, petugas tetap konsisten menjaga etika pelayanan.

Kemampuan menyesuaikan gaya komunikasi dengan karakter pelanggan juga menjadi bagian penting. Petugas dituntut memahami cara merespons keluhan secara fleksibel dan solutif agar pesan tidak hanya bersifat teknis, tetapi juga empatik. Dengan demikian, komunikasi berlangsung dinamis dan menekankan keterampilan interpersonal dalam mengelola beragam situasi.

Dalam aspek pemilihan media, PLN Cabang Kota Depok memanfaatkan berbagai saluran komunikasi, baik konvensional maupun digital. Tatap muka menjadi media utama untuk menangani keluhan dan menjelaskan informasi teknis karena memberikan ruang interaksi dua arah secara intensif. Call center digunakan untuk melayani pelanggan jarak jauh, meskipun masih menghadapi kendala waktu tunggu. WhatsApp menjadi media tambahan yang efektif karena sifatnya cepat dan dekat dengan kebiasaan pelanggan, sedangkan aplikasi PLN Mobile menghadirkan layanan digital real time yang memuat informasi tagihan, keluhan, hingga fitur penilaian pelanggan. Survei kepuasan juga dimanfaatkan sebagai alat evaluasi strategi komunikasi.

Analisis menunjukkan bahwa pola komunikasi ini sejalan dengan teori Paul A. Argenti yang menekankan pentingnya keselarasan antara pesan, media, dan audiens. Tatap muka dipilih ketika komunikasi membutuhkan interaksi intensif, WhatsApp digunakan untuk komunikasi singkat dan personal, call center memperluas akses pelanggan, dan PLN Mobile berfungsi sebagai media digital yang adaptif serta evaluatif. Kombinasi ini memperlihatkan upaya PLN untuk menghadirkan komunikasi yang konsisten, jelas, dan sesuai kebutuhan pelanggan.

Secara keseluruhan, proses komunikasi di PLN Cabang Kota Depok menunjukkan penerapan strategi komunikasi yang adaptif, beretika, dan berbasis evaluasi. Pelatihan, praktik lapangan, pemanfaatan media beragam, serta konsistensi prinsip 5S membentuk pola komunikasi yang tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga membangun kepercayaan, meningkatkan kepuasan, dan memperkuat citra PLN sebagai institusi layanan publik yang profesional dan responsif.

Strategi Pembangunan dan Evaluasi Hubungan dengan Pelanggan

Strategi komunikasi petugas pelayanan di PLN Cabang Kota Depok berfokus pada pembangunan hubungan yang kuat dan berkelanjutan dengan pelanggan melalui kombinasi



responsivitas, keramahan, serta pendekatan personal. Hasil wawancara menunjukkan bahwa pelanggan merasa puas ketika keluhan mereka diselesaikan dengan cepat dan ramah, sebagaimana diungkapkan seorang pelanggan yang menilai pelayanan PLN cepat dan petugas lapangan langsung menindaklanjuti keluhan di hari yang sama (Wawancara: Siti, Pelanggan, 17 Mei 2025). Temuan ini menegaskan bahwa kecepatan layanan dan sikap ramah menjadi indikator penting dalam membangun kesan positif.

Selain itu, keterampilan komunikasi yang baik terbukti menjadi kunci dalam menjembatani pemahaman antara petugas dan pelanggan. Petugas menekankan pentingnya memahami karakter pelanggan agar informasi dapat diterima secara jelas. Hubungan jangka panjang pun terbangun melalui interaksi langsung yang berulang, seperti kunjungan lapangan rutin, yang menciptakan rasa akrab dan meningkatkan kepercayaan terhadap petugas maupun institusi.

Untuk memastikan efektivitas komunikasi, PLN menerapkan survei kepuasan pelanggan dan sistem rating melalui aplikasi PLN Mobile. Petugas menyatakan bahwa mekanisme ini digunakan untuk memperoleh umpan balik pelanggan secara objektif dan menjadi sarana evaluasi kualitas pelayanan (Wawancara: Rivanni, 15 Mei 2025). Evaluasi ini membuktikan bahwa komunikasi tidak hanya berakhir pada interaksi tatap muka, tetapi juga didukung oleh teknologi digital yang memperkuat akuntabilitas.

Analisis terhadap strategi yang dijalankan menunjukkan keselarasan dengan teori Paul A. Argenti. Petugas menjaga konsistensi pesan melalui penerapan prinsip 5S (senyum, salam, sapa, sopan, santun) dan melakukan klarifikasi langsung kepada pelanggan setelah penyampaian informasi. Proses verifikasi ini sesuai dengan pandangan Argenti bahwa komunikasi efektif harus mampu memastikan pemahaman, membangun penerimaan, dan mendorong tindakan positif.

Secara keseluruhan, strategi pembangunan dan evaluasi hubungan pelanggan di PLN Cabang Kota Depok menegaskan bahwa komunikasi tidak berhenti pada penyampaian informasi teknis, melainkan juga mengedepankan empati, etika, serta evaluasi berkelanjutan. Dengan mengoptimalkan media komunikasi digital sekaligus menjaga pendekatan personal, PLN berhasil memperkuat citra sebagai penyedia layanan publik yang profesional, responsif, dan terpercaya.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi petugas pelayanan PLN Cabang Kota Depok berperan signifikan dalam membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan. Kejelasan penyampaian pesan, penggunaan media komunikasi yang adaptif, serta penerapan prinsip 5S terbukti mampu meningkatkan kepuasan dan kepercayaan publik. Temuan ini juga mengonfirmasi bahwa komunikasi yang responsif dan empatik tidak hanya menyelesaikan keluhan pelanggan secara teknis, tetapi juga memperkuat citra institusi sebagai penyedia layanan publik yang profesional. Dengan demikian, penelitian ini menegaskan bahwa keberhasilan pelayanan publik sangat bergantung pada kualitas komunikasi yang dijalankan oleh petugas di garis depan.

Dari sisi kontribusi ilmiah, hasil penelitian memperkaya kajian strategi komunikasi Paul A. Argenti, khususnya terkait pentingnya konsistensi, kejelasan, serta proses verifikasi pesan dalam konteks pelayanan publik. Adapun implikasi praktisnya, penelitian ini menegaskan perlunya pelatihan berkelanjutan bagi petugas, optimalisasi penggunaan media digital seperti



PLN Mobile, serta penerapan evaluasi melalui survei kepuasan pelanggan sebagai tolak ukur kualitas pelayanan. Keterkaitan dengan masalah yang diuraikan pada pendahuluan juga terlihat jelas, di mana strategi komunikasi terbukti menjadi jawaban atas tantangan berupa miskomunikasi, keterlambatan respons, serta kurangnya transparansi layanan. Dengan langkah tersebut, PLN dapat memperkuat relasi jangka panjang dengan pelanggan sekaligus meningkatkan kredibilitasnya sebagai institusi layanan publik.

KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa strategi komunikasi yang diterapkan petugas pelayanan PLN Cabang Kota Depok berperan penting dalam membangun dan memperkuat relasi dengan pelanggan. Kejelasan pesan, penerapan prinsip 5S (senyum, sapa, salam, sopan, santun), serta penggunaan media komunikasi yang adaptif terbukti mampu meningkatkan kepuasan dan kepercayaan masyarakat. Temuan ini menunjukkan bahwa keberhasilan pelayanan publik tidak hanya ditentukan oleh aspek teknis, tetapi juga oleh kualitas komunikasi yang responsif, empatik, dan konsisten.

Selain itu, hasil penelitian menegaskan bahwa evaluasi melalui survei kepuasan pelanggan, pemanfaatan aplikasi PLN Mobile, serta pembekalan kompetensi komunikasi bagi petugas menjadi faktor penting untuk menjaga profesionalitas dan memperkuat citra institusi. Dengan demikian, strategi komunikasi yang dijalankan di PLN Cabang Kota Depok dapat dijadikan model dalam upaya meningkatkan kualitas pelayanan publik di sektor energi. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan agar kajian diperluas pada cabang PLN di daerah lain guna memperoleh perbandingan yang lebih komprehensif, sementara dalam praktik lapangan, penting bagi PLN untuk terus mengoptimalkan pelatihan berkelanjutan serta mempercepat respons melalui saluran digital agar kepuasan pelanggan dapat semakin ditingkatkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abraham, W. N. (2021). Strategi komunikasi CSR PT PLN (Persero) UIK Tanjung Jati B terhadap komunitas nelayan Pulau Panjang. *Jurnal Komunikasi dan Media*, 2(1), 34–45.
- Bakrie, F. (2024). Strategi komunikasi digital dan peran media sosial dalam pelayanan publik. *Jurnal Media dan Komunikasi*, 13(2), 97–105.
- Bhinneka, M. (2024). Strategi humas dan citra organisasi. *Jurnal Ilmu Komunikasi Publik*, 9(1), 77–89.
- Depok.go.id. (2022). Profil pelayanan publik Kota Depok. Laporan internal pemerintah daerah.
- Gerungan, K. K. I., Darmastuti, R., & Kristiyani, D. N. (2024). Strategi komunikasi Kementerian Kelautan dan Perikanan dalam mensosialisasikan kebijakan penangkapan ikan terukur (studi kasus nelayan Kota Tegal).
- Gultom, S. (2020). Hak dan kewajiban konsumen dalam pelayanan publik. *Jurnal Komunikasi Publik*, 5(2), 112–119.



- Herlina, R. B. F., Nova, F. S., Adrian, K., Kahfi, A.-M., Ganiem, M. L., Putri, S. S., Hasibuan, N., Subchan, N., & Deryansyah, D. A. (2023). Pengantar ilmu komunikasi (A. Khakim, Ed.; 1st ed.). CV Basya Media Utama.
- Hutapea, J., & Natsir, A. (2020). Keterampilan komunikasi dalam pelayanan publik. *Jurnal Administrasi dan Kebijakan Publik*, 11(1), 45–56.
- Irwanto, & Cangara, H. (2020). Pemanfaatan platform media sosial dalam merespons krisis komunikasi: Strategi public relations PT PLN pada kasus pemadaman listrik Sulawesi Selatan. *Jurnal Komunikasi Universitas Hasanuddin*, 8(2), 55–68.
- Kumara, A. (2023). Metode penelitian kualitatif deskriptif dalam ilmu sosial. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Kusuma, A., & Lestari, D. (2021). Empati dan kepuasan pelanggan pada layanan pelanggan PLN. *Jurnal Psikologi Konsumen*, 8(2), 101–110.
- Millah, A. S., Apriyani, A., Febriani, E. S., & Ramdhani, E. (2023). Analisis data dalam penelitian tindakan kelas. *Jurnal Kreativitas Mahasiswa*, 1(2), 140–153.
- Nasution, H. (2020). Analisis strategi pelayanan pelanggan di BUMN energi. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 13(1), 88–97.
- Setiawan, A., & Maulana, R. (2021). Evaluasi kinerja pelayanan publik PLN Depok. *Jurnal Manajemen Pelayanan Publik*, 6(2), 77–89.
- Solichin, M. M. (2021). Paradigma konstruktivisme dalam belajar dan pembelajaran (H. Nurhadi, Ed.).
- Sugiyono. (2018). Metode penelitian kombinasi (mix methods). Bandung: Alfabeta.
- Syahrizal, & Jaelani, A. (2023). Pendekatan penelitian kualitatif dalam ilmu sosial. Jakarta: Rajawali Pers.
- Veranita, M., & Hatimatunnisani, H. (2021). Kualitas pelayanan publik pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan PT PLN (Persero) Rayon Bandung Selatan. *Jurnal E-Bis (Ekonomi-Bisnis)*, 5(1), 249–259.
- Yusdiani, S., Ilmi, N., Zahara, U., Wiftada, & Hanoselina, Y. (2025). Penerapan PLN Mobile sebagai bentuk digitalisasi di Kantor Perusahaan Listrik Negara (PLN) ULP Belanti Kota Padang. *Jurnal Intelek Insan Cendikia*, 2(5), 7954–7965.