

A. Pendahuluan

Pelayanan merupakan kegiatan atau rangkaian dalam pemenuhan kebutuhan pelanggan atas barang dan jasa yang disediakan oleh perusahaan (Hayat, 2017). Pelayanan tidak hanya berupa tindakan langsung saat pelanggan membeli atau menggunakan produk, tetapi juga mencakup seluruh proses yang dialami pelanggan. Proses tersebut diantaranya yaitu pemberian informasi, dan melayani pelanggan. Kualitas pelayanan dapat dilihat dari seberapa cepat, tepat, dan ramah layanan itu diberikan serta keterbukaan informasi yang disampaikan kepada pelanggan (Widanti, 2022).

Tujuan dari pelayanan adalah untuk mempermudah pelanggan dalam memenuhi kebutuhan dan mengatasi masalah (Riani, 2021). Perusahaan perlu memastikan setiap bentuk pelayanan mampu membantu pelanggan. Pelayanan yang baik berfungsi sebagai upaya perusahaan dalam membangun kepercayaan. Kepercayaan yang terbentuk melalui pelayanan yang berkualitas akan memperkuat hubungan jangka panjang antara perusahaan dan pelanggan. Pelayanan yang kurang optimal berpotensi menimbulkan keluhan pelanggan.

Menurut Bell, Menguc, dan Stefany dalam Fuada dkk., (2022) keluhan pelanggan adalah pengalaman berupa umpan balik negatif dari pelanggan yang merugikan perusahaan. Oleh karena itu, peningkatan keluhan menjadi indikator penting bagi perusahaan untuk mengevaluasi serta memperbaiki strategi komunikasi. Strategi komunikasi menjadi penentu bagaimana Perusahaan merespons, menjelaskan situasi, dan memberikan solusi kepada pihak yang terkena dampak.

PT Perusahaan Listrik Negara (Persero) sebagai perusahaan penyedia energi listrik di Indonesia memiliki tanggung jawab besar dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat. Untuk memastikan pelayanan berjalan efektif, PLN membagi wilayah kerjanya kedalam ULP (Unit Layanan Pelanggan). Di Kabupaten Bekasi terdapat empat ULP (Unit Layanan Pelanggan) yaitu ULP Lemah Abang, ULP Cikarang Kota, ULP Cibitung, ULP Tambun. ULP (Unit Layanan Pelanggan) Lemah Abang menerima keluhan paling banyak di Kabupaten Bekasi. Keluhan-keluhan tersebut diantaranya, alat pengukur dan pembatas (APP) yang rusak, kabel atau tiang yang berbahaya dan pencabutan listrik.

Keluhan pelanggan ULP Lemah Abang pada tahun 2025 meningkat dibandingkan tahun sebelumnya. Pada tahun 2024 keluhan pelanggan berjumlah 2564, sedangkan tahun

2025 keluhan pelanggan naik yang berjumlah 13322 keluhan. Dari data tersebut keluhan paling banyak yaitu pergeseran alat pengukur dan pembatas yang rusak sebanyak 9900 pada tahun 2025. Keluhan dengan paling banyak urutan kedua yaitu kabel atau tiang yang berbahaya sebanyak 3326 pada tahun 2025. Lalu untuk keluhan pencabutan listrik sebanyak 96 pada tahun 2025. Lonjakan keluhan ini menunjukkan adanya permasalahan komunikasi yang belum ditangani secara optimal, sehingga diperlukan analisis lebih lanjut.

Masalah komunikasi tersebut mencerminkan beberapa aspek, mulai dari minimnya pemberitahuan melalui media komunikasi resmi hingga respon yang lambat terhadap pengaduan. Saat ini media sosial dapat dimanfaatkan untuk menyebarkan informasi (Akbar dkk., 2024). ULP (Unit Layanan Pelanggan) Lemah Abang memiliki Instagram sebagai media informasi, akan tetapi akun tersebut tidak aktif sehingga masyarakat kesulitan mengakses informasi. Akibatnya pelanggan mengeluhkan banyak keluhan. Perusahaan harus biasa membangun komunikasi serta memberikan pelayanan yang baik (Senjaliani & Suwarno, 2024). Permasalahan ini menunjukkan bahwa terdapat celah dalam strategi komunikasi PLN ULP (Unit Layanan Pelanggan) yang perlu dianalisis secara mendalam.

Salah satu bentuk permasalahan yang mencerminkan adanya celah dalam strategi komunikasi tersebut dapat dilihat dari pengalaman pelanggan saat memanfaatkan layanan *live chat* yang tersedia pada aplikasi PLN Mobile. Pelanggan menggunakan fitur *live chat* untuk menanyakan apa langkah yang perlu dilakukan untuk mengatasi masalah yang dihadapi. Pelanggan mengatakan bahwa MCBnya sempat kebakaran. Akan tetapi jawaban yang didapatkan sangat lama dan mengulang kembali pertanyaan yang sudah ditanyakan dan sudah dijawab oleh pelanggan dikarenakan menggunakan bot AI (Artificial Intelligence).

Ketidaksesuaian antara pertanyaan dan jawaban ini menunjukkan bahwa bot AI belum mampu memahami konteks keluhan pelanggan secara spesifik, sehingga komunikasi tidak berjalan dengan efektif. Penanganan keluhan seharusnya dilakukan oleh manusia yang memiliki kemampuan pemahaman yang baik. Kondisi tersebut menegaskan pentingnya penerapan strategi komunikasi yang tepat dalam menghadapi keluhan pelanggan.

Strategi komunikasi, merujuk pada pendekatan komunikasi yang akan diambil dalam menghadapi keluhan. Strategi komunikasi merupakan suatu perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mendapatkan tujuan tertentu dalam praktik operasionalnya (Asriwati, 2021). Untuk mencapai tujuan, komunikasi harus menunjukkan bagaimana operasional pelayanan dilakukan. Menurut Kotler & Keller dalam Asri & Malik, (2025) kepercayaan pelanggan dapat terbentuk melalui komunikasi yang efektif dalam proses pelayanan.

Penelitian ini menggunakan teori strategi komunikasi milik Cutlip, Center dan Bhroom. Dalam teori tersebut terdapat empat tahapan yaitu menentukan masalah, perencanaan dan penyusunan program, melakukan tindakan dan berkomunikasi, dan evaluasi program. Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Ferdiansyah, (2024) yang berjudul “Penanganan Keluhan di Perusahaan Umum Daerah Air Minum (PDAM) Kota Magelang” meneliti keluhan pelanggan seperti keluhan air tidak lancar dan air tidak mengalir karena adanya kebocoran pipa serta pelanggan kesulitan untuk mendapatkan informasi tentang permasalahan yang dialami. Selain itu, penelitian oleh Nurfajri, (2022) dalam penelitian tersebut menjelaskan bagaimana strategi komunikasi yang digunakan PT Balam Berlian Sawit dalam pengelolaan limbah melalui identifikasi serta komunikasi dengan kepala desa, perwakilan masyarakat, dan sosialisasi kepada pemilik kebun sawit.

Sedangkan dalam penelitian ini membahas strategi komunikasi Unit Layanan Pelanggan Lemah abang dalam menangani keluhan pelanggan khususnya dalam penggunaan AI yang belum mampu memberikan respons sesuai dengan permasalahan pelanggan. Penelitian ini penting dilakukan untuk mengetahui strategi komunikasi ULP Lemah Abang dalam menangani keluhan pelanggan. Dengan demikian, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai strategi komunikasi serta menggambarkan keadaan lapangan.