

REPUTASI PT PLN (PERSERO)
(Survei Deskriptif : Terkait Pemberitaan Adanya Tudingan Mafia
Token Listrik Di Tangerang Selatan Tahun 2015)

RIZKY EKO PRABOWO
MAULINA LARASATI

ABSTRACT

PT PLN (Persero) bring the Smart Power products. But the implementation, apparently still met the news that affects the reputation of the PT. PLN (Persero) is allegations of mafia token of electricity in the regions of South Tangerang in 2015. The aim of this study was to determine the reputation of PT PLN (Persero) allegations of mafia-related news for token electricity in Sub Cipadu Jaya South Tangerang 2015. In this study the authors used the concept of Crisis Public Relations consisting of Reputation with dimensions of Communication, Professional Attitudes, public trust, product Innovation, Social Responsibility, Quality of Public Consumer Services, Responsive Against Public Feedback. This study uses a quantitative approach and a descriptive study. This study uses a survey by distributing questionnaires. The sample in this study as many as 80 heads of families using purposive sampling technique. Using the mean central tendency. Based on the results of research dimensions to get the lowest mean value lies in the third dimension, namely, Public Trust which has three indicators. Dimensions that have the highest mean value lies in the seventh dimension, namely, Responsive Against Public Feedback has two indicators.

Key words : Crisis, Public Confidence, Reputation

ABSTRAK

PT PLN (Persero) menghadirkan produk Listrik Pintar. Tetapi pada pelaksanaannya, ditemui pemberitaan yang berpengaruh pada reputasi PT. PLN (Persero), mengenai tudingan mafia token listrik di daerah Tangerang Selatan tahun 2015. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui reputasi PT PLN (Persero) terkait pemberitaan adanya tudingan mafia token listrik di Kelurahan Cipadu Jaya Tangerang Selatan tahun 2015. Dalam penelitian ini penulis menggunakan konsep *Crisis Public Relations* yang terdiri dari

Reputasi dengan dimensi Komunikasi, Sikap Profesional, Kepercayaan publik, Inovasi produk, Tanggung Jawab Sosial, Kualitas Layanan Konsumen Publik, Responsive Terhadap *Feedback* Publik. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan merupakan jenis penelitian deskriptif. Penelitian ini menggunakan metode survei dengan cara menyebarkan kuesioner. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 80 kepala keluarga dengan menggunakan teknik penarikan sampel purposif. Menggunakan tendensi sentral *mean*. Berdasarkan hasil penelitian dimensi yang mendapat nilai *mean* terendah terletak pada dimensi ketiga yaitu, Kepercayaan Publik yang memiliki tiga indikator. Dimensi yang memiliki nilai *mean* tertinggi terletak pada dimensi ketujuh yaitu, Responsive Terhadap *Feedback* Publik yang memiliki dua indikator.

Kata kunci : Krisis, Kepercayaan Publik Confidence, Reputasi

Pendahuluan

Reputasi adalah titipan kepercayaan sehingga dapat memberikan dampak positif dan dampak negatif bagi suatu perusahaan, tergantung bagaimana perusahaan tersebut menanamkan, menjaga dan mengelola reputasi itu di mata publik.¹

Menurut Charles J. Fomburn, reputasi perusahaan adalah representasi persepsi dari tindakan masa lalu perusahaan dan prospek masa depan yang menggambarkan keseluruhan daya tarik perusahaan kepada semua pemilih kunci ketika dibandingkan dengan saingan terkemuka lainnya.²

Dalam kaitan ini, para praktisi Public Relations memiliki peran kunci dalam memelihara reputasi. Hal yang paling mendasar adalah bagaimana menyadari pentingnya rencana program komunikasi terpadu pihak perusahaan dengan menempatkan Public

¹ Farid Hamid, *Ilmu Komunikasi*, Jakarta: Erlangga, 2011, hlm 149

² Elvinaro Ardianto, *Handbook of Public Relations*, Jakarta: Simbiosis Rekatama Media, 2013, hlm 69

Relations secara strategis dalam manajemen perusahaan. Public Relations hendaknya berkembang tidak hanya sekedar aksesoris dalam menjalankan fungsi dan struktur-struktur perusahaan, tetapi menjadi fungsi manajemen untuk mencapai tujuan perusahaan, terutama bergerak dalam memelihara reputasi yang baik pada sebuah organisasi.

Salah satu Badan Usaha Milik Negara yaitu PT PLN (Persero) rupanya sudah melakukan sebuah strategi dan taktik dalam membangun reputasi yang baik dimasa depan. Salah satu caranya dengan menghadirkan produk Listrik Pintar. Listrik Pintar merupakan layanan baru dari PLN untuk pelanggan dalam mengelola konsumsi listrik melalui meter elektronik Prabayar. Dengan Listrik Pintar, pelanggan bisa lebih mudah mengoptimalkan konsumsi listrik, disamping itu pelanggan tidak perlu berurusan dengan pencatatan meter setiap bulan, dan tidak perlu terikat dengan jadwal pembayaran listrik bulanan. Persediaan kWh dapat ditambah berapa saja dan kapan saja sesuai kebutuhan dan keinginan pelanggan. Latar belakang diluncurkannya program ini sebagai wujud komitmen PLN untuk terus meningkatkan pelayanannya kepada pelanggan dengan berbagai bentuk inovasi. Selama ini banyak pelanggan mengeluhkan mengenai pencatatan meter, jumlah tagihan yang tidak menentu setiap bulan, banyak pula keluhan mengenai tagihan listrik di rumah kontrakan/kos. Dengan adanya Listrik Pra Bayar pelanggan dapat dengan mudah mengendalikan pemakaian listriknya sesuai dengan kebutuhan.³

³<http://www.pln.co.id/?p=501> Diakses pada tanggal 19 September 2015, 19.05 WIB

Tetapi pada pelaksanaan layanan baru PT PLN (Persero) ini, rupanya masih ditemui pemberitaan yang berpengaruh pada reputasi PT. PLN (Persero) adalah pemberitaan mengenai tuduhan mafia token listrik di daerah Tangerang Selatan tahun 2015.

Kajian Pustaka

Dalam penelitian ini yang menjadi konsep adalah *Crisis PublicRelations* dan variabel penelitian adalah Reputasi. Dalam variabel tersebut, terdapat tujuh dimensi yaitu komunikasi, sikap profesional, kepercayaan publik, inovasi produk, tanggung jawab sosial, kualitas layanan konsumen publik, responsive terhadap *feedback* publik. Dalam penelitian ini terdapat sembilan belas indikator antara lain Membangun citra positif dengan publik, menciptakan kepercayaan dengan publik, membina hubungan baik dengan publik, bekerja sesuai nilai dan norma, bekerja sesuai dengan kode etik, adanya keselarasan dalam ucapan, adanya keselarasan dalam tindakan, keterbukaan dalam informasi dan komunikasi, perkembangan perusahaan guna memenuhi kebutuhan masyarakat, perkembangan teknologi perusahaan guna memenuhi kebutuhan masyarakat, memiliki kepedulian terhadap kelestarian lingkungan, memiliki kepedulian terhadap kesejahteraan masyarakat, *tangible, reliability, responsiveness, assurance, empathy*, memberikan layanan terbaik terhadap para pelanggan, memberikan layanan terbaik dengan menjawab segala keluhan.

Metodologi Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang menggambarkan atau memperjelas suatu masalah yang hasilnya dapat digeneralisasikan,

penulis lebih mementingkan aspek keleluasaan data sehingga data atau hasil penelitian dianggap sebagai suatu representasi dari seluruh populasi. Pendekatan penelitian ini kuantitatif,

Metode deskriptif Pada penelitian ini penulis menggunakan jenis penelitian deskriptif. Sebab penelitian ini ingin menggambarkan suatu masalah secara sistematis, faktual, dan akurat. Dalam penelitian ini penulis menggunakan dimensi waktu penelitian *cross sectional*. *Cross Sectional* adalah penelitian ini dilakukan dalam satu waktu tertentu dan tidak akan dilakukan penelitian di lain waktu yang berbeda untuk diperbandingkan dan juga tidak mempunyai batasan yang baku untuk menunjukkan suatu waktu tertentu. Penelitian dilakukan di bulan September –November 2015.

Penulis menggunakan kuesioner dan wawancara. Dengan teknik penarikan sampel *Accidental sampling*, teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/incidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.

Unit analisis yang digunakan adalah individu yaitu warga Kelurahan Cipadu Jaya Tangerang Selatan yang menggunakan token pulsa listrik. sedang unit observasi yang diambil oleh penulis dalam mengamati objek-objek dari penelitian ini adalah kelompok yaitu warga kelurahan Cipadu Jaya Tangerang Selatan yang mengetahui pemberitaan mengenai tuduhan mafia token listrik.

Populasi yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah warga Kelurahan Cipadu Jaya Tangerang Selatan yang menggunakan token listrik dengan jumlah 390 Kepala Keluarga yang penulis dapatkan melalui wawancara dengan salah satu staf PT PLN (Persero) distribusi Tangerang.

Sampel yang diambil oleh penulis pada penelitian ini adalah pengguna token listrik di Kelurahan Cipadu Jaya Tangerang Selatan tahun 2015 berjumlah 80 Kepala keluarga dari 390 kepala keluarga.

Penelitian ini, terdapat dua teknik pengumpulan data yaitu data primer dan data sekunder. Sumber data primer yang digunakan penulis yaitu kuesioner .Yang berkaitan dengan reputasi PT PLN (Persero) terkait pemberitaan adanya tudingan mafia token listrik di Tangerang Selatan tahun 2015. Dalam penelitian ini penulis menggunakan data sekunder yang diperoleh dari wawancara dengan warga Kelurahan Cipadu Jaya Tangerang Selatan yang menggunakan token pulsa dan wawancara dengan pihak PT PLN (Persero) Distribusi Tangerang Selatan. Selain itu penulis juga memperoleh data sekunder dari internet.

Hasil Penelitian

Pada penelitian ini terdapat tujuh dimensi yaitu, komunikasi, sikap profesional, Kepercayaan publik, Inovasi produk, Tanggung jawab sosial, Kualitas layanan konsumen publik, *Responsive* terhadap feedback publik

Dimensi pertama komunikasi dengan tiga indikator, Membangun citra positif dengan publik, menciptakan kepercayaan dengan publik, membina hubungan baik dengan publik

Dimensi kedua sikap profesional dengan dua indikator, bekerja sesuai nilai dan norma, bekerja sesuai dengan kode etik.

Dimensi ketiga kepercayaan publik dengan tiga indikator, adanya keselaran dalam ucapan, adanya keselarasan dalam tindakan, keterbukaan dalam informasi dan komunikasi, Dimensi ini menjadi dimensi dengan *mean* terendah dalam penelitian ini.

Dimensi keempat inovasi produk dengan dua indikator, perkembangan perusahaan guna memenuhi kebutuhan masyarakat, perkembangan teknologi perusahaan guna memenuhi kebutuhan masyarakat.

Dimensi kelima tanggung jawab sosial dengan dua indikator, memiliki kepedulian terhadap kelestarian lingkungan, memiliki kepedulian terhadap kesejahteraan masyarakat.

Dimensi keenam kualitas layanan konsumen publik dengan lima indikator, *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty*.

Dan dimensi ketujuh *responsive* terhadap feedback publik dengan dua indikator, memberikan layanan terbaik terhadap para pelanggan, memberikan layanan terbaik dengan menjawab segala keluhan, Dimensi ini menjadi dimensi dengan *mean* tertinggi dalam penelitian ini.

Berdasarkan hasil penelitian, terdapat nilai *mean* tertinggi berada pada dimensi ketujuh yaitu *responsive* terhadap feedback publik sebesar 4,11. Pada dimensi ini terdapat dua indikator. Indikator pertama yaitu, memberikan layanan terbaik terhadap para pelanggan, memberikan layanan terbaik dengan menjawab segala keluhan pelanggan. Dalam indikator *responsive* terhadap feedback publik PT PLN (Persero) memberikan layanan dengan ramah dan sabar terhadap para pelanggannya dan menerima segala keluhan masyarakat dengan baik dengan memberikan reaksi secepat mungkin selama 1x24 jam.

Adapun dimensi dengan nilai *mean* terendah berada pada dimensi ketiga yaitu kepercayaan publik sebesar 2,73. Pada dimensi ini terdapat tiga indikator. Indikator yang pertama yaitu adanya keselarasan dalam ucapan, indikator kedua yaitu adanya keselarasan

dalam tindakan, indikator ketiga yaitu keterbukaan dalam informasi dan komunikasi. Hal ini menunjukkan PT PLN (Persero) kurang maksimal dalam memberikan informasi terkait adanya pemberitaan tuduhan mafia token listrik sehingga masyarakat kurang mengetahui mengenai informasi yang sebenar benarnya mengenai token listrik, yang akibatnya menimbulkan krisis kepercayaan masyarakat terhadap PT PLN (Persero).

Terbukti bahwa masih ada hal yang perlu ditingkatkan oleh PT PLN (Persero) dalam mempertahankan reputasi di mata masyarakat. Hal tersebut sesuai dengan jawaban responden dari pernyataan yang diajukan penulis. Terlihat dari dimensi dengan nilai rendah yaitu keterbukaan dalam informasi dan komunikasi. Warga Kelurahan Cipadu Jaya Tangerang Selatan tidak mengetahui informasi sebenarnya mengenai token listrik.

Dalam penelitian ini terdapat sembilan belas indikator antara lain, Membangun citra positif dengan publik, menciptakan kepercayaan dengan publik, membina hubungan baik dengan publik, bekerja sesuai nilai dan norma, bekerja sesuai dengan kode etik, adanya keselaran dalam ucapan, adanya keselarasan dalam tindakan, keterbukaan dalam informasi dan komunikasi, perkembangan perusahaan guna memenuhi kebutuhan masyarakat, perkembangan teknologi perusahaan guna memenuhi kebutuhan masyarakat, memiliki kepedulian terhadap kelestarian lingkungan, memiliki kepedulian terhadap kesejahteraan masyarakat, *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty*, memberikan layanan terbaik terhadap para pelanggan, memberikan layanan terbaik dengan menjawab segala keluhan.

Hasil dari *mean* per indikator, indikator dengan nilai *mean* tertinggi adalah *tangible* sebesar 4,3. *Tangible* disini adalah segala

bukti fisik seperti pegawai, fasilitas perlatan, kebersihan, tampilan fisik PT PLN (Persero) dalam melayani masyarakat. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas layanan PT PLN (Persero) dalam wujud keperdulian terhadap masyarakat cukup lah tinggi.

Berdasarkan indikator *tangible* dapat dilihat dalam pernyataan Fasilitas yang di miliki PT PLN (Persero) sudah mempermudah anda dalam bertransaksi, diperoleh hasil bahwa rata - rata responden menjawab setuju dengan nilai mean 4,44, hal ini menunjukkan bahwa masyarakat khususnya di Kelurahan Cipadu Jaya, Tangerang Selatan setuju bahwa Fasilitas yang di miliki PT PLN (Persero) sudah mempermudah anda dalam bertransaksi.

Berdasarkan indikator *tangible* dapat dilihat dalam pernyataan Peralatan yang di gunakan PT PLN (Persero) sudah memenuhi standar keamanan, diperoleh hasil bahwa rata - rata responden menjawab setuju dengan nilai mean 4,41, hal ini menunjukkan bahwa masyarakat khususnya di Kelurahan Cipadu Jaya, Tangerang Selatan setuju bahwa Peralatan yang di gunakan PT PLN (Persero) sudah memenuhi standar keamanan.

Berdasarkan indikator *tangible* dapat dilihat dalam pernyataan kebersihan kantor PT PLN (Persero) membuat anda merasa nyaman, diperoleh hasil bahwa rata - rata responden menjawab setuju dengan nilai mean 4,06, hal ini menunjukkan bahwa masyarakat khususnya di Kelurahan Cipadu Jaya, Tangerang Selatan setuju bahwa Kebersihan kantor PT PLN (Persero) membuat anda merasa nyaman.

Terdapat hasil yang berimbang indikator dengan nilai *mean* terendah adalah keterbukaan dalam informasi dan komunikasi sebesar 2,62. Hal ini menunjukkan bahwa keterbukaan PT PLN (Persero) ke masyarakat tidak sesuai dengan yang diharapkan.

Pada indikator dengan nilai *mean* terendah yaitu keterbukaan dalam informasi dan komunikasi, keterbukaan dalam informasi dan komunikasi disini adalah keterbukaan PT PLN (Persero) ke masyarakat pengguna token terhadap pemberitaan adanya tudingan mafia token listrik. Dari tabel di atas diperoleh hasil bahwa rata - rata responden menjawab tidak setuju, ini menunjukkan bahwa keterbukaan PT PLN (Persero) ke masyarakat tidak sesuai dengan yang diharapkan. Disini PT PLN (Persero) tidak bisa bersikap terus terang dan jujur kepada masyarakat. Sehingga apa yang menjadi harapan masyarakat akan kebenaran dalam pemberitaan adanya tudingan mafia token listrik belum bisa didapatkan.

Berdasarkan indikator keterbukaan dalam informasi dan komunikasi dapat dilihat dalam pernyataan PT PLN (Persero) sudah bersikap terus terang dalam pemberitaan terkait adanya tudingan mafia token listrik diperoleh hasil bahwa rata - rata responden menjawab ragu-ragu dengan nilai *mean* 2,74, hal ini menunjukkan bahwa masyarakat khususnya di Kelurahan Cipadu Jaya, Tangerang Selatan ragu-ragu bahwa PT PLN (Persero) sudah bersikap terus terang dalam pemberitaan terkait adanya tudingan mafia token listrik.

Berdasarkan indikator keterbukaan dalam informasi dan komunikasi dapat dilihat dalam pernyataan dalam pemberitaan terkait adanya tudingan mafia token listrik, PT PLN (Persero) sudah menanggapi persoalan ini dengan jujur diperoleh hasil bahwa rata - rata responden menjawab ragu-ragu dengan nilai *mean* 2,50, hal ini menunjukkan bahwa masyarakat khususnya di Kelurahan Cipadu Jaya, Tangerang Selatan ragu-ragu bahwa dalam pemberitaan terkait

adanya tudingan mafia token listrik, PT PLN (Persero) sudah menanggapi persoalan ini dengan jujur.

Dalam informasi yang diperoleh penulis melalui wawancara terdapat masalah dalam hal keterbukaan informasi. Hal ini diperkuat dengan pernyataan hasil dari wawancara pada tanggal 23 september 2015 dengan warga Kelurahan Cipadu Tangerang Selatan, Bapak Chakra menyatakan bahwa beliau bingung mengenai mekanisme pemotongan dari pengisian voucher pulsa listrik, beliau merasa bingung apa memang seperti itu pemotongan administrasi untuk setiap pengisian pulsa, Beliau sebagai pelanggan merasa sangat di kerjai dan dirugikan dengan ketidak jelasan tersebut .

Kesimpulan

Nilai *mean* paling tinggi dalam penelitian ini, terdapat pada dimensi *responsive* terhadap feedback publik. Dalam indikator *responsive* terhadap feedback publik PT PLN (Persero) memberikan layanan dengan ramah dan sabar terhadap para pelanggannya dan menerima segala keluhan masyarakat dengan baik dengan memberikan reaksi secepat mungkin selama 1x24 jam.

Nilai *mean* paling rendah dalam penelitian ini, terdapat pada dimensi kepercayaan publik. Hal ini menunjukkan PT PLN (Persero) kurang maksimal dalam memberikan informasi terkait adanya pemberitaan tudingan mafia token listrik sehingga masyarakat kurang mengetahui mengenai informasi yang sebenar benarnya mengenai token listrik dan informasi mengenai potongan-potongan dalam pembelian voucher listrik, yang akibatnya menimbulkan krisis kepercayaan masyarakat terhadap PT PLN (Persero).

Daftar Pustaka

Buku

Arikunto, Suharsimi, 2006, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan*

Praktik, Penerbit Rineka Cipta, Jakarta

Jefkins, Frank. *Public Relations. Fifth edition*. Jakarta: Erlangga.

2003.

Kriyantono, Rachmat, *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, Jakarta:

Prenada Media Group, 2010

Nova, Firsan, *Crisis Public Relations*, Jakarta: Rajawali pers, 2011

Prasetyo, Bambang, dan Lina Miftahul Jannah, *Metode Penelitian*

Kuantitatif, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2005

Ruslan, Rosady, *Metode Penelitian Public Rel*Rachmat. *Teknik*

Praktis Riset Komunikasi, Jakarta : Kencana, 2010.

Online.

Tudingan Menko bidang Maritim dan Sumber Daya Rizal Ramli yang menyebutkan ada nya permainan mafia di pulsa listrik (token) atau listrik pintar PT PLN (Persero)

<http://m.merdeka.com/uang/rizal-ramli-ada-mafia-pulsa-listrik-rp-100000-dapatnya-rp-73000.html>. Diakses pada tanggal 19 September 2015, 21.15 WIB

Token pulsa listrik/listrik pintar

<http://www.pln.co.id/?p=501>. Diakses pada tanggal 19 September 2015, 19.05 WIB

Protes masyarakat Tangerang Selatan

<http://reportersatu.com/index.php/masyarakat-keberatan-potongan-pulsa-token-listrik/> . Diakses pada tanggal 20 September 2015, 17.20 WIB

Warga dan Aktivis lakukan gugatan *class action*

<http://www.harianterbit.com/m/ekonomi/read/2015/03/30/23813/30/21/Tarif-Token-Listrik-Menipu-Konsumen>.

Diakses pada tanggal 20 September 2015, 17.20 WIB

Jawaban Direktur Utama PT PLN (Persero) Sofyan Basyir

<http://m.republika.co.id/berita/ekonomi/makro/15/09/07/nuaq54334-rizal-ramli-token-listrik-itu-kejam-sekali-providernya-setengah-mafia>. Diakses pada tanggal 21

September 2015, 11.10 WIB