

**STRATEGI KOMUNIKASI DI PT. PLN (PERSERO) ULP RIVAI DALAM
MENINGKATKAN KEPUASAN PELANGAN MELALUI APLIKASI PLN MOBILE****Anton Saputra Wijaya**

Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang

syahputraanton80@gmail.com uin@radenfatah.ac.id;**ABSTRACT**

PT. PLN (Persero) ULP Rivai is a customer service unit responsible for meeting customer electricity needs in the South Sumatra, Jambi, Bengkulu areas. To increase customer satisfaction, PT. PLN (Persero) ULP Rivai has adopted an effective communication strategy through the PLN Mobile Application. There are several things behind this, including: changes in customer behavior, ease of access to information, time and cost efficiency, increased customer interaction, notifications and warnings. By combining all the elements above, the communication strategy via the PLN Mobile Application implemented by PT. PLN (Persero) ULP Rivai aims to increase customer satisfaction with easy access, time and cost efficiency, increasing interaction, and providing relevant and up-to-date information to customers. The method used to introduce this application is a marketing campaign method where this method aims to introduce the existence of an application that can help customers access various convenient electricity services. This research also uses theories including: organizational communication theory and technology acceptance theory. Overall, the communication strategy carried out by PT. PLN (Persero) ULP Rivai in increasing customer satisfaction through the PLN Mobile application has produced concrete results, such as increased awareness, more active application use, timely delivery of information, increased customer satisfaction, and increased use of digital services.

Keywords: *Communication strategy, PT. PLN (PERSERO) ULP RIVAI, customer satisfaction, PLN mobile application.*

ABSTRAK

PT. PLN (Persero) ULP Rivai adalah unit layanan pelanggan yang bertanggung jawab untuk memenuhi kebutuhan listrik pelanggan di daerah sumatera selatan, Jambi, Bengkulu. Untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, PT. PLN (Persero) ULP Rivai telah mengadopsi strategi komunikasi yang efektif melalui Aplikasi PLN *Mobile*. Ada beberapa hal yang melatar belakangi hal tersebut antara lain: perubahan perilaku pelanggan, kemudahan akses informasi, efisiensi waktu dan biaya, Peningkatan interaksi pelanggan, Pemberitahuan dan peringatan. Dengan menggabungkan semua elemen di atas, strategi komunikasi melalui Aplikasi PLN *Mobile* yang

diimplementasikan oleh PT. PLN (Persero) ULP Rivai bertujuan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dengan akses yang mudah, efisiensi waktu dan biaya, meningkatkan interaksi, dan memberikan informasi yang relevan dan terkini kepada pelanggan. Metode yang digunakan dalam memperkenalkan aplikasi ini adalah metode kampanye pemasaran dimana metode ini bertujuan untuk memperkenalkan keberadaan aplikasi yang dapat membantu pelanggan dalam mengakses berbagai kemudahan pelayanan kelistrikan. Penelitian ini juga menggunakan teori antara lain: teori komunikasi organisasi dan teori penerimaan teknologi. Secara keseluruhan, strategi komunikasi yang dilakukan oleh PT. PLN (Persero) ULP Rivai dalam meningkatkan kepuasan pelanggan melalui aplikasi PLN *Mobile* telah menghasilkan hasil yang kongkrit, seperti peningkatan kesadaran, penggunaan aplikasi yang lebih aktif, penyampaian informasi yang tepat waktu, peningkatan kepuasan pelanggan, dan peningkatan penggunaan layanan *digital*.

Kata kunci: Strategi Komunikasi, PT.PLN (PERSERO) ULP RIVAI, Kepuasan Pelanggan, Aplikasi PLN *Mobile*.

1. PENDAHULUAN

PLN (Perusahaan Listrik Negara) Persero adalah perusahaan energi listrik yang dimiliki oleh pemerintah Indonesia. "*Persero*" adalah singkatan dari "perseroan terbatas," yang menunjukkan bahwa perusahaan ini berbentuk badan hukum yang memiliki kepemilikan saham oleh negara.

PLN berperan sebagai perusahaan penyedia layanan listrik utama di Indonesia. Tugas utamanya adalah memproduksi, mentransmisikan, mendistribusikan, dan menjual listrik kepada pelanggan di seluruh wilayah Indonesia, kecuali di wilayah khusus seperti Jakarta, Bali, dan beberapa pulau lainnya yang memiliki perusahaan listrik daerah (PLN juga dapat bekerja sama dengan PLN Daerah dalam beberapa kasus). PLN bertanggung jawab untuk menyediakan akses listrik yang andal dan terjangkau kepada masyarakat.

Sebagai perusahaan negara, PLN juga memiliki tanggung jawab sosial dan lingkungan yang melibatkan pengembangan sumber energi terbarukan, efisiensi energi, dan keberlanjutan lingkungan. PLN juga terlibat dalam proyek-proyek strategis untuk memastikan pasokan listrik yang memadai bagi pertumbuhan ekonomi Indonesia.

PT. PLN didirikan pada tahun 1945 dan telah menjadi perusahaan energi listrik terbesar di Indonesia. Dalam menjalankan tugasnya, PLN bekerja sama dengan

berbagai pihak seperti produsen listrik independen, industri, dan masyarakat umum untuk memenuhi kebutuhan listrik di seluruh negeri.

Dalam perannya sebagai pelayanan masyarakat tentu juga membutuhkan strategi komunikasi yang efektif untuk meningkatkan kepuasan pelanggannya. penelitian akan di fokus kan pada strategi komunikasi melalui aplikasi PLN *mobile*.

Aplikasi PLN *mobile* merupakan salah satu inovasi dari PT PLN dalam memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan. Melalui aplikasi ini, pelanggan dapat dengan mudah melakukan pembayaran tagihan listrik, melihat riwayat tagihan, dan memantau pemakaian listrik. Namun, keberhasilan dari aplikasi PLN *mobile* tidak hanya terletak pada fitur-fiturnya yang canggih, tetapi juga pada bagaimana PT PLN ULP RIVAI mengkomunikasikan aplikasi tersebut kepada pelanggan.

Oleh karena itu, penelitian ini akan membahas bagaimana strategi komunikasi di PT. PLN Melalui aplikasi PLN *mobile* untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

Beberapa fitur yang umumnya tersedia dalam aplikasi PLN *Mobile* antara lain:

- a) Informasi Tagihan: Pelanggan dapat memeriksa dan melihat informasi tagihan listrik mereka secara *online*, termasuk jumlah tagihan, jatuh tempo, dan riwayat pembayaran.
- b) Pembayaran *Online*: Aplikasi ini memungkinkan pelanggan untuk melakukan pembayaran tagihan listrik secara online melalui berbagai metode pembayaran yang disediakan, seperti transfer bank, kartu kredit, atau dompet *digital*.
- c) Pengaduan dan Layanan Pelanggan: Pelanggan dapat mengajukan pengaduan atau mendapatkan bantuan dari layanan pelanggan melalui fitur yang disediakan dalam aplikasi ini. Mereka dapat melaporkan gangguan pasokan listrik, meminta bantuan teknis, atau mengajukan pertanyaan terkait layanan PLN.
- d) Notifikasi dan Pengingat: Aplikasi ini dapat memberikan notifikasi kepada pelanggan terkait tagihan listrik, pemadaman jadwal, atau informasi penting lainnya dari PLN.
- e) Konsumsi Energi: Pelanggan dapat memantau dan melacak konsumsi energi listrik mereka dalam periode tertentu melalui fitur yang disediakan dalam aplikasi ini. Hal ini membantu pelanggan untuk lebih memahami dan mengelola penggunaan energi mereka.

Penting untuk dicatat bahwa fitur dan fungsionalitas aplikasi PLN *Mobile* dapat bervariasi tergantung pada negara dan wilayah. Oleh karena itu, disarankan untuk mengunduh aplikasi resmi dari PLN atau mengunjungi situs *web* resmi PLN untuk mempelajari lebih lanjut tentang fitur yang tersedia dalam aplikasi PLN *Mobile* di

wilayah Anda. Pada era *digital* seperti saat ini, strategi komunikasi menjadi sangat penting bagi perusahaan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dan memperkuat cita perusahaan. (Rahman 7(1) 2019).

Sementara itu Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis efektivitas strategi komunikasi, menilai kepuasan pelanggan, mengidentifikasi tantangan dan kendala, memberikan rekomendasi perbaikan.

2. METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini peneliti menggunakan metode observasi dan survei kualitatif, karena untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi yang dilakukan oleh PT. PLN ULP RIVAI dalam meningkatkan kepuasan pelanggan melalui aplikasi PLN *mobile* dan mengukur seberapa puas dan efisien nya aplikasi PLN *mobile* bagi pelanggan nantinya data yang di peroleh dari hasil observasi dan survei kepada divisi yang terkait di PT. PLN ULP RIVAI dan peneliti melakukan survei ke beberapa pelanggan pengguna aplikasi PLN *mobile*.

Selain melakukan observasi dan survei penelitian ini juga di peroleh dari beberapa sumber seperti jurnal, artikel dan buku terkait. Penelitian ini menggunakan teknik survei dan studi korelasional yang dimana tekni ini merupakan teknik yang menghasilkan data dari sejumlah responden dengan menggunakan kuesioner atau wawancara terstruktur, nantinya survei akan dilakukan secara langsung (tatap muka) atau melalui media *online* lainnya.

Untuk mempermudah proses penelitian maka di perlukan beberapa teori antara lain:

teori komunikasi organisasi dan teori penerimaan *teknologi*. Dengan mengacu pada teori-teori ini, peneliti dapat menganalisis dan memahami faktor faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan melalui aplikasi PLN *mobile*, serta keefektifan strategi komunikasi yang diterapkan oleh PT.PLN (PERSERO) ULP RIVAI dalam mencapai tujuannya tersebut. (*bakhtiar 77-84*)

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini menguraikan dan menjelaskan hasil data yang di dapatkan sesuai dengan teknik penelitian dengan cara survei dan observasi langsung yang di lakukan kepada karyawan dan pelanggan PT. PLN (PERSERO) ULP RIVAI, setelah peneliti mendapatkan semua data yang di perlukan maka dilakukanlah analisis dan pengelolaan data agar mendapatkan hasil yang lebih akurat dan tepat mengenai strategi komunikasi di PT. PLN (PERSERO) ULP RIVAI dalam meningkatkan kepuasan pelanggan melalui aplikasi PLN *mobile*.

Promosi dan kualitas pelayanan saling berhubungan dan saling mempengaruhi, promosi yang efektif dapat menarik perhatian konsumen dan mendorong mereka untuk menggunakan dan mencoba produk, sedangkan kualitas pelayanan yang baik dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan dan meningkatkan citra merek. Kombinasi yang menarik antara promosi dan kualitas pelayanan yang unggul dapat membantu meningkatkan keberhasilan dan penerimaan produk di masyarakat.

Dalam penerapan strategi komunikasi yang baik terhadap meningkatkan kepuasan pelanggan PT PLN ULP RIVAI haruslah memiliki strategi komunikasi yang baik agar bisa memberikan informasi yang jelas kepada pelanggan mengenai aplikasi PLN *mobile* agar dapat di sampaikan dengan jelas dan tepat kepada pelanggan, komunikasi yang efektif dapat membantu membangun hubungan yang baik antara perusahaan dan pelanggan, serta memastikan bahwa pelanggan memahami manfaat dan fitur yang di tawarkan oleh aplikasi tersebut.

PT. PLN (Persero) ULP RIVAI menerapkan beberapa strategi komunikasi yang didasarkan pada teori komunikasi organisasi dan teori penerimaan teknologi. Beberapa strategi yang digunakan antara lain:

- a. Komunikasi Internal: PT. PLN (Persero) ULP Rivai dapat melakukan komunikasi internal yang efektif untuk memastikan semua karyawan memahami dan mendukung penggunaan aplikasi PLN *Mobile*. Hal ini dapat dilakukan melalui pertemuan, pelatihan, dan materi komunikasi yang relevan.
- b. Komunikasi Eksternal: PT. PLN (Persero) ULP Rivai dapat menggunakan berbagai saluran komunikasi eksternal, seperti media sosial, situs *web*, dan papan pengumuman, untuk menyampaikan informasi kepada pelanggan tentang aplikasi PLN *Mobile*. Komunikasi yang jelas dan menarik dapat meningkatkan minat dan penerimaan pelanggan terhadap aplikasi tersebut.
- c. Edukasi dan Pelatihan: PT. PLN (Persero) ULP Rivai dapat menyelenggarakan kegiatan edukasi dan pelatihan kepada pelanggan untuk memperkenalkan aplikasi PLN *Mobile* dan memberikan panduan penggunaan yang lengkap.

Dalam kegiatan ini, perusahaan harus memastikan bahwa informasi yang disampaikan mudah dipahami dan relevan bagi pelanggan.

- d. Umpan Balik Pelanggan: PT. PLN (Persero) ULP Rivai dapat mengumpulkan umpan balik dari pelanggan mengenai pengalaman mereka dalam menggunakan aplikasi PLN *Mobile*. Hal ini dapat dilakukan melalui survei atau mekanisme umpan balik yang terintegrasi dalam aplikasi. Informasi ini dapat membantu perusahaan dalam meningkatkan layanan dan memperbaiki fitur aplikasi agar sesuai dengan kebutuhan pelanggan.

Melalui penerapan strategi komunikasi yang berdasarkan pada teori komunikasi organisasi dan teori penerimaan *teknologi*, PT. PLN (Persero) ULP RIVAI dapat meningkatkan kepuasan pelanggan melalui aplikasi PLN *Mobile*. Komunikasi yang efektif dan pemahaman yang baik tentang manfaat aplikasi tersebut dapat mempengaruhi penerimaan dan penggunaan aplikasi oleh pelanggan, sehingga untuk meningkatkan kepuasan mereka terhadap layanan yang diberikan oleh perusahaan .
(Sugiana 2018)

Strategi komunikasi organisasi dapat memainkan peran yang sangat penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Berikut adalah beberapa strategi yang dapat membantu organisasi dalam mencapai tujuan tersebut:

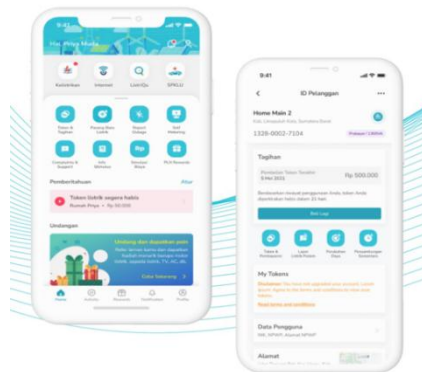
1. Komunikasi yang Efektif: Komunikasi yang efektif antara organisasi dan pelanggan sangat penting. Organisasi harus menyediakan saluran komunikasi yang mudah diakses dan responsif, seperti layanan pelanggan yang ramah dan responsif melalui telepon, email, atau live chat. Selain itu, organisasi juga dapat menggunakan media sosial dan platform komunikasi online lainnya untuk berinteraksi dengan pelanggan secara langsung.
2. Mendengarkan Pelanggan: Organisasi harus aktif mendengarkan umpan balik pelanggan. Ini dapat dilakukan melalui survei kepuasan pelanggan, tinjauan online, atau bahkan melalui interaksi langsung dengan pelanggan. Mengumpulkan dan menganalisis data umpan balik tersebut akan membantu organisasi memahami kebutuhan dan preferensi pelanggan, sehingga dapat meningkatkan produk, layanan, atau proses yang mereka tawarkan.
3. Penyampaian Informasi yang Jelas: Komunikasi organisasi haruslah jelas dan transparan. Pelanggan harus mendapatkan informasi yang akurat dan tepat

waktu tentang produk atau layanan yang mereka gunakan. Organisasi harus menghindari penggunaan bahasa yang ambigu atau teknis yang sulit dipahami oleh pelanggan. Dalam hal ini, penting untuk menggunakan bahasa yang sederhana dan mudah dipahami oleh semua orang.

4. **Personalisasi Komunikasi:** Upaya personalisasi komunikasi dengan pelanggan dapat meningkatkan kepuasan mereka. Organisasi dapat menggunakan teknologi untuk mengumpulkan data pelanggan, seperti preferensi pembelian sebelumnya atau riwayat interaksi, dan menggunakan informasi ini untuk memberikan komunikasi yang relevan dan personal kepada pelanggan. Misalnya, dengan mengirimkan penawaran khusus berdasarkan preferensi atau kebiasaan pembelian pelanggan.
5. **Tanggap terhadap Masalah dan Keluhan:** Organisasi harus memiliki sistem yang baik untuk menangani masalah dan keluhan pelanggan. Penting untuk merespon masalah dengan cepat dan proaktif, serta memberikan solusi yang memuaskan. Dalam hal ini, komunikasi yang jujur dan empati sangat penting. Pelanggan harus merasa didengar dan diperhatikan ketika mereka memiliki masalah atau keluhan.
6. **Peningkatan Transparansi:** Transparansi adalah kunci dalam membangun kepercayaan dengan pelanggan. Organisasi harus secara terbuka menyampaikan informasi tentang proses, kebijakan, dan praktek bisnis mereka. Ini termasuk harga, kebijakan pengembalian, atau perubahan penting lainnya yang dapat mempengaruhi pelanggan. Dengan meningkatkan transparansi, pelanggan akan merasa lebih percaya dan puas dengan organisasi.
7. **Pelibatan Pelanggan:** Melibatkan pelanggan dalam proses pengambilan keputusan atau pengembangan produk dapat memberikan rasa kepemilikan dan meningkatkan kepuasan mereka. Misalnya, melalui survei pelanggan atau kelompok fokus, organisasi dapat meminta masukan dan saran langsung dari pelanggan tentang produk atau layanan yang mereka inginkan. Ini juga dapat menciptakan hubungan yang lebih kuat antara organisasi dan pelanggan.

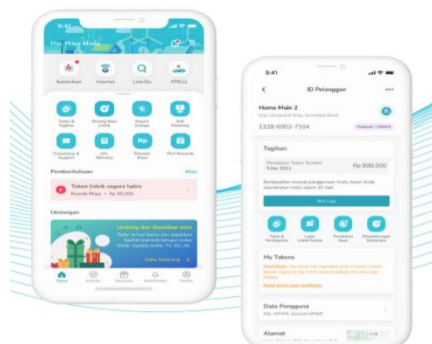
Berdasarkan strategi-strategi ini, organisasi dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dengan memperbaiki komunikasi mereka, memahami kebutuhan pelanggan, menangani masalah dengan cepat, dan memberikan pengalaman yang lebih personal dan transparan. (Ali akhmad:2022)

Berikut ada beberapa fitur yang ada di layanan PLN *Mobile* antara lain:



Gambar 1.1. fitur pembelian token listrik dan tagihan.
Sumber:: <https://layanan.pln.co.id/pln-mobile>

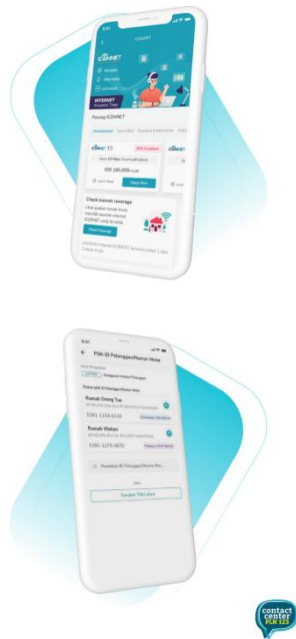
Ketika kita membuka fitur tersebut dan memasukkan ID pelanggan maka muncul lah detail tagihan yang harus segera kita selesaikan, dan kita dapat membeli token listrik dengan aplikasi ini dan juga proses pembayarannya sangat lah mudah dan praktis cukup dengan menggunakan *e-money* pembayaran langsung terkonfirmasi.



Gambar 2.2 Fitur pengaduan gangguan.

Sumber: <https://layanan.pln.co.id/pln-mobile>

Selain itu PLN *mobile* juga memiliki fitur yang sangat membantu pelanggan ketika ada gangguan listrik sehingga informasi tersebut cepat terkonfirmasi oleh PT. PLN tanpa harus mengadu lagi ke kantor, setelah itu maka pihak PLN akan segera melakukan perbaikan ketempat yang telah di konfirmasi melalui aplikasi PLN *mobile*. Berikut fitur tersebut:



Gambar 3.3 Fitur work order

Sumber: <https://layanan.pln.co.id/pln-mobile>

Fitur ini memudahkan pelanggan dalam memenuhi kebutuhan instalasi listrik di rumah, kantor, atau gedung ketika mengalami gangguan. Anda akan mendapatkan notifikasi *work order* dan dapat melakukan *tracking* status order. kemudian petugas PLN akan datang dengan sesuai jadwal yang telah ditentukan pelanggan, setelah itu dilakukan pengecekan dan perbaikan setelah selesai, Anda dapat melakukan *approval* pekerjaan dan pembayaran. (TL Administrasi dan komunikasi ulp rivai)

Tahapan strategi komunikasi di PT. PLN (PERSERO) ULP RIVAI dalam meningkatkan kepuasan pelanggan melalui Aplikasi PLN *Mobile* dapat mencakup beberapa langkah berikut:

- a) Analisis Kebutuhan dan Tujuan: Tahapan pertama adalah melakukan tahapan analisis kebutuhan pelanggan dan menetapkan tujuan yang ingin di capai melalui penggunaan aplikasi PLN *mobile*. hal ini melibatkan pemahaman mendalam tentang preferensi pelanggan, tantangan yang di hadapi, dan keinginan mereka terkait penggunaan aplikasi.
- b) Perencanaan Strategi Komunikasi: Setelah menetapkan tujuan, langkah selanjutnya adalah merencanakan strategi komunikasi yang akan digunakan. Ini mencakup pemilihan saluran komunikasi yang tepat, seperti media massa, media sosial, email, atau *webinar*. Selain itu, juga melibatkan pengembangan pesan komunikasi yang relevan dan menarik untuk pelanggan.
- c) Implementasi Kampanye Pemasaran: Tahap ini melibatkan pelaksanaan kampanye pemasaran yang dirancang untuk mempromosikan Aplikasi PLN *Mobile* kepada pelanggan. Kampanye ini dapat melibatkan iklan di media massa, media sosial, brosur, dan materi promosi lainnya. Fokusnya adalah meningkatkan kesadaran pelanggan tentang keberadaan aplikasi dan manfaat yang ditawarkannya.
- d) Pelatihan dan Sosialisasi: PT.PLN (Persero) ULP RIVAI menyelenggarakan pelatihan dan sosialisasi kepada pelanggan tentang penggunaan Aplikasi PLN *Mobile*. Pelatihan ini dapat berupa sesi pelatihan langsung, webinar, atau panduan *online* yang mudah diakses oleh pelanggan. Tujuannya adalah memberikan pemahaman yang jelas tentang fitur-fitur aplikasi dan cara menggunakannya.
- e) Dukungan Teknis: PT.PLN (Persero) ULP Rivai menyediakan dukungan teknis kepada pelanggan yang mengalami kesulitan dalam menggunakan Aplikasi PLN *Mobile*. Tim dukungan teknis siap membantu pelanggan melalui saluran komunikasi seperti telepon, email, atau *live* chat. Hal ini memastikan bahwa pelanggan mendapatkan bantuan yang diperlukan untuk menggunakan aplikasi dengan lancar.
- f) Umpan Balik dan Evaluasi: PT.PLN (Persero) ULP Rivai mendorong umpan balik dari pelanggan terkait pengalaman mereka menggunakan Aplikasi PLN *Mobile*. Umpan balik ini dapat dikumpulkan melalui survei kepuasan pelanggan, fitur umpan balik di dalam aplikasi, atau melalui saluran komunikasi lainnya. Informasi yang diberikan oleh pelanggan digunakan untuk mengevaluasi dan memperbaiki aplikasi, serta meningkatkan pengalaman pengguna.

- g) Penghargaan dan Insentif: PT.PLN (Persero) ULP Rivai dapat memberikan penghargaan dan insentif kepada pelanggan yang menggunakan Aplikasi PLN *Mobile*. Ini dapat berupa diskon tagihan, *poin reward*, atau keuntungan lainnya yang mendorong pelanggan untuk menggunakan aplikasi secara aktif. Insentif semacam ini dapat meningkatkan minat dan motivasi pelanggan untuk mengadopsi aplikasi.

Melalui tahapan-tahapan ini, PT. PLN (PERSERO) ULP RIVAI berupaya untuk meningkatkan kepuasan pelanggan melalui Aplikasi PLN *Mobile* dan memastikan pelanggan mendapatkan manfaat maksimal dari penggunaan aplikasi tersebut. (*Ramli 28(2)*)

Dengan menerapkan beberapa strategi di atas dapat membantu PT.PLN (PERSERO) ULP RIVAI dalam meningkatkan kepuasan pelanggan melalui aplikasi PLN *mobile*, perlu diketahui strategi merupakan hal yang sangat penting dalam penentuan loyalitas pelanggan terhadap perusahaan maka dari itu perusahaan haruslah memberikan pelayanan dan fasilitas yang baik kepada pelanggan agar terciptanya pelayanan pelanggan yang baik. (*TL.komunikasi dan administrasi PLN ULP RIVAI*)

Selain itu PT. PLN ULP RIVAI juga menggunakan Komunikasi persuasif dalam memainkan peran penting dalam menarik konsumen dan mendorong mereka untuk membeli produk atau layanan yang disediakan oleh perusahaan. Salah satu upaya yang dilakukan oleh PT. PLN ULP RIVAI dalam mengimplementasikan komunikasi persuasif adalah dengan beberapa cara berikut:

memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan misalnya dengan menyediakan layanan-layanan atau fitur-fitur yang dapat mempermudah pelanggan dalam mengakses berbagai kebutuhan, misalnya dengan membeli token lebih mudah, pengaduan gangguan yang dapat dilakukan di aplikasi ini dan berbagai fitur-fitur menarik lainnya yang dapat mempermudah pelanggan dalam memenuhi kebutuhan kelistrikan. Selain itu di dalam aplikasi PLN *Mobile* ini juga sering mengadakan promo-promo gebyar yang bisa didapatkan oleh pengguna aplikasi ini misalnya mendapatkan potongan harga setiap pembelian token dan berbagai promo lainnya supaya konsumen tertarik melakukan transaksi di aplikasi ini.

4. KESIMPULAN

Dalam upaya mengatasi permasalahan strategi komunikasi di PT. PLN (PERSERO) ULP RIVAI untuk meningkatkan kepuasan pelanggan melalui aplikasi PLN

Mobile, PT. PLN telah mengadopsi beberapa cara antara lain dengan Menyediakan informasi yang akurat, Notifikasi pemadaman listrik, Pemberitahuan tagihan, Layanan pelanggan yang responsif, edukasi dan promo, Pengembangan fitur-fitur yang inovatif dan meningkatkan keamanan data pelanggan.

Dengan menerapkan strategi-strategi ini, PT. PLN (PERSERO) ULP RIVAI memiliki peluang untuk meningkatkan kepuasan pelanggan melalui aplikasi PLN *Mobile*, Memperkuat hubungan baik dengan pelanggan, dan meningkatkan citra perusahaan.

Namun, evaluasi terus menerus dan umpan balik pelanggan perlu dilakukan untuk terus di perbaiki dan mengembangkan strategi komunikasi yang lebih baik di masa depan.

DAFTAR PUSTAKA

- Budi, Ristiani kharisma,nuning indah pratiwi,putri ekaresty,Sri wisudawati (2018).Sosialisasi PLN *mobile* PT. PLN (PEESERO) unit induk distribusi bali dengan strategi humas,*jurnal ilmiah dinamika sosial 2(2) ,24-42 , 2018.*
- Larissa, Amanda vita,(2022).Inovasi layanan aplikasi pln *mobile* di PT .PLN (persero) unit pelayanan pelanggan purwokerto, (studi kasus di kecamatan purwokerto timur). *universitas jendral sudirman.*
- Haq, Asad amaluddin,(2020).pengunaan aplikasi PLN *mobile* sebagai sarana komunikasi *digital* dalam upaya meningkatkan kualitas pelayanan pelanggan PT. PLN (PERSERO) up3 balik papan. *COMSERVA.2(7),1192-1200,2022.*
- Saranggih, Alfioni,andri soemitra,(2022). Efektivits PLN *mobile* dalam meningkatkan kedisiplinan pelanggan membayar tagihan listrik (studi kasus PT. PLN (persero) ulp tanah jawa.*JIKEM;jurnal ilmu komputer,ekonomi dan manajemen2 (2),3357-3363,2022*
- Agustin, Anggi (2022).inovasi PT.PLN (persero) dalam meningkatkan pelayanan publik: studi terhadap aplikasi PLN *mobile* pada PT. PLN (persero) distribusi lampung.*fakultas ilmu sosial dan politik,2022.*

Sukmawati, rahma,(2019) pengaruh kualitas pelayanan dan inovasi terhadap kepuasan pelanggan pada PT. PLN PERSERO area manado , *jurnal Emba:jurnal riset ekonomi,manajemen,bisnis dan akuntansi*,7(1) ,2019

Hijeriah, encik maznah,yulianita yulianita,faktor penentu kepuasan pelanggan PT.PLN (PERSERO) dumai,*jurnal ilmiah ekonomi dan pajak* 1(2),8-13,2021

Lengkey,Gloria Ribka,Mandey silva L,Soepomo Djurwati,engaruh promosi dan kualitas pelayanan *elektronik* terhadap kepuasan pelanggan pengguna aplikasi PLN *mobile* pelanggan PLN PERSERO unit layanan tomoho, *jurnal EMBA: jurnal riset ekonomi,manajemen,bisnis,dan akuntansi*,10(4) ,62-71,2022

Sugiana, war sugiana,(2018) strategi meningkatkan kualitas pelayanan melalui *digitalisasi* produk perbankan di bank bni syariah kcp balaksumur Yogyakarta,IAIN purwokerto,2018

Fauzan, A ilham fauzan, pengaruh pelatihan, kompensasi dan disiplin kerja terhadap kinerja karyawan PT. PLN ULP PANGSID,

Ali Akhmad, (2022) Buku Konunikasi Organisasi, *aswaja pressindo Yogyakarta*

Hendri hezi, (2019) Buku Komunikasi Persuasif, *PT Remaja Rosdakarya*