

IMPLEMENTASI STRATEGI KOMUNIKASI INFORMATIF DALAM MENINGKATKAN CITRA POSITIF PT.PLN (PERSERO) ULP GAMBUT

Nasmilia Arya Ningsih¹, Lieta Dwi Novianti², Laila Qadariah³
Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Islam Kalimantan MAB

ABSTRAK

Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui gambaran strategi komunikasi informatif yang dilakukan PT.PLN (Persero) ULP Gambut dalam meningkatkan citra positifnya di mata masyarakat Gambut.

Metode Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Data dikumpulkan dengan melakukan wawancara dan observasi kepada 10 orang informan. Analisis data menggunakan reduksi, display, dan verifikasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi informatif yang dilakukan PT.PLN (Persero) ULP Gambut dalam meningkatkan citra positif sudah cukup baik. karena dari hasil penelitian masyarakat Gambut bisa mendapatkan informasi lebih banyak mengenai program-program yang dimiliki oleh PT.PLN (Persero) ULP Gambut selain itu juga dengan strategi ini mereka juga dapat bertanya langsung tentang apa yang mereka tidak pahami. Sehingga masyarakat juga dapat merasa cukup puas dengan pelayanan yang diberikan oleh PT.PLN (Persero) ULP Gambut.

Kata kunci : *Strategi komunikasi informatif, Citra positif*

ABSTRACT

The research objective was to describe the informative communication strategy carried out by PT PLN (Persero) ULP Gambut in increasing its positive image in the eyes of the Gambut community.

This research method uses a qualitative approach with descriptive research type. Data were collected by conducting interviews and observations to 10 informants. Data analysis using reduction, display, and verification. The results showed that the informative communication strategy carried out by PT PLN (Persero) ULP Gambut in increasing a positive image was good enough. because from the research results the Gambut community can get more information about the programs owned by PT PLN (Persero) ULP Gambut. Besides that, with this strategy they can also ask directly what they do not understand. So that the community can also feel quite satisfied with the servants provided by PT PLN (Persero) ULP Gambut.

Keywords: informative communication strategy, positive image

PENDAHULUAN

PT. PLN (Persero) merupakan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak dalam bidang kelistrikan, dimana perusahaan ini bertujuan untuk memberikan pelayanan kepada seluruh pelanggan maupun calon pelanggan atau masyarakat dalam penyediaan jasa yang berhubungan dengan penjualan tenaga listrik khususnya dalam pemenuhan kebutuhan listrik di Indonesia. PT. PLN (Persero) Unit Induk Wilayah Kalselteng memiliki 5 UP3 yang membawahi 33 ULP diantaranya UP3 Banjarmasin yang membawahi 6 ULP yang dimana salah satunya adalah ULP Gambut. Pembagian ini bertujuan untuk mempermudah pelayanan pemenuhan kebutuhan listrik.

Menurut Yuliningrum (2016) energi listrik merupakan salah satu pendukung strategis yang berperan sangat penting dalam tatanan bangsa dan bernegara. Dapat diartikan bahwa energi listrik sangat berpengaruh terhadap pembangunan negara baik secara sosial maupun secara ekonomi

Dari pentingnya kebutuhan listrik bagi negara ataupun masyarakat menyebabkan masyarakat sangat bergantung atas kebutuhan listrik itu sendiri. Bergantungnya masyarakat terhadap kebutuhan listrik menyebabkan permintaan kebutuhan listrik semakin meningkat. Seiring dengan meningkatnya kebutuhan masyarakat, maka konsumsi akan barang-barang selain kebutuhan dasar semakin meningkat.

PT. PLN (Persero) ULP Gambut sebagai Badan Usaha Milik Negara (BUMN) diharapkan dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan dari dunia usaha pada umumnya dan pada masyarakat khususnya, serta harus dapat mempertahankan citra positif di masyarakat. PT. PLN (Persero) ULP Gambut harus dapat memberikan kepuasan kepada masyarakat selaku konsumen dan memberikan citra yang positif di mata masyarakat. Dengan cara memberikan pelayanan yang berkualitas.

Melihat keadaan tersebut PT. PLN (Persero) ULP Gambut berupaya untuk memperbaiki pelayanan dengan memberikan pelayanan yang terbaik terhadap masyarakat. Dengan pelayanan yang baik, diharapkan masyarakat akan merasa dihargai dan tidak merasa diabaikan haknya dan akhirnya sebagai pengguna atau pelanggan dari jasa yang ditawarkan oleh PT. PLN (Persero) ULP Gambut akan merasa puas. Kepuasan pelanggan merupakan syarat untuk perusahaan bertahan dan merupakan hal yang sangat penting karena dengan mempertahankan kepuasan pelanggan maka akan tercipta pencintaan baik bagi perusahaan itu sendiri, serta adanya hubungan yang baik antara perusahaan dan pelanggan. Kepuasan pelanggan merupakan kunci suksesnya suatu perusahaan. Semakin tinggi tingkat perusahaan maka semakin positif pula citra atau keberhasilan yang dicapai perusahaan. Dengan keberhasilan yang dicapai maka perusahaan bisa mendapat kepercayaan yang baik.

Dalam meningkatkan kepuasan serta kepercayaan dari pelanggan strategi komunikasi dalam melakukan pelayanan dapat menjadi usaha untuk membangun citra positif dari masyarakat terhadap PT. PLN (Persero) ULP Gambut. Menurut Byrne (Brannan, 2005 :2) mendefinisikan strategi ialah sebuah pola yang mendasar dari sasaran yang berjalan dan yang telah direncanakan, penyebaran sumber daya dan interaksi organisasi dengan pasar (khalayak umum).

Adapun strategi komunikasi yang digunakan untuk meningkatkan citra positif perusahaan dimata masyarakat serta

meningkatkan hubungan antara PT. PLN (Persero) Gambut terhadap pelanggan yaitu dengan strategi komunikasi informatif. Strategi komunikasi informatif merupakan suatu pesan kepada beberapa orang atau sejumlah orang tentang hal-hal baru. Strategi komunikasi informatif biasanya dilakukan agar orang lain (komunikasikan) mengerti dan tahu. Selain itu, strategi komunikasi informatif dilakukan untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat tentang perubahan sosial, agar masyarakat dapat memusatkan perhatian akan kebutuhan perubahan, cara mengadakan perubahan, dan dapat menyiapkan sarana-sarana perubahan. Melalui informasi, masyarakat memperoleh kesempatan untuk mengambil bagian secara aktif dan memperoleh pengetahuan yang diperlukan dalam menghadapi perubahan.

Dapat disimpulkan bahwa strategi komunikasi informatif merupakan strategi yang dimana isi informasinya bertujuan untuk memberikan pengetahuan terhadap khalayak umum (sejumlah orang) mengenai sesuatu yang terjadi di lingkungan mereka serta mereka dapat berperan aktif juga dalam menerima informasi dan menyampaikan sesuatu apa adanya sehingga terjadinya sarana-sarana atau pemecahan permasalahan yang terjadi. Strategi komunikasi informatif dilakukan dengan melakukan pertemuan secara langsung dengan masyarakat, dengan pertemuan secara langsung maka akan memudahkan informasi sampai langsung kesejumlah orang, selain itu dengan pertemuan itu orang-orang dapat langsung bertanya dan memahami isi informasi yang disampaikan.

Dari berita tersebut dapat disimpulkan bahwa karena kurangnya informasi yang diberikan secara langsung oleh pihak PT. PLN (Persero) terhadap pelanggan atau masyarakat mengenai perubahan-perubahan yang terjadi seperti perubahan skema catat meteran menyebabkan pelanggan terkejut dan komplain. Adapun realita yang terjadi dilapangan, dimana daerah Gambut termasuk daerah pedesaan yang dimana penduduknya mayoritasnya menengah kebawah, dan untuk mengakses informasi

secara digital masih terhambat. Maka dari itu strategi komunikasi informatif ini sangat diharapkan dapat membantu PT.PLN (Persero) ULP Gambut untuk meningkatkan cita positifnya dimasyarakat. Hal ini dikarenakan dengan adanya strategi komunikasi informatif oleh PT. PLN (Persero) ULP Gambut terhadap pelanggan yang ada di daerah Gambut tersebut maka akan memudahkan para pelanggan mengetahui langsung serta dapat meengerti mengenai permasalahan-permasalahan yang terjadi di lapangan sehingga pelanggan yang mengerti tidak akan complain dan PT.PLN (Persero) ULP Gambut akan mendapat citra positif dari para pelanggan. Dengan berdasarkan latar belakang masalah tersebut maka peneliti ingin melakukan penelitian mengenai Implementasi Strategi Komunikasi Informatif dalam Meningkatkan Citra Positif di PT. PLN (Persero) Gambut.

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan pendekatan penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan pendekatan penelitian yang berorientasi pada fenomena atau gejala yang bersifat alami, karena orientasinya demikian dan sifatnya mendasar, serta naturalisme atau bersifat alami maka penelitian ini sering disebut dengan *naturalistic inquiry* atau *field study* (Mahmud, 2011:89). Sumber data dalam penelitian ini adalah orang-orang yang diwawancarai serta di observai oleh peneliti, serta orang-orang yang terlibat langsung dengan masalah penelitian. Dengan menggunakan metode penelitian kualitatif, maka peneliti sangat erat kaitannya dengan faktor-faktor kontekstual, jadi dalam hal ini sampling dijaring sebanyak mungkin dari berbagai sumber agar peneliti dapat menggali informasi yang menjadi dasar dan rancangan teori yang dibangun.

HASIL PENELITIAN

Penelitian deskriptif ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana gambaran strategi komunikasi informatif dalam

meningkatkan citra positif PT PLN (Persero) ULP Gambut.

1. Hasil wawancara Pegawai PT. PLN (Persero) ULP Gambut

Responden pertama adalah pegawai PT.PLN (Persero) ULP Gambut. Adapun pegawai yang menjadi responden dalam wawancara ini ada 5 orang yang berinisialkan L,M,H,B dan A. Berikut merupakan paparan hasil wawancara dengan mereka.

Berdasarkan penjelasan dari beberapa responden, citra yang ingin di capai PT.PLN (Persero) ULP Gambut tentu citra yang baik di mata masyarakat. Sebab dengan citra yang baik di masyarakat maka akan meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap kinerja PT.PLN (Persero) ULP Gambut. Adapun Strategi yang digunakan mereka dalam mengelola citra PT.PLN (Persero) ULP Gambut yaitu dengan memberikan pelayanan prima.

Pelayanan prima yang diberikan seperti memberikan pelayanan cepat tanggap serta memberikan strategi komunikasi informatif kepada para pelanggan atau masyarakat. Adapun keluhan-keluhan yang sering dikeluhkan pelanggan mengenai prosedur pemasangan baru, mengenai kondisi listrik yang sering padam, prosedur tambah daya, mengenai penyambungan sementara, mengenai peraturan tagihan listrik pascabayar, serta mengenai Penertiban Pemakaian Tenaga Listrik (P2TL) dimana keluhan-keluhan ini disebabkan oleh kurangnya informasi yang mereka dapatkan mengenai hal-hal tersebut. Mereka mengatakan bahwa sebenarnya dalam mengatasi keluhan-keluhan yang ada mereka berusaha untuk secepatnya dalam menangani namun, kembali lagi mereka harus tetap melihat dari urgensinya.

Langkah-langkah yang dilakukan PT.PLN (Persero) ULP Gambut dalam mengatasi komplain pelanggan yaitu dengan melakukan komunikasi yang baik, seperti dengan memberikan pengertian atau penjelasan kepada masyarakat atas kendala

yang terjadi serta berusaha memberikan tindakan secara cepat. Menurut mereka dengan strategi komunikasi informatif citra PT.PLN (Persero) ULP Gambut sedikit mendapat peningkatan, peningkatan yang belum begitu signifikan ini dikarenakan belum meratanya dan belum rutinnya strategi tersebut dilakukan.

Adapun mereka juga menjelaskan bahwa strategi komunikasi informatif ini dilakukan dengan mengumpulkan masyarakat di Kantor desa, dan memberikan penyuluhan secara langsung terhadap masyarakat, yang dimana penyuluhan tersebut berisikan informasi-informasi mengenai program-program yang ada di PT.PLN (Persero) ULP Gambut. Dari wawancara yang dilakukan mereka mengatakan bahwa strategi tersebut sudah cukup efektif, namun tetap masih perlu ditingkatkan lagi, sebab masih banyak kendala dalam melaksanakan strategi tersebut ditambah era yang semakin maju juga membuat keadaan selalu berubah sehingga pelayanan dan strategi harus selalu ditingkatkan menyesuaikan kondisi yang terjadi di masyarakat.

Kendala-kendala yang terjadi dalam melaksanakan strategi ini yaitu seperti masih kurangnya petugas pelayanan yang harus turun kelapangan, jarak yang masih sulit ditempuh petugas karena perkampungan harus melewati sungai dan jalan yang masih rusak serta waktu sosialisasi yang harus menyesuaikan dengan jadwal perusahaan. Adapun mereka mengatakan bahwa tanggapan masyarakat cukup mengapresiasi atas strategi yang telah diberikan. sebab strategi ini menurut masyarakat sedikit membantu permasalahan-permasalahan yang sering terjadi.

2. Hasil wawancara Pelanggan PT. PLN (Persero) ULP Gambut

Responden kedua adalah pelanggan dari PT.PLN (Persero) ULP Gambut. Adapun pelanggan yang menjadi responden dalam wawancara ini ada 5 orang yang

berinisialkan D,N,R,Y dan K. Berikut merupakan paparan hasil wawancara dengan mereka.

Berdasarkan penjelasan dari beberapa responden, layanan yang diberikan oleh PT.PLN (Persero) ULP Gambut sudah cukup baik, hanya saja memang masih perlu beberapa hal yang harus diperhatikan serta ditingkatkan. Menurut mereka layanan seperti menanggapi keluhan masyarakat itu sudah sangat baik, karena mereka menanggapi keluhan sangat ramah, sopan dan sangat menghargai pelanggan meskipun harus ditelpon di luar jam operasional namun yang cukup mengecewakan adalah tindak lanjut dari keluhan itu sangat lambat dan R juga mengatakan bahwa dia harus datang berulang kali agar segera ditindak lanjuti.

Adapun fungsi dari call center 123 menurut mereka juga masih kurang efektif sebab D dan K mengatakan bahwa dia lebih memilih untuk datang langsung karena selain tindak lanjut dari keluhan akan semakin lama di tanggapinya juga mereka merasa perlu mengeluarkan biaya pulsa yang cukup tinggi saat menelpon sehingga jika memang terjadi masalah yang cukup genting mereka lebih memilih datang langsung agar lebih cepat ditindak lanjuti.

Dari kondisi perekonomian yang ada, mayoritas penduduk Gambut bekerja sebagai petani serta peternak yang berada di kondisi menengah kebawah yang dimana mereka mengatakan bahwa mereka sangat minim dalam mendapatkan informasi mengenai program-program PT.PLN (Persero) ULP Gambut. Hal ini dikarenakan mereka tidak menggunakan sosial media. Namun mereka sangat terbantu dengan strategi komunikasi informatif ini. Karena menurut mereka strategi ini memudahkan mereka untuk mendapatkan informasi-informasi penting yang ada di PT.PLN (Persero) ULP Gambut selain itu mereka juga dapat melakukan tanya jawab secara langsung atas hal-hal yang kurang mereka pahami. D mengatakan bahwa dengan

strategi ini mereka juga bisa mendapatkan solusi yang dimana solusi tersebut tidak menyulitkan mereka dan tidak merugikan pihak PT.PLN (Persero) ULP Gambut.

Menurut mereka dengan adanya strategi ini mungkin bisa saja membuat PT.PLN (Persero) ULP Gambut mendapatkan citra yang positif di masyarakat, karena dianggap benar-benar peduli terhadap masyarakat menengah kebawah. Adapun masukan yang mereka berikan terhadap PT.PLN (Persero) ULP Gambut yaitu meningkatkan strategi yang telah dilakukan, karena strategi ini cukup baru dan masih sangat jarang dilakukan sehingga akan lebih baik jika ini dilakukan secara berkala.

PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

Strategi berasal dari bahasa Yunani yaitu “*strategos*”, yang terbentuk dari kata *strator* yang berarti militer. Seiring perkembangannya, strategi merupakan satu kesatuan rencana instansi atau perusahaan yang menyeluruh dan terpadu yang digunakan untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Semua perusahaan, lembaga atau instansi pemerintahan tentu ingin berhasil dalam mencapai tujuannya. Keberhasilan tersebut tidak dapat dicapai hanya berdasarkan kemampuan yang ada di perusahaan itu saja. Disamping itu perlu adanya pengertian, penerimaan dan keikutsertaan publiknya. Sama halnya dengan PT. PLN (Persero) ULP Gambut dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan atau masyarakat, harus memperhatikan publik dalam menjalankan strategi. Hal ini disebabkan karena keberhasilan suatu perusahaan sangat berpegang teguh atas citra yang didapatkan oleh perusahaan dari publik, maka untuk mendapatkan citra yang baik di mata publik PT. PLN (Persero) ULP Gambut juga tentu harus memiliki strategi yang mendukung.

Pada dasarnya citra merupakan pandangan atau penilaian yang dapat berupa kesan baik atau buruk dari masyarakat (publik) terhadap suatu perusahaan ataupun instansi.

Citra dilihat dari kesan pertama masyarakat (publik) dalam melihat tampilan perusahaan, fasilitas yang diberikan perusahaan serta pelayanan yang di dapat masyarakat dari perusahaan tersebut. Jika pelayanan serta fasilitas yang diberikan masyarakat sangat optimal maka perusahaan akan dengan mudah mendapatkan citra positif dari masyarakat tersebut. Namun, jika perusahaan sangat tidak kompeten terhadap pelayanan kepada masyarakat maka juga sangat mempengaruhi citra negatif yang akan di dapat perusahaan.

Dalam menentukan strategi pelayanan yang optimal PT. PLN (Persero) ULP Gambut harus mengetahui keluhan-keluhan yang terjadi di perusahaan sehingga dengan mengetahui keluhan-keluhan tersebut PT. PLN (Persero) ULP Gambut dapat mencari tahu penyebabnya dan dapat menentukan strategi yang tepat untuk keluhan-keluhan tersebut. Dari hasil wawancara yang dilakukan terhadap pegawai PT. PLN (Persero) ULP Gambut didapatkan keluhan-keluhan yang terjadi di PT. PLN (Persero) ULP Gambut sebagai berikut:

- a. Mengenai prosedur pemasangan baru.
- b. Mengenai kondisi listrik yang sering padam
- c. Mengenai prosedur tambah daya.
- d. Mengenai penyambungan sementara.
- e. Mengenai peraturan tagihan listrik pascabayar.
- f. Mengenai Penertiban Pemakaian Tenaga Listrik (P2TL)

Adapun alasan mengapa keluhan-keluhan tersebut terjadi yaitu karena kurangnya informasi yang mereka dapatkan mengenai program-program tersebut berdasarkan hasil wawancara dan observasi yang telah dilakukan, masyarakat Gambut mengatakan bahwa mereka masih sulit untuk mendapatkan informasi mengenai program-program yang ada di PT. PLN (Persero) ULP Gambut karena informasi-informasi mengenai program sering dilakukan melalui media sosial, yang dimana ini sangat berbanding terbalik dengan keadaan sosial yang terjadi di daerah Gambut. Dari mayoritas penduduk yang berada

di perkampungan dengan perekonomian yang masih menengah kebawah dan masih bergantung dengan hasil pertanian menyebabkan masyarakatnya tidak memungkinkan untuk selalu bisa update terhadap sosial media, sehingga untuk melaporkan keluhan atau bahkan ingin tau hal-hal mengenai program PT. PLN (Persero) ULP Gambut mereka harus datang langsung atau bertanya dengan tetangga-tetangga terdekat.

Dari kendala-kendala tersebut menjadikan seringnya terjadi kesalahpahaman antara PT. PLN (Persero) ULP Gambut dengan para pelanggan. Dari keluhan-keluhan yang didominasi karena kurangnya informasi yang didapatkan pelanggan mengenai program-program yang ada di PT. PLN (Persero) ULP Gambut, PT. PLN (Persero) ULP Gambut pun harus memiliki strategi yang tepat dalam mengatasi keluhan-keluhan yang terjadi sehingga PT. PLN (Persero) ULP Gambut juga dapat meningkatkan citra positif dari pelanggannya. Strategi yang dipilih PT. PLN (Persero) ULP Gambut dalam mengatasi keluhan agar dapat sekaligus meningkatkan citra positif ialah dengan strategi komunikasi informatif.

Menurut Smith (2005:3) strategi komunikasi dalam "*Strategic planning for public relations*" adalah kegiatan atau kampanye komunikasi yang bersifat informatif untuk membangun pemahaman dan juga dukungan terhadap ide, gagasan, atau kasus, produk maupun jasa yang terencana dilakukan oleh suatu organisasi baik yang berorientasi laba maupun nirlaba, yang memiliki tujuan, rencana dan berbagai alternatif yang berdasarkan riset dan memiliki evaluasi. Adapun Menurut Onong Uhjana Effendy (Nasor, 2018:78) komunikasi Informatif adalah suatu ketrampilan berkomunikasi dengan menyampaikan berbagai tanda informasi baik yang bersifat verbal, non-verbal maupun paralinguistik. Menyampaikan informasi kepada masyarakat tentang perubahan sosial, agar masyarakat dapat memusatkan perhatian akan kebutuhan

perubahan, cara mengadakan perubahan, dan dapat menyiapkan sarana-sarana perubahan.

Sejalan dengan pendapat tersebut PT. PLN (Persero) ULP Gambut melakukan kegiatan yang bersifat informatif dengan datang langsung ke perkampungan yang ada di daerah Gambut. Strategi ini dilakukan dengan memberikan penyuluhan secara langsung terhadap masyarakat, yang dimana penyuluhan ini dilakukan dengan mendatangkan pihak PT. PLN (Persero) ULP Gambut di bidang pelayanan ke kantor desa yang juga dihadiri oleh masyarakat desa. Kegiatan dilakukan dengan cara memberikan informasi-informasi mengenai program-program yang ada di PT. PLN (Persero) ULP Gambut kepada masyarakat dan sekaligus juga memberikan jalan-jalan terbaik (alternatif) dalam mengatasi permasalahan yang terjadi di masyarakat tersebut. Adapun sesi diskusi yang terjadi didalamnya dalam mengatasi permasalahan agar tidak terjadinya kesalahpahaman antar pihak sehingga masyarakat juga dapat berperan aktif dalam kegiatan tersebut.

Dengan kegiatan ini PT. PLN (Persero) ULP Gambut juga dapat menciptakan hubungan yang harmonis. Salah satu pegawai PT. PLN (Persero) ULP Gambut menambahkan bahwa strategi komunikasi informative ini dilakukan agar PT. PLN (Persero) ULP Gambut dapat mendengar secara langsung apa yang diinginkan atau diharapkan oleh pelanggannya. Di pihak lain, PT. PLN (Persero) ULP Gambut juga dituntut mampu menjelaskan kembali keinginan, kebijakan dan harapan perusahaan kepada pelanggan. Sehingga dengan komunikasi timbal balik tersebut dapat tercipta saling pengertian, mempercayai, dan mendukung dari kedua belah pihak.

Adapun tanggapan yang di dapatkan dari masyarakat Gambut terhadap strategi yang dilakukan oleh PT. PLN (Persero) ULP Gambut. Dari hasil wawancara yang dilakukan ke beberapa masyarakat Gambut mereka menganggap bahwa dengan strategi komunikasi informatif ini mereka sangat terbantu. Karena menurut mereka strategi ini

memudahkan mereka untuk mendapatkan informasi-informasi penting yang ada di PT.PLN (Persero) ULP Gambut selain itu mereka juga dapat melakukan tanya jawab secara langsung atas hal-hal yang kurang mereka pahami. Salah satu dari mereka juga mengatakan bahwa dengan strategi ini mereka bisa mendapatkan solusi yang dimana solusi tersebut tidak menyulitkan mereka dan tidak merugikan pihak PT.PLN (Persero) ULP Gambut. Adapun dari mereka sangat mengapresiasi strategi ini dan berharap agar strategi ini bisa dilakukan dengan terus menerus sehingga masyarakat yang sulit dalam mendapatkan informasi tidak merasa diabaikan haknya sebagai pelanggan. Dari apresiasi yang telah di dapat oleh PT.PLN (Persero) ULP Gambut dari pelanggannya serta hubungan yang harmonis dari strategi yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa strategi komunikasi informatif yang dilakukan oleh PT.PLN (Persero) ULP Gambut sudah cukup baik dalam meningkatkan citra positif di masyarakat.selain itu dengan strategi yang dilakukan juga cukup baik dalam mengatasi kesalahpahaman yang terjadi dari pelanggan terhadap PT.PLN (Persero) ULP Gambut. Namun dalam pelaksanaan strategi komunikasi informatif ini masih terdapat beberapa kendala. Kendala-kendala tersebut yaitu;

- a. Masih kurangnya petugas pelayanan yang harus turun kelapangan.
- b. Masih jauhnya jarak dan sulitnya medan yang harus ditempuh untuk mendatangi perkampungan masyarakat tersebut.
- c. Waktu kegiatan sosialisasi yang harus menyesuaikan dengan jadwal perusahaan.

Dari beberapa kendala tersebut sehingga menyebabkan masih sulitnya untuk strategi ini dilakukan secara berkala.

PENUTUP

Dari uraian dan pembahasan pada bab-bab sebelumnya berkaitan dengan implementasi strategi komunikasi informatif dalam meningkatkan citra positif PT. PLN (Persero) ULP Gambut,

maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi komunikasi informatif yang dilakukan PT.PLN (Persero) ULP Gambut dalam meningkatkan citra positif sudah cukup baik. karena dari hasil penelitian masyarakat Gambut mengatakan bahwa dengan adanya strategi komunikasi informatif yang dilakukan oleh PT.PLN (Persero) ULP Gambut mereka bisa mendapatkan informasi lebih banyak mengenai program-program yang dimiliki oleh PT.PLN (Persero) ULP Gambut selain itu juga dengan strategi ini mereka juga dapat bertanya langsung tentang apa yang mereka tidak pahami.
2. Proses implementasi strategi komunikasi informatif dalam meningkatkan citra positif ini dilakukan dengan memberikan penyuluhan secara langsung terhadap masyarakat. Kegiatan penyuluhan ini dilakukan dengan mendatangkan pihak PT.PLN (Persero) ULP Gambut di bidang pelayanan ke kantor desa yang juga dihadiri oleh masyarakat desa. Kegiatan dilakuakan dengan cara memberikan informasi-informasi mengenai program-program yang ada di PT.PLN (Persero) ULP Gambut kepada masyarakat dan sekaligus juga memberikan jalan-jalan terbaik dalam mengatasi permasalahan yang terjadi di masyarakat tersebut. Adapun sesi diskusi yang terjadi didalamnya dalam mengatasi permasalahan agar tidak terjadinya kesalahpahaman antar pihak.
2. Adapun kendala-kendala yang terjadi dalam melaksanakan strategi komunikasi informatif ini. beberapa kendala tersebut seperti masih kurangnya petugas pelayanan yang harus turun kelapangan, masih jauhnya jarak dan sulitnya medan

yang harus ditempuh untuk mendatangi perkampungan masyarakat tersebut, serta sosialisasi yang harus menyesuaikan jadwal perusahaan. Dengan adanya kendala tersebut maka menyebabkan masih sulitnya untuk strategi ini dilakukan secara berkala.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, Zarina. 2014. *Post-Traumatic Growth, Coping, and Social Support among Disaster Survivors in the Province of Yogyakarta, Indonesia*. In *Science Press*, 34-35
- Alo Liliwari. 2011. *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*. Jakarta: Kencana
- Anggoro Linggar. 2011. *Teori dan Profesi Kehumasan serta aplikasinya di Indonesia*. Jakarta: Bumi Aksara
- Ardianto, Elvinaro. 2011. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Bungin, Burhan. 2010. *Metode Penelitian Kualitatif*. Rajawali Pers. Jakarta.
- Cangara Hafied. 2014. *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. PT. Raja Grafindo
- CNN Indonesia. 08 Mei 2020. "*Perubahan Skema Catat Meteran dan Kaget Tagihan Listrik Naik*". (<https://m.cnnindonesia.com/ekonomi/20200507104250-92-500986/perubahan-skema-catat-meteran-dan-kaget-tagihan-listrik-naik>)
- Dantes. 2012. *Metode penelitian*. Yogyakarta: CV. Andi Offset
- Effendy Onong Unchjana. 2018. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Emzir. 2015. *Metode penelitian pendidikan kuantitatif dan kualitatif*. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada
- Frank Jefkins. 2015. *Public Relations*, Edisi Kelima (Terjemahan Daniel Yadin). Jakarta: Erlangga
- Heri Budianto. 2011. *Ilmu Komunikasi Sekarang dan Tantangan Masa Depan*. Jakarta: Kencana
- Kirana Ambarwati. 2009. *Peran dan Strategi Public Relations dalam Membangun Citra*. Skripsi tidak diterbitkan. Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga
- Mahmud. 2011. *Metode penelitian pendidikan*. Bandung: CV. Pustaka Setia
- Meili Nuzuliana. 2012. *Strategi Public Relations Dinas Pariwisata Kota Banda Aceh dalam Sosialisasi Wisata Aceh*. Skripsi tidak diterbitkan. Banda Aceh : IAIN Ar-Raniry
- Muhammad, Arni. 2004. *Komunikasi Organisasi*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Muliawan. 2014. *Metode penelitian pendidikan dengan studi kasus*. Yogyakarta: Gava Media
- Mulyana, Deddy. 2014. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: Rosda Karya
- Nasor, M. 2013. *Teknik Komunikasi Dalam Perubahan Sosial*. Ijtimaiyya, 6(1), 79-96.
- Nova, Firsan. 2011. *Crisis Public Relations Bagaimana PR Menangani Krisis Perusahaan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Oni Anggraeni Yuliningrum. 2016. *Perlindungan Konsumen Dalam Kasus Pemadaman Listrik Di Area Kota Yogyakarta*. Skripsi tidak diterbitkan. UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
- Puput Fujianti. 2018. *Strategi Komunikasi PT.PLN (Persero) Cabang Kota Serang (Studi Kasus merespon keluhan pelanggan*. Skripsi tidak diterbitkan. Universitas Sultan Ageng Tirtayasa: FISIP
- Roben. 2008. *Manusia Komunikasi, Komunikasi Manusia*. Jakarta: PT Kompas Media Nusantara
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung : Alfabeta.
- Trimannah. 2012. *Reputasi Dalam Kerangka Kerja Public Relations*. Jurnal Ilmiah Komunikasi (Online) , NO. 1, VOL.3
- West Richard dan Lynn H. Turner. 2008. *Pengantar Teori Komunikasi: Analisis Dan Aplikasi*. Buku 1 edisi ke-3 Terjemahan Maria Natalia
- Yusuf Zainal Abidin. 2015. *Manajemen Komunikasi (Filosofi, Konsep, dan Aplikasi)*. Bandung: Pustaka Setia