

SKRIPSI

**PERENCANAAN KOMUNIKASI DALAM MENINGKATKAN
PENGUNAAN APLIKASI PLN *MOBILE***

(Studi Kasus PT PLN (Persero) UP3 Makassar Selatan ULP Panakkukang)



Oleh :

SAKINA TUZAHRA

Nomor Induk Mahasiswa : 105651104020

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**

2024

SKRIPSI

**PERENCANAAN KOMUNIKASI DALAM MENINGKATKAN
PENGUNAAN APLIKASI PLN *MOBILE***

(Studi Kasus PT PLN (Persero) UP3 Makassar Selatan ULP Panakkukang)

Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Menyelesaikan Studi dan Memperoleh Gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Disusun dan Diajukan Oleh :

SAKINA TUZAHRA

Nomor Induk Mahasiswa : 105651104020

Kepada

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**

2024

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Skripsi : Perencanaan Komunikasi Dalam Meningkatkan Penggunaan Aplikasi PLN *Mobile* (Studi Kasus PT PLN (Persero) UP3 Makassar Selatan ULP Panakkukang)

Nama Mahasiswa : Sakina Tuzahra


Nomor Induk Mahasiswa : 10565 11040 20

Program Studi : Ilmu Komunikasi

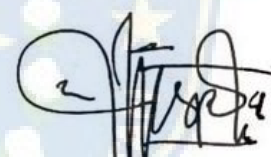
Menyetujui :

Pembimbing I

Pembimbing II


Syukri, S.Sos., M.Si.

NBM. 923 568


Ahmad Syarif, S.Sos., M.I.Kom


Mengetahui :

Dekan

Ketua Program Studi


Dr.Hj. Ihyani Malik, S.Sos., M.Si

NBM. 730 727


Syukri, S.Sos., M.Si.

NBM. 923 568

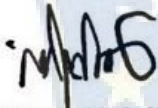
HALAMAN PENERIMAAN TIM

Telah diterima oleh Tim Penguji Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Makassar berdasarkan Surat Keputusan Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Makassar Nomor 0217/FSP/A.4-II/I/45/2024 sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi dan memperoleh gelar sarjana (S.I.Kom) dalam Program Studi Ilmu Komunikasi yang dilaksanakan di Makassar pada hari Jumat tanggal 19 bulan Januari tahun 2024.

Mengetahui :

Dekan

Sekretaris



Dr. Hj. Ihyani Malik, S.Sos., M.Si

NBM: 730 727



Dr. Andi Luhur Prianto, S.IP., M.Si

NBM: 999 797

Tim Penguji:

1. Syukri, S.Sos., M.Si
2. Wardah, S.Sos., M.A
3. Arni, S.Kom., M.I.Kom
4. Ahmad Syarif, S.Sos., M.I.Kom



HALAMAN PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama Mahasiswa : Sakina Tuzahra

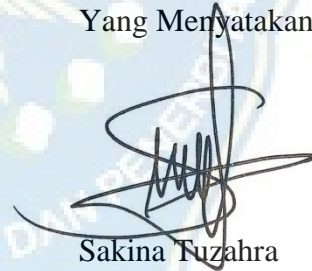
Nomor Induk Mahasiswa : 10565 11040 20

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Menyatakan bahwa benar proposal penelitian ini adalah karya saya sendiri dan bukan hasil plagiat dari sumber lain. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai aturan yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Makassar.

Makassar, 03 Januari 2024

Yang Menyatakan,



Sakina Tuzahra

ABSTRAK

Sakina Tuzahra. Perencanaan Komunikasi dalam Meningkatkan Penggunaan Aplikasi PLN *Mobile* (Studi Kasus PT PLN (Persero) UP3 Makassar Selatan ULP Panakkukang)

(Dibimbing oleh Syukri, S.Sos., M.Si dan Ahmad Syarif, S.Sos., M.I.Kom)

PT PLN (Persero) terus berinovasi untuk meningkatkan kualitas pelayanan kepada pelanggan, salah satunya dengan mengembangkan aplikasi PLN *Mobile*. Aplikasi ini memudahkan pelanggan dalam mengakses layanan terkait listrik, seperti pembayaran tagihan dan pengaduan keluhan. Tujuan dilakukannya penelitian ini untuk mengetahui perencanaan komunikasi dalam meningkatkan penggunaan aplikasi PLN *Mobile* di PT PLN (Persero) UP3 Makassar Selatan ULP Panakkukang.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Lokasi penelitian yaitu PT PLN (Persero) UP3 Makassar Selatan ULP Panakkukang. Teknik pengumpulan data terdiri dari observasi, wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan.

Penelitian ini membahas perencanaan komunikasi untuk meningkatkan penggunaan aplikasi PLN *Mobile* yaitu : Perencanaan strategik melibatkan analisis komunikator, komunikan, pesan, dan media, dengan fokus pada kebijaksanaan komunikasi dan arahan tim Customer Experience UID SULSELRABAR. Perencanaan operasional memaparkan langkah-langkah infrastruktur (hardware) dan program komunikasi (software) yang melibatkan kolaborasi antara tim Pemasaran dan Pelayanan Pelanggan dengan tim PAD ULP Panakkukang. Perencanaan kerja merinci tugas-tugas operasional, termasuk jadwal konten, pembuatan pesan, dan evaluasi kinerja. Sedangkan perencanaan pendukung membahas faktor pendukung dan penghambat, seperti penggunaan teknologi modern dan kesulitan penerimaan pesan. Adapun faktor pendukung mencakup penggunaan teknologi modern, media sosial, dan word of mouth digital untuk mencapai audiens lebih luas. Namun, terdapat juga faktor penghambat dalam komunikasi, seperti kesulitan dalam menyampaikan pesan yang jelas, kurangnya kebiasaan menghadapi situasi yang berbeda, dan hambatan fisik atau semantik.

Kata Kunci: Perencanaan, Komunikasi, PLN *Mobile*

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillah, Puji syukur kita panjatkan atas kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan hiayah-Nya kepada kita semua. Dzat yang hanya kepada-Nya kita memohon pertolongan. Alhamdulillah atas segala pertolongan, rahmat dan kasih sayang-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul " Perencanaan Komunikasi dalam Meningkatkan Penggunaan Aplikasi PLN *Mobile* (Studi Kasus PT PLN (Persero) UP3 Makassar Selatan ULP Panakkukang)". Shalawat serta salam kita haturkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW. Yang senantiasa menjadi sumber inspirasi dan teladan terbaik untuk umat manusia.

Penulis menyadari banyak pihak yang memberikan dukungan dan bantuan selama menyelesaikan studi dan tugas akhir ini. Oleh karena itu, sudah sepantasnya penulis dengan penuh hormat mengucapkan terimakasih dan mendo'akan semoga Allah SWT memberikan balasan terbaik kepada :

1. Kedua orang tua tersayang, tercinta dan terhebat Bapak Fahri dan Ibu Safaria, adik-adik yang penulis sayangi Ahmad Fahrezi, Ismail Fahrezi, Muh. Azam Fahrezi dan Muh. Al – Kautsar Fahrezi dan segenap keluarga yang senantiasa memberikan semangat dan bantuan, baik secara moril maupun materil.

2. Bapak Syukri S.Sos., M.Si. selaku Ketua Prodi Ilmu Komunikasi sekaligus Pembimbing I dan Bapak Ahmad Syarif, S.Sos., M.I.Kom selaku pembimbing II yang senantiasa meluangkan waktunya untuk membimbing dan mengarahkan penulis, sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
3. Ibu Dr. Hj. Ihyani Malik, S.Sos., M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Makassar.
4. Bapak dan Ibu Dosen Ilmu Komunikasi dan seluruh staf Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang senantiasa memberikan ilmu dan arahnya untuk senantiasa menyelesaikan skripsi ini.
5. Ibu Aprilia Fitri Karimah dan Ibu Kiki Reski Andriani selaku pegawai PT PLN (Persero) UP3 Makassar Selatan ULP Panakkukang yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk menjadi informan, serta memberikan dukungan dan semangat sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
6. Ibu Waode Suriana selaku pegawai BKKBN Provinsi Sulawesi Selatan dan Owner Warkop 27 Samata yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk menjadi informan, serta memberikan dukungan dan semangat sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
7. Ucapan terima kasih untuk para sahabat di perkumpulan keluarga yatim, broken home dan cemara Neti Septi Wijaya, Nur Fadila, Azizah Idris, Nur Layla Al-Adawia, Fitri Ani, Adibah Mukhlisah dan Rizky Aulia dan sahabat penulis yang telah berpulang ke Rahmatullah Almarhumah Sri

Rahma yang telah memberikan hiburan, dukungan dan semangat selama penulis menjalankan studi hingga dapat menyelesaikan skripsi ini.

8. Trio semprul Farid Yasin, Arianto dan Muh. Hamdhan Bolawaru yang telah memberikan hiburan, dukungan dan semangat kepada penulis dalam menjalani masa studi hingga menyelesaikan skripsi.
9. Fitra Alim Znow, Muh. Fauzan, Nurfadila Azisah, Muthmainnah Anwar, Nurhikma Ramadhani dan Dewi Hijriati Karim serta teman-teman angkatan 2020 yang telah membantu dan memotivasi penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
10. Semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi dari awal hingga akhir yang penulis tidak dapat sebutkan satu persatu.

Demi kesempurnaan skripsi ini, saran dan kritik yang sifatnya membangun sangat penulis harapkan. Semoga karya ini bermanfaat dan dapat memberikan sumbangan yang berarti bagi pihak yang membutuhkan.

Makassar, 03 Januari 2024



Sakina Fuzahra

DAFTAR ISI

.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	10
C. Tujuan Penelitian	10
D. Manfaat Penelitian	11
BAB II	13
TINJAUAN PUSTAKA	13
A. Penelitian Terdahulu	13
B. Konsep dan Teori	16
1. Perencanaan Komunikasi	16
2. Teknologi Komunikasi dan Informasi	25
3. Aplikasi Digital	29
4. PLN Mobile	32
C. Kerangka Berpikir	36
D. Fokus Peneltian	38
E. Deskripsi Fokus Penelitian	38
BAB III	41
METODE PENELITIAN	41
A. Waktu dan Lokasi Penelitian	41
B. Jenis dan Tipe Penelitian	41
C. Informan Penelitian	42
D. Sumber Data	44

E. Teknik Pengumpulan Data.....	45
F. Teknik Analisis Data.....	49
G. Teknik Pengabsahan Data.....	52
BAB IV.....	54
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	54
A. Gambaran Objek Penelitian.....	54
B. Gambaran Khusus Lokasi Penelitian.....	55
C. Hasil Penelitian.....	59
1. Perencanaan Komunikasi dalam Meningkatkan Penggunaan Aplikasi PLN <i>Mobile</i>	61
2. Faktor Pendukung dan Penghambat Perencanaan Komunikasi dalam Meningkatkan Penggunaan Aplikasi PLN <i>Mobile</i>	77
D. Pembahasan.....	82
BAB V PENUTUP.....	104
A. Kesimpulan.....	104
B. Saran.....	106
DAFTAR PUSTAKA.....	xii
L.....	xv
A.....	xv
M.....	xv
P.....	xv
I.....	xv
R.....	xv
A.....	xv
N.....	xv

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Hasil Penelitian Terdahulu yang Relevan	13
Tabel 1.2 Daftar Informan Penelitian	43
Tabel 1.3 Perencanaan Strategi	61
Tabel 1.4 Perencanaan Operasional	64
Tabel 1.5 Perencanaan Kerja	68
Tabel 1.6 Daftar Kegiatan	70
Tabel 1.7 Perencanaan Pendukung	74



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kerangka Pikir	37
Gambar 1.2 Struktur PT PLN (Persero) UP3 Makassar Selatan ULP Panakkukang.....	57
Gambar 1.3 Capture Instagram @plnmakassarselatan dan Portal Berita www.makassar.antarane.com	66
Gambar 1.4 Grafik Data Realisasi Penggunaan Aplikasi PLN Mobile	79



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Era globalisasi yang tengah berlangsung menuntut masyarakat Indonesia untuk dapat mengadopsi dan menguasai teknologi informasi sebagai suatu keharusan. Di tengah persaingan global yang semakin ketat, kemampuan untuk menggunakan dan memanfaatkan teknologi informasi menjadi kunci keberhasilan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk bidang ekonomi, industri, dan pendidikan. Negara-negara yang dapat mengikuti perkembangan teknologi informasi terbaru memiliki keunggulan kompetitif dalam berbagai sektor.

Masyarakat Indonesia dihadapkan pada tantangan untuk tidak hanya mengikuti perkembangan teknologi informasi, tetapi juga untuk menguasainya. Penguasaan teknologi informasi akan memberikan dampak positif dalam peningkatan produktivitas, efisiensi, dan daya saing. Selain itu, kemampuan untuk memanfaatkan teknologi informasi juga akan membuka peluang baru dalam berbagai sektor ekonomi, seperti e-commerce, industri kreatif, dan pelayanan digital. (Vionika, 2022)

Negara-negara yang terlambat dalam mengadopsi dan menguasai teknologi informasi berisiko tertinggal dan menghadapi kesulitan dalam mengejar ketertinggalan. Keterlambatan ini dapat berdampak negatif pada perkembangan ekonomi, peningkatan taraf hidup masyarakat, dan akses terhadap informasi global. Oleh karena itu, penting bagi masyarakat

Indonesia untuk terus mengembangkan keterampilan dan pengetahuan dalam bidang teknologi informasi agar dapat bersaing secara global.

Pemerintah, sektor swasta, dan lembaga pendidikan memiliki peran penting dalam mendukung upaya penguasaan teknologi informasi di masyarakat. Pembangunan infrastruktur teknologi, penyelenggaraan pelatihan dan pendidikan teknologi informasi, serta penyediaan akses yang mudah terhadap sumber daya digital adalah langkah-langkah strategis yang dapat diambil untuk memastikan bahwa masyarakat Indonesia dapat mengambil manfaat penuh dari era digital ini.

Dengan menguasai teknologi informasi, masyarakat Indonesia dapat memperluas peluang ekonomi, meningkatkan daya saing, dan berpartisipasi secara aktif dalam panggung global. Oleh karena itu, investasi dalam pengembangan teknologi informasi dan peningkatan literasi digital menjadi investasi yang sangat strategis dalam memandu negara menuju masa depan yang lebih baik dalam konteks globalisasi.

Kemajuan pesat dalam teknologi informasi dan komunikasi telah membuka peluang untuk menerapkan cara-cara yang lebih efektif dan efisien dalam memberikan akses informasi, terutama terkait dengan informasi pemerintahan. Pemerintah, sebagai lembaga yang memiliki peran sentral dalam penyediaan layanan publik dan pengelolaan informasi, dihadapkan pada tuntutan untuk beradaptasi dengan perkembangan teknologi agar tidak tertinggal. (Situmeang et al., 2023)

Dalam rangka mencapai visi yang diinginkan, beradaptasi dengan perkembangan teknologi menjadi suatu keharusan. Visi tersebut mungkin melibatkan peningkatan transparansi, efisiensi dalam pelayanan publik, atau penerapan inovasi dalam berbagai sektor. Namun, perjalanan menuju visi ini tidak dapat terlepas dari peran penting proses komunikasi.

Komunikasi yang baik dianggap sebagai alat utama yang digunakan manusia untuk berinteraksi, baik antara individu dengan individu, individu dengan kelompok, maupun kelompok dengan kelompok. Dalam konteks pemerintahan, komunikasi yang efektif menjadi krusial untuk menyampaikan informasi yang jelas dan mudah dipahami oleh masyarakat. (Nasrullah, 2021)

Proses komunikasi tidak jarang dihadapi oleh berbagai hambatan, seperti perbedaan bahasa, persepsi, atau hambatan teknis. Oleh karena itu, perencanaan komunikasi menjadi langkah strategis untuk mengatasi hambatan-hambatan tersebut dan mencapai efektivitas komunikasi yang diinginkan. Perencanaan komunikasi bertujuan untuk merumuskan strategi yang tepat, memilih kanal komunikasi yang efektif, dan menyusun pesan-pesan yang dapat diterima dengan baik oleh komunikan.

Fungsi dan kegunaan komunikasi dalam perencanaan komunikasi melibatkan implementasi program-program yang ingin dicapai oleh pemerintah. Komunikasi tidak hanya sebagai sarana penyampaian informasi, tetapi juga sebagai alat untuk membangun pemahaman, partisipasi, dan dukungan dari masyarakat. Oleh karena itu, integrasi yang

baik antara teknologi informasi, komunikasi, dan perencanaan strategis menjadi kunci sukses dalam mencapai visi yang diinginkan oleh pemerintah.

Dengan memanfaatkan potensi teknologi informasi dan komunikasi secara bijak, serta merancang perencanaan komunikasi yang matang, pemerintah dapat menjalin keterhubungan yang kuat dengan masyarakat, meminimalkan hambatan komunikasi, dan memastikan bahwa program-program yang diimplementasikan sesuai dengan visi dan tujuan yang telah ditetapkan.(Nurudin, 2019)

Perencanaan komunikasi adalah suatu pendekatan sistematis yang memerlukan pemikiran mendalam dan strategi terarah untuk mengelola semua aspek komunikasi dalam suatu organisasi atau proyek. Latar belakang perencanaan komunikasi sangat relevan dengan konteks yang terus berubah dalam dunia bisnis dan proyek. Pemahaman yang mendalam tentang pentingnya komunikasi efektif dalam mencapai tujuan organisasi atau proyek menjadi titik awal perencanaan ini.(Akbar, 2020)

Pentingnya komunikasi dalam suatu organisasi mencakup kemampuan untuk menciptakan pemahaman bersama di antara anggota, meningkatkan koordinasi, dan meminimalkan potensi konflik. Hal ini tidak hanya berlaku di tingkat internal organisasi, tetapi juga melibatkan pemangku kepentingan eksternal yang memiliki berbagai kepentingan. Oleh karena itu, perencanaan komunikasi harus dapat memahami dan

merespon kebutuhan komunikasi untuk setiap pemangku kepentingan, menciptakan pesan yang sesuai dengan audiens yang beragam.

Dalam konteks perubahan lingkungan eksternal, perencanaan komunikasi juga harus responsif terhadap perubahan tren industri, regulasi, dan teknologi. Penggunaan teknologi komunikasi yang tepat juga menjadi bagian integral dari perencanaan untuk memastikan efisiensi dan efektivitas komunikasi.

Dalam pemilihan metode komunikasi, perencanaan harus mempertimbangkan pemahaman yang mendalam terhadap audiens. Ini mencakup karakteristik, preferensi, dan tingkat pemahaman mereka terhadap informasi yang disampaikan. Selain itu, perencanaan komunikasi harus selaras dengan tujuan organisasi atau proyek, mendukung pencapaian tujuan strategis dan operasional.

Langkah penting dalam perencanaan komunikasi adalah evaluasi dan pengukuran. Evaluasi terhadap efektivitas komunikasi melibatkan penilaian terhadap sejauh mana pesan-pesan telah disampaikan dengan jelas, diterima dengan baik, dan mencapai tujuan yang ditentukan. Pengukuran pencapaian tujuan komunikasi memberikan pemahaman tentang sejauh mana perencanaan komunikasi telah berhasil. Hasil evaluasi dan pengukuran ini dapat menjadi dasar untuk peningkatan dan penyempurnaan di masa depan.

Hal ini sejalan dengan PT PLN (Persero) selaku salah satu bagian dari Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak dibidang penyediaan

jasa kelistrikan untuk Indonesia. PT PLN (Persero) sebagai agen ketenagalistrikan memiliki tanggung jawab dalam pengembangan usaha ketenagalistrikan dengan tujuan meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan mendorong pertumbuhan ekonomi. Selain itu, PT PLN (Persero) juga bertugas untuk memberikan pelayanan publik yang terbaik dengan birokrasi yang sederhana, dengan tujuan memberikan kepuasan kepada masyarakat dalam hal pelayanan. Hal ini penting untuk memastikan bahwa masyarakat mendapatkan akses yang lancar dan terjamin terhadap kebutuhan listrik mereka, serta mendapatkan layanan yang efisien dan memuaskan dari PT PLN (Persero) sebagai penyedia energi listrik. (Indriastuti, 2012)

PT PLN (Persero) adalah perusahaan yang selalu berusaha meningkatkan pelayanan kepada pelanggan dengan menciptakan produk dan layanan yang inovatif, handal, dan berkualitas. Salah satu langkah inovatif yang dilakukan oleh PT PLN (Persero) adalah merilis PLN *Mobile*, sebuah aplikasi berbasis Android yang dirancang untuk mendukung pengabdian kepada masyarakat. Melalui aplikasi ini, PT PLN (Persero) memberikan kemudahan akses layanan listrik kepada pelanggan sekaligus menjadi wadah untuk aduan dan saran dari masyarakat.

Aplikasi PLN *Mobile* diluncurkan pada 31 Oktober 2016 sebagai sinergi layanan PT PLN (Persero) kepada pelanggan. Sebelumnya, PT PLN (Persero) menggunakan Contact Center 123, Facebook, Twitter, Email, dan Web PT PLN (Persero) untuk berinteraksi dengan pelanggan.

Peluncuran aplikasi ini disebabkan oleh peningkatan penggunaan smartphone di Indonesia dan keinginan pelanggan untuk mendapatkan layanan yang lebih cepat. Tujuan peluncuran aplikasi ini adalah meningkatkan kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang disediakan oleh PT PLN (Persero). (Shyntia, 2022)

PLN *Mobile* memiliki berbagai fitur yang memudahkan pelanggan dalam mengakses layanan listrik. Pelanggan dapat menggunakan aplikasi ini untuk melakukan berbagai transaksi, seperti pembayaran tagihan, memeriksa informasi pemakaian listrik, melaporkan gangguan atau pemadaman listrik, dan memantau perkembangan status pengaduan. Aplikasi ini memberikan kenyamanan dan kemudahan bagi pelanggan dalam mengurus berbagai kebutuhan terkait layanan listrik (Saputra, 2019)

Selain itu, PLN *Mobile* juga memberikan manfaat bagi PT PLN (Persero) dalam hal pengelolaan dan peningkatan pelayanan. PT PLN (Persero) dapat menerima aduan dan masukan dari masyarakat dengan lebih cepat dan efisien melalui aplikasi ini, sehingga memungkinkan PT PLN (Persero) untuk merespons dan menyelesaikan masalah dengan lebih baik. PT PLN (Persero) terus melakukan penyempurnaan dan pembaruan pada PLN *Mobile* guna memastikan pelayanan kepada pelanggan semakin mudah dan memuaskan. (Nadhif & Niswah, 2018)

Dengan adanya PLN *Mobile*, PT PLN (Persero) menunjukkan komitmennya dalam menggunakan teknologi informasi dan komunikasi untuk memberikan pelayanan yang lebih baik kepada pelanggan. Inovasi

ini juga sejalan dengan perkembangan teknologi dan tren digitalisasi yang semakin meningkat. Melalui PLN *Mobile*, PT PLN (Persero) dapat memperkuat keterhubungan antara perusahaan dan pelanggan, serta meningkatkan kepuasan pelanggan dalam memanfaatkan layanan listrik.

Hal tersebut pun telah diterapkan oleh PT PLN (Persero) UP3 Makassar Selatan ULP Panakkukang, penggunaan PLN *Mobile* oleh pelanggan dengan terintegrasinya layanan PT PLN (Persero) sehingga memudahkan karyawan dalam memberikan layanan yang tersedia di aplikasi PLN *Mobile*. Bentuk kemudahan yang di dapatkan oleh karyawan, yaitu karyawan dapat mengakses keluhan pelanggan lewat sistem tanpa berinteraksi langsung dengan pelanggan, karyawan tidak perlu mencetak tagihan listrik pelanggan, mempermudah karyawan/ petugas dalam hal catat meter, proses pelayanan sudah langsung tersedia pada aplikasi, mempermudah merekap data gangguan, petugas biro juga dapat mengetahui bangunan yang akan dipasang baru dengan hanya melalui aplikasi PLN *Mobile* tersebut.

Dalam meningkatkan partisipasi masyarakat, PT PLN (Persero) UP3 Makassar Selatan ULP Panakkukang dapat memanfaatkan komunikasi untuk memberikan pengalaman layanan yang lebih baik kepada pelanggan dan mendorong partisipasi aktif mereka. Salah satunya yaitu, dengan pemberian informasi dan edukasi melalui platform komunikasi digital seperti situs website atau blog, media sosial dan lain sebagainya. PT PLN (Persero) UP3 Makassar Selatan ULP Panakkukang dapat menyampaikan

informasi dan memberikan edukasi kepada masyarakat mengenai layanan listrik, penghematan energi, dan praktik berkelanjutan. Hal ini membantu meningkatkan kesadaran masyarakat dan memberikan pengetahuan yang diperlukan agar mereka dapat berpartisipasi dalam penggunaan aplikasi PLN *Mobile* dengan efisien.

Dengan penggunaan aplikasi PLN *Mobile* dan komunikasi digital yang efektif, PT PLN (Persero) UP3 Makassar Selatan ULP Panakkukang dapat meningkatkan partisipasi masyarakat dalam penggunaan dan pengelolaan layanan listrik. Dengan memberikan pengalaman layanan yang lebih baik, meningkatkan transparansi, mendorong keterlibatan aktif, dan meningkatkan edukasi, PT PLN (Persero) UP3 Makassar Selatan ULP Panakkukang dapat mendorong masyarakat untuk menjadi bagian yang lebih aktif dalam penggunaan energi yang berkelanjutan dan memainkan peran penting dalam menjaga keberlanjutan lingkungan dan ekonomi negara.

Menurut data *Executive Information System* (EIS) per bulan agustus 2023, PT PLN (Persero) UP3 Makassar Selatan ULP Panakkukang memiliki 135,076 pelanggan yang terdiri dari 127,017 pelanggan aktif dan 8,059 pelanggan non aktif. PT PLN (Persero) UP3 Makassar Selatan ULP Panakkukang yang memiliki kode pelanggan 32111 ini mencakup 3 (tiga) Kecamatan di daerah Makassar Selatan yaitu Kecamatan Panakkukang, Kecamatan Manggala dan sebagian Kecamatan Rappocini. Dari data pelanggan yang ada terdapat 12,833 pelanggan yang telah terdaftar

menggunakan aplikasi PLN *Mobile* pada tahun 2020 yang terdiri dari 4,499 pelanggan prabayar dan 8,334 pelanggan pasca bayar. Pada tahun 2021 terdapat kenaikan pengguna aplikasi PLN *Mobile* yaitu 59,939 pelanggan yang terdiri dari 34,227 pelanggan prabayar dan 25,712 pelanggan pasca bayar. ((Persero), 2023)

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengangkat judul : **“PERENCANAAN KOMUNIKASI DALAM MENINGKATKAN PENGGUNAAN APLIKASI PLN *MOBILE* (Studi Kasus PT PLN (Persero) UP3 Makassar Selatan ULP Panakkukang)”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Bagaiman Perencanaan Komunikasi dalam Meningkatkan Penggunaan Aplikasi PLN *Mobile* (Studi Kasus PT PLN (Persero) UP3 Makassar Selatan ULP Panakkukang)?
2. Apa faktor pendukung dan penghambat Perencanaan Komunikasi dalam Meningkatkan Penggunaan Aplikasi PLN *Mobile* (Studi Kasus PT PLN (Persero) UP3 Makassar Selatan ULP Panakkukang)?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui bagaimana Perencanaan Komunikasi dalam Meningkatkan Aplikasi PLN *Mobile* (Studi Kasus PT PLN (Persero) UP3 Makassar Selatan ULP Panakkukang).
2. Untuk mengetahui apa faktor penghambat/pendukung Perencanaan Komunikasi dalam Meningkatkan Penggunaan Aplikasi PLN *Mobile* (Studi Kasus PT PLN (Persero) UP3 Makassar Selatan ULP Panakkukang).

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

- a. Dapat memberikan gambaran tentang Perencanaan Komunikasi dalam Meningkatkan Penggunaan Aplikasi PLN *Mobile* (Studi Kasus PT PLN (Persero) UP3 Makassar Selatan ULP Panakkukang).
- b. Sebagai bahan informasi untuk mengambil keputusan yang diperlukan dalam rangka lebih mengefektifkan Perencanaan Komunikasi dalam Meningkatkan Penggunaan Aplikasi PLN *Mobile* (Studi Kasus PT PLN (Persero) UP3 Makassar Selatan ULP Panakkukang).

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Peneliti

Sebagai syarat untuk meraih gelar sarjana Ilmu Komunikasi di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas

Muhammadiyah Makassar. Selain itu penelitian ini sangat bermanfaat bagi peneliti sebagai buah karya ilmiah.

- b. Bagi PT PLN (Persero) UP3 Makassar Selatan ULP Panakkukang
Memberikan bantuan pemikiran dan evaluasi, Perencanaan Komunikasi dalam Meningkatkan Penggunaan Aplikasi PLN *Mobile* agar dalam pelaksanaan selanjutnya lebih baik lagi.
- c. Bagi Universitas Muhammadiyah Makassar

Hasil penelitian ini dapat dijadikan bahan pustaka bagi mahasiswa Universitas Muhammadiyah Makassar khususnya Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik dalam meningkatkan perencanaan komunikasi dalam penggunaan aplikasi online.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Gita Novia Putri dengan judul “Strategi Perencanaan Komunikasi Komunitas Generasi Pesona Indonesia Jogja dalam Mempromosikan Destinasi Digital”, penelitian yang dilakukan oleh Umar Fauzi dengan judul “Strategi Komunikasi Akun Instagram @Scholarship4aus dan @Scohub dalam Menyebarkan Informasi Beasiswa”. Dan penelitian yang dilakukan oleh Atika Alfisyahri dengan judul “Perencanaan Komunikasi Dinas Komunikasi dan Informasi Kabupaten Kampar dalam Sosialisasi Internet Sehat dan Aman (INSAN)” terdapat persamaan dan perbedaan dengan penelitian yang akan peneliti lakukan. Ada pun keterangan yang lebih jelas dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 1.1 Hasil Penelitian Terdahulu yang Relevan

Judul Penelitian	Metode Penelitian	Perbedaan dengan Penelitian Terdahulu
<i>Gita Novia Putri</i> (2018) Strategi Perencanaan Komunikasi Komunitas	Pada metode penelitian yang digunakan yaitu kualitatif.	Kompetensi peneliti terdahulu yaitu mengetahui dan mendeskripsikan Strategi Perencanaan Komunikasi Komunitas Generasi Pesona Indonesia Jogja dalam Mempromosikan Destinasi

<p>Generasi Pesona Indonesia Jogja dalam Mempromosikan Destinasi Digital</p>		<p>Digital Pasar Kakilangit. Sedangkan, kompetensi yang penulis teliti yaitu Perencanaan Komunikasi Untuk Meningkatkan Penggunaan Aplikasi PLN <i>Mobile</i> pada PT PLN (Persero) UP3 Makassar Selatan ULP Panakkukang.</p>
<p><i>Umar Fauzi</i> (2022) Strategi Komunikasi Akun Instagram @Scholarship4aus dan @Sohub dalam Menyebarkan Informasi Beasiswa</p>	<p>Pada metode penelitian yang digunakan yaitu kualitatif.</p>	<p>Kompetensi peneliti terdahulu yaitu mengetahui Strategi Komunikasi Akun Instagram @Scholarship4aus dan @Sohub dalam Menyebarkan Informasi Beasiswa. Sedangkan, kompetensi yang penulis teliti yaitu Perencanaan Komunikasi Untuk Meningkatkan Penggunaan Aplikasi PLN <i>Mobile</i> pada PT PLN (Persero) UP3 Makassar Selatan ULP Panakkukang.</p>
<p><i>Atika Alfisyahri</i> (2021), Perencanaan Komunikasi Dinas Komunikasi dan Informasi</p>	<p>Pada metode penelitian yang digunakan yaitu kualitatif.</p>	<p>Kompetensi peneliti terdahulu yaitu mengetahui Perencanaan Komunikasi Dinas Komunikasi dan Informasi Kabupaten Kampar dalam Sosialisasi Internet Sehat dan Aman (INSAN). Sedangkan,</p>

Kabupaten Kampar dalam Sosialisasi Internet Sehat dan Aman (INSAN)		kompetensi yang penulis teliti yaitu Perencanaan Komunikasi Untuk Meningkatkan Penggunaan Aplikasi PLN <i>Mobile</i> pada PT PLN (Persero) UP3 Makassar Selatan ULP Panakkukang.
--	--	--

Berdasarkan penelitian terdahulu persamaan dengan penelitian yang pertama, kedua dan penelitin yang ketiga yaitu pada metode penelitian yang digunakan sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif. Peneliti terdahulu dan penulis sama-sama menggunakan metode kualitatif.

Perbedaan dengan penelitian pertama meliputi (1) pada kompetensi yang diteliti, Strategi perencanaan komunikasi komunitas generasi pesona indonesia jogja dalam mempromosikan destinasi digital. Sedangkan penulis meneliti mengenai Perencanaan komunikasi dalam meningkatkan penggunaan aplikasi PLN *Mobile* pada PT PLN (Persero) UP3 Makassar Selatan ULP Panakkukang.(Putri, 2019)

Sementara perbedaan dengan penelitian kedua meliputi (2) pada kompetensi yang diteliti, Strategi komunikasi akun instagram @scholarship4aus dan @scohub dalam menyebarkan informasi beasiswa. Sedangkan penulis meneliti mengenai Perencanaan komunikasi untuk meningkatkan penggunaan aplikasi PLN *Mobile* pada PT PLN (Persero) UP3 Makassar Selatan ULP Panakkukang.(Fauzi, 2022)

Dan perbedaan dengan penelitian ketiga meliputi (3) pada kompetensi yang diteliti, Perencanaan komunikasi dinas komunikasi dan informasi kabupaten kampar dalam sosialisasi internet sehat dan aman (INSAN). Sedangkan penulis meneliti mengenai Perencanaan komunikasi dalam meningkatkan penggunaan aplikasi PLN *Mobile* pada PT PLN (Persero) UP3 Makassar Selatan ULP Panakkukang.(Alfisyahri, 2021)

B. Konsep dan Teori

1. Perencanaan Komunikasi

Perencanaan merupakan suatu proses berpikir sistematis dan terstruktur yang melibatkan identifikasi tujuan serta pengembangan rencana yang dapat membimbing langkah-langkah untuk mencapai tujuan tersebut. Proses ini dapat dilakukan dalam berbagai tingkatan di dalam suatu organisasi, mulai dari perencanaan strategis yang menetapkan arah jangka panjang hingga perencanaan operasional yang berfokus pada langkah-langkah konkret untuk mencapai tujuan sehari-hari. Perencanaan bukan hanya sekadar merinci apa yang harus dilakukan, tetapi juga melibatkan pemikiran mendalam terkait bagaimana melakukannya.(Vionika, 2022)

Tujuan dari perencanaan mencakup beberapa aspek. Pertama, perencanaan membantu organisasi menetapkan tujuan yang jelas dan terukur. Dengan menetapkan tujuan ini, organisasi dapat memiliki panduan yang jelas tentang arah yang ingin dicapai. Kedua, perencanaan juga bertujuan untuk mengurangi risiko dan

ketidakpastian. Dengan merencanakan langkah-langkah secara hati-hati, organisasi dapat mengantisipasi potensi risiko dan merancang strategi untuk mengatasinya. Hal ini membantu organisasi dalam menghadapi perubahan lingkungan atau kondisi yang tidak terduga.

Selanjutnya, perencanaan juga berperan dalam meningkatkan produktivitas kerja. Dengan merancang langkah-langkah yang efektif, organisasi dapat mengoptimalkan penggunaan sumber daya dan menghindari pemborosan. Selain itu, perencanaan memberikan dasar untuk pengukuran kinerja, sehingga organisasi dapat menilai sejauh mana tujuan telah tercapai dan melakukan koreksi jika diperlukan.

Perencanaan juga dapat diartikan sebagai suatu rangkaian tindakan yang disusun untuk mempersiapkan gambaran besar yang ingin dikerjakan agar lebih efektif untuk mencapai tujuan. Ini melibatkan identifikasi sumber daya yang diperlukan, alokasi waktu, pengembangan strategi, dan penentuan langkah-langkah konkrit yang harus diambil. Oleh karena itu, perencanaan bukan hanya sebagai dokumen formal, tetapi juga sebagai panduan dinamis yang dapat disesuaikan dengan perubahan dalam lingkungan atau kebutuhan organisasi. (Putri, 2019)

Komunikasi adalah suatu proses kompleks yang melibatkan penyampaian berbagai jenis informasi, gagasan, emosi, keahlian, dan elemen lainnya melalui berbagai simbol, seperti kata-kata, gestur, dan ekspresi wajah. Proses ini dapat terjadi dalam berbagai bentuk, baik

secara verbal, yang melibatkan penggunaan kata-kata, maupun nonverbal, yang melibatkan ekspresi tubuh, gerakan, dan bahasa tubuh.

Komunikasi menurut Cook & Hunsaker (2007) dalam (Syarif et al., 2014), bertujuan untuk meningkatkan koordinasi, berbagi informasi dan pemuas kebutuhan sosial. Dengan demikian komunikasi dapat mendukung pencapaian tujuan organisasi apabila komunikasi dalam organisasi berjalan secara efektif dan efisien.

Dalam konteks komunikasi, dimensi verbal mencakup penggunaan kata-kata secara lisan atau tertulis untuk menyampaikan pesan. Sementara itu, dimensi nonverbal melibatkan elemen-elemen seperti gestur, ekspresi wajah, postur tubuh, dan bahasa tubuh yang dapat memberikan nuansa tambahan atau bahkan menggantikan kata-kata dalam penyampaian pesan.

Definisi komunikasi dapat bervariasi tergantung pada berbagai faktor, seperti sifat, tatanan, tujuan, fungsi, teknik, dan metode komunikasi yang digunakan. Misalnya, dalam konteks bisnis, komunikasi dapat ditujukan untuk menyampaikan informasi secara efisien dan efektif guna mencapai tujuan organisasi. Sementara itu, dalam konteks interpersonal, komunikasi dapat digunakan untuk membangun hubungan, menyampaikan emosi, atau memahami perasaan orang lain. (Putra & Irwansyah, 2020)

Terdapat berbagai teori dan model komunikasi yang mencoba menjelaskan dinamika dan kompleksitas proses ini. Model-model ini

mencakup elemen-elemen seperti pengirim (komunikator), pesan, saluran, penerima, serta feedback. Selain itu, faktor konteks, budaya, dan noise (gangguan) juga memengaruhi bagaimana pesan disampaikan dan diterima. Unsur-unsur komunikasi, yaitu :

1) **Komunikator**

Komunikator adalah pihak yang berperan dalam penyampaian informasi dan merupakan salah satu unsur penting dalam komunikasi. Seorang komunikator harus memiliki kemampuan dalam menyampaikan informasi dengan jelas dan efektif, serta bertanggung jawab memberikan tanggapan terhadap umpan balik (feedback). Komunikator juga harus memahami aspek atau hal penting terkait komunikannya, seperti latar belakang sosial, budaya, pendidikan, dan ekonomi komunikannya.

2) **Komunikan**

Komunikan adalah pihak yang menerima pesan atau informasi dari komunikator. Mereka sering disebut sebagai pendengar, penerima, pembaca, pemirsa, khalayak, atau decoder. Dalam proses komunikasi, komunikan memiliki peran penting dalam memahami pesan yang disampaikan oleh komunikator. Mereka juga bisa berupa perseorangan, kelompok, atau organisasi, dan terlibat dalam berbagai proses komunikasi, mulai dari komunikasi interpersonal hingga

komunikasi massa. Sebagai seorang komunikan, penting untuk dapat memahami pesan yang diterima dengan baik, serta memberikan umpan balik yang sesuai dalam proses komunikasi.

3) Pesan

Pesan adalah gagasan, ide, perasaan, atau informasi apapun yang ingin disampaikan oleh komunikator kepada komunikan. Pesan merupakan salah satu unsur penting dalam proses komunikasi, bersama dengan komunikator dan komunikan. Pesan dapat disampaikan melalui berbagai media, seperti lisan, tulisan, gambar, atau video. Penting bagi komunikator untuk menyampaikan pesan dengan jelas dan efektif agar dapat dipahami oleh komunikan. Selain itu, komunikator juga harus memahami karakteristik dan latar belakang komunikan untuk dapat menyampaikan pesan dengan tepat sasaran.

4) Media

Media merupakan perantara atau alat yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada komunikan. Media komunikasi dapat berupa berbagai jenis, seperti media audio visual, media cetak, media elektronik, dan lain-lain. Media memiliki peran penting dalam proses komunikasi, karena memungkinkan penyampaian pesan secara efektif kepada khalayak yang lebih luas. Selain itu, media juga

mempengaruhi cara pesan disampaikan dan diterima, serta dapat memengaruhi persepsi dan pemahaman komunikan terhadap pesan yang disampaikan. (Murniarti, 2019)

Dalam era globalisasi dan teknologi informasi, komunikasi juga melibatkan penggunaan media sosial, email, dan berbagai platform digital lainnya. Hal ini menambah dimensi baru dalam cara manusia berinteraksi dan berkomunikasi, memunculkan tantangan dan peluang baru dalam memahami dan mengelola proses komunikasi secara efektif.

Perencanaan komunikasi merupakan bagian penting dalam proses manajemen komunikasi. Secara konsep, manajemen komunikasi dapat didefinisikan sebagai satu set teknik yang digunakan dalam aktivitas kehumasan serta aktivitas-aktivitas yang menyertainya untuk menjalankan program, kampanye, maupun proyek.

Perencanaan komunikasi adalah proses merancang strategi dan taktik untuk berkomunikasi dengan audiens target melalui media dan platform digital. Ini melibatkan langkah-langkah untuk mengidentifikasi tujuan komunikasi, audiens target, pesan yang akan disampaikan, serta alat dan teknik yang akan digunakan untuk mencapai tujuan tersebut.

Ferguson (1999) dalam buku (Cangara, 2013) membedakan berbagai tipe dari perencanaan komunikasi. Tipe-tipe ini secara

literatur bisa menjadi pertimbangan dalam membuat perencanaan komunikasi :

a. Perencanaan Strategik (*strategic plans*)

Perencanaan strategis adalah proses sistematis yang dilakukan oleh organisasi untuk menetapkan tujuan utama dan sasaran jangka panjang, serta merumuskan langkah-langkah strategis yang diperlukan untuk mencapai tujuan tersebut. Tujuan dari perencanaan strategis adalah untuk membantu organisasi mengarahkan sumber daya dan upayanya secara efisien menuju pencapaian visi dan misi yang telah ditetapkan.

Merujuk pada komponen perencanaan penting dari program komunikasi baik yang bersifat anual aatau perprogram maupun multitahun. Tipe perencanaan seperti ini setidaknya memuat latar belakang program, sasaran yang akan dicapai, isu-isu terkait kebijakan, lingkungan eksternal dan internal, berbagai peluang yang bisa dimanfaatkan, tujuan komunikasi, tema dan pesan, prioritas dari komunikasi, pertimbangan strategik, sampai pada indikator kinerja maupun sumber-sumber finansial.

Perencanaan strategis juga membantu organisasi menjaga fokus pada tujuan jangka panjangnya sambil tetap responsif

terhadap perubahan lingkungan. Ini adalah alat penting untuk memastikan keberlanjutan dan keberhasilan jangka panjang organisasi.

b. Perencanaan Operasional (*operational plans*)

Perencanaan operasional adalah tahap yang lebih khusus dan detail dari perencanaan strategis. Ini melibatkan merinci langkah-langkah konkret yang diperlukan untuk menjalankan aktivitas sehari-hari dalam rangka mencapai tujuan dan sasaran yang telah ditetapkan dalam perencanaan strategis. Perencanaan operasional lebih fokus pada aspek taktis dan praktis dari pelaksanaan rencana.

Dalam praktiknya tipe perencanaan ini menjelaskan tentang prioritas dari pelaksanaan komunikasi digital, mendemonstrasikan keterkaitan antara satu kegiatan komunikasi dan kegiatan lainnya, dan juga memberikan indikasi dari aktivitas apa yang akan dilakukan dan secara jelas menjabarkan berapa pembiayaan yang dialokasikan untuk aktivitas komunikasi tersebut.

Perencanaan operasional membantu menguraikan langkah-langkah konkret yang harus diambil untuk mewujudkan tujuan yang lebih luas dalam perencanaan strategis. Ini memungkinkan organisasi untuk menjalankan aktivitas harian

dengan lebih terarah dan efisien, sambil tetap berada dalam kerangka strategis yang telah ditetapkan sebelumnya.

c. Perencanaan Kerja (*work plans*)

Perencanaan kerja, juga dikenal sebagai rencana kerja atau rencana pelaksanaan, adalah dokumen yang merinci langkah-langkah konkret yang harus diambil dalam rangka melaksanakan tugas, proyek, atau aktivitas tertentu. Ini adalah tahap yang lebih terperinci dari perencanaan operasional, di mana tugas-tugas sehari-hari diuraikan dengan lebih rinci, termasuk penentuan jadwal, alokasi sumber daya, dan langkah-langkah pelaksanaan yang spesifik.

Perencanaan kerja merupakan tipe perencanaan komunikasi yang bersifat operasional. Dengan indikator bagaimana rencana diaplikasikan, strategi apa yang akan diambil, produksi konten digital apa yang akan dipublikasikan, atau bagaimana identifikasi terhadap indikator kinerja yang dilakukan. Juga membuat tahapan-tahapan pelaksanaan, evaluasi atau audit dan mengalokasikan semua sumber daya dalam aktivitas komunikasi yang dilakukan.

Perencanaan kerja membantu mengubah rencana yang lebih besar menjadi tindakan-tindakan konkret yang dapat dilakukan dalam konteks sehari-hari. Ini membantu memastikan bahwa semua orang yang terlibat memiliki pemahaman yang jelas

tentang apa yang perlu dilakukan, kapan, bagaimana, dan oleh siapa.

d. Perencanaan Pendukung (*support plans*)

Perencanaan Pendukung adalah istilah yang lebih umum yang merujuk pada berbagai jenis rencana yang dikembangkan untuk mendukung pelaksanaan rencana utama, seperti perencanaan strategis, operasional, atau kerja. Ini mencakup rencana-rencana yang dirancang untuk mengatasi aspek-aspek tertentu yang dapat mempengaruhi keberhasilan implementasi rencana utama.

Dalam perencanaan komunikasi ini juga dijelaskan target capaian seperti menginisiasi maupun penjelasan detail terkait isu-isu yang menjadi fokus komunikasi public digital yang dilakukan. Rencana-rencana pendukung ini juga dapat membantu memastikan bahwa segala aspek yang relevan telah dipertimbangkan dan dikelola dengan baik selama pelaksanaan rencana utama, sehingga meningkatkan kemungkinan keberhasilannya.

2. Teknologi Komunikasi dan Informasi

Arti dari istilah teknologi komunikasi dan informasi sering kali dianggap sama. apa yang orang bayangkan saat mengatakan teknologi komunikasi dengan informasi bisa jadi sama. itu sangat mungkin terjadi, karena kedua istilah itu sudah campur aduk. padahal, keduanya mempunyai perbedaan makna. memang, teknologi komunikasi dan

informasi menunjuk pada makna yang bisa jadi sama, namun keduanya mempunyai perbedaan. tentu saja, perbedaan arti istilah itu tidak perlu kita bedakan secara membabi buta, sebab keduanya berkaitan erat. Untuk mengetahui apa perbedaan antara teknologi komunikasi dan teknologi informasi coba simak kedua definisinya terlebih dahulu.(Nurudin, 2019)

Teknologi Komunikasi dan Informasi adalah istilah yang merangkum semua peralatan teknis yang digunakan untuk mengirimkan, menyimpan, membuat, berbagi, atau bertukar informasi. Teknologi komunikasi dan informasi mencakup dua dimensi utama, yaitu teknologi komunikasi dan teknologi informasi. Teknologi komunikasi merujuk pada semua hal yang berkaitan dengan penggunaan alat bantu untuk berkomunikasi, seperti internet, jaringan nirkabel, telepon seluler, dan media komunikasi lainnya. Sementara itu, teknologi informasi mencakup segala aspek yang terkait dengan proses, penggunaan sebagai alat bantu, manipulasi, dan pengelolaan informasi. teknologi komunikasi merujuk pada semua hal yang berkaitan dengan penggunaan alat bantu untuk berkomunikasi, seperti internet, jaringan nirkabel, telepon seluler, dan media komunikasi lainnya.

Teknologi komunikasi, di sisi lain, melibatkan sarana yang memungkinkan orang berkomunikasi secara elektronik, baik secara langsung maupun melalui media digital. Teknologi informasi

mencakup perangkat keras (hardware), perangkat lunak (software), serta infrastruktur dan sistem yang mendukung pengelolaan informasi. Hal ini mencakup komputer, server, database, program aplikasi, dan sebagainya.

Peran teknologi komunikasi dan informasi dalam kehidupan manusia modern sangat penting. Pertama, teknologi komunikasi dan informasi memudahkan akses informasi dengan mempercepat distribusi dan pertukaran data. Internet menjadi salah satu contoh signifikan yang membuka akses terhadap pengetahuan global. Kedua, teknologi komunikasi dan informasi mempercepat proses komunikasi dengan menyediakan berbagai platform seperti email, pesan instan, dan media sosial. Komunikasi menjadi lebih cepat dan efisien, tidak terbatas oleh jarak geografis. Ketiga, teknologi komunikasi dan informasi meningkatkan efisiensi kerja dengan otomatisasi proses bisnis, penggunaan aplikasi perangkat lunak, dan alat-alat lainnya yang mendukung produktivitas. (Nasrullah, 2017)

Perkembangan teknologi komunikasi dan informasi dari waktu ke waktu berjalan sangat cepat dan memiliki dampak besar pada kehidupan manusia. Inovasi teknologi, seperti kecerdasan buatan, Internet of Things (IoT), dan komputasi awan, terus mengubah cara kita berinteraksi, bekerja, dan hidup. Namun, seiring dengan manfaatnya, perlu juga diperhatikan dampaknya terhadap privasi,

keamanan, dan kesenjangan digital agar TIK dapat memberikan kontribusi positif yang berkelanjutan.

Teknologi Komunikasi mengacu pada cara-cara di mana informasi, data, dan pesan dikirim, diterima, dan diproses antara individu, kelompok, atau perangkat. Hal ini melibatkan alat-alat dan metode yang digunakan untuk berkomunikasi secara efisien, baik dalam bentuk komunikasi suara, tulisan, visual, maupun multimedia. Contohnya termasuk telepon, komunikasi seluler, telekonferensi, e-mail, pesan instan, dan media sosial.

Di sisi lain, Teknologi Informasi berkaitan dengan penggunaan perangkat keras, perangkat lunak, dan jaringan untuk mengumpulkan, menyimpan, mengelola, dan mentransmisikan informasi. Fokus utamanya adalah pada pengelolaan dan pemrosesan data secara efektif. Teknologi Informasi mencakup infrastruktur teknologi yang diperlukan untuk mengelola informasi, seperti komputer, server, jaringan komputer, perangkat penyimpanan data, sistem operasi, aplikasi, basis data, keamanan informasi, dan lain-lain. (Nurudin, 2019)

Meskipun ada perbedaan antara kedua bidang tersebut, Teknologi Komunikasi dan Informasi adalah dua bidang yang saling terkait dan berkembang dengan pesat dalam beberapa dekade terakhir. Teknologi Komunikasi berkaitan dengan cara-cara di mana informasi, data, dan pesan dikirim, diterima, dan diproses antara individu, kelompok, atau perangkat. Sementara itu, Teknologi Informasi melibatkan penggunaan

perangkat keras, perangkat lunak, dan jaringan untuk mengumpulkan, menyimpan, mengelola, dan mentransmisikan informasi.

3. Aplikasi Digital

Aplikasi digital, dalam konteks teknologi modern, adalah perangkat lunak atau program komputer yang dirancang untuk dijalankan di berbagai perangkat elektronik seperti komputer, smartphone, tablet, atau perangkat lainnya. Fungsi aplikasi ini sangat beragam dan dapat mencakup spektrum tugas yang luas, mulai dari pekerjaan produktivitas hingga hiburan, pendidikan, komunikasi, manajemen bisnis, hingga pemecahan masalah tertentu.

Aplikasi digital adalah perangkat lunak atau program komputer yang dirancang untuk dijalankan di perangkat elektronik seperti komputer, smartphone, tablet, atau perangkat lainnya. Aplikasi ini berfungsi untuk melakukan berbagai tugas, mulai dari pekerjaan produktivitas, hiburan, pendidikan, komunikasi, manajemen bisnis, hingga pemecahan masalah tertentu. (Nasrullah, 2021)

Aplikasi digital bisa memiliki berbagai bentuk dan tujuan, tetapi pada dasarnya, mereka memungkinkan pengguna untuk melakukan berbagai aktivitas atau fungsi melalui antarmuka grafis yang mudah digunakan. Aplikasi digital dapat diunduh, diinstal, dan dijalankan pada perangkat elektronik tertentu, memanfaatkan sumber daya perangkat tersebut, seperti prosesor, memori, dan penyimpanan. (Nur Faridah & Riza Hernawati, 2022)

Contoh umum aplikasi digital termasuk :

- a. Aplikasi produktivitas: seperti pengolah kata, lembar kerja, dan aplikasi untuk manajemen tugas.
- b. Aplikasi hiburan: seperti streaming musik dan video, permainan, dan aplikasi sosial media.
- c. Aplikasi pendidikan: seperti platform pembelajaran online dan aplikasi untuk belajar bahasa.
- d. Aplikasi kesehatan: seperti aplikasi pelacak aktivitas, aplikasi diet, dan aplikasi meditasi.
- e. Aplikasi komunikasi: seperti pesan instan, panggilan suara/video, dan media sosial.
- f. Aplikasi bisnis: seperti aplikasi manajemen inventaris, aplikasi akuntansi, dan aplikasi penjualan.

Pengintegrasian aplikasi digital dalam pelayanan publik telah membuka babak baru dalam memberikan layanan yang lebih efisien, transparan, dan mudah diakses oleh masyarakat. Penerapan berbagai aplikasi tersebut tidak hanya mencakup berbagai sektor, tetapi juga memperbaiki secara signifikan interaksi antara pemerintah dan masyarakat.

Salah satu perubahan paling mencolok adalah melalui penggunaan aplikasi pendaftaran online. Masyarakat sekarang dapat mengakses layanan pendaftaran, seperti kartu identitas atau perizinan usaha, tanpa harus menghadiri kantor fisik. Hal ini tidak hanya menghemat waktu

bagi warga, tetapi juga mengurangi birokrasi dan mempercepat proses administrasi.

Dalam konteks keuangan publik, aplikasi pembayaran online memberikan kemudahan bagi warga untuk membayar pajak, denda, atau layanan publik lainnya tanpa harus mengantre di kantor pembayaran. Transaksi dapat dilakukan dengan cepat dan aman, meningkatkan efisiensi dalam pengelolaan keuangan publik.

Aplikasi informasi publik juga telah menjadi saluran utama untuk menyampaikan informasi pemerintah kepada masyarakat. Warga dapat mengakses informasi tentang kebijakan terkini, acara publik, atau peristiwa penting melalui perangkat mereka, menciptakan keterbukaan yang lebih besar dan memperkuat komunikasi antara pemerintah dan masyarakat. (Mahsyar, 2011)

Penerapan aplikasi pelaporan dan pengaduan memungkinkan masyarakat untuk berpartisipasi aktif dalam pemantauan dan perbaikan layanan publik. Warga dapat melaporkan masalah atau memberikan pengaduan, sehingga pemerintah dapat merespons secara cepat dan efektif.

Dalam bidang kesehatan, aplikasi kesehatan publik memberikan warga akses ke informasi kesehatan, jadwal vaksinasi, atau layanan kesehatan online. Ini meningkatkan keterjangkauan layanan kesehatan dan memfasilitasi edukasi kesehatan masyarakat.

Aplikasi transportasi publik menjadi solusi bagi masyarakat dalam merencanakan perjalanan mereka. Informasi tentang jadwal transportasi, rute, dan pembayaran tiket dapat diakses dengan mudah, meningkatkan mobilitas dan keterhubungan dalam transportasi umum.

Pemanfaatan aplikasi digital dalam pelayanan publik bukan hanya alat efisien untuk administrasi, tetapi juga menjadi simbol transformasi pemerintahan menuju era yang lebih terbuka, responsif, dan berfokus pada kebutuhan masyarakat. Dengan terus berkembangnya teknologi, harapannya adalah adopsi aplikasi digital akan terus memperbaiki dan menyempurnakan cara pelayanan publik diselenggarakan, menciptakan masyarakat yang lebih terlibat dan terlayani dengan baik oleh pemerintah.

Dengan perkembangan teknologi digital, aplikasi-aplikasi ini telah menjadi bagian penting dari kehidupan sehari-hari banyak orang, memudahkan mereka dalam berbagai aspek kehidupan dan pekerjaan.

4. PLN *Mobile*

Aplikasi digital merupakan suatu pemanfaatan dari kemajuan teknologi saat ini. Pelayanan melalui aplikasi yang diluncurkan PT PLN (Persero) yaitu “PLN *Mobile*” adalah salah satu strategi digital untuk mengikuti arus perkembangan teknologi dan memenuhi kebutuhan pelanggan. PLN *Mobile* resmi rilis pada 31 Oktober 2016 di Hari Listrik Nasional ke-71 oleh Direksi dari PT PLN (Persero).

PT Indonesia Comnet Plus bekerjasama menjadi anak perusahaan PT PLN (Persero) dengan berinovasi menciptakan suatu aplikasi. Aplikasi ini merupakan Aplikasi *Mobile Customer Self Service* yang terintegrasi, adanya Aplikasi Pengaduan & adanya Keluhan Terpadu (APKT) dan Aplikasi Pelayanan Pelanggan Terpusat (AP2T) untuk melakukan suatu pengaduan dan keluhan terpadu, agar memudahkan pelanggan untuk mendapatkan informasi serta adanya fitur-fitur yang mudah dipahami. Aplikasi PLN *Mobile* dapat diunduh dengan mudah dan gratis melalui aplikasi Google Playstore di smartphone berbasis Android dan IOS. (Nur Faridah & Riza Hernawati, 2022)

Aplikasi PLN *Mobile* merupakan bagian dari transformasi yang PT PLN (Persero) lakukan untuk meningkatkan pelayanan kepada pelanggan. Sejak diluncurkan dengan tampilan dan berbagai fitur baru pada akhir tahun 2020 lalu, secara berkesinambungan PT PLN (Persero) terus memberikan update fitur dan beragam layanan kepada pelanggan.

Pelayanan pada intinya diartikan sebagai tindakan seseorang, kelompok, atau organisasi, baik secara langsung maupun tidak langsung, dengan tujuan memenuhi kebutuhan. Pelayanan menggambarkan proses memenuhi kebutuhan melalui interaksi yang dilakukan oleh pihak lain (Moenir seperti yang dikutip oleh Harbani Pasalong, 2007) dalam (Karimah, 2022). Menteri Pendayagunaan

Aparatur Negara juga menyatakan bahwa pelayanan adalah berbagai bentuk upaya dalam bentuk barang atau jasa yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Kualitas pelayanan tercermin melalui:

- a. Keterbukaan, yaitu layanan yang bersifat transparan, mudah diakses oleh semua pihak yang membutuhkan, dan disajikan dengan memadai serta mudah dimengerti.
- b. Pertanggungjawaban, yaitu pelayanan yang dapat dipertanggungjawabkan sesuai dengan peraturan hukum yang berlaku.
- c. Kondisional, mengacu pada layanan yang sesuai dengan kemampuan serta kondisi pemberi dan penerima layanan, dengan tetap mengedepankan prinsip efisiensi dan efektivitas.
- d. Partisipatif, yaitu layanan yang mendorong peran serta masyarakat dengan memperhatikan aspirasi, kebutuhan, dan harapan mereka.
- e. Kesetaraan hak, menunjukkan pelayanan yang tidak melakukan diskriminasi berdasarkan faktor apapun, terutama seperti suku, ras, agama, kelompok, atau status sosial.
- f. Keseimbangan antara hak dan kewajiban, mencerminkan pelayanan yang mempertimbangkan keadilan antara pemberi dan penerima layanan. (Sinambela, 2008) dalam (Karimah, 2022)

PLN *Mobile* memiliki beberapa fitur utama, yaitu pembelian token bagi pelanggan pra bayar, pembayaran tagihan listrik bagi pelanggan paska bayar, monitor penggunaan listrik dan pembelian token. PLN *Mobile* juga dilengkapi dengan fitur Electric Vehicle untuk mengetahui lokasi Stasiun Pengisian Kendaraan Listrik Umum (SPKLU) terdekat, dan mengontrol dan memonitor proses pengisian baterai kendaraan listrik di SPKLU.

Masih ada fitur ListriQu yang memberikan layanan bagi pelanggan jika terjadi keluhan pada instalasi listrik milik pelanggan. Tak hanya layanan kelistrikan, PLN *Mobile* juga menyediakan fitur Iconnet yang menyediakan layanan internet broadband, dengan memanfaatkan jaringan yang sudah tersebar luas PT PLN (Persero) memastikan layanan internet yang reliable, affordable dan unlimited.

Sebelum adanya PLN *Mobile*, pelanggan hanya bisa melakukan pengaduan melalui media sosial PT PLN (Persero), mendatangi kantor PT PLN (Persero), dan melalui Contact Center 123. Fitur pengaduan dalam aplikasi merupakan hal yang ditunggu oleh masyarakat karena hal ini memudahkan pelanggan ketika ingin melakukan pengaduan.

Dalam proses pelayanan melalui digital ini terdapat peningkatan jumlah pelaporan pada aplikasi PLN *Mobile* pada 4 bulan terakhir terhitung sejak bulan Januari sampai April Tahun 2021. Jumlah keluhan tertinggi yang dilaporkan pada aplikasi PLN *Mobile* adalah

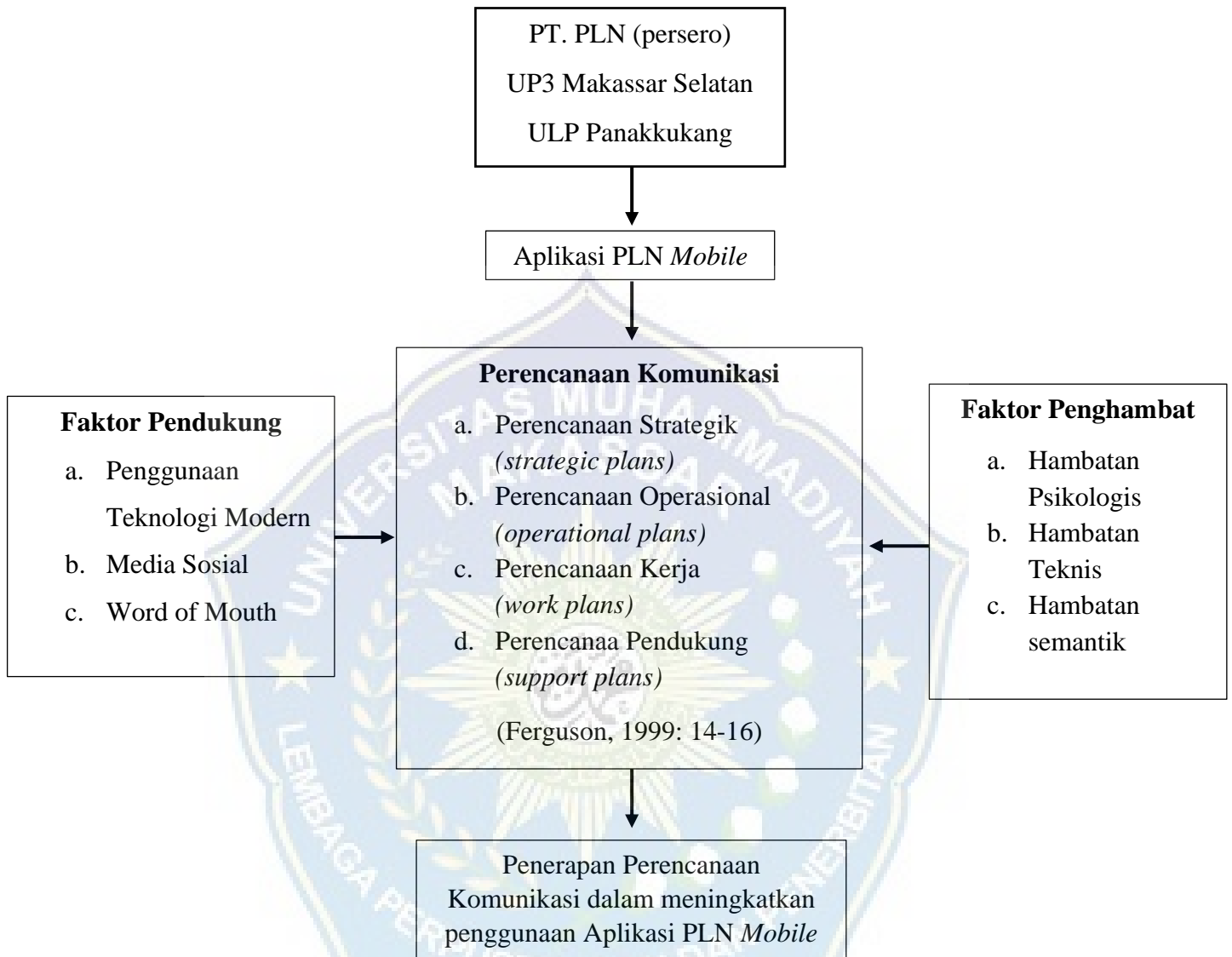
pada bulan Maret yaitu sebesar 258 keluhan. Hal tersebut membuktikan bahwa adanya aplikasi PLN *Mobile* ini cukup memberikan manfaat bagi pengguna layanan PT PLN (Persero). (Santika Aristi, 2022)

Oleh karena itu PT PLN (Persero) memiliki tanggung jawab dalam meningkatkan kepuasan pelayanan kepada pelanggan, guna memenuhi segala kebutuhan pelanggan. Tentu saja dalam hal pengaduan, pelayanan merupakan hal yang sangat penting tetapi dari pelayanan itu terdapat hal yang lebih penting yaitu bagaimana efek dari sebuah pelayanan kepada publik.

C. Kerangka Berpikir

Perencanaan komunikasi adalah proses strategis untuk merencanakan, mengarahkan, dan mengelola komunikasi organisasi, merek, atau individu melalui media dan platform digital. Ini mencakup segala hal dari menyusun pesan yang efektif hingga memilih platform yang tepat untuk mencapai audiens yang ditargetkan. Tujuan utamanya adalah untuk menciptakan koneksi yang lebih kuat dengan audiens, membangun kesadaran merek, mempromosikan produk atau layanan, atau menginspirasi tindakan tertentu.

Gambar 1.1 Kerangka Pikir



Uraian di atas memberikan pemahaman bahwa dalam Peningkatan Penggunaan Aplikasi PLN *Mobile*, pada umumnya dipengaruhi oleh Perencanaan Komunikasi yang menjadi Strategi dalam Peningkatan Penggunaan Aplikasi PLN *Mobile*.

D. Fokus Penelitian

Penelitian ini berfokus pada strategi komunikasi yang diadopsi oleh PT PLN (Persero) UP3 Makassar Selatan ULP Panakkukang dalam mendorong dan meningkatkan penggunaan Aplikasi PLN *Mobile* di masyarakat. Penelitian akan mengidentifikasi elemen-elemen perencanaan yang berhasil dalam mempengaruhi perilaku pengguna untuk mengadopsi aplikasi tersebut.

E. Deskripsi Fokus Penelitian

Berikut ini beberapa elemen yang terkait dengan perencanaan komunikasi (Ferguson, 1999) dalam (Nasrullah, 2021) :

1. Perencanaan Strategik (*strategic plans*)

PT PLN (Persero) UP3 Makassar Selatan ULP Panakkukang fokus pada promosi aplikasi PLN *Mobile*. Tim Pemasaran dan Pelayanan Pelanggan merespons arahan dengan strategi pemasaran melalui media sosial dan massa.

2. Perencanaan Operasional (*operational plans*)

Perencanaan operasional di PT PLN (Persero) UP3 Makassar Selatan ULP Panakkukang melibatkan langkah pelaksanaan rencana strategis sebelumnya. Dibagi menjadi infrastruktur komunikasi (*hardware*) dan program komunikasi (*software*), fokusnya adalah peningkatan pengalaman pengguna, Infrastruktur komunikasi mencakup teknologi,

pembaruan aplikasi, keamanan data, dan kelancaran operasional aplikasi PLN *Mobile*.

3. **Perencanaan Kerja** (*work plans*)

Perencanaan kerja di PT PLN (Persero) UP3 Makassar Selatan ULP Panakkukang untuk mempromosikan aplikasi PLN *Mobile* melibatkan analisis kebutuhan pelanggan, menetapkan tujuan promosi, dan memahami audiens utama.

4. **Perencanaan Pendukung** (*support plans*)

Perencanaan pendukung dalam perencanaan operasional di PT PLN (Persero) UP3 Makassar Selatan ULP Panakkukang melibatkan langkah-langkah konkret untuk melaksanakan rencana komunikasi. Ini dapat mencakup pelatihan pengguna, melakukan kolaborasi, penyediaan contact center, pembaruan berkala aplikasi, dan program insentif untuk pengguna aktif.

5. **Faktor Pendukung**

Dalam perencanaan komunikasi terdapat beberapa faktor yang mendukung PT PLN (Persero) UP3 Makassar Selatan ULP Panakkukang dalam meningkatkan penggunaan aplikasi PLN *Mobile* seperti, Penggunaan Teknologi Modern, Media Sosial dan Word of Mouth.

6. **Faktor Penghambat**

Dalam perencanaan komunikasi terdapat beberapa faktor yang mendukung PT PLN (Persero) UP3 Makassar Selatan

ULP Panakkukang dalam meningkatkan penggunaan aplikasi PLN Mobile seperti, Hambatan Psikologis, Hambatan Teknis dan Hambatan semantik.

Dengan menggabungkan semua elemen ini, PT PLN (Persero) UP3 Makassar Selatan ULP Panakkukang dapat mengoptimalkan upaya perencanaan komunikasi mereka, memastikan konsistensi, efektivitas, dan pencapaian hasil yang diinginkan.



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Waktu dan Lokasi Penelitian

1. Waktu Penelitian

Waktu yang diperlukan untuk melakukan penelitian ini yaitu kurang lebih selama dua bulan setelah waktu pelaksanaan seminar proposal yaitu pada 02 November 2023 s/d 02 Januari 2024 . Waktu dua bulan tersebut diharapkan dapat dimaksimalkan peneliti dalam menyelesaikan penelitian mulai dari menyusun menggali data, dan penyusunan laporan.

2. Tempat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di PT PLN (Pesero) UP3 Makassar Selatan ULP Panakkukang, yang beralamat di Jl. Letjen Hertasning, Kassi-Kassi, Kec. Rappocini, Kota Makassar, Sulawesi Selatan.

B. Jenis dan Tipe Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menerapkan pendekatan penelitian kualitatif. (Sugiyono, 2013), penelitian kualitatif merupakan suatu metode penelitian yang diterapkan untuk menyelidiki situasi alamiah dari objek yang diteliti, dengan peneliti sendiri berperan sebagai instrumen utamanya. Dalam metode ini, pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan teknik triangulasi, yang menghasilkan data yang memiliki karakteristik kualitatif. Proses analisis data lebih

mengedepankan pendekatan induktif atau kualitatif, dan laporan hasil penelitian kualitatif bertujuan untuk memahami makna, menggali keunikan, mengonstruksi fenomena, dan menemukan hipotesis.

2. Tipe Penelitian

Peneliti dalam penelitian ini mengaplikasikan pendekatan studi kasus. (Sugiyono, 2013) mengemukakan bahwa studi kasus adalah suatu metode yang digunakan untuk menganalisis data yang berkaitan dengan suatu kasus tertentu. Biasanya, suatu situasi diangkat sebagai kasus karena adanya masalah, hambatan, kesulitan, atau penyimpangan. Meski begitu, kadang juga suatu hal dipilih sebagai kasus meskipun tanpa ada isu yang signifikan, tetapi karena memiliki keunggulan atau prestasi tertentu.

Pendekatan ini melibatkan penelitian yang mendalam terhadap satu atau beberapa kasus yang mewakili fenomena yang lebih umum. Peneliti mengumpulkan berbagai jenis data, seperti melalui wawancara, observasi, dan analisis dokumen, guna memahami secara lebih mendalam konteks serta kompleksitas dari kasus yang sedang diteliti.

C. Informan Penelitian

Informan penelitian merupakan istilah yang mengacu pada individu yang terlibat dalam menjalankan tugas-tugas sederhana dalam merespons pertanyaan dari panduan wawancara yang telah disiapkan.

Dengan demikian, setiap tahapan dalam proses penelitian tentu memerlukan kontribusi dari pihak lain.

Keterlibatan ini perlu disesuaikan dengan tujuan penelitian yang ingin dicapai, artinya tidak bisa dipilih secara acak, melainkan memerlukan pendekatan yang terencana. Sebagai contoh, dalam penelitian kualitatif, metode yang umum digunakan adalah purposive sampling atau snowball sampling.

Informan merupakan individu yang dimintai informasi terkait objek yang menjadi fokus penelitian. Mereka memiliki pengetahuan luas mengenai data yang relevan dengan maksud dari penelitian yang sedang dilakukan. Oleh karena itu, istilah "informan" lebih khusus merujuk kepada narasumber yang umumnya ada dalam penelitian yang meneliti suatu "kasus" yang merupakan unit tunggal, seperti organisasi, lembaga, atau institusi sosial.

(Sugiyono, 2013), Pengertian informan penelitian adalah narasumber yang merujuk pada seseorang yang paham terkait dengan objek penelitian serta mampu memberikan penjabaran tentang topik penelitian yang dingkat.

Tabel 1.2 Daftar Informan Penelitian

NO	NAMA	INISIAL	JABATAN
1.	Ibu Kiki Reski Andriani	KRA	Officer Pengelolaan Piutang
2.	Ibu Aprilia Fitri Karimah	AFK	TL Pelayanan Pelanggan dan Administrasi
3.	Ibu Waode Suriana	WS	Owner Warkop 27 Samata
4.	Bapak Abdul Malik	AM	Driver Ojek Online

D. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian kualitatif adalah berupa kata-kata, dan tindakan. Data lainnya yang dapat mendukung adalah dokumen dan lain-lain (Lofland dan Lofland dalam Moleong, 2013:157) dalam (M Khafid, 2015). Selain itu, menurut Arikunto (2010) “Sumber data adalah subjek dari mana data dapat diperoleh”. Jadi sumber data merupakan informasi yang diperoleh oleh peneliti untuk menjawab pertanyaan dalam penelitian.

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung oleh peneliti sendiri dan terkait dengan variabel yang menjadi fokus studi dengan tujuan yang jelas. Sumber utama data ini melibatkan individu responden, kelompok fokus, serta melibatkan pemanfaatan internet ketika kuesioner disebar melalui platform online.

Definisi data utama menurut Umi Narimawati (2008) dalam bukunya "Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif: Teori dan Aplikasi" adalah: "Data utama merujuk pada data yang berasal dari sumber asli atau langsung. Data ini belum diolah atau dikompilasi dalam bentuk yang tertata maupun dalam bentuk file. Untuk memperoleh data ini, diperlukan interaksi dengan narasumber, atau secara teknis, responden, yang merupakan subjek penelitian atau sumber informasi dan data." (M Khafid, 2015)

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diambil dari sumber-sumber yang sudah ada sebelumnya. Sumber data sekunder meliputi catatan atau dokumentasi dari perusahaan, publikasi resmi pemerintah, analisis industri yang dilakukan oleh media, situs web, dan lain sebagainya. Data sekunder merupakan jenis data yang tidak langsung diperoleh oleh peneliti (Sugiyono, 2013). Data sekunder ini bersifat mendukung kebutuhan data utama dan mencakup buku-buku, literatur, dan materi bacaan yang relevan dengan pengawasan kredit di sebuah bank.

E. Teknik Pengumpulan Data

1. Wawancara

Dalam pandangan Setyadin, wawancara adalah "sebuah dialog yang diarahkan pada suatu isu khusus dan merupakan proses tanya jawab lisan di mana dua orang atau lebih berinteraksi secara fisik." Melalui wawancara, data dikumpulkan dengan berinteraksi dan

berkomunikasi untuk mengungkapkan pandangan, perilaku, pengalaman, tujuan, serta aspirasi responden. (Gunawan, 2013)

Faktor-faktor yang memengaruhi wawancara mencakup pewawancara (interviewer), responden (interviewee), pedoman wawancara, kualitas hubungan interpersonal (rapport), dan kondisi situasional wawancara. (Bajari, 2015)

Menurut Esterberg “wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu”.(Sugiyono, 2013)

Dengan merujuk pada definisi-definisi tersebut, wawancara dapat diartikan sebagai sebuah percakapan yang difokuskan pada suatu tema tertentu, dengan tujuan mendapatkan wawasan lebih dalam dari narasumber oleh peneliti. Melalui interaksi wawancara, peneliti dan narasumber berbagi ide dan informasi, yang pada akhirnya dapat menghasilkan pemahaman yang lebih mendalam tentang suatu permasalahan.

2. Observasi

Selain wawancara, observasi juga merupakan salah satu metode umum dalam pengumpulan data dalam penelitian kualitatif. Observasi pada dasarnya melibatkan penggunaan indera seperti penglihatan, penciuman, dan pendengaran untuk mengumpulkan informasi yang relevan dalam menjawab pertanyaan penelitian. Hasil dari observasi berupa gambaran nyata aktivitas, peristiwa, objek, kondisi, suasana,

serta perasaan dan emosi individu terkait. Tujuan utama observasi adalah untuk memperoleh gambaran yang akurat tentang peristiwa atau kejadian yang akan digunakan untuk menjawab pertanyaan penelitian.

Bungin (2007) dalam (Suharsaputra, 2014) mengidentifikasi beberapa bentuk observasi, antara lain:

- a. Observasi partisipasi, yang merupakan pendekatan di mana peneliti terlibat secara aktif dalam kehidupan sehari-hari para informan untuk mengumpulkan data penelitian.
- b. Observasi tidak terstruktur, yaitu pengamatan yang dilakukan tanpa menggunakan panduan observasi yang kaku, sehingga peneliti dapat mengembangkan pengamatan berdasarkan perkembangan situasi di lapangan.
- c. Observasi kelompok, di mana sebuah tim peneliti melakukan pengamatan terhadap isu tertentu yang menjadi objek penelitian.

Berdasarkan definisi-definisi di atas, dapat diambil kesimpulan bahwa observasi merupakan suatu metode pengumpulan data yang melibatkan pengamatan langsung pada tempat penelitian dengan tujuan memperoleh informasi yang lebih akurat.

3. Dokumentasi

Dokumentasi merujuk pada pencatatan peristiwa yang telah terjadi. Dokumen bisa berwujud teks, gambar, atau karya-karya monumental individu. Dokumen teks bisa berupa catatan harian, sejarah hidup, narasi, biografi, peraturan, dan kebijakan. Dokumen gambar meliputi

foto, rekaman visual, sketsa, dan sejenisnya. Sementara itu, dokumen berbentuk karya seni mencakup gambar, patung, film, dan lain sebagainya.

Dokumen yang berbentuk karya misalnya karya seni, yang dapat berupa gambar, patung, film dan lain-lain. Studi dokumen merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif. (Sugiyono, 2013)

“Dokumentasi merupakan rekaman kejadian masa lalu yang tertulis atau dicetak, mereka dapat berupa surat, buku harian, dan dokumen-dokumen”. (Suharsaputra, 2014)

Dokumentasi adalah instrumen pengumpulan data yang sering digunakan dalam berbagai metode pengumpulan data. Metode observasi, kuesioner atau wawancara sering dilengkapi dengan kegiatan penelusuran dokumentasi. Tujuannya untuk mendapatkan informasi yang mendukung analisis dan interpretasi data.

Penggunaan studi dokumen merupakan pelengkap bagi metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif. Dalam kata lain, dokumentasi menjadi suatu instrumen pengumpulan data yang sering diaplikasikan dalam berbagai metode pengumpulan data. Metode observasi, kuesioner, atau wawancara sering diperkaya dengan upaya menelusuri dan menggunakan dokumen sebagai sumber informasi tambahan untuk mendukung analisis dan interpretasi data.

Berdasarkan definisi-definisi yang diberikan di atas, dapat diambil kesimpulan bahwa dokumentasi adalah suatu teknik pengumpulan data dengan menggunakan rekaman tertulis atau cetak. Tujuan utama dari pendekatan dokumentasi ini adalah untuk meningkatkan akurasi dan mendukung keberlangsungan penelitian dengan lebih tepat.

F. Teknik Analisis Data

1. Reduksi Data

Miles & Huberman (1992) dalam (Rahardjo, 2011) mengemukakan bahwa reduksi data merupakan proses seleksi, penfokusan, penyederhanaan, dan transformasi data yang tercatat dalam catatan lapangan atau transkripsi. Reduksi data terjadi secara terus-menerus selama rentang penelitian. Sebagai konsekuensi dari pengumpulan data, langkah-langkah reduksi data dilakukan seperti penulisan, penyusunan ringkasan, pemberian kode, pengelompokan, pembagian, dan penulisan memo.

Pengurangan data atau proses menghilangkan yang tidak relevan berlangsung selama proses di lapangan dan berlanjut hingga penyelesaian laporan akhir. Reduksi data bukanlah elemen yang terpisah dari analisis, melainkan bagian integral dari analisis. Reduksi data merupakan bentuk analisis yang menyempurnakan, memusatkan, menghilangkan, dan mengatur data sedemikian rupa sehingga memungkinkan penarikan kesimpulan yang dapat diverifikasi. Pada tahap ini, data kualitatif dapat diubah melalui berbagai cara, seperti

pemilihan, penyusunan ringkasan, pengutipan dengan perubahan kata, pemberian pola yang lebih luas, dan lain sebagainya.

2. Display Data

Menurut Miles & Huberman (1992) dalam (Rahardjo, 2011), tampilan data merujuk pada penyusunan, pengaturan, atau pengurangan informasi agar memungkinkan penarikan kesimpulan dan langkah tindakan. Tampilan data berperan dalam membantu dalam pemahaman mengenai peristiwa yang terjadi dan dalam mengambil tindakan berdasarkan pemahaman tersebut. Manusia cenderung secara kognitif untuk mereduksi informasi yang kompleks menjadi bentuk yang lebih ringkas, selektif, dan mudah dipahami, atau dalam konfigurasi yang lebih sederhana. Pemahaman dapat diperoleh melalui proses pemilihan data yang relevan serta mengeliminasi data yang tidak diperlukan atau diragukan.

3. Kesimpulan Data

Tahapan ketiga dari proses analisis melibatkan penarikan kesimpulan dan verifikasi. Sejak awal tahap pengumpulan data, analisis kualitatif mengikuti pola-pola yang teratur, menjelaskan konfigurasi, dan hubungan sebab-akibat. Peneliti yang berkompeten mengambil kesimpulan awal dengan hati-hati, mempertahankan keterbukaan, tetapi pada tahap ini kesimpulan masih belum sepenuhnya matang dan jelas. Seiring waktu, kesimpulan menjadi lebih eksplisit dan sesuai dengan kenyataan. Terkadang, kesimpulan

bahkan mungkin tidak muncul hingga seluruh proses pengumpulan data selesai, tergantung pada jumlah catatan lapangan dan proses pengkodean yang terlibat.

Kesimpulan yang dihasilkan dari analisis juga perlu diverifikasi. Verifikasi ini bisa dilakukan dengan cara yang singkat, misalnya dengan mengunjungi kembali catatan lapangan, atau bisa juga lebih mendalam, seperti upaya maksimal untuk mereplikasi temuan dalam satu set data. Setiap makna yang muncul dari data harus diuji sehingga memiliki dasar yang kuat.

Proses analisis data, yang mencakup pengumpulan data, penyederhanaan, penyajian, serta penarikan kesimpulan atau verifikasi, berlangsung secara berkelanjutan. Selanjutnya, hasil proses ini didokumentasikan dengan baik sebagai acuan untuk pemahaman yang lebih mendalam tentang situasi yang diteliti. Hasil akhir dan kedalaman penelitian sangat bergantung pada teknik analisis yang diterapkan dan kemampuan analitis peneliti. (Alwie et al., 2020)

Analisis data, sebagaimana diilustrasikan, berlangsung serentak dengan proses pengumpulan data. Oleh karena itu, dalam penelitian ini, analisis data dilakukan secara bersamaan dengan proses penelitian yang sedang berlangsung, dan proses tersebut berulang-ulang untuk menjawab pertanyaan penelitian serta mendapatkan temuan-temuan baru sepanjang penelitian berlangsung. Hasil dari semua aktivitas penelitian ini akan dirangkum dalam laporan penelitian akhir.

G. Teknik Pengabsahan Data

Verifikasi data bertujuan untuk memastikan bahwa segala hal yang telah diamati dan diselidiki oleh penulis sesuai dengan data yang ada secara faktual dan benar-benar terjadi. Penulis melaksanakan tindakan ini dengan tujuan menjaga dan menjamin keakuratan data, baik bagi pembaca maupun subjek penelitian.

Untuk memastikan validitas data, penulis menerapkan triangulasi, suatu metode yang melibatkan perbandingan antara berbagai sumber data yang berbeda. Seperti yang dijelaskan oleh Moleong, "Triangulasi adalah strategi pengecekan validitas data yang melibatkan unsur luar dari data itu sendiri, digunakan untuk tujuan verifikasi atau sebagai perbandingan terhadap data yang bersangkutan."(Undip.ac.id, n.d.)

Metode triangulasi yang diterapkan dalam penelitian adalah triangulasi sumber dan triangulasi teknik. Triangulasi sumber melibatkan perbandingan serta pengecekan ulang terhadap tingkat kepercayaan informasi yang diperoleh melalui berbagai waktu dan instrumen dalam konteks penelitian kualitatif. Pendekatan ini dapat dilakukan dengan cara berikut:

1. Membandingkan data hasil pengamatan dengan hasil wawancara yang diperoleh.
2. Membandingkan pernyataan yang diucapkan oleh individu di hadapan publik dengan apa yang diungkapkan secara pribadi.

3. Membandingkan pandangan individu mengenai situasi penelitian dengan apa yang dikemukakan dalam berbagai kesempatan. Melalui tindakan tersebut, tujuan triangulasi sumber dan teknik dapat tercapai dengan lebih baik, memberikan validitas yang lebih kuat pada hasil penelitian kualitatif.
4. Memperbandingkan keadaan dan pandangan individu dengan berbagai sudut pandang dan pendapat dari berbagai kelompok, termasuk masyarakat umum, individu dengan pendidikan menengah atau tinggi, orang yang berasal dari berbagai latar belakang, serta individu yang terlibat dalam pemerintahan.
5. Mengkontraskan hasil dari wawancara dengan konten dokumen yang relevan.

Sementara itu, triangulasi teknik atau metode melibatkan pemanfaatan berbagai pendekatan pengumpulan data untuk menggali informasi serupa. Dalam jenis triangulasi ini, terdapat dua strategi:

1. Memverifikasi konsistensi temuan dari penelitian yang menggunakan beberapa teknik pengumpulan data.
2. Menilai konsistensi informasi dari berbagai sumber data menggunakan metode yang serupa. (Rahardjo, 2011)

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab IV ini, peneliti akan menjelaskan gambaran objek penelitian, deskripsi objek penelitian dan hasil penelitian. Serta gambaran umum pada PT PLN (Persero) ULP Panakkukang UP3 Makassar Selatan dan mendeskripsikan hasil penelitian berdasarkan perencanaan komunikasi dalam meningkatkan penggunaan aplikasi PLN *Mobile*.

A. Gambaran Objek Penelitian

Untuk mengetahui lebih jauh mengenai daerah penelitian, penulis kemudian memberikan gambaran umum daerah penelitian, dimana sangat memberikan andil dalam pelaksanaan penelitian ini terutama pada saat melakukan wawancara, dalam hal ini dalam menemukan teknik wawancara yang digunakan terhadap suatu masalah yang diteliti.

Kota Makassar, yang terletak di bagian Selatan Pulau Sulawesi, adalah ibu kota Provinsi Sulawesi Selatan. Secara administratif, Kota Makassar dibagi menjadi 15 kecamatan dengan 153 kelurahan. Kota ini memiliki topografi yang dikelompokkan menjadi dua bagian, yaitu bagian barat yang relatif rendah dekat dengan pesisir pantai, dan bagian timur dengan topografi berbukit.

Wilayah administrasi Kota Makassar berbatasan dengan Kabupaten Maros, Kabupaten Gowa, Kabupaten Takalar, dan Selat Makassar. Kota Makassar memiliki kondisi iklim sedang hingga tropis, dengan suhu udara

rata-rata berkisar antara 25-35 derajat Celsius. Penduduk Kota Makassar berasal dari beragam suku dan agama, dengan mayoritas penduduk menganut agama Islam. Selain itu, terdapat juga penganut agama Kristen, Katolik, Buddha, Hindu, Konghucu, dan aliran kepercayaan lainnya. Bahasa resmi instansi pemerintahan di Kota Makassar adalah bahasa Indonesia, sementara bahasa daerah yang dituturkan oleh masyarakat setempat meliputi Bahasa Makassar, Bahasa Bugis, dan Bahasa Toraja. (Wikipedia, 2023)

B. Gambaran Khusus Lokasi Penelitian

PT PLN (Persero) UP3 Makassar Selatan ULP Panakkukang berada tepat di kota Makassar yang berlokasi di Jl. Letjen Hertasning, Kassi-Kassi, Kec. Rappocini, Kota Makassar, Sulawesi Selatan. Merupakan salah satu Unit Layanan Pelanggan (ULP) yang berada dibawah naungan UP3 Makassar Selatan yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan para pelanggan dengan memberikan pelayanan yang terbaik. Pelayanan PT PLN (Persero) merupakan komponen penting dalam memastikan ketersediaan dan kelancaran penyediaan energi listrik bagi masyarakat. PT PLN (Persero) berperan tidak hanya dalam memenuhi kebutuhan energi, tetapi juga dalam menjaga kehandalan sistem kelistrikan. Proses pendaftaran layanan listrik dan pembayaran tagihan harus dirancang agar mudah diakses oleh pelanggan, termasuk melalui platform online dan offline.

Selain itu, layanan pelanggan yang ramah dan responsif menjadi kunci dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. PT PLN (Persero) juga dapat memberikan kontribusi pada keberlanjutan lingkungan dengan mengembangkan proyek-proyek energi terbarukan. Program edukasi energi dan peningkatan kesadaran masyarakat tentang hemat energi juga dapat diintegrasikan sebagai bagian dari pelayanan PT PLN (Persero). Informasi terkini mengenai pemadaman listrik, perbaikan jaringan, dan perkembangan teknologi kelistrikan harus disampaikan kepada pelanggan melalui saluran komunikasi yang efisien. Keberlanjutan layanan PT PLN (Persero) juga melibatkan ketahanan terhadap bencana alam, dengan perencanaan darurat dan penggunaan peralatan cadangan untuk memastikan pemulihan yang cepat setelah terjadinya bencana. Dengan memprioritaskan aspek-aspek ini, pelayanan PT PLN (Persero) dapat berkembang secara holistik dan memberikan manfaat yang lebih luas bagi masyarakat dan lingkungan sekitarnya.

Pelanggan sesungguhnya merupakan aset terbesar bagi suatu perusahaan, karena tanpa kehadiran pelanggan, eksistensi perusahaan menjadi tidak bermakna. Oleh karena itu, sejalan dengan kemajuan teknologi saat ini, PT PLN (Persero) telah memperkenalkan inovasi baru untuk meningkatkan pelayanannya kepada pelanggan, yaitu melalui "*Aplikasi PLN Mobile*". *PLN Mobile* mewakili sinergi layanan PT PLN (Persero) kepada pelanggan, setelah sebelumnya menggunakan contact center 123, Facebook, Twitter, dan Web PT PLN (Persero). Dengan

Aplikasi PLN *Mobile*, pelanggan dapat mengakses berbagai informasi, termasuk tagihan rekening listrik, transaksi token, riwayat penggunaan kwh listrik, lokasi pembayaran melalui bank terdekat, serta status atau perkembangan permohonan dan pengaduan. Selain itu, aplikasi ini juga memberikan informasi kepada pelanggan mengenai status pekerjaan PT PLN (persero). PLN *Mobile* berkomitmen untuk memberikan informasi yang cepat, akurat, dan tepat kepada pelanggan. (Budi et al., 2018)

Aplikasi PLN *Mobile* resmi diluncurkan oleh Direksi PT PLN (Persero) pada Senin, 31 Oktober 2016, bertepatan dengan upacara Hari Listrik Nasional ke-71. Aplikasi ini merupakan produk inovasi dari PT PLN (Persero) yang bekerjasama dengan PT Indonesia Comnet Plus sebagai anak perusahaan PT PLN (Persero). PLN *Mobile* adalah suatu aplikasi *Mobile Customer Self Service* yang terintegrasi dengan Aplikasi Pengaduan dan Keluhan Terpadu (APKT) dan Aplikasi Pelayanan Pelanggan Terpusat (AP2T). Dengan peluncuran ini, pelanggan PT PLN (Persero) dapat dengan mudah cek tagihan, riwayat token, dan melakukan berbagai transaksi terkait listrik melalui smartphone mereka. (Ahzahro, 2023)

1. Visi Misi PT PLN (Persero) UP3 Makassar Selatan ULP Panakkukang

Visi :

“Menjadi Perusahaan Listrik Terkemuka se-Asia Tenggara dan #1 Pilihan Pelanggan untuk Solusi Energi.”



Misi :

- Menjalankan bisnis kelistrikan dan bidang lain yang terkait, berorientasi pada kepuasan pelanggan, anggota perusahaan dan pemegang saham.
- Menjadikan tenaga listrik sebagai media untuk meningkatkan kualitas kehidupan masyarakat.
- Mengupayakan agar tenaga listrik menjadi pendorong kegiatan ekonomi.
- Menjalankan kegiatan usaha yang berwawasan lingkungan.

2. Struktur PT PLN (Pesero) UP3 Makassar Selatan ULP Panakkukang

Gambar 1.2 Struktur PT PLN (Pesero) UP3 Makassar Selatan ULP Panakkukang



nelitian

Hasil penelitian ini menjelaskan bagaimana perencanaan komunikasi, dalam meningkatkan atensi masyarakat untuk menggunakan aplikasi PLN *Mobile*. Seiring dengan kemajuan teknologi yang terus berkembang, Perusahaan Listrik Negara (PLN) merasa perlu untuk mengikuti perkembangan tersebut. Sebagai penyedia layanan listrik utama, PT PLN (Persero) dihadapkan pada tuntutan untuk tidak hanya mengikuti perkembangan teknologi, tetapi juga memberikan pelayanan yang optimal untuk memastikan kenyamanan pelanggan. Oleh karena itu, PT PLN (Persero) memperkenalkan inovasi terbarunya, yaitu aplikasi PLN *Mobile*, sebagai upaya untuk memudahkan dan menyederhanakan akses layanan listrik bagi masyarakat pelanggan PT PLN (Persero). Hal ini menjadi suatu yang penting karena dalam meningkatkan penggunaan aplikasi PLN *Mobile*, perencanaan strategi yang dapat menentukan berhasil atau tidaknya suatu usaha dalam mencapai tujuan.

Maka dalam penelitian ini, peneliti meneliti bagaimana Perencanaan Komunikasi dalam Meningkatkan Penggunaan Aplikasi PLN *Mobile* (Studi Kasus PT PLN (Persero) UP3 Makassar Selatan ULP Panakkukang).

1. Perencanaan Komunikasi dalam Meningkatkan Penggunaan Aplikasi PLN Mobile

a. Perencanaan Strategik (*strategic plans*)

Menurut Allan Hancock, perencanaan komunikasi strategik adalah bentuk komunikasi yang merujuk pada kebijaksanaan komunikasi yang menetapkan alternatif untuk mencapai tujuan jangka panjang. Ini berfungsi sebagai kerangka dasar untuk perencanaan operasional jangka pendek, dengan hasil perencanaan strategik yang termanifestasi dalam target yang diukur secara kuantitatif. Pendekatan sistematis diterapkan dalam mencapai tujuan sesuai dengan kebijaksanaan komunikasi yang telah ditetapkan. (Bloom & Reenen, 2013)

Hasil wawancara peneliti dengan Ibu KRA selaku Officer Pengelolaan Piutang, mengatakan :

“Dalam perencanaan strategis, kami mendapat arahan dari tim Customer Experience dari Unit Induk Distribusi (UID) SULSELRABAR untuk memasarkan atau mempromosikan aplikasi PLN Mobile ini agar lebih dikenal dan dapat memudahkan pelanggan. Setelah menerima arahan tersebut tim Pemasaran dan Pelayanan Pelanggan (SARPP) kami tindaklanjutinya dengan beberapa cara salah satunya yaitu memanfaatkan media massa atau sosial media.”

Berdasarkan kutipan diatas berkaitan dengan perencanaan strategik dapat dipahami bahwa perencanaan strategis merupakan suatu proses yang terstruktur untuk mencapai sasaran jangka panjang dengan memanfaatkan sumber daya secara efektif. Dalam hal ini dibutuhkan

juga keterlibatan semua pihak terkait dalam menyusun strategi, mulai dari pimpinan hingga staf. Selain itu, adaptabilitas juga merupakan aspek penting, mengingat perkembangan teknologi saat ini semakin pesat. Keseluruhan pendekatan perencanaan strategis tersebut tidak hanya menekankan pada penyelarasan internal perusahaan tetapi juga mengakui perlunya kesiapan terhadap perubahan eksternal.

Hasil wawancara peneliti dengan Ibu KRA selaku Officer Pengelolaan Piutang, mengatakan :

“Selanjutnya kami bersama tim Pemasaran dan Pelayan Pelanggan (SARPP) melakukan diskusi untuk menganalisis metode yang akan kami lakukan dalam memasarkan atau mempromosikan aplikasi PLN Mobile ini dalam jangka panjang. Dimana kesepakatan kami yaitu memanfaatkan media massa atau sosial media seperti memasang iklan secara digital melalui instagram maupun menggunakan brosur atau banner, menggunakan portal berita yang ada di Makassar, melalui siaran radio, membuat event dan sosialisasi langsung kepada pelanggan secara door to door.”

Berdasarkan kutipan wawancara di atas dapat dipahami bahwa komunikasi, kerjasama tim dan adaptabilitas terhadap perubahan menjadi kunci keberhasilan jangka panjang bagi PLN dalam mencapai tujuan. Dan yang pastinya evaluasi berkala terhadap rencana strategis guna memastikan bahwa perusahaan tetap relevan dan mampu beradaptasi dengan perubahan kondisi eksternal.

Tabel 1.3 Perencanaan Strategi

Perencanaan	Indikator Komunikasi			
	Komunikator	Komunikan	Pesan	Media
Perencanaan Strategik (<i>Strategik Plan</i>)	Tim Customer Experience Unit Induk Distribusi (UID) SULSELRABAR	Tim Pemasaran dan Pelayanan Pelanggan (SARPP) UP3 Makassar Selatan	Mempromosikan atau memasarkan aplikasi PLN <i>Mobile</i> kepada pelanggan.	Menggunakan media massa atau sosial media, sosialisasi, mengadakan event dll.

Berdasarkan tabel diatas dapat diperhatikan dalam perencanaan strategik yang menjadi komunikator adalah Tim Customer Experience Unit Induk Distribusi (UID) SULSELRABAR yang memberikan tugas kepada komunikan yaitu, Tim Pemasaran dan Pelayanan Pelanggan (SARPP) UP3 Makassar Selatan. Pesan yang disampaikan oleh komunikan ialah memberikan tugas kepada komunikan untuk Mempromosikan atau memasarkan aplikasi PLN *Mobile* kepada pelanggan. Menggunakan media massa atau sosial media, sosialisasi, mengadakan event dll.

b. Perencanaan Operasional (*Operational Plans*)

Adapun yang dimaksud dengan perencanaan operasional ialah pelaksanaan dari rencana strategis sebelumnya dalam mencapai tujuan.

Menurut (Bloom & Reenen, 2013) Perencanaan operasional dapat dibagi menjadi dua, yaitu :

- 1) **Perencanaan infrastruktur komunikasi (*hardware*)** atau disebut juga perencanaan secara teknik karena berkaitan dengan alat-alat yang digunakan.

Hasil wawancara peneliti dengan Ibu KRA selaku Officer Pengelolaan Piutang, mengatakan :

“Kalau tentang perencanaan operasional itu secara khusus mempertimbangkan kebutuhan teknologi informasi dan pembaruan aplikasi untuk meningkatkan pengalaman pengguna. Langkah-langkah strategis dalam perencanaan operasional melibatkan kolaborasi erat antara tim Pemasaran dan Pelayanan Pelanggan (SARPP) dan tim PAD dari ULP yang ada di makassar selatan secara khusus disini ULP Panakkukang untuk memastikan bahwa kebutuhan infrastruktur, keamanan data, dan kelancaran operasional aplikasi PLN Mobile terpenuhi.”

Berdasarkan kutipan wawancara diatas dapat dipahami bahwa perencanaan operasional di PT PLN (Persero) UP3 Makassar Selatan ULP Panakkukang terpusat pada peningkatan pengalaman pengguna melalui kolaborasi erat antara tim Pemasaran dan Pelayanan Pelanggan (SARPP) dan tim PAD ULP Panakkukang. Fokusnya pada kebutuhan teknologi informasi, pembaruan aplikasi, serta keamanan data, dan infrastruktur untuk memastikan kelancaran operasional aplikasi PLN *Mobile*.

- 2) **Perencanaan program komunikasi (*Software*)** atau perencanaan yang mengarah pada sumber daya pengetahuan dan keterampilan penyusunan program tentang kegiatan apa yang akan dilakukan.

Hasil wawancara peneliti dengan Ibu AFK selaku TL

Pelayanan Pelanggan dan Administrasi, mengatakan :

“Sebelum kami tim PAD ULP Panakkukang diberi tugas untuk mengeksekusi promosi atau pemasaran aplikasi PLN Mobile kami diberikan pelatihan dan edukasi bagaimana cara penggunaan aplikasi PLN Mobile serta sebelum kami mengenalkannya kepada pelanggan. Serta metode apa yang akan kami gunakan dalam memasarkan atau mempromosikan aplikasi tersebut. Evaluasi berkala juga selalu diberikan guna memastikan bahwa aplikasi PLN Mobile dapat terus berkembang sesuai dengan kebutuhan pelanggan dan perkembangan teknologi.”

Berdasarkan kutipan wawancara diatas dapat dipahami bahwa pelatihan dan edukasi bagi tim PAD ULP Panakkukang sebelum mempromosikannya kepada pengguna aplikasi PLN Mobile krusial dalam perencanaan operasional. Fokus pada peningkatan fungsionalitas dan keamanan aplikasi, serta evaluasi berkala, mencerminkan komitmen PT PLN (Persero) UP3 Makassar Selatan ULP Panakkukang untuk memberikan layanan yang optimal sesuai dengan perkembangan teknologi dan kebutuhan pelanggan. Dengan demikian, perencanaan operasional di PT PLN (Persero) UP3 Makassar Selatan ULP Panakkukang diarahkan untuk mencapai sinergi antara efisiensi operasional dan pemanfaatan teknologi untuk memberikan layanan yang lebih baik kepada pelanggan.

Tabel 1.4 Perencanaan Operasional

Perencanaan	Indikator Komunikasi			
	Komunikator	Komunikasi	Pesan	Media
Perencanaan Operasional (<i>Operational Plan</i>)	Tim Pemasaran dan Pelayanan Pelanggan (SARPP) UP3 Makassar Selatan	Tim PAD ULP Panakkukang	Mempromosikan atau memasarkan aplikasi PLN <i>Mobile</i> kepada pelanggan.	Menggunakan media massa atau sosial media, sosialisasi, mengadakan event dll.

Berdasarkan tabel diatas dapat diperhatikan dalam perencanaan strategik yang menjadi komunikator adalah Tim Pemasaran dan Pelayanan Pelanggan (SARPP) UP3 Makassar Selatan yang memberikan tugas kepada komunikan yaitu, Tim PAD ULP Panakkukang. Pesan yang disampaikan oleh komunikan ialah memberikan tugas kepada komunikan untuk Mempromosikan atau memasarkan aplikasi PLN *Mobile* kepada pelanggan. Menggunakan media massa atau sosial media, sosialisasi, mengadakan event dll.

c. Perencanaan Kerja (*Work Plan*)

Perencanaan kerja merupakan suatu pendekatan yang terperinci dan praktis dalam konteks komunikasi, di mana dilibatkan proses pembuatan rencana yang sangat spesifik untuk menjalankan tugas-tugas sehari-hari, mingguan, atau bahkan bulanan, yang pada akhirnya bertujuan mendukung pencapaian tujuan komunikasi yang lebih besar

yang telah ditetapkan oleh suatu entitas atau individu. Dalam konteks ini, perencanaan tersebut memerlukan tingkat detail yang tinggi, mencakup aspek-aspek seperti spesifikasi tugas, penentuan tenggat waktu, alokasi sumber daya yang dibutuhkan, dan penetapan tanggung jawab masing-masing individu atau tim yang terlibat.

Hasil wawancara peneliti dengan Ibu AFK selaku TL Pelayanan Pelanggan dan Administrasi, mengatakan :

“Tujuan dari promosi pun sudah jelas, termasuk peningkatan jumlah unduhan aplikasi dan meningkatkan keaktifan pengguna. Tim juga sangat memperhatikan pemahaman target audiens, dengan fokus khusus pada pelanggan PLN dan generasi muda yang menggunakan smartphone secara aktif.”

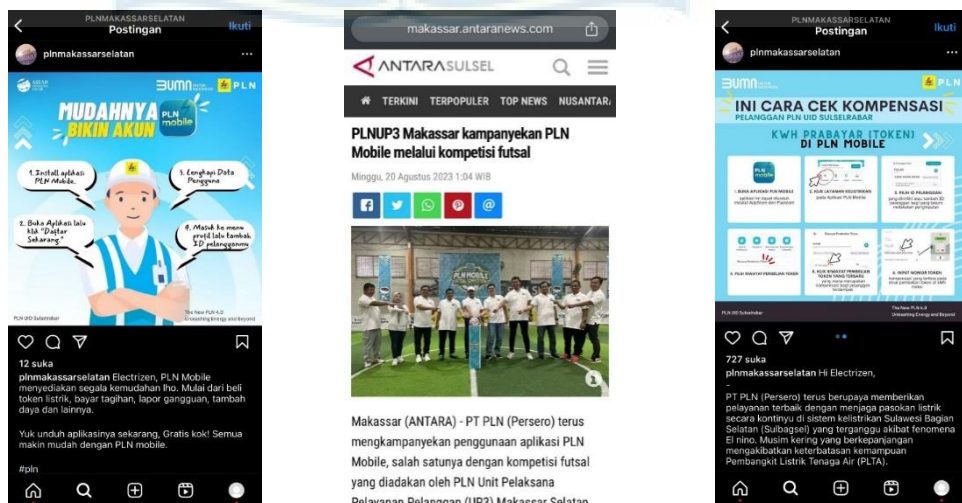
Berdasarkan hasil wawancara diatas dapat di pahami bahwa Perencanaan promosi aplikasi PLN *Mobile* telah disusun dengan cermat, menitikberatkan pada analisis kebutuhan pelanggan PT PLN (Persero) UP3 Makassar Selatan ULP Panakkukang. Tujuan promosi yang jelas, seperti peningkatan unduhan dan keaktifan pengguna, telah ditetapkan. Tim juga memperhatikan audiens utama, yaitu pelanggan PT PLN (Persero) UP3 Makassar Selatan ULP Panakkukang dan generasi muda pengguna smartphone. Dengan demikian, perencanaan ini mencerminkan komitmen untuk meningkatkan interaksi pelanggan dengan aplikasi PLN *Mobile*.

Hasil wawancara peneliti dengan Ibu AFK selaku TL Pelayanan Pelanggan dan Administrasi, mengatakan :

“Selanjutnya kami memasarkan atau mempromosikan aplikasi PLN Mobile ini dengan beberapa cara yaitu, kami membuat iklan secara digital yang akan di share di Intagram @plnmakassarselatan, membuat brosu dan banner. Selain menggunakan sosial media dan media massa kami juga biasa turun langsung ke masyarakat seperti mengadakan sosialisasi secara door to door, mengadakan event-event dan sosialisasi di sekolah atau universitas”

Dari hasil wawancara diatas dapat di pahami bahwa dalam mempromosikan aplikasi PLN Mobile, tim PAD ULP Pankkukang fokus pada strategi digital dan offline. Iklan mereka di Instagram @plnmakassarselatan, brosur promo, dan banner yang di pasanag di sepanjang jalan Hertasning serta depan kantor PT PLN (Persero) UP3 Makassar Selatan ULP Panakkukang guna mengarahkan perhatian masyarakat. Mereka juga melibatkan pelanggan melalui sosialisasi secara door to door, event, dan kunjungan ke sekolah/universitas. Dengan promo eksklusif di aplikasi, PT PLN (Persero) UP3 Makassar Selatan ULP Panakkukang harap dapat mendorong lebih banyak unduhan dan interaksi positif dengan layanan PLN Mobile.

Gambar 1.3 Capture Instagram @plnmakassarselatan dan Portal Berita www.makassar.antarane.com



Hasil wawancara peneliti dengan Ibu AFK selaku TL Pelayanan Pelanggan dan Administrasi, mengatakan :

“Untuk lebih jelasnya lagi saya akan sedikit menjabarkan kegiatan yang telah kami laksanakan beberapa bulan kebelakang. Dimana tiap bulannya kami memiliki target downloder yang harus terpenuhi sehingga kami membagi beberapa staf, tim biller dan tim-tim yang berhadapan langsung dengan pelanggan guna bersosialisasi secara langsung untuk mempromosikan aplikasi PLN Mobile.”

Dari hasil wawancara diatas dapat di ambil kesimpulan dari kegiatan promosi aplikasi PLN *Mobile* yang telah dilaksanakan beberapa bulan terakhir menunjukkan pendekatan komprehensif. Setiap bulan, staf PT PLN (Persero) UP3 Makassar Selatan ULP Panakkukang, termasuk tim biller dan tim berhadapan langsung dengan pelanggan, terlibat dalam bersosialisasi langsung untuk mencapai target unduhan bulanan. Mereka menjelaskan cara penggunaan aplikasi, fitur yang ada, serta prosedur pengaduan dan informasi promo melalui aplikasi.

Salah satu highlight acara yang mereka adakan adalah PLN *Mobile* Futsal Competition UP3 Makassar Selatan 2023 yang diselenggarakan bulan lalu bersama UP3 Makassar Selatan dan ULP se Makassar Selatan. Dimana peserta dan pengunjung diharuskan mendaftar melalui aplikasi PLN *Mobile* sebelum memasuki arena pertandingan, guna menciptakan keterlibatan langsung dengan aplikasi.

Dalam dunia digital, mereka aktif memanfaatkan Instagram @plnmakassarselatan untuk menyebarkan informasi dan

mempromosikan aplikasi. Banner dan brosur yang juga disebar ke masyarakat berisi promo-promo spesial yang diadakan. Selain itu, portal berita dan radio digunakan sebagai alat untuk menyampaikan informasi kegiatan kepada masyarakat. Semua inisiatif ini diarahkan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang aplikasi PLN *Mobile* dan mendorong partisipasi aktif.

Tabel 1.5 Perencanaan Kerja

Perencanaan	Indikator Komunikasi			
	Komunikator	Komunikan	Pesan	Media
Perencanaan Kerja (<i>Work Plan</i>)	Tim PAD ULP Panakkukang, Tim Pemasaran dan Pelayanan Pelanggan (SARPP) UP3 Makassar Selatan, dan Tim ULP Panakkukang	BUMN, BUMD, Intansi se Sulawesi Selatan, anak muda dan masyarakat selaku pelanggan PLN.	Mempromosikan atau memasarkan aplikasi PLN <i>Mobile</i> kepada pelanggan.	Menggunakan media massa atau sosial media, sosialisasi, mengadakan event dll.

Berdasarkan tabel diatas dapat diperhatikan dalam perencanaan strategik yang menjadi komunikator adalah Tim PAD ULP Panakkukang, Tim Pemasaran dan Pelayanan Pelanggan (SARPP) UP3 Makassar Selatan dan Tim ULP Panakkukang. Komunikan yaitu, BUMN, BUMD, Intansi se Sulawesi Selatan, anak muda dan masyarakat selaku pelanggan PLN. Pesan yang disampaikan ialah

Mempromosikan atau memasarkan aplikasi PLN *Mobile*. Media yang digunakan Tabel 1.7 Daftar Kegiatan sosial media, sosialisasi,

No.	Daftar Kegiatan	Dokumentasi Kegiatan
-----	-----------------	----------------------



mengadakan event dll.

1.	Gebyar Kemerdekaan 2023	
2.	Hari Pelanggan Nasional	
3.	Hari Listrik Nasional 2023	

4.	Gelegar Akhir Tahun	
5.	PLN <i>Mobile</i> Futsal Competition UP3 Makassar Selatan 2023	
6.	Srikandi goes to School	

7.	Sosialisasi Door to Door	
----	--------------------------	--

Sumber : Instagram @plnmakassarelatan

Tabel diatas merupakan beberapa kegiatan yang dilakukan oleh PT PLN (Persero) UP3 Makassar Selatan ULP Panakkukang dalam merealisasikan perencanaan komunikasi dalam meningkatkan penggunaan aplikasi PLN *Mobile*.

d. Perencanaan Pendukung (*Support Plan*)

Perencanaan pendukung adalah bagian dari perencanaan operasional yang merinci aktivitas-aktivitas konkret yang akan dilakukan dalam rangka melaksanakan rencana komunikasi. Ini mencakup langkah-langkah yang lebih spesifik dan terperinci yang perlu diambil untuk menjalankan perencanaan komunikasi yang telah direncanakan sebelumnya. Aktivitas-aktivitas ini akan bervariasi tergantung pada tujuan, target audiens, dan platform komunikasi yang digunakan.

Hasil wawancara peneliti dengan Ibu AFK selaku TL Pelayanan Pelanggan dan Administrasi, mengatakan :

“Untuk perencanaan pendukung yang dapat kami lakukan tentunya penyelenggaraan pelatihan pengguna agar tim dapat memahami secara menyeluruh fungsionalitas dan manfaat yang akan ditawarkan oleh aplikasi tersebut kepada pelanggan seperti, kemudahan pembayaran tagihan dan pemantauan konsumsi energi.”

Dari hasil wawancara diatas dapat dipahami bahwa adanya perencanaan pendukung untuk memberikan panduan praktis kepada tim pelaksana dalam menjalankan tugas dan memastikan bahwa semua aspek perencanaan diimplementasikan dengan baik. Seperti meningkatkan penggunaan aplikasi dengan melibatkan pelatihan pengguna, penyediaan layanan pembayaran online, penyediaan contact center dan pembaruan berkala aplikasi. Dengan memperhatikan detail-detail ini, tim PAD ULP Panakkukang bertujuan memastikan pemahaman maksimal pengguna, memudahkan transaksi, memberikan

dukungan yang efisien, dan mendorong partisipasi aktif, sehingga aplikasi dapat memberikan pengalaman terbaik kepada pengguna.

Tabel 1.7 Perencanaan Pendukung

Perencanaan	Indikator	Komunikasi		
	Komunikator	Komunikan	Pesan	Media
Perencanaan Pendukung (<i>Support Plan</i>)	Tim PAD ULP Panakkukang, Tim Pemasaran dan Pelayanan Pelanggan (SARPP) UP3 Makassar Selatan.	Tim PAD ULP Panakkukang	Memerhatikan detail-detail dalam proses perencanaan komunikasi agar dapat dijalankan dengan efisien dan efektif.	Melakukan pelatihan, Layanan pembayaran online, Contact Center dan Pembaruan aplikasi.

Berdasarkan tabel diatas dapat diperhatikan dalam perencanaan strategik yang menjadi komunikator adalah Tim PAD ULP Panakkukang, Tim Pemasaran dan Pelayanan Pelanggan (SARPP) UP3 Makassar Selatan. Komunikan yaitu, Tim PAD ULP Panakkukang. Pesan yang disampaikan ialah Memerhatikan detail-detail dalam proses perencanaan komunikasi agar dapat dijalankan dengan efisien dan efektif. Media yang digunakan adalah Melakukan pelatihan, Layanan pembayaran online, Contact Center dan Pembaruan aplikasi.

2. Faktor Pendukung dan Penghambat Perencanaan Komunikasi dalam Meningkatkan Penggunaan Aplikasi PLN Mobile.

a. Faktor Pendukung

Dalam konteks pemasaran atau promosi digital, faktor pendukung strategi komunikasi meliputi:

1) Penggunaan Teknologi Modern

Hasil wawancara peneliti dengan Ibu KRA selaku Officer Pengelolaan Piutang, mengatakan :

“Sekarang teknologi sudah semakin canggih jadi kami memanfaatkan hal tersebut untuk berinteraksi dengan pelanggan. Kita tahu kan dengan teknologi sekarang kita bisa menjangkau lebih banyak orang.”

Dari hasil wawancara diatas dapat di pahami bahwa teknologi digital memungkinkan PT PLN (Persero) UP3 Makassar Selatan ULP Panakkukang untuk menciptakan interaksi yang lebih efektif dan menyelurahi dengan pelanggan. Hal ini mencakup penggunaan media digital, seperti reklame virtual dan reklaman produk secara online.

2) Media Sosial

Hasil wawancara peneliti dengan Ibu AFK selaku TL Pelayanan Pelanggan dan Administrasi, mengatakan :

“Di jaman sekarang siapa sih yang tidak menggunakan media sosial, secara di media sosial itu sendiri kita bisa menjangkau dan mencari apa yang kita ingin cari. Bahkan banyak juga orang yang sudah menggunakan media sosial untuk mereka promosi, karena itulah kami juga memanfaatkannya untuk memperkenalkan kepada pelanggan tentang aplikasi PLN Mobile ini.”

Dari hasil wawancara diatas dapat di pahami bahwa media sosial memiliki potensi yang signifikan dalam mendukung pemasaran atau promosi secara digital, karena memungkinkan PT PLN (Persero) UP3 Makassar Selatan ULP Panakkukang untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan menciptakan diskusi yang positif tentang alikasi PLN *Mobile*.

3) Word of Mouth (WOM) Digital

Hasil wawancara peneliti dengan Ibu WS selaku Owner Warkop 27 Samata, mengatakan :

“Saya sebagai pegawai pns merasa terbantu dengan adanya PLN Mobile karena dapat dijangkau hanya dengan hp, walaupun saya berada dikantor saya tidak perlu ke kantor PLN hanya untuk melakukan pengaduan. Saya juga kan memiliki usaha warkop nih jadi pasti saya mau dapat review yang bagus dari pengunjung di warkop saya karena dengan begitu orang-orang akan percaya kalau warkop saya memang bagus. Begitu juga dengan pelayanan yang di aplikasi itu saya sendiri merasa terbantu, promo-promonya juga menarik dan itu menguntungkan saya tentu akan saya beri tanggapan yang baik”

Dari hasil wawancara diatas dapat di pahami bahwa WOM digital merupakan salah satu faktor pendukung dalam perencanaan komunikasi, karena konsumen yang telah mengalami produk atau layanan yang positif akan berbagi pengalaman tersebut dengan orang lain melalui media digital. (Sari & Utami, 2021)

b. Faktor Penghambat

Hambatan dalam penerimaan pesan (*receiver barrier*) menurut Kreitner dalam (Budi et al., 2018) merupakan salah satu kendala yang

dihadapi, terutama karena kesulitan komunikasi dalam memahami pesan tersebut dengan baik. Faktor-faktor seperti tingkat pendidikan atau tingkat kecerdasan yang rendah pada komunikasi (masyarakat) dapat menjadi penyebab utama. Salah satu faktor penyebabnya adalah karena sebagian masyarakat masih kurang akrab dengan teknologi (gaptek), meskipun perkembangan teknologi berlangsung cepat dan hampir semua kegiatan masyarakat kini menggunakan teknologi.

Hasil wawancara dengan Bapak AM selaku Driver Ojek Online, mengatakan :

“Saya juga sedikit terbantu dengan adanya aplikasi PLN Mobile ini karena kalau ada gangguan dirumah saya bisa melapor lewat HP tanpa harus ke kantor PLN. Cuma, yang jadi kendala saya sendiri untuk menggunakan HP masih belum terlalu pintar, karena saya cuma lulusan SMP. Ini saja anak saya yang mengajarkan saya menggunakan HP semenjak saya beralih profesi menjadi tukang ojek online. Jadi untuk melapor atau cari informasi saya biasa meminta bantuan anak saya”

Dari hasil wawancara di atas dapat di pahami bahwa kurangnya edukasi dan pemahaman tentang gadget atau perkembangan teknologi dapat menjadi hambatan bagi PT PLN (Persero) UP3 Makassar Selatan ULP Panakkukang untuk meningkatkan penggunaan aplikasi PLN *Mobile*.

Meskipun demikian, untuk mengatasi hambatan tersebut, PT PLN (Persero) UP3 Makassar Selatan ULP Panakkukang melakukan pendekatan dengan memberikan penjelasan rinci kepada masyarakat mengenai pentingnya PLN *Mobile* untuk memfasilitasi akses pelayanan kelistrikan yang dibutuhkan masyarakat. Komunikasi antara

PT PLN (Persero) UP3 Makassar Selatan ULP Panakkukang dan masyarakat dilakukan secara langsung dan melibatkan proses dua arah. Selain itu, untuk meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap aplikasi PLN *Mobile*, PT PLN (Persero) pusat secara berkelanjutan melakukan pengembangan dan optimalisasi fitur-fitur di dalam aplikasi. PT PLN (Persero) UP3 Makassar Selatan ULP Panakkukang juga mengarahkan masyarakat agar menggunakan PLN *Mobile* ketika mengalami gangguan kelistrikan, sehingga masyarakat lebih memahami dan mencoba melakukan aktivasi terhadap PLN *Mobile*.

Dalam merencanakan perencanaan komunikasi untuk meningkatkan penggunaan aplikasi PLN *Mobile* oleh PT PLN (Persero) UP3 Makassar Selatan ULP Panakkukang, perlu mempertimbangkan faktor-faktor yang mendukung dan menghambat. Berikut adalah beberapa pertimbangan spesifik terkait Hambatan Psikologis, Hambatan Teknis, dan Hambatan Semantik:

1. Hambatan Psikologis

- Persepsi Nilai Aplikasi: Mungkin ada kekhawatiran atau ketidakjelasan tentang nilai dan manfaat yang diberikan oleh aplikasi PLN *Mobile*. Oleh karena itu, perlu adanya kampanye komunikasi yang fokus pada keunggulan dan manfaat penggunaan aplikasi tersebut.

- Resistensi Terhadap Perubahan: Beberapa orang mungkin memiliki resistensi terhadap perubahan, terutama jika mereka sudah

terbiasa dengan metode pembayaran atau interaksi yang sudah ada. Komunikasi perlu merinci alasan di balik perubahan dan bagaimana itu akan memudahkan proses pelanggan.

2. Hambatan Teknis

- Pemahaman Teknologi : Mungkin beberapa pengguna tidak terlalu familiar dengan teknologi atau merasa tidak percaya diri untuk menggunakan aplikasi tersebut. Pelatihan dan panduan teknis dapat membantu mengatasi hambatan ini.

- Infrastruktur Komunikasi : Pastikan bahwa informasi dan panduan teknis tersedia dengan jelas, dan dukungan teknis dapat diakses dengan mudah jika pengguna mengalami kesulitan. Hal ini dapat mengatasi potensi hambatan teknis.

3. Hambatan Semantik

- Pemahaman Istilah : Pastikan bahwa istilah dan petunjuk dalam aplikasi dijelaskan dengan jelas dan sesuai dengan pemahaman pengguna. Hindari penggunaan istilah teknis yang mungkin membingungkan.

- Kesesuaian Budaya : Pastikan bahwa pesan komunikasi dan antarmuka aplikasi sesuai dengan budaya lokal. Ini membantu mencegah hambatan semantik yang mungkin timbul karena perbedaan pemahaman budaya.

Perencanaan komunikasi harus dirancang untuk mengatasi hambatan-hambatan ini. Ini bisa melibatkan kampanye informasi yang

jasas, pelatihan teknis, dan pendekatan berbasis budaya untuk memastikan adopsi yang lebih luas dan sukses dari aplikasi PLN Mobile di PT PLN (Persero) UP3 Makassar Selatan ULP Panakkukang.

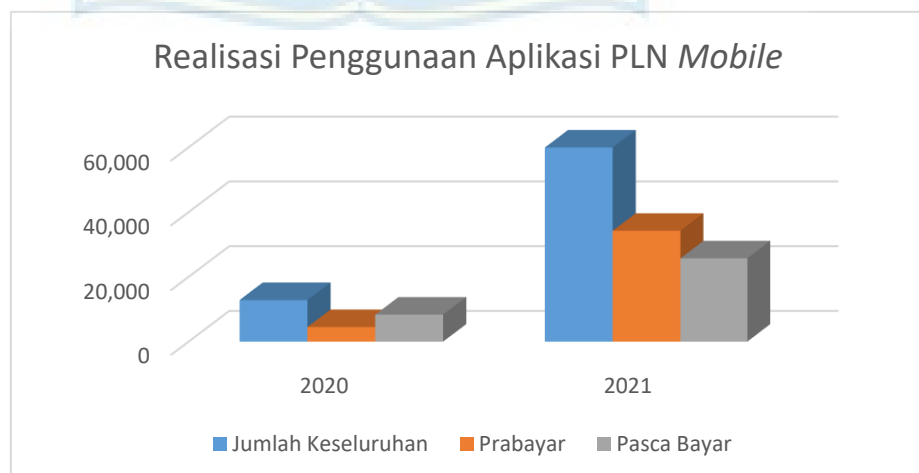
D. Pembahasan

Menurut John Middleto dalam (Fadhli, 2018) perencanaan komunikasi adalah proses pengalokasian sumber daya komunikasi untuk mencapai tujuan organisasi. Sumber daya tersebut tidak saja mencakup media massa dan komunikasi antarpribadi, tapi juga setiap aktivitas yang dirancang untuk mengubah perilaku dan menciptakan keterampilan keterampilan tertentu di antara individu dan kelompok dalam lingkup tugas-tugas yang dibebani oleh organisasi.

Penelitian ini merinci perencanaan komunikasi yang diimplementasikan oleh PT PLN (Persero) UP3 Makassar Selatan ULP Panakkukang untuk meningkatkan penggunaan aplikasi PLN *Mobile*.

Berikut data perbandingan realisasi penggunaan aplikasi PLN

M
o
b
i
l
e
p
a



da tahun 2020 dan 2021 :

Sumber : Data UP3 Makassar Selatan

Gambar 1.4 Grafik Data Realisasi Penggunaan Aplikasi PLN *Mobile*

Dari data diatas dapat kita lihat realisasi penggunaan aplikasi PLN *Mobile* terus berubah tiap tahunnya. Dimana pada tahun 2021 mengalami peningkatan yang begitu signifikan dibandingkan dari tahun sebelumnya . Dimana pada tahun 2020 jumlah penggunaan aplikasi PLN *Mobile* bisa dikatakan sangat sedikit penggunanya. Oleh karena itu pada pembahasan kali ini peneliti akan membahas mengenai perencanaan komunikasi dalam meningkatkan penggunaan aplikasi PLN *Mobile*.

1. Perencanaan Komunikasi dalam Meningkatkan Penggunaan Aplikasi PLN *Mobile*.

a. Perencanaan Strategik (*Strategic Plan*)

Perencanaa satrategis komunikasi memainkan peran penting dalam mengarahkan usaha komunikasi online yang digunakan untuk pencapaian tujuan yang ditetapkan. Dengan pendekatan yang terstruktur danstrategis, dapat meningkatkan

efektivitas dan dampak dari program komunikasi tersebut. (Bloom & Reenen, 2013)

Dalam konteks perencanaan strategik yang telah diuraikan, terdapat beberapa aspek krusial yang mendefinisikan pendekatan organisasi dalam mencapai tujuan jangka panjang. Pertama-tama, kebijaksanaan komunikasi menjadi tiang utama dari strategi tersebut. Keputusan dalam pemilihan alternatif komunikasi yang efektif mencerminkan upaya mendalam dalam merinci langkah-langkah yang akan diambil guna memastikan pencapaian target jangka panjang.

Selanjutnya, keterlibatan seluruh tim menjadi hal yang sangat ditekankan. Pemahaman bahwa setiap anggota tim memiliki peran yang penting dalam pelaksanaan strategi komunikasi memberikan jaminan bahwa setiap individu memiliki kontribusi yang signifikan. Keterlibatan ini juga melibatkan peran strategis dalam membangun sinergi antaranggota tim untuk menciptakan kesatuan dalam menjalankan strategi organisasi.

Adaptabilitas terhadap perubahan merupakan elemen kunci lainnya. Kesadaran akan dinamika lingkungan bisnis dan kemampuan untuk beradaptasi secara proaktif mencirikan organisasi yang berorientasi pada masa depan. Dengan demikian, perencanaan strategik harus mencakup mekanisme yang

memungkinkan organisasi bergerak seiring dengan perubahan dan menyesuaikan strategi sesuai kebutuhan yang berkembang.

Evaluasi berkala menjadi pilar dalam memastikan keberhasilan perencanaan strategik. Dengan terus memonitor dan menilai efektivitas strategi yang diimplementasikan, organisasi dapat mengidentifikasi peluang untuk perbaikan, memperkuat aspek yang sukses, dan menyelaraskan rencana dengan tujuan jangka panjang.

Melalui wawancara dengan Ibu KRA sebagai Officer Pengelolaan Piutang, kita memperoleh wawasan konkrit tentang implementasi perencanaan strategis dalam konteks spesifik. Fokus pada arahan dari tim Customer Experience UID SULSELBAR untuk memasarkan aplikasi PLN Mobile menyoroti pentingnya pengintegrasian antardepartemen dalam pencapaian tujuan bersama.

Tim Customer Experience UID SULSELBAR diidentifikasi sebagai komunikator utama, yang memberikan arahan kepada tim Pemasaran dan Pelayanan Pelanggan (SARPP) sebagai komunikan. Hal ini mencerminkan struktur hierarki dalam alur komunikasi di organisasi, di mana peran dan tanggung jawab tertentu ditugaskan kepada kelompok-kelompok tertentu.

Dalam konteks lebih luas, strategi pemasaran yang terfokus pada media massa dan sosial media menunjukkan tanggapan

adaptif terhadap tren digital dan perubahan perilaku konsumen. Strategi ini juga mencerminkan upaya organisasi untuk tetap relevan dan berdaya saing dalam era teknologi informasi yang terus berkembang.

Dengan demikian, perencanaan strategis dalam organisasi tidak hanya merupakan pandangan umum, tetapi juga merupakan implementasi operasional yang melibatkan segenap lapisan organisasi. Melibatkan kebijaksanaan, keterlibatan tim, adaptabilitas, dan evaluasi berkala, pendekatan ini membentuk dasar yang kuat untuk mencapai kesuksesan jangka panjang.

b. Perencanaan Operasional (*Operational Plan*)

Perencanaan operasional merupakan implementasi konkret dari rencana strategis sebelumnya. Perencanaan operasional adalah cara untuk menerjemahkan rencana strategis menjadi tindakan konkret yang dapat diimplementasikan. Perencanaan operasional merupakan suatu proses yang integral dalam manajemen suatu organisasi atau perusahaan, berfokus pada implementasi tugas-tugas operasional. Dalam lingkungannya, perencanaan operasional mencakup beberapa aspek kunci seperti perencanaan kegiatan produksi, pengadaan barang atau jasa, pengendalian kualitas, dan pengelolaan sumber daya. (Akbar, 2020)

Tujuan mendasar dari perencanaan operasional adalah memastikan bahwa kegiatan operasional berjalan dengan efektif

dan efisien, sejalan dengan tujuan strategis yang telah ditetapkan oleh organisasi. Proses perencanaan ini melibatkan penyusunan rencana kerja yang terperinci dan terukur, mencakup langkah-langkah operasional yang konkret dan jelas. Selain itu, pengawasan dan evaluasi secara berkala menjadi bagian integral dari perencanaan operasional guna memonitor pelaksanaan rencana dan memastikan bahwa pencapaian tujuan berlangsung sesuai yang diharapkan. Dengan demikian, perencanaan operasional menjadi landasan yang kokoh untuk menjaga kelangsungan operasional organisasi serta meningkatkan kinerja secara berkesinambungan.

Perencanaan operasional komunikasi dapat dibagi menjadi dua, yaitu :

1) Perencanaan Infrastruktur Komunikasi (*hardware*)

Perencanaan infrastruktur komunikasi (*hardware*) melibatkan identifikasi, perencanaan, dan pengembangan infrastruktur yang mendukung komunikasi dan informasi dalam suatu organisasi orang. Infrastruktur komunikasi meliputi berbagai komponen, seperti perangkat keras, sistem operasi, dan jaringan komunikasi

2) Perencanaan Program Komunikasi (*software*)

Perencanaan Program Komunikasi (*software*) merupakan perencanaan yang mengarah pada sumber daya komunikasi, seperti pengetahuan, keterampilan, dan struktur organisasi,

serta penyusunan program kerja tentang kegiatan komunikasi yang akan dilakukan. (Fadhli, 2018)

Perencanaan operasional sebagai kelanjutan dari perencanaan strategik memegang peran strategis dalam menjembatani rencana strategis ke dalam tindakan nyata di tingkat operasional. Terfokus pada kebutuhan teknologi informasi dan pembaruan aplikasi, perencanaan ini mencerminkan respons organisasi terhadap perubahan dinamika teknologi yang senantiasa berkembang. Dalam konteks ini, kolaborasi yang erat antara tim Pemasaran dan Pelayanan Pelanggan (SARPP) dengan tim PAD ULP Panakkukang menjadi inti dari keberhasilan implementasi.

Pertama-tama, dalam perencanaan infrastruktur komunikasi (hardware), kerjasama antara SARPP dan tim PAD ULP Panakkukang memiliki implikasi yang signifikan. Mereka bersama-sama merancang dan menyiapkan infrastruktur yang diperlukan untuk mendukung pelaksanaan promosi. Ini tidak hanya mencakup persiapan kebutuhan teknologi seperti server, koneksi internet yang cepat, dan kebutuhan perangkat keras lainnya, tetapi juga menjamin keamanan data pelanggan. Keselamatan informasi menjadi prioritas utama, dan langkah-langkah perlindungan data diterapkan untuk memastikan kepercayaan pengguna terhadap aplikasi.

Kedua, perencanaan program komunikasi (software) membawa fokus pada pelatihan dan edukasi. Tim SARPP memainkan peran kunci dalam memberikan pelatihan mendalam kepada tim PAD ULP Panakkukang. Pelatihan ini tidak hanya mencakup pemahaman teknis terhadap fitur-fitur aplikasi PLN Mobile, tetapi juga pengembangan keterampilan komunikasi yang diperlukan untuk menyampaikan pesan promosi secara efektif. Tujuannya adalah untuk memastikan bahwa tim PAD ULP Panakkukang mampu menjadi duta yang mampu mengkomunikasikan informasi dengan jelas dan meyakinkan kepada pengguna, sehingga mencapai pemahaman maksimal mengenai aplikasi.

Dalam konteks yang lebih luas, perencanaan operasional tidak hanya tentang infrastruktur dan program komunikasi, tetapi juga mencakup aspek pengelolaan risiko, penanganan masalah, dan pemantauan kinerja secara berkala. Kolaborasi antar tim tidak hanya sebatas kerjasama teknis, melainkan juga melibatkan pengembangan keterampilan interpersonal, kepemimpinan, dan resolusi konflik. Dengan pendekatan yang holistik, perencanaan operasional menjadi pondasi yang kokoh untuk mengaktualisasikan strategi pemasaran aplikasi PLN Mobile ke dalam setiap aspek operasional organisasi secara menyeluruh..(Bloom & Reenen, 2013)

Dengan demikian, perencanaan operasional menjadi landasan yang kokoh untuk menjaga kelangsungan operasional organisasi serta meningkatkan kinerja secara berkesinambungan. Perencanaan operasional yang baik, dapat mengoptimalkan pelaksanaan program komunikasi dan memastikan bahwa tujuan strategis yang telah ditetapkan dapat dicapai secara efektif.

c. Perencanaan Kerja (*Work Plan*)

Perencanaan kerja dalam perencanaan komunikasi adalah proses perencanaan yang terkait dengan pelaksanaan tugas-tugas operasional dalam suatu organisasi atau perusahaan dalam konteks komunikasi. Perencanaan kerja dalam perencanaan komunikasi meliputi perencanaan kegiatan produksi konten digital, pengelolaan media sosial, pengelolaan iklan digital, dan pengukuran kinerja digital. Tujuan dari perencanaan kerja dalam perencanaan komunikasi adalah untuk memastikan bahwa kegiatan operasional dalam konteks digital berjalan dengan efektif dan efisien, serta sesuai dengan tujuan organisasi. Dalam perencanaan kerja dalam perencanaan komunikasi, biasanya dibuat rencana kerja yang terperinci dan terukur, serta dilakukan pengawasan dan evaluasi secara berkala untuk memastikan pencapaian tujuan. (Murniarti, 2019)

Dalam konteks program komunikasi, perencanaan kerja dapat mencakup langkah-langkah seperti :

1) Penjadwalan Konten

Menentukan kapan dan di platform mana konten akan dipublikasikan. Ini melibatkan penentuan tanggal dan waktu posting, serta pemilihan platform yang paling efektif untuk audiens target.

2) Pembuatan Konten

Merinci jenis konten yang akan diproduksi, seperti artiket, video, gambar, infografis dan sebagainya. Perencanaan ini mencakup deskripsi konten, ide, topik dan sumber daya yang diperlukan.

3) Penyusunan Pesan

Merencanakan pesan atau narasi yang akan digunakan dalam konten komunikasi. Ini mencakup bahasa yang sesuai, nada dan pesan inti yang ingin disampaikan kepada audiens.

4) Penanganan Interaksi

Cara menangani tanggapan, komentar dan pesan dari pengguna atau pelanggan. Ini termasuk rencana untuk berinteraksi dengan baik dan menjaga citra merek.

5) Evaluasi dan Pembaruan

Rencana untuk terus mengkaji kinerja dan hasil dari perencanaan kerja, serta kemungkinan penyesuaian berdasarkan data yang diperoleh.

Perencanaan kerja yang terperinci dan praktis menciptakan kerangka kerja yang komprehensif untuk menjalankan tugas sehari-hari dengan efisiensi dan efektivitas. Dalam wawancara dengan Ibu AFK, Tim Leader Pelayanan Pelanggan dan Administrasi, beliau menegaskan bahwa pendekatan ini sangat memperhatikan analisis mendalam terhadap kebutuhan pelanggan sebagai titik sentral perencanaan. Fokusnya pada target audiens, termasuk pelanggan PT PLN (Persero) UP3 Makassar Selatan ULP Panakkukang dan generasi muda pengguna smartphone, menjadi landasan untuk mengarahkan strategi dan aktivitas operasional.

Proses penjadwalan konten menjadi langkah krusial setelah menetapkan target audiens. Tim Pemasaran dan Pelayanan Pelanggan (SARPP) dan tim PAD ULP Panakkukang berkolaborasi untuk merencanakan konten yang akan disampaikan melalui berbagai platform, baik secara digital maupun offline. Platform digital, seperti Instagram dan portal berita, dipilih dengan pertimbangan cermat, sementara sarana promosi offline, seperti brosur promo, banner, sosialisasi door to door, event, dan kunjungan ke sekolah/universitas, disiapkan untuk menjangkau khalayak yang lebih luas.

Pembuatan konten merupakan tahap berikutnya, di mana tim SARPP dan tim PAD ULP Panakkukang bekerja sama

untuk menciptakan berbagai jenis konten. Video tutorial pendaftaran aplikasi PLN Mobile, panduan mendapatkan kompensasi, brosur dengan promo terkini, serta berbagai informasi bermanfaat lainnya disusun dengan cermat. Pentingnya kreativitas dan relevansi dalam konten diakui sebagai kunci untuk menarik perhatian dan mempertahankan minat pelanggan.

Kemudian, distribusi konten dilakukan melalui berbagai platform yang telah ditentukan. Artikel dan informasi yang dihasilkan dari kegiatan promosi disebarluaskan melalui portal berita untuk memastikan jangkauan yang maksimal. Selain itu, upaya dilakukan untuk mengoptimalkan platform digital seperti Instagram sebagai sarana untuk mencapai target audiens yang aktif di dunia maya.

Langkah terakhir melibatkan persiapan call center sebagai langkah proaktif untuk mengantisipasi dan menanggapi keluhan pelanggan, terutama jika terdapat gangguan pada aplikasi PLN Mobile. Kesiapan untuk memberikan layanan pelanggan yang responsif dan solutif diakui sebagai upaya untuk membangun kepercayaan dan kepuasan pelanggan.

Evaluasi kinerja menjadi suatu keharusan untuk memastikan bahwa setiap tahap perencanaan dan implementasi berjalan dengan baik. Dengan menyelenggarakan evaluasi yang

berkala, organisasi dapat mengidentifikasi area perbaikan, memperbarui strategi, dan terus meningkatkan kualitas layanan yang diberikan kepada pelanggan.

Dengan menggabungkan elemen-elemen ini, perencanaan kerja tidak hanya menjadi instrumen operasional, tetapi juga sebuah perjalanan yang melibatkan pemahaman mendalam terhadap pelanggan, kreativitas dalam konten, serta ketanggapan terhadap perubahan dan masalah. Inilah yang menciptakan fondasi yang kokoh untuk keberhasilan strategi pemasaran dan pelayanan pelanggan aplikasi PLN Mobile secara menyeluruh.

d. Perencanaan Pendukung (*Support Plan*)

Perencanaan pendukung merupakan komponen krusial dalam rangka memastikan kelancaran pelaksanaan rencana utama dalam berbagai konteks, termasuk perencanaan operasional dan perencanaan komunikasi. Dalam konteks perencanaan operasional, rencana pendukung dapat mencakup strategi khusus yang mendukung tugas-tugas operasional dan kegiatan produksi. Misalnya, dalam konteks produksi manufaktur, rencana pendukung dapat berfokus pada manajemen inventaris, pengelolaan rantai pasok, dan peningkatan efisiensi proses produksi.

Di sisi lain, dalam konteks perencanaan komunikasi, rencana pendukung dapat merinci langkah-langkah untuk

mendukung pelaksanaan rencana utama. Ini dapat mencakup perencanaan produksi konten digital, penentuan platform distribusi yang optimal, dan strategi pengelolaan konten untuk memastikan visibilitas dan dampak yang maksimal di media digital. Sebagai contoh, rencana pendukung dalam perencanaan komunikasi mungkin mencakup penjadwalan konten, pemilihan kanal media sosial yang paling relevan, serta metode analisis dan evaluasi performa kampanye. (Quality, 2002)

Selain itu, rencana pendukung juga bisa mencakup penetapan target dan tujuan spesifik yang ingin dicapai. Misalnya, dalam perencanaan operasional, target dapat berfokus pada peningkatan produktivitas atau pengurangan biaya produksi. Sementara dalam perencanaan komunikasi, target dapat mencakup peningkatan jumlah pengikut di media sosial, interaksi dengan audiens, atau konversi online.

Mekanisme pengendalian dan evaluasi juga menjadi bagian integral dari rencana pendukung. Ini mencakup langkah-langkah pengawasan yang diimplementasikan untuk memantau kemajuan, mengidentifikasi potensi hambatan, dan mengambil tindakan korektif sesuai kebutuhan. Evaluasi yang teratur membantu dalam menilai efektivitas rencana pendukung dan mengidentifikasi area yang memerlukan peningkatan atau penyesuaian.

Perencanaan pendukung yang dirancang secara matang memainkan peran krusial dalam mendukung implementasi rencana komunikasi untuk aplikasi PLN Mobile. Seluruh tim yang terlibat dalam kegiatan pemasaran dan promosi aplikasi ini memiliki perencanaan pendukung yang dirancang dengan tujuan memastikan bahwa setiap aspek operasional dan strategi komunikasi dapat berjalan dengan lancar dan efektif.

Salah satu aspek penting dari perencanaan pendukung ini adalah pelatihan pengguna. Tim pemasaran dan pelanggan diarahkan untuk menguasai aplikasi PLN Mobile agar mereka dapat menyampaikan pesan kepada pelanggan dengan informasi yang terpercaya. Pelatihan ini mencakup pemahaman mendalam tentang fitur-fitur aplikasi, cara mendaftar, dan tata cara penggunaan aplikasi secara optimal. Dengan cara ini, tim dapat menjadi duta yang handal, memastikan bahwa informasi yang disampaikan kepada pelanggan akurat dan dapat dipercaya.

Selanjutnya, perencanaan pendukung mencakup penyediaan layanan pembayaran online. Inisiatif ini mencakup integrasi dengan mobile banking, pembayaran melalui e-wallet, dan metode pembayaran digital lainnya. Dengan menyediakan berbagai opsi pembayaran online, organisasi dapat meningkatkan kemudahan akses dan kenyamanan bagi pelanggan, menciptakan pengalaman pengguna yang lebih baik.

Pentingnya contact center juga diakui dalam perencanaan pendukung ini. Contact center tidak hanya menjadi saluran komunikasi bagi pelanggan untuk mendapatkan informasi, tetapi juga menjadi alternatif yang sangat dibutuhkan jika pelanggan mengalami kendala atau gangguan dengan aplikasi PLN Mobile. Dengan menyediakan contact center yang responsif dan berpengetahuan luas, organisasi dapat memberikan solusi cepat dan mendukung pelanggan dalam mengatasi masalah yang mungkin mereka hadapi.

Dengan mengintegrasikan semua aspek ini, perencanaan pendukung bukan hanya berfungsi sebagai pelengkap, melainkan menjadi pilar yang mendukung keberhasilan rencana utama. Pemahaman mendalam terhadap pengguna, kemudahan pembayaran, dan layanan pelanggan yang responsif menciptakan ekosistem yang kokoh, memastikan bahwa rencana komunikasi dapat diimplementasikan dengan efektif. Sebagai hasilnya, pelanggan dapat merasakan manfaat aplikasi PLN Mobile secara maksimal, meningkatkan loyalitas mereka terhadap layanan yang diberikan.

2. Faktor Pendukung dan Penghambat Perencanaan Komunikasi dalam Meningkatkan Penggunaan Aplikasi PLN Mobile.

a. Faktor Pendukung

Faktor pendukung perencanaan ini mencakup penggunaan teknologi modern, media sosial, dan word of mouth digital untuk mencapai audiens lebih luas. Media sosial, seperti Instagram, dapat menjadi faktor pendukung perencanaan komunikasi word of mouth. Selain itu, teknologi modern dan media sosial dianggap sebagai faktor pendukung yang diperlukan untuk memaksimalkan perencanaan komunikasi. Dalam konteks penggunaan teknologi modern, digital marketing, termasuk penggunaan media sosial, dianggap sebagai salah satu cara untuk memasarkan produk dan mencapai audiens lebih luas. Oleh karena itu, faktor-faktor ini memainkan peran penting dalam mendukung perencanaan komunikasi untuk mencapai audiens yang lebih luas dan efektif. (Sari & Utami, 2021)

Berikut adalah penjelasan mengenai beberapa poin penting dalam konteks perencanaan komunikasi yang mencakup penggunaan teknologi modern, media sosial, dan word of mouth digital untuk mencapai audiens lebih luas:

1) Penggunaan Teknologi Modern

Teknologi modern memungkinkan Anda untuk menciptakan, merepart, dan merekam konten secara efisien dan efektif. Dalam konteks perencanaan komunikasi, teknologi modern memungkinkan Anda untuk mencapai audiens yang lebih luas dengan lebih efisien dan efektif.

2) Media Sosial

Media sosial, seperti Instagram, merupakan salah satu alat yang digunakan dalam perencanaan komunikasi untuk mencapai audiens yang lebih luas. Media sosial memungkinkan Anda untuk membangun jaringan yang luas dan mengakumulasi audiens dengan konten yang menarik dan relevan.

3) Word of Mouth digital

Word of mouth digital adalah perilaku pengguna yang berbicara tentang produk atau layanan mereka kepada rekan-rekan melalui jaringan digital. Dalam konteks perencanaan komunikasi, word of mouth digital memainkan peran penting dalam menyebarkan reputasi produk atau layanan dan mencapai audiens yang lebih luas.

Dalam menerapkan perencanaan komunikasi yang melibatkan penggunaan teknologi modern, media sosial, dan word of mouth digital, penting untuk memahami kebutuhan dan preferensi audiens, serta menyesuaikan konten dan metode komunikasi dengan keadaan audiens tersebut. Selain itu, penting juga untuk terus mengoptimalkan dan menyesuaikan perencanaan komunikasi terhadap perubahan dinamika pasar dan perkembangan teknologi.

b. Faktor Penghambat

Dalam perencanaan komunikasi selain faktor pendukung terdapat juga faktor penghambat, seperti hambatan psikologis, hambatan teknis dan hambatan semantik. (Andhini, 2017)

Dalam menerapkan aplikasi PLN Mobile, muncul hambatan psikologis yang perlu diperhatikan oleh PT PLN (Persero) UP3 Makassar Selatan ULP Panakkukang. Pertama, terdapat hambatan dalam persepsi nilai aplikasi, di mana pengguna mungkin mengalami kekhawatiran atau ketidakjelasan mengenai nilai dan manfaat yang dapat diberikan oleh aplikasi tersebut. Untuk mengatasi hambatan ini, perlu dilakukan kampanye komunikasi yang mendalam dan fokus, menjelaskan dengan jelas keunggulan serta manfaat konkret yang dapat diperoleh oleh pengguna melalui penggunaan aplikasi PLN Mobile.

Selain itu, resistensi terhadap perubahan juga dapat menjadi kendala yang signifikan. Beberapa individu mungkin merasa tidak nyaman dengan adanya perubahan, terutama jika mereka sudah terbiasa dengan metode pembayaran atau interaksi yang telah ada sebelumnya. Oleh karena itu, komunikasi perlu secara rinci menjelaskan alasan di balik perubahan ini dan bagaimana aplikasi PLN Mobile akan memudahkan proses pelanggan. Poin-poin ini perlu disampaikan dengan cara yang meyakinkan dan membangun kepercayaan, sehingga dapat mengurangi resistensi dan memotivasi pengguna untuk mengadopsi perubahan tersebut. Dengan

menangani hambatan psikologis ini secara efektif, PT PLN (Persero) UP3 Makassar Selatan ULP Panakkukang dapat meningkatkan penerimaan dan penggunaan aplikasi PLN Mobile di kalangan pelanggan.

Dalam mengimplementasikan aplikasi PLN Mobile, PT PLN (Persero) UP3 Makassar Selatan ULP Panakkukang perlu memahami dan mengatasi hambatan teknis yang mungkin dihadapi oleh pengguna. Pertama-tama, beberapa pengguna mungkin tidak terlalu akrab dengan teknologi atau merasa kurang percaya diri dalam menggunakan aplikasi tersebut. Hambatan ini dapat diatasi melalui penyelenggaraan pelatihan dan penyediaan panduan teknis yang jelas. Pelatihan dapat memberikan pemahaman yang lebih baik tentang fungsi aplikasi, sementara panduan teknis dapat menjadi referensi yang berguna bagi pengguna yang membutuhkan bantuan dalam proses penggunaan aplikasi.

Selain itu, aspek infrastruktur komunikasi juga memegang peran penting. PT PLN (Persero) UP3 Makassar Selatan ULP Panakkukang perlu memastikan bahwa informasi terkait teknis, seperti panduan dan tutorial, tersedia dengan jelas dan dapat diakses dengan mudah oleh pengguna. Dukungan teknis juga harus siap sedia, sehingga pengguna yang mengalami kesulitan dapat dengan cepat mendapatkan bantuan yang diperlukan. Dengan memastikan ketersediaan sumber daya teknis ini, perusahaan dapat

mengatasi potensi hambatan teknis yang dapat muncul dan memberikan pengalaman pengguna yang lebih baik. Dengan demikian, PT PLN (Persero) UP3 Makassar Selatan ULP Panakkukang dapat meningkatkan adopsi aplikasi PLN Mobile dan memastikan bahwa pengguna dapat menggunakan aplikasi tersebut dengan nyaman dan efisien.

Hambatan semantik menjadi salah satu faktor penghambat komunikasi yang dapat merugikan kelancaran pemahaman pesan. Hambatan ini terkait dengan kesalahan dalam menafsirkan atau memberikan pengertian terhadap bahasa yang digunakan dalam proses komunikasi. Kesalahpahaman semantik dapat terjadi ketika makna suatu kata atau frasa diartikan secara berbeda oleh pihak yang berkomunikasi.

Misalnya, kata atau frasa yang memiliki makna ganda atau dapat diartikan dengan berbagai cara dapat menimbulkan kebingungan. Penggunaan istilah teknis atau bahasa khusus dalam suatu konteks tertentu juga dapat menyulitkan pemahaman bagi mereka yang tidak familiar dengan istilah tersebut. Kesalahan dalam penggunaan kata-kata atau bahasa yang ambigu dapat menimbulkan interpretasi yang beragam, memperumit komunikasi dan menghambat penyampaian pesan yang jelas.

Oleh karena itu, kesadaran akan potensi hambatan semantik ini menjadi penting dalam upaya meningkatkan efektivitas komunikasi. Penggunaan bahasa yang jelas, sederhana, dan sesuai dengan konteksnya dapat membantu mengurangi risiko kesalahan semantik. Selain itu, klarifikasi dan konfirmasi makna antara pihak-pihak yang terlibat dalam komunikasi dapat menjadi langkah-langkah preventif untuk mengatasi potensi hambatan semantik dan memastikan pemahaman yang konsisten.

Untuk mengatasi kesulitan penerimaan pesan, penting untuk memberikan edukasi kepada komunikan, serta menerapkan pendekatan dua arah dalam komunikasi, di mana terdapat saling tukar informasi dan pemahaman antara komunikator dan komunikan. Dengan demikian, melalui pendekatan ini, diharapkan dapat mengurangi hambatan dalam menerima pesan dan meningkatkan efektivitas komunikasi.

Keseluruhan, PT PLN (Persero) UP3 Makassar Selatan ULP Panakkukang mengambil pendekatan komprehensif dan terstruktur dalam meningkatkan interaksi pelanggan dengan aplikasi PLN *Mobile* melalui perencanaan komunikasi yang terintegrasi.

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan mengenai Perencanaan Komunikasi dalam Meningkatkan Penggunaan Aplikasi PLN *Mobile* (Studi Kasus PT PLN (Persero) UP3 Makassar Selatan ULP Panakkukang) dalam pelaksanaannya cukup baik namun belum dapat dikatakan efektif secara keseluruhan.

Hal tersebut dikarenakan beberapa indikator yang digunakan yaitu :

1. Perencanaan Komunikasi dalam Meningkatkan Penggunaan Aplikasi PLN *Mobile*.

Penelitian ini mengungkapkan bahwa PT PLN (Persero) UP3 Makassar Selatan ULP Panakkukang telah mengimplementasikan perencanaan komunikasi yang komprehensif untuk meningkatkan penggunaan aplikasi PLN *Mobile*. Dalam perencanaan strategik, fokus pada keterlibatan tim, adaptabilitas terhadap perubahan, dan evaluasi berkala menjadi kunci kesuksesan jangka panjang.

Tim *Customer Experience* UID SULSELRABAR memainkan peran penting dalam memberikan arahan untuk memasarkan aplikasi melalui media massa dan sosial media. Perencanaan operasional, yang terintegrasi dengan perencanaan strategik, mempertimbangkan kebutuhan teknologi informasi dan pembaruan aplikasi.

Kolaborasi erat antara tim Pemasaran dan Pelayanan Pelanggan dan tim PAD ULP Panakkukang ditekankan untuk memastikan keamanan data dan kelancaran operasional aplikasi. Perencanaan infrastruktur komunikasi dan program komunikasi dibagi menjadi *hardware* dan *software*, dengan pelatihan intensif bagi tim PAD ULP Panakkukang untuk meningkatkan pemahaman pengguna terhadap aplikasi.

Dalam perencanaan kerja, pendekatan terperinci dan praktis digunakan dengan fokus pada analisis mendalam terhadap kebutuhan pelanggan. Upaya promosi melibatkan strategi digital dan offline, menargetkan pelanggan PT PLN (Persero) UP3 Makassar Selatan ULP Panakkukang dan generasi muda pengguna *smartphone*.

Perencanaan pendukung melibatkan langkah-langkah konkret seperti pelatihan pengguna, layanan pembayaran online, contact center, dan pembaruan aplikasi. Secara keseluruhan, strategi ini dirancang untuk memastikan kesuksesan implementasi rencana komunikasi PT PLN (Persero) UP3 Makassar Selatan ULP Panakkukang.

2. Faktor Pendukung dan Penghambat Strategi Komunikasi dalam Meningkatkan Aplikasi PLN *Mobile*.
 - a. Faktor Pendukung

Dalam perencanaan komunikasi PT PLN (Persero) UP3 Makassar Selatan ULP Panakkukang, faktor pendukung mencakup penggunaan teknologi modern untuk interaksi efektif dengan pelanggan, pemanfaatan media sosial untuk menjangkau audiens lebih luas, dan peran positif *Word of Mouth* (WOM) digital sebagai bentuk rekomendasi konsumen.

b. Faktor Penghambat

PT PLN (Persero) UP3 Makassar Selatan ULP Panakkukang menghadapi hambatan psikologis, terutama dalam persepsi nilai aplikasi dan resistensi terhadap perubahan. Kampanye komunikasi diperlukan untuk menjelaskan keunggulan aplikasi dan merinci alasan perubahan. Hambatan teknis, seperti pemahaman teknologi dan infrastruktur komunikasi, dapat diatasi melalui pelatihan dan dukungan teknis yang jelas. Selain itu, perlu diperhatikan hambatan semantik dengan menggunakan bahasa yang jelas dan klarifikasi makna untuk mencegah kesalahpahaman. Dengan mengatasi hambatan-hambatan ini, diharapkan adopsi aplikasi PLN Mobile dapat ditingkatkan dengan efektif.

B. Saran

Berdasarkan penelitian diatas, peneliti menemukan bahwa strategi yang dilakukan oleh PT PLN (Persero) UP3 Makassar Selatan ULP Panakkukang kurang lebih sesuai dengan perencanaan komunikasi dari

(Ferguson, 1999: 14-16) sehingga aplikasi PLN *Mobile* mendapatkan peningkatan dalam penggunaannya. Dari hal tersebut, maka peneliti memiliki beberapa saran kepada pihak PT PLN (Persero) UP3 Makassar Selatan ULP Panakkukang yaitu :

- Harapannya adalah agar peningkatan kinerja dapat terus dilakukan, dan dapat memanfaatkan kegiatan yang mengundang masyarakat contohnya seperti di *car free day* dan lain sebagainya.
- Harapannya agar hubungan dengan media dapat tetap terjaga untuk mendukung pemberitaan mengenai kegiatan promosi atau pemasaran selanjutnya.
- Sasaran sosialisasi aplikasi PLN *Mobile* juga diharapkan dapat ditetapkan dengan tepat, termasuk *targeting* berdasarkan usia dan jenis kelamin, sehingga sosialisasi dapat mencapai efektivitas maksimal.
- Kepada pelanggan yang tidak memiliki gadget atau *gadget* dengan teknologi tetap bisa mengakses layanan *call center* 123 atau datang langsung ke kantor pelayanan PT PLN (Persero) UP3 Makassar Selatan ULP Panakkukang.
- Melakukan *updating* fitur-fitur pelayanan PLN *Mobile* secara berkala agar proses pelayanan dapat semakin efektif dan efisien.

DAFTAR PUSTAKA

- (Persero), P. P. (2023). Executive Information System (EIS). <http://eis.ap2t.pln.co.id/eis/default.aspx>
- Ahzahro, R. S. (2023). Penggunaan Inovasi Digital PLN Mobile oleh Konsumen Unit Layanan Pelanggan Tulung Kabupaten Klaten dengan Pendekatan Technology Acceptance Model *Journal of Economics, Business, Accounting, and ...*, 01(06), 116–136. <https://journal.seb.co.id/ijebam/article/view/41%0Ahttps://journal.seb.co.id/ijebam/article/download/41/38>
- Akbar, K. (2020). Perencanaan Komunikasi Dalam Proses Siaran Digitalisasi Stasiun TVRI Riau dan Kepri. <http://repository.uir.ac.id/id/eprint/9390%0Ahttps://repository.uir.ac.id/9390/1/159110198.pdf>
- Alfisyahri, A. (2021). Perencanaan Komunikasi Dinas Komunikasi dan Informasi Kabupaten Kampar dalam Sosialisasi Internet Sehat dan Aman (Insan). Skripsi. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- Alwie, rahayu deny danar dan alvi furwanti, Prasetio, A. B., Andespa, R., Lhokseumawe, P. N., & Pengantar, K. (2020). Tugas Akhir Tugas Akhir. *Jurnal Ekonomi Volume 18, 2(1)*, 41–49.
- Andhini, N. F. (2017). Hambatan Komunikasi. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Bajari, A. (2015). Metode Penelitian Komunikasi : Prosedur, Tren dan Etika. Simbiosis Rekatama Media.
- Bloom, N., & Reenen, J. Van. (2013). Kajian Literatur Perencanaan Komunikasi. NBER Working Papers, 89. <http://www.nber.org/papers/w16019>
- Budi, R. K., Pratiwi, N. I., Wisudawati, & Sri, P. E. (2018). Sosialisasi PIn Mobile PT. PLN (Persero) Unit Induk Distribusi Bali dengan Strategi Humas Ristiani Kharisma Budi Nuning Indah Pratiwi Putri Ekaresty Sri Wisudawati *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial. Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial, Vol 2*, 24–42.
- Cangara, H. (2013). Perencanaan & Strategi Komunikasi (K. P. U. Offset (ed.); 1st ed.). PT RajaGrafindo Persada.
- Fadhli, F. (2018). Analisis Perencanaan Komunikasi Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Provinsi Aceh Dalam Mempromosikan Wisata Halal di Aceh. Prodi Komunikasi Dan Penyiaran Islam Fakultas <https://core.ac.uk/download/pdf/293465937.pdf>
- Fauzi, U. (2022). Strategi Komunikasi Akun Instagram @SCHOLARSHIP4US DAN @SCHOHUB Dalam Menyebabkan Informasi Beasiswa. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 3(1), 10–27.

- <https://medium.com/@arifwicaksanaa/pengertian-use-case-a7e576e1b6bf>
- Gunawan, I. (2013). *Metode Penelitian Kualitatif: Teori dan Praktik*. PT Bumi Aksara.
- Indriastuti, D. R. (2012). "Efektivitas Organisasi." 12(1), 22–36.
- Karimah, A. F. (2022). Analisis Pengaruh Service Quality dan Relationship Quality Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Di PT PLN (Persero).
- M Khafid. (2015). Data dan Sumber Data Kualitatif. http://etheses.uin-malang.ac.id/1670/7/11510004_Bab_3.pdf
- Mahsyar, A. (2011). Masalah Pelayanan Publik di Indonesia Dalam Perspektif Administrasi Publik. *Otoritas: Jurnal Ilmu Pemerintahan*, 1(2), 81–90. <https://doi.org/10.26618/ojip.v1i2.22>
- Murniarti, E. (2019). Bahan Ajar Komunikator, Pesan, Media/ Saluran, Komunikan, Efek/Hasil dan Umpan Balik. Fkip Uki, 1–44. <http://repository.uki.ac.id/2909/1/BahanAjar52019.pdf>
- Nadhif, A. Z., & Niswah, F. (2018). Inovasi layanan PLN mobile di PT. PLN (Persero) area Surabaya Selatan. *Publika*, 6(2), 1–7. <https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/27/article/view/22663>
- Nasrullah. (2017). Penerapan Teknologi Informasi Dan Komunikasi di Perpustakaan. *Perpustakaan*, 17(1), 7–12. <http://idr.uin-antasari.ac.id/10639/>
- Nasrullah, R. (2021). *Manajemen Komunikasi Digital: Perencanaan, Aktivitas, dan Evaluasi*. Kencana.
- Nur Faridah, A., & Riza Hernawati. (2022). Efektivitas Pelayanan Ketenagalistrikan melalui Aplikasi PLN Mobile dalam Menangani Keluhan. *Bandung Conference Series: Public Relations*, 2(1), 204–208. <https://doi.org/10.29313/bcspr.v2i1.658>
- Nurudin. (2019). *Perkembangan Teknologi Komunikasi (3rd ed.)*. PT Raja Grafindo Persada.
- Putra, R. S., & Irwansyah. (2020). Media Komunikasi Digital, Efektif Namun Tidak Efisien, Studi Media Richness Theory dalam Pembelajaran Jarak Jauh Berbasis Teknologi di Masa Pandemi. *Global Komunikasi*, 1(2), 1–13.
- Putri, G. N. (2019). Strategi Perencanaan Komunikasi Komunitas Generasi Pesona Indonesia Jogja dalam Mempromosikan Destinasi Digital. 19–99.
- Quality, U. (2002). *Media Komunikasi Internet*. 1–64.
- Rahardjo, M. (2011). Metode Pengumpulan Data Penelitian Kualitatif. <http://repository.uin-malang.ac.id/1123/>
- Santika Aristi. (2022). Layanan Kelistrikan Kian Mudah dan Cepat, Ini Kata Pelanggan PLN Tentang PLN Mobile.

<https://web.pln.co.id/cms/media/siaran-pers/2022/07/layanan-kelistrikan-kian-mudah-dan-cepat-ini-kata-pelanggan-pln-tentang-pln-mobile/>

- Saputra, I. (2019). *Metode Penelitian. Metode Penelitian*, 74–94.
- Sari, Y., & Utami, N. W. (2021). Komunikasi Pemasaran Digital sebagai Tantangan Teknologi. *Jurnal Mahasiswa Komunikasi Cantrik*, 1(1), 1–14. <https://doi.org/10.20885/cantrik.vol1.iss1.art1>
- Shyntia, M. (2022). Implementasi Penggunaan Aplikasi PLN Mobile Untuk Menunjang Efektivitas Perusahaan Pada PT. PLN (Persero) ULP Bukittinggi. <http://scholar.unand.ac.id/106892/>
- Situmeang, I. V., Kencana, W. H., Meisyanti, M., Rahmawati, K. J., Nugroho, H. S., & Lubis, A. Y. (2023). Pemanfaatan aplikasi dan tingkat pengetahuan smart government terpadu untuk perubahan perilaku masyarakat. *Bricolage : Jurnal Magister Ilmu Komunikasi*, 9(1), 147. <https://doi.org/10.30813/bricolage.v9i1.3869>
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Suharsaputra, U. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*. PT Refika Aditama.
- Syarif, A., Unde, A. A., & Asrul, L. (2014). Pentingnya Komunikasi dan Informasi Pada Implementasi Kebijakan Penyelenggaraan Penanggulangan Bencana di Kota Makassar. 3(3), 142–152.
- Undip.ac.id. (n.d.). BAB III Metode Penelitian. [https://eprints2.undip.ac.id/id/eprint/9578/4/Bab III.pdf](https://eprints2.undip.ac.id/id/eprint/9578/4/Bab%20III.pdf)
- Vionika, N. N. (2022). Perencanaan Komunikasi Dinas Komunikasi Dan Informatika Kabupaten Indragiri Hulu Dalam Mensosialisasikan Aplikasi Layanan 4590. [http://repository.uin-suska.ac.id/58263/%0Ahttp://repository.uin-suska.ac.id/58263/1/SKRIPSI GABUNGAN.pdf](http://repository.uin-suska.ac.id/58263/%0Ahttp://repository.uin-suska.ac.id/58263/1/SKRIPSI%20GABUNGAN.pdf)
- Wikipedia. (2023). Profil Kota Makassar. https://id.wikipedia.org/wiki/Kota_Makassar

L

A

M

P

I

R

A

N



PEDOMAN WAWANCARA

Saya atas nama Sakina Tuzahra Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Makassar. Dalam hal ini saya sedang mengadakan penelitian tugas akhir yang berhubungan dengan judul **“Strategi Komunikasi Digital dalam Meningkatkan Pengguna Aplikasi PLN Mobile (Studi Kasus PT PLN (Persero) UP3 Makassar Selatan ULP Panakkukang)”** dimana penelitian ini hanya untuk kepentingan penelitian semata dalam penyusunan skripsi. Atas bantuan, ketersediaan waktu dan kerja samanya saya ucapkan terima kasih.

WAWANCARA DENGAN INFORMAN

A. Identitas Informan

1. Nama : Kiki Reski Andriani
Inisial : KRA
Jenis Kelamin : Perempuan
Jabatan/Pekerjaan : Officer Pengelolaan Piutang
Hari/Tanggal Wawancara : Rabu, 27 Desember 2023
Lokasi Wawancara : Kantor PT PLN (Persero) UP3 Makassar Selatan
2. Nama : Aprilia Fitri Karimah
Inisial : AFK
Jenis Kelamin : Perempuan
Jabatan/Pekerjaan : TL Pelayanan Pelanggan dan Administrasi
Hari/Tanggal Wawancara : Rabu, 27 Desember 2023
Lokasi Wawancara : Kantor PT PLN (Persero) ULP Panakkukang

3. Nama : Waode Suriana
Inisial : WS
Jenis Kelamin : Perempuan
Jabatan/Pekerjaan : Owner Warkop 27 Samata
Hari/Tanggal Wawancara : Rabu, 27 Desember 2023
Lokasi Wawancara : Kantor BKKBN Provinsi Sulawesi Selatan
4. Nama : Abdul Malik
Inisial : AM
Jenis Kelamin : Laki-Laki
Jabatan/Pekerjaan : Driver Ojek Online
Hari/Tanggal Wawancara : Rabu, 27 Desember 2023
Lokasi Wawancara : Depan Warung Nasi Padang Emmy Saelan

B. Pertanyaan Wawancara

1. Bagaimana gambaran umum tentang penggunaan Aplikasi PLN *Mobile* saat ini di kalangan pelanggan PLN?
2. Apa yang mendasari kebutuhan untuk meningkatkan penggunaan Aplikasi PLN *Mobile* melalui perencanaan komunikasi?
3. Apa saja perencanaan komunikasi yang telah diimplementasikan untuk meningkatkan kesadaran dan penggunaan Aplikasi PLN *Mobile*?
4. Bagaimana proses perencanaan dan implementasi strategi tersebut dilakukan?
5. Apa kendala yang dihadapi dalam mengimplementasikan perencanaan komunikasi?
6. Bagaimana cara mengatasi atau mengurangi kendala tersebut?

7. Bagaimana pendapat anda (pelanggan) mengenai aplikasi PLN *Mobile*?
8. Apa ada hambatan dalam menggunakan aplikasi PLN *Mobile*?





DOKUMENTASI



**Wawancara dengan Ibu Kiki Reski Andriani
Selaku
Officer Pengelolaan Piutang**



**Wawancara dengan Ibu Aprilia Fitri Karimah
Selaku
TL Pelayanan Pelanggan dan Administrasi**



**Wawancara dengan Ibu Waode Suriana
Selaku
Auditor BKKBN Provinsi Sulawesi Selatan dan Owner Warko 27 Samata**



**Wawancara dengan Bapak Abdul Malik
Selaku
Driver Ojek Online**



SURAT IZIN PENELITIAN



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR

LEMBAGA PENELITIAN PENGEMBANGAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT

Jl. Sultan Alauddin No. 259 Telp. 066972 Fax (0411) 965588 Makassar 90221 e-mail: lp3m@unismuh.ac.id

Nomor : 2685/05/C.4-VIII/X/1445/2023

Lamp : 1 (satu) Rangkap Proposal

Hal : Permohonan Izin Penelitian

15 Rabiul Akhir 1445 H

30 October 2023 M

Kepada Yth,

Bapak Gubernur Prov. Sul-Sel

Cq. Kepala Dinas Penanaman Modal & PTSP Provinsi Sulawesi Selatan

di -

Makassar

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Berdasarkan surat Dekan Fakultas Sosial dan Politik Universitas Muhammadiyah Makassar, nomor: 2649/FSP/A.6-VIII/X/1445/2023 tanggal 30 Oktober 2023, menerangkan bahwa mahasiswa tersebut di bawah ini :

Nama : SAKINA TUZAHRA

No. Stambuk : 10565 1104020

Fakultas : Fakultas Sosial dan Politik

Jurusan : Ilmu Komunikasi

Pekerjaan : Mahasiswa

Bermaksud melaksanakan penelitian/pengumpulan data dalam rangka penulisan Skripsi dengan judul :

"STRATEGI KOMUNIKASI DIGITAL DALAM MENINGKATKAN PENGGUNAAN APLIKASI PLN MOBILE (STUDI KASUS PT PLN (PERSERO) UP3 MAKASSAR SELATAN ULP PANAKKUKANG)"

Yang akan dilaksanakan dari tanggal 2 Nopember 2023 s/d 2 Januari 2024.

Sehubungan dengan maksud di atas, kiranya Mahasiswa tersebut diberikan izin untuk melakukan penelitian sesuai ketentuan yang berlaku.

Demikian, atas perhatian dan kerjasamanya diucapkan Jazakumullahu khaeran

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Ketua LP3M,


Dr. Muhsin Arief Muhsin, M.Pd
NBM 1127761



PEMERINTAH PROVINSI SULAWESI SELATAN
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU

Jl. Bougenville No.5 Telp. (0411) 441077 Fax. (0411) 448936
Website : <http://simap-new.sulselprov.go.id> Email : ptsp@sulselprov.go.id
Makassar 90231

Nomor : 29907/S.01/PTSP/2023 Kepada Yth.
Lampiran : - Pimpinan PT. PLN (Persero) ULP
Perihal : Izin penelitian Panakkukang, UP3 Makassar Selatan

di-
Tempat

Berdasarkan surat Ketua LP3M UNISMUH Makassar Nomor : 2685/05/C.4-VIII/XI/1445/2023 tanggal 30 Oktober 2023 perihal tersebut diatas, mahasiswa/peneliti dibawah ini:

Nama : SAKINA TUZAHRA
Nomor Pokok : 105651104020
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Pekerjaan/Lembaga : Mahasiswa (D4)
Alamat : Jl. Slt Alauddin No. 259. Makassar
PROVINSI SULAWESI SELATAN

Bermaksud untuk melakukan penelitian di daerah/kantor saudara dalam rangka menyusun KARYA TULIS, dengan judul :

" STRATEGI KOMUNIKASI DIGITAL DALAM MENINGKATKAN PENGGUNAAN APLIKASI PLN MOBILE (STUDI KASUS PT PLN (Persero) UP3 Makassar Selatan ULP Panakkukang) "

Yang akan dilaksanakan dari : Tgl. 22 November 2023 s/d 21 Januari 2024

Sehubungan dengan hal tersebut diatas, pada prinsipnya kami *menyetujui* kegiatan dimaksud dengan ketentuan yang tertera di belakang surat izin penelitian.

Demikian Surat Keterangan ini diberikan agar dipergunakan sebagaimana mestinya.

Diterbitkan di Makassar
Pada Tanggal 22 November 2023

KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU
SATU PINTU PROVINSI SULAWESI SELATAN



ASRUL SANI, S.H., M.Si.
Pangkat : PEMBINA TINGKAT I
Nip : 19750321 200312 1 008

Tembusan Yth
1. Ketua LP3M UNISMUH Makassar di Makassar;
2. *Pertinggal.*



**MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN**

Alamat kantor: Jl. Sultan Alauddin No.259 Makassar 90221 Tlp.(0411) 866972,881593, Fax.(0411) 865588

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIAT

**UPT Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar,
Menerangkan bahwa mahasiswa yang tersebut namanya di bawah ini:**

Nama : Sakina Tuzahra
Nim : 105651104020
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Dengan nilai:

No	Bab	Nilai	Ambang Batas
1	Bab 1	8 %	10 %
2	Bab 2	6 %	25 %
3	Bab 3	6 %	10 %
4	Bab 4	4 %	10 %
5	Bab 5	4 %	5 %

Dinyatakan telah lulus cek plagiat yang diadakan oleh UPT- Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar Menggunakan Aplikasi Turnitin.

Demikian surat keterangan ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan seperlunya.

Makassar, 16 Januari 2024
Mengetahui,

Kepala UPT Perpustakaan dan Penerbitan,



Nuzulius Hum, M.I.P
NBM. 964 591

Jl. Sultan Alauddin no 259 makassar 90222
Telepon (0411)866972,881 593,fax (0411)865 588
Website: www.library.unismuh.ac.id
E-mail : perpustakaan@unismuh.ac.id



BAB I Sakina Tuzahra 105651104020

ORIGINALITY REPORT

8%

SIMILARITY INDEX



4%

INTERNET SOURCES

5%

PUBLICATIONS

9%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	www.coursehero.com Internet Source	3%
2	Submitted to STEI Tazkia Student Paper	2%
3	Submitted to Lambung Mangkurat University Student Paper	2%
4	repository.unj.ac.id Internet Source	2%

Exclude quotes On
Exclude bibliography On

Exclude matches < 2%

AB II Sakina Tuzahra 105651104020

ORIGINALITY

6%

SIMILARITY INDEX

turnitin

PRIMARY SOURCES



10%

INTERNET SOURCES

5%

PUBLICATIONS

5%

STUDENT PAPERS

1

klik24.news

Internet Source

2%

2

repository.uinjkt.ac.id

Internet Source

2%

3

123dok.com

Internet Source

2%

Exclude quotes On

Exclude bibliography On

Exclude matches < 2%

AB III Sakina Tuzahra 105651104020

ORIGINALITY REPORT



SIMILARITY INDEX

6%

INTERNET SOURCES

0%

PUBLICATIONS

2%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

afidburhanuddin.wordpress.com

Internet Source

3%

2

repository.upi.edu

Internet Source

2%

3

eprints.umm.ac.id

Internet Source

2%

Exclude quotes On

Exclude bibliography On

Exclude matches < 2%

B IV Sakina Tuzahra 105651104020



4% SIMILARITY INDEX

6%

INTERNET SOURCES

3%

PUBLICATIONS

0%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

terkini.id
Internet Source

2%

2

repository.ub.ac.id
Internet Source

2%

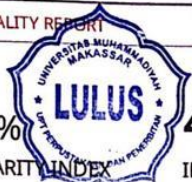
Exclude quotes On
Exclude bibliography On

Exclude matches < 2%

AB V Sakina Tuzahra 105651104020

ORIGINALITY REPORT

4%



4%

0%

0%

SIMILARITY INDEX

INTERNET SOURCES

PUBLICATIONS

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

eprints.iain-surakarta.ac.id
Internet Source

2%

2

digilibadmin.unismuh.ac.id
Internet Source

2%

Exclude quotes On

Exclude matches < 2%

Exclude bibliography On

RIWAYAT HIDUP PENULIS



Sakina Tuzahra, lahir pada tanggal 07 Februari 2002 di Buton, Provinsi Sulawesi Tenggara. Penulis lahir dari pasangan bapak Sarman dan ibu Safaria. Merupakan anak satu-satunya. Tetapi, dibesarkan oleh kedua orang tua yang hebat yaitu bapak Fahri dan ibu Safaria dan memiliki empat saudara laki-laki, yaitu Ahmad Fahrezi, Ismail Fahrezi, Muh. Azam Fahrezi dan Muh. Al-Kautsar Fahrezi.

Penulis pertama kali masuk pendidikan formal pada tahun 2006 di Taman Kanak-Kanak (TK) di Rhaudatul Athfal (RA) Darussalam Serui dan tamat pada tahun 2008, kemudian pada tahun yang sama penulis melanjutkan pendidikan ke Sekolah Dasar (SD) di Madrasah Ibtidaiyah (MI) Darussalam Serui dan tamat pada tahun 2014. Setelah tamat SD, penulis melanjutkan ke Sekolah Menengah Pertama (SMP) di Madrasah Tsanawiyah (MTs) Darussalam Serui pada tahun 2014 dan tamat pada tahun 2017. Kemudian di tahun yang sama penulis melanjutkan pendidikan ke Sekolah Menengah Akhir (SMA) di Madrasah Aliyah (MA) Darussalam Serui dan tamat pada tahun 2020. Selanjutnya pada tahun yang sama penulis terdaftar sebagai mahasiswa di Universitas Muhammadiyah Makassar Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik dengan jurusan Ilmu Komunikasi.

Berkat petunjuk dan pertolongan dari Allah SWT. usaha dan disertai doa dalam menjalankan aktivitas akademik diperguruan tinggi di Universitas Muhammadiyah Makassar. Alhamdulillah penulis dapat menyelesaikan tugas

akhir skripsi yang berjudul “Perencanaan Komunikasi dalam meningkatkan Penggunaan Aplikasi PLN *Mobile* (Studi Kasus PT PLN (Persero) UP3 Makassar Selatan ULP Panakkukang)” pada tahun 2024.

