Jurnal
JAMBURA
ILMU KOMUNIKASI
e-ISSN : 3026-2380 jik.fis.ung.ac.id
Volume 2 Issue 2, 2024

PERENCANAAN KOMUNIKASI DALAM MENINGKATKAN PENGGUNAAN APLIKASI PLN *MOBILE* (Studi Kasus PT PLN (Persero) UP3 Makassar Selatan ULP Panakkukang)

Communication Planning to Increase usage of the PLN Mobile Application (Case Study of PT PLN (Persero) UP3 South Makassar ULP Panakkukang)

Sakina Tuzahra[1], Syukri[2], Ahmad Syarif[3]
Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Makassar, Jl. Sultan Alauddin No. 259, Kota Makassar, Sulawesi Selatan Indonesia, 90221
Pos-el: sakinahtuzzahrah02@gmail.com

Abstrak

PT PLN (Persero) terus berupaya meningkatkan kualitas pelayanan pelanggan melalui pengembangan aplikasi PLN Mobile, yang memudahkan akses layanan listrik seperti pembayaran tagihan dan pengaduan. Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi perencanaan komunikasi dalam upaya meningkatkan penggunaan aplikasi PLN Mobile di PT PLN (Persero) UP3 Makassar Selatan ULP Panakkukang. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perencanaan komunikasi yang diterapkan untuk meningkatkan penggunaan aplikasi PLN Mobile di lokasi tersebut. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan lokasi di PT PLN (Persero) UP3 Makassar Selatan ULP Panakkukang. Teknik pengumpulan data meliputi observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik analisis data melibatkan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Penelitian ini mengidentifikasi perencanaan komunikasi yang mencakup aspek strategik, operasional, kerja, dan pendukung. Perencanaan strategik melibatkan analisis komunikator, komunikan, pesan, dan media, dengan fokus pada kebijakan komunikasi dan arahan tim Customer Experience UID SULSELRABAR. Perencanaan operasional mencakup langkah-langkah infrastruktur dan program komunikasi yang melibatkan kolaborasi tim Pemasaran dan Pelayanan Pelanggan. Perencanaan kerja merinci tugas-tugas operasional, termasuk jadwal konten dan evaluasi kinerja. Perencanaan pendukung membahas faktor-faktor pendukung seperti teknologi modern dan media sosial, serta penghambat seperti hambatan psikologis, teknis, dan semantik. Penelitian ini menekankan pentingnya perencanaan komunikasi yang terstruktur untuk meningkatkan penggunaan aplikasi PLN Mobile, dengan mempertimbangkan faktor pendukung dan penghambat yang ada. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa perencanaan komunikasi yang baik dapat membantu dalam mengatasi hambatan dan memanfaatkan peluang untuk meningkatkan adopsi aplikasi PLN Mobile.

Kata Kunci : Perencanaan, Komunikasi, PLN *Mobile*

This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License (https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/). Copyright © 2023 The Author(s).

To cite this article (APA Style):

First Sakina Tuzahra, Syukri & Ahmad Syarif (2024). The article title is sentence case style. *Jambura Ilmu Komunikasi*. *X*(X), XX-XX. https://doi.org/10.37905/jik.v2i2

.

Correspondence: Sakina Tuzahra, Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Makassar, Jl. Sultan Alauddin No. 259, Kota Makassar, Sulawesi Selatan Indonesia, 90221 Pos-el: sakinahtuzzahrah02@gmail.com

PENDAHULUAN

Perkembangan zaman yang pesat telah membawa perubahan signifikan dalam pola hidup masyarakat, dengan listrik menjadi kebutuhan utama dalam kehidupan sehari-hari. Kemajuan teknologi dan industrialisasi telah menempatkan energi listrik sebagai landasan penting untuk kenyamanan dan efisiensi dalam berbagai aspek kehidupan. Dalam konteks ini, penggunaan energi listrik tidak hanya meningkatkan standar hidup tetapi juga mempengaruhi perkembangan teknologi dan ekonomi secara keseluruhan (Vionika, 2022).

Era globalisasi menuntut masyarakat untuk memiliki keterampilan dan pengetahuan dalam teknologi informasi, mengingat persaingan global yang semakin ketat. Kemampuan dalam memanfaatkan teknologi informasi menjadi faktor kunci untuk kesuksesan di berbagai bidang seperti ekonomi, industri, dan pendidikan. Negara-negara yang mampu mengikuti perkembangan teknologi informasi akan memiliki keunggulan kompetitif yang signifikan (Vionika, 2022).

PT PLN (Persero), sebagai salah satu Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak di bidang penyediaan jasa kelistrikan, berperan penting dalam mengembangkan usaha ketenagalistrikan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan pertumbuhan ekonomi. PT PLN (Persero) bertugas untuk memberikan pelayanan publik yang efisien dan memuaskan, dengan tujuan untuk memastikan akses yang lancar terhadap kebutuhan listrik serta layanan yang optimal (Indriastuti, 2012).

Salah satu langkah inovatif dari PT PLN (Persero) adalah peluncuran PLN Mobile pada 31 Oktober 2016. Aplikasi berbasis Android ini dirancang untuk mempermudah akses layanan listrik bagi pelanggan dan sebagai wadah untuk aduan serta saran. Sebelumnya, PT PLN (Persero) menggunakan berbagai saluran komunikasi seperti Contact Center 123, Facebook, Twitter, Email, dan Web. Peluncuran aplikasi ini dipicu oleh meningkatnya penggunaan smartphone di Indonesia dan kebutuhan pelanggan akan layanan yang lebih cepat (Shyntia, 2022).

PLN Mobile menawarkan berbagai fitur yang memudahkan pelanggan dalam mengakses layanan listrik, seperti pembayaran tagihan, memeriksa informasi pemakaian listrik, melaporkan gangguan, dan memantau status pengaduan. Aplikasi ini juga memberikan manfaat bagi PT PLN (Persero) dalam hal pengelolaan pelayanan dan respons terhadap aduan masyarakat (Saputra, 2021). Dengan adanya PLN Mobile, PT PLN (Persero) menunjukkan komitmen dalam menggunakan teknologi informasi untuk meningkatkan pelayanan pelanggan serta mengikuti tren digitalisasi yang berkembang (Nadhif & Niswah, 2018).

Menurut data Executive Information System (EIS) per Agustus 2023, PT PLN (Persero) UP3 Makassar Selatan ULP Panakkukang memiliki 135,076 pelanggan, dengan 12,833 di antaranya telah terdaftar menggunakan PLN Mobile pada tahun 2020. Pada tahun 2021, jumlah pengguna meningkat menjadi 59,939 pelanggan. Peningkatan pengguna aplikasi ini mencerminkan keberhasilan dalam memperkenalkan teknologi kepada pelanggan dan meningkatkan transparansi serta efisiensi pelayanan (Persero, 2023).

Perencanaan komunikasi menjadi aspek penting dalam meningkatkan penggunaan aplikasi PLN Mobile. Proses komunikasi sering menghadapi berbagai hambatan seperti perbedaan bahasa, persepsi, atau hambatan teknis. Oleh karena itu, perencanaan komunikasi yang baik diperlukan untuk merumuskan strategi, memilih kanal komunikasi yang efektif, dan menyusun pesan yang dapat diterima dengan baik oleh audiens (Nasrullah, 2021; Akbar, 2020).

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini berfokus pada **"Perencanaan Komunikasi untuk Meningkatkan Penggunaan Aplikasi PLN Mobile Di PT PLN (Persero) UP3 Makassar Selatan ULP Panakkukang"**. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana perencanaan komunikasi dapat meningkatkan penggunaan aplikasi PLN Mobile dan, pada gilirannya, meningkatkan kepuasan pelanggan.

METODE 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.

HASIL DAN PEMBAHASAN

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) dengan menggunakan teori dari Ferguson (1999) dalam buku (Hafied, 2013).

a. Perencanaan Strategik (*Strategic Plan)*

Perencanaan strategis komunikasi memainkan peran krusial dalam membimbing usaha komunikasi online menuju pencapaian tujuan yang telah ditetapkan. Dengan pendekatan terstruktur dan strategis, program komunikasi dapat meningkatkan efektivitasnya, seiring dengan fokus pada kebijaksanaan komunikasi, keterlibatan tim, adaptabilitas, dan evaluasi berkala.

Aspek-aspek tersebut mendefinisikan pendekatan organisasi dalam mencapai tujuan jangka panjang, dengan penekanan pada integrasi antardepartemen dan sinergi tim.

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 memperomosikan aplikasi PLN Mobile ini agar lebih dikenal dan dapat memudahkan pelanggan. Setelah menerima arahan tersebut tim Pemasaran dan Pelayanan Pelanggan (SARPP) kami menindaklanjutinya 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.

Studi kasus pada tim Customer Experience UID SULSELRABAR menyoroti implementasi konsep ini dalam pemasaran aplikasi PLN Mobile, di mana peran komunikator utama dan komunikan terstruktur secara hierarkis. Selain itu, strategi pemasaran yang adaptif terhadap tren digital dan perubahan perilaku konsumen mencerminkan kesadaran organisasi terhadap dinamika lingkungan bisnis.

Dengan demikian, perencanaan strategis bukan hanya konsep umum, tetapi juga implementasi operasional yang melibatkan seluruh lapisan organisasi, membentuk dasar yang kuat untuk mencapai kesuksesan jangka panjang.

b. Perencanaan Operasional (*Operational Plan*)

Perencanaan operasional merupakan langkah konkret dari rencana strategis dan memiliki peran penting dalam menerjemahkan tujuan strategis menjadi tindakan operasional. Fokusnya adalah memastikan efektivitas dan efisiensi dalam kegiatan operasional, sejalan dengan tujuan strategis organisasi. Proses ini melibatkan penyusunan rencana kerja terperinci, langkah-langkah operasional yang jelas, serta pengawasan dan evaluasi berkala untuk memonitor pencapaian tujuan.

Perencanaan operasional komunikasi dapat dibagi menjadi perencanaan infrastruktur komunikasi (hardware) dan perencanaan program komunikasi (software). Infrastruktur melibatkan pengembangan teknologi dan keamanan data, sementara program komunikasi berfokus pada pelatihan tim dan pengembangan keterampilan komunikasi. Pentingnya kolaborasi antar tim, seperti SARPP dan tim PAD ULP Panakkukang, menjadi kunci keberhasilan implementasi.

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*.

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.

Selain itu, perencanaan operasional tidak hanya melibatkan aspek teknis, tetapi juga manajemen risiko, penanganan masalah, dan pemantauan kinerja secara menyeluruh. Dengan pendekatan holistik, perencanaan operasional membentuk dasar yang kokoh untuk mengaktualisasikan strategi pemasaran aplikasi PLN Mobile ke dalam setiap aspek operasional organisasi. Dengan demikian, perencanaan operasional tidak hanya menjaga kelangsungan operasional, tetapi juga meningkatkan kinerja organisasi secara berkesinambungan.

c. Perencanaan Kerja (*Work Plan*)

Perencanaan kerja dalam perencanaan komunikasi merupakan suatu proses krusial yang terfokus pada pelaksanaan tugas-tugas operasional dalam konteks digital. Melibatkan aspek seperti perencanaan kegiatan produksi konten digital, pengelolaan media sosial, pengelolaan iklan digital, dan pengukuran kinerja digital, tujuannya adalah memastikan efektivitas dan efisiensi kegiatan operasional sesuai dengan tujuan organisasi.

Rencana kerja yang terperinci mencakup penjadwalan konten, pembuatan konten, penyusunan pesan, penanganan interaksi, dan evaluasi pembaruan. Dalam konteks program komunikasi, kolaborasi antara tim SARPP dan tim PAD ULP Panakkukang menjadi penting untuk mengarahkan strategi dan aktivitas operasional. Fokus pada analisis mendalam terhadap kebutuhan pelanggan, seperti pelanggan PT PLN (Persero) UP3 Makassar Selatan ULP Panakkukang dan generasi muda pengguna smartphone, menjadi landasan perencanaan.

Proses penjadwalan konten dan pembuatan konten dilakukan secara hati-hati dengan kreativitas dan relevansi sebagai kunci utama. Distribusi konten dilakukan melalui platform digital yang optimal, seperti Instagram dan portal berita. Persiapan call center sebagai responsif terhadap keluhan pelanggan juga menjadi bagian penting dari perencanaan kerja.

Evaluasi kinerja yang berkala menjadi suatu keharusan untuk mengidentifikasi area perbaikan dan terus meningkatkan kualitas layanan. Dengan menggabungkan elemen-elemen ini, perencanaan kerja tidak hanya menjadi instrumen operasional, tetapi juga

fondasi kokoh untuk keberhasilan strategi pemasaran dan pelayanan pelanggan aplikasi PLN Mobile secara menyeluruh.

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 downlouder 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.

d. Perencanaan Pendukung (*Support Plan)*

Perencanaan pendukung adalah komponen penting dalam kelancaran pelaksanaan rencana utama, terutama dalam perencanaan operasional dan komunikasi. Dalam perencanaan operasional, fokusnya pada strategi khusus untuk mendukung tugas-tugas seperti manajemen inventaris dan efisiensi produksi. Sedangkan dalam perencanaan komunikasi, mencakup produksi konten digital dan distribusi melalui media sosial. Penetapan target dan tujuan spesifik juga menjadi bagian rencana ini.

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, se

Mekanisme pengendalian dan evaluasi penting untuk pengawasan kemajuan dan identifikasi hambatan. Dalam implementasi rencana komunikasi untuk aplikasi PLN Mobile, tim pemasaran dan promosi memanfaatkan rencana pendukung yang matang. Pelatihan pengguna diberikan agar tim memiliki pemahaman mendalam tentang aplikasi, sementara layanan pembayaran online memudahkan akses bagi pelanggan. Contact center yang responsif memberikan solusi cepat untuk pelanggan.

Integrasi semua aspek rencana pendukung menjadikannya pilar yang mendukung kesuksesan rencana komunikasi utama. Pemahaman mendalam terhadap pengguna, kemudahan pembayaran, dan layanan pelanggan yang responsif menciptakan ekosistem yang kokoh. Sebagai hasilnya, pelanggan dapat merasakan manfaat maksimal dari aplikasi PLN Mobile, meningkatkan loyalitas terhadap layanan yang diberikan.

FAKTOR PENDUKUNG

Perencanaan komunikasi untuk aplikasi PLN Mobile didukung oleh penggunaan teknologi modern, media sosial, dan word of mouth digital. Teknologi modern memungkinkan efisiensi dalam menciptakan dan menyebarkan konten. Media sosial, seperti Instagram, menjadi alat penting dalam mencapai audiens yang lebih luas dengan konten yang menarik. Word of mouth digital, yaitu pembicaraan pengguna melalui jaringan digital, berkontribusi pada penyebaran reputasi positif produk atau layanan.(Sari & Utami, 2021)

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*.

FAKTOR PENGHAMBAT

Dalam implementasi aplikasi PLN Mobile, terdapat beberapa hambatan yang perlu diatasi. Hambatan psikologis muncul dari persepsi nilai aplikasi yang tidak jelas, yang dapat diatasi dengan kampanye komunikasi yang mendalam. Resistensi terhadap perubahan juga perlu diatasi dengan menjelaskan alasan dan manfaat perubahan secara rinci. Hambatan teknis, terutama bagi pengguna yang kurang akrab dengan teknologi, dapat diatasi melalui pelatihan dan panduan teknis yang jelas. Aspek infrastruktur komunikasi juga penting untuk memastikan ketersediaan informasi teknis dan dukungan yang dibutuhkan. Hambatan semantik, terkait dengan kesalahan interpretasi bahasa, dapat diatasi dengan penggunaan bahasa yang jelas, sederhana, dan sesuai konteks, serta melalui pendekatan dua arah dalam komunikasi untuk menghindari kesalahpahaman. Kesadaran akan faktor-faktor ini membantu meningkatkan efektivitas perencanaan komunikasi. (Budi et al., 2018)

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. Cuman, yang jadi kendala saya sendiri untuk menggunakan HP masih belum terlalu pintar, karena saya cuman 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*.

KESIMPULAN

Penelitian ini menyoroti perencanaan komunikasi yang diterapkan oleh PT PLN (Persero) UP3 Makassar Selatan ULP Panakkukang untuk meningkatkan penggunaan Aplikasi PLN Mobile. Meskipun perencanaannya relatif baik, masih terdapat kendala yang menghambat efektivitas keseluruhan implementasinya. Strategi komprehensif telah diadopsi dengan memfokuskan pada keterlibatan tim, adaptabilitas terhadap perubahan, dan evaluasi berkala.

Tim Customer Experience UID SULSELRABAR memiliki peran kunci dalam memandu pemasaran melalui media massa dan sosial media. Selain itu, perencanaan operasional yang terintegrasi dengan strategi mempertimbangkan kebutuhan teknologi informasi dan pembaruan aplikasi. Kerjasama erat antara tim Pemasaran dan Pelayanan Pelanggan serta tim PAD ULP Panakkukang bertujuan untuk memastikan keamanan data dan kelancaran operasional aplikasi.

Meskipun demikian, terdapat beberapa faktor pendukung dan penghambat yang perlu diperhatikan. Faktor pendukung mencakup penggunaan teknologi modern, pemanfaatan media sosial, dan peran positif Word of Mouth (WOM) digital. Sementara itu, hambatan psikologis, resistensi terhadap perubahan, dan hambatan teknis seperti pemahaman teknologi menjadi faktor penghambat yang perlu diatasi melalui kampanye komunikasi, pelatihan, dan dukungan teknis yang jelas. Dengan mengatasi kendala ini, diharapkan adopsi Aplikasi PLN Mobile dapat ditingkatkan secara efektif.

SARAN

Berdasarkan penelitian, perencanaan komunikasi PT PLN (Persero) UP3 Makassar Selatan ULP Panakkukang telah memberikan peningkatan dalam penggunaan Aplikasi PLN Mobile sesuai dengan prinsip perencanaan komunikasi (Ferguson, 1999). Untuk mempertahankan dan meningkatkan hasil positif tersebut, beberapa saran diajukan.

Pertama, lanjutkan peningkatan kinerja melalui partisipasi dalam kegiatan komunitas seperti car free day. Kedua, pertahankan hubungan baik dengan media untuk mendukung promosi dan pemasaran di masa depan. Ketiga, tentukan sasaran sosialisasi aplikasi secara tepat dengan mempertimbangkan usia dan jenis kelamin audiens.

Keempat, sediakan alternatif layanan bagi pelanggan tanpa akses gadget, seperti call center 123 atau kunjungan langsung ke kantor pelayanan. Terakhir, lakukan pembaruan fitur Aplikasi PLN Mobile secara berkala untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi pelayanan. Dengan mengimplementasikan saran-saran ini, diharapkan PT PLN (Persero) UP3 Makassar Selatan ULP Panakkukang dapat mempertahankan keberhasilan strategi komunikasinya.

DAFTAR PUSTAKA

(Persero), P. P. (2023). Executive Information System (EIS). http://eis.ap2t.pln.co.id/eis/default.aspx

Akbar, K. (2020). Perencanaan Komunikasi Dalam Proses Siaran Digitalisasi Staisun TVRI Riau dan Kepri. http://repository.uir.ac.id/id/eprint/9390%0Ahttps://repository.uir.ac.id/9390/1/159110198.pdf

Budi, R. K., Pratiwi, N. I., Wisudawati, & Sri, P. E. (2018). Sosialisasi Pln 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.

Hafied, C. (2013). Perencanaa dan Strategi Komunikasi (K. P. U. Offset (ed.); 1st ed.). PT RajaGrafindo Persada.

Indriastuti, D. R. (2012). “Efektivitas Organisasi.” 12(1), 22–36.

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, R. (2021). Manajemen Komunikasi Digital: Perencanaan, Aktivitas, dan Evaluasi. Kencana.

Saputra, G. R. (2021). Hasil Praktek Kerja Lapangan Diajukan untuk memenuhi persyaratan Diploma III Politeknik Negeri Jakarta.

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/

Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D.

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