



## Analisis Strategi Komunikasi Digital dalam Melayani Pelanggan melalui Aplikasi PLN Mobile di PT PLN (Persero) UP3 Palembang

Windra Jaya<sup>1</sup>, Didik Sugeng Widiarto<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Universitas Dr. Soetomo, Surabaya, Indonesia, [windrajaya91@gmail.com](mailto:windrajaya91@gmail.com)

<sup>2</sup>Universitas Dr. Soetomo, Surabaya, Indonesia, [didik.sugeng@unitomo.ac.id](mailto:didik.sugeng@unitomo.ac.id)

Corresponding Author: [didik.sugeng@unitomo.ac.id](mailto:didik.sugeng@unitomo.ac.id)<sup>2</sup>

**Abstract:** *Digital service applications have become strategic tools in addressing the need for fast, accurate, and efficient customer communication. This study aims to analyze the digital communication strategies implemented by PT PLN (Persero) UP3 Palembang through the PLN Mobile application as an effort to improve the quality of customer service. The research employed a qualitative approach using data collection techniques such as in-depth interviews, observation, and documentation involving structural and functional officials at PT PLN (Persero) UP3 Palembang. The findings indicate that the implemented digital communication strategy includes real-time information delivery, prompt responses to customer complaints, and enhanced interactivity between the company and its customers. Although the PLN Mobile application has succeeded in providing easier access to information and services, there are still technical obstacles and limited digital literacy among some users. The study concludes that the use of digital communication through the PLN Mobile application is a strategic and effective step in enhancing customer service. However, further optimization in user education and service feature development is still needed to achieve a higher level of customer satisfaction.*

**Keyword:** *Digital Communication Strategy, PLN Mobile Application, Customer Service*

**Abstrak:** Aplikasi layanan digital menjadi sarana strategis dalam menjawab kebutuhan komunikasi pelanggan yang cepat, tepat, dan efisien. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi digital yang diterapkan oleh PT PLN (Persero) UP3 Palembang melalui aplikasi PLN Mobile dalam upaya meningkatkan kualitas pelayanan kepada pelanggan. Metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi terhadap pejabat struktural dan fungsional pelaksana di PT PLN (Persero) UP3 Palembang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi digital yang dijalankan mencakup penyampaian informasi secara real time, respon cepat terhadap keluhan pelanggan, dan peningkatan interaktivitas antara perusahaan dan pelanggan. Meskipun aplikasi PLN Mobile telah mampu memberikan kemudahan akses informasi dan layanan, masih terdapat kendala teknis serta keterbatasan literasi digital pada sebagian pelanggan. Kesimpulan dari penelitian ini menunjukkan bahwa pemanfaatan komunikasi digital melalui aplikasi PLN Mobile

merupakan langkah strategis yang efektif dalam meningkatkan layanan pelanggan, namun masih diperlukan optimalisasi dalam aspek serta pengembangan fitur layanan untuk mencapai tingkat kepuasan pelanggan yang lebih maksimal.

**Kata Kunci:** Strategi Komunikasi Digital, Aplikasi PLN Mobile, Layanan Pelanggan.

---

## PENDAHULUAN

Transformasi digital telah menjadi elemen penting dalam dinamika organisasi modern, terutama dalam meningkatkan efektivitas komunikasi dan pelayanan publik. Perusahaan berbasis layanan dituntut untuk mengintegrasikan teknologi informasi dalam mekanisme komunikasi agar dapat merespons kebutuhan pelanggan secara cepat, transparan, dan efisien. PT PLN (Persero) sebagai penyedia layanan ketenagalistrikan nasional telah meluncurkan aplikasi *PLN Mobile* sebagai sarana komunikasi digital yang memfasilitasi interaksi dua arah antara perusahaan dan pelanggan.

Kehadiran aplikasi *PLN Mobile* menjadi langkah strategis dalam menjawab tuntutan masyarakat terhadap pelayanan yang berbasis digital. Melalui aplikasi ini, pelanggan dapat mengakses berbagai layanan seperti pembayaran, pengaduan, dan permintaan layanan secara daring. Namun demikian, implementasi komunikasi digital tidak selalu berjalan efektif tanpa strategi komunikasi yang terstruktur dan adaptif terhadap kebutuhan pelanggan. Oleh karena itu, diperlukan analisis terhadap strategi komunikasi digital yang diterapkan, guna menilai efektivitasnya dalam mendukung pelayanan yang prima.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi digital yang diterapkan oleh PT PLN (Persero) Unit Pelaksana Pelayanan Pelanggan (UP3) Palembang melalui aplikasi *PLN Mobile*, serta mengidentifikasi faktor pendukung dan penghambat dalam pelaksanaannya. Dalam kajian ini, strategi komunikasi dipahami sebagai upaya sistematis yang dilakukan oleh organisasi untuk menyampaikan pesan, membangun hubungan, serta menciptakan pemahaman yang selaras antara perusahaan dan audiensnya (Cutlip, Center, dan Broom, 2012). Sementara itu, konsep komunikasi digital merujuk pada proses pertukaran informasi yang difasilitasi oleh teknologi digital, yang memungkinkan terjadinya interaksi secara real-time, bersifat personal, dan lintas platform (McQuail, 2010).

Secara operasional, komunikasi digital dalam penelitian ini dipahami sebagai pemanfaatan media digital oleh PT PLN (Persero) UP3 Palembang melalui aplikasi *PLN Mobile* untuk menyampaikan informasi, menanggapi keluhan, dan memperkuat hubungan dengan pelanggan. Dengan pendekatan tersebut, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan model komunikasi pelayanan publik berbasis digital yang responsif dan partisipatif.

## METODE

### Landasan Teori

#### 1. Teori Komunikasi Strategis – Kotler dan Keller

Menurut Kotler dan Keller, komunikasi strategis dalam konteks pemasaran merupakan upaya terencana untuk membangun, mengelola, dan mempertahankan hubungan yang baik antara organisasi dengan konsumennya melalui pesan-pesan yang konsisten, relevan, dan berorientasi pada tujuan pemasaran. Strategi komunikasi yang efektif tidak hanya berfungsi untuk menyampaikan informasi, tetapi juga menciptakan pengalaman, membentuk persepsi positif, serta memperkuat loyalitas pelanggan terhadap merek. Teori ini dapat diterapkan untuk menganalisis bagaimana PLN memanfaatkan aplikasi *PLN Mobile* sebagai media komunikasi digital strategis. Melalui platform ini, PLN tidak sekadar menyediakan sarana transaksi dan pelayanan, tetapi juga membangun saluran komunikasi dua arah yang interaktif dan bernilai strategis bagi pelanggan.

Sebagai media informasi strategis PLN Mobile berfungsi sebagai kanal utama penyebaran informasi terkait tagihan listrik, riwayat penggunaan, hingga jadwal pemeliharaan jaringan sehingga meningkatkan transparansi dan kepercayaan publik terhadap perusahaan. Sebagai sarana promosi dan edukasi layanan PLN Mobile dapat memberikan informasi seperti promo tambah daya, marketplace energi dan simulasi tambah daya yang bersifat informatif dan persuasif. Hal ini akan memperkuat citra PLN sebagai penyedia layanan energi modern dan berorientasi kepada pelanggan. PLN juga menciptakan ruang interaksi langsung antara perusahaan dan pengguna memalui aplikasi PLN mobile. Respon cepat dan transparan terhadap aduan pelanggan akan meningkatkan kepuasan dan kepercayaan pelanggan. Fitur seperti pengaduan gangguan listrik, pasang baru, tambah daya, penyambungan sementara dan marketplace di PLN Mobile merupakan bagian dari strategi komunikasi untuk meningkatkan interaksi dan kepuasan pelanggan.

## 2. Teori Ketergantungan Teknologi (Mc Lauhan)

Menurut Mc Lauhan bahwa perkembangan teknologi, khususnya media komunikasi digital tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyampaian informasi tetapi juga memiliki peran determinan dalam membentuk pola pikir, perilaku, serta struktur sosial dan budaya masyarakat. Karakteristik teknologi juga dapat berpengaruh terhadap perubahan budaya dan perilaku manusia. Dalam hal ketergantungan masyarakat terhadap teknologi digital, Perusahaan seperti PT PLN (Persero) membuat terobosan untuk meningkatkan pemasaran dengan aplikasi PLN Mobile dengan membuat transformasi dalam pola komunikasi antara perusahaan dan pelanggan. Hal ini bukan hanya akan mempercepat proses pelayanan, tetapi juga mengubah ekspektasi pelanggan terhadap kecepatan, transparansi, dan kemudahan akses layanan kelistrikan. Dengan demikian, media digital seperti PLN Mobile tidak hanya menjadi alat bantu, melainkan juga agen perubahan yang membentuk ekosistem komunikasi baru antara PT PLN (Persero) dengan pelanggannya.

## 3. Teori Persamaan Media / Media Equation (Byron Reeves dan Clifford Nass)

Teori ini menjelaskan bahwa manusia cenderung memperlakukan media, seperti komputer, televisi, maupun aplikasi digital, seolah-olah mereka adalah entitas sosial yang memiliki karakteristik layaknya manusia. Dalam konteks ini, individu secara tidak sadar menerapkan norma-norma sosial yang sama seperti ketika berinteraksi dengan sesama manusia di dunia nyata. Penerapan teori ini dalam layanan PLN Mobile tercermin dari bagaimana pengguna merespon interaksi digital yang diberikan oleh sistem aplikasi, baik melalui fitur chatbot, notifikasi layanan, maupun fitur marketplace. Pelanggan menilai respons, kesopanan, kecepatan, dan kejelasan informasi dari aplikasi sebagaimana mereka menilai pelayanan manusia secara langsung. Dengan demikian, efektivitas strategi komunikasi digital PT PLN (Persero) UP3 Palembang tentunya sangat bergantung pada kemampuan aplikasi dalam membangun kesan sosial yang positif, empatik, dan responsif terhadap kebutuhan dan keluhan pengguna.

## 4. Teori Interaktif dan Kontekstual – Joseph A. Maxwell

Joseph A. Maxwell menekankan pentingnya hubungan antara konteks sosial, interaksi antar manusia, dan makna subjektif dalam proses komunikasi. Pendekatan ini relevan digunakan untuk menganalisis untuk memahami secara mendalam bagaimana PT PLN (Persero) UP3 Palembang menerapkan strategi komunikasi digital dalam memberikan pelayanan melalui aplikasi PLN Mobile. Dengan melihat komunikasi sebagai praktik sosial yang kontekstual, sehingga diperoleh struktur yang sistematis dan fleksibel yang memungkinkan eksplorasi mendalam terhadap dinamika komunikasi digital dalam platform berbasis aplikasi dan kontribusinya terhadap peningkatan kualitas layanan pelanggan.

## 5. Teori Sistem Komunikasi Organisasi – Max Weber

Teori ini menjabarkan bagaimana struktur dan fungsi organisasi dibentuk serta dijalankan secara rasional dan terkoordinasi. Teori ini menekankan pentingnya sistem komunikasi yang tertata, hierarki dan berorientasi pada efisiensi serta ketepatan informasi. Dalam pandangan ini, organisasi dipahami sebagai suatu sistem sosial yang terdiri dari berbagai komponen yang saling berinteraksi melalui mekanisme komunikasi formal demi mencapai tujuan bersama. Teori ini juga relevan dalam menjelaskan bagaimana struktur organisasi yang formal dan sistematis mendukung efektivitas komunikasi digital di PT PLN (Persero) UP3 Palembang melalui aplikasi PLN Mobile. Aplikasi tersebut menjadi sarana komunikasi modern yang mengintegrasikan proses pelayanan pelanggan dalam satu sistem terpadu. Melalui mekanisme birokratis yang diadaptasi ke dalam platform digital dimana arus informasi antara pelanggan dan organisasi dapat berlangsung lebih cepat, transparan dan terukur. Dengan demikian, Komunikasi digital melalui PLN Mobile tidak hanya memperkuat fungsi koordinatif internal tetapi juga meningkatkan kualitas interaksi eksternal dengan pelanggan.

### Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang digunakan untuk mengeksplorasi dan memahami makna yang dianggap berasal dari masalah sosial atau manusia. Dalam konteks ini, pendekatan kualitatif digunakan untuk memahami strategi komunikasi digital yang diterapkan oleh PT PLN (Persero) UP3 Palembang melalui aplikasi PLN Mobile. Penelitian ini berfokus pada proses, makna, serta perspektif subjek penelitian seperti manajemen dan petugas pelayanan pelanggan. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk memperoleh pemahaman mendalam mengenai bagaimana strategi komunikasi digital dirancang, diimplementasikan di wilayah kerja PT PLN (Persero) UP3 Palembang. Dengan menggunakan metode wawancara, observasi, dan dokumentasi, penelitian ini menekankan pada interpretasi data secara induktif dan menyeluruh, sesuai dengan karakteristik pendekatan kualitatif (John W. Creswell).

### Subjek dan Lokasi Penelitian

Subjek penelitian meliputi pejabat struktural yang memiliki wewenang terkait penggunaan aplikasi PLN Mobile dan petugas pelayanan pelanggan di lingkungan kerja PT PLN (Persero) UP3 Palembang. Pemilihan subjek dilakukan secara purposive dengan mempertimbangkan relevansi, keterlibatan aktif, dan kapasitas informatif yang dimiliki oleh masing-masing responden terhadap fenomena yang diteliti. Lokasi penelitian di kantor PT PLN (Persero) Unit Pelaksana Pelayanan Pelanggan (UP3) Palembang. Lokasi ini dipilih karena merupakan unit strategis yang menangani langsung interaksi layanan digital melalui aplikasi PLN Mobile dengan basis wilayah kerja yang cukup luas di wilayah kota Palembang dan sekitarnya.

### Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode kualitatif yang bersifat deskriptif, dengan tujuan untuk memperoleh pemahaman yang mendalam mengenai strategi komunikasi digital dalam melayani pelanggan melalui aplikasi PLN Mobile. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu:

#### 1. Wawancara

Wawancara dilakukan kepada informan kunci yaitu pejabat yang berwenang dan staf bagian pelayanan pelanggan PT PLN (Persero) UP3 Palembang. Teknik ini memungkinkan peneliti untuk menggali informasi secara lebih terbuka dan fleksibel, serta menangkap makna yang lebih dalam dari pengalaman subjek terhadap implementasi strategi komunikasi digital.

## 2. Observasi

Observasi dilakukan terhadap aktivitas layanan digital dan komunikasi organisasi yang berlangsung di kantor PT PLN (Persero) UP3 Palembang. Observasi ini mencakup bagaimana alur komunikasi internal dijalankan, bagaimana pelanggan mengakses dan menerima layanan melalui aplikasi PLN Mobile, serta respons dari PT PLN (Persero) UP3 Palembang terhadap pengaduan dan keluhan pelanggan secara digital..

## Instrumen Penelitian

Instrumen utama dalam penelitian ini adalah peneliti sendiri (human instrument), yang berperan dalam merancang pertanyaan, melakukan wawancara, mencatat hasil observasi, serta menganalisis data. Validitas data dijaga untuk memastikan akurasi interpretasi data oleh informan.

## Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang meliputi tiga tahapan utama, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan/verifikasi sehingga diperoleh pemahaman mendalam mengenai bagaimana peran komunikasi digital telah berkontribusi terhadap transformasi kerja di lingkungan PT PLN UID S2JB, termasuk manfaat dan hambatan yang dialami oleh karyawan dalam proses komunikasi digital sehari-hari.

### 1. Reduksi Data

Tahap ini dilakukan dengan cara memilih, menyederhanakan, dan memfokuskan data mentah yang diperoleh dari wawancara, observasi, dan dokumentasi. Reduksi data dilakukan secara sistematis untuk menyaring informasi yang relevan dengan fokus penelitian, yakni strategi komunikasi digital melalui aplikasi PLN Mobile dalam pelayanan pelanggan.

### 2. Penyajian Data

Data yang telah direduksi kemudian disusun secara sistematis dalam bentuk naratif deskriptif. Penyajian data ini bertujuan untuk mempermudah peneliti dalam proses penarikan kesimpulan

### 3. Penarikan Kesimpulan

Kesimpulan akan muncul setelah proses analisis kemudian dikaji ulang melalui verifikasi berkelanjutan, baik dengan analisa data, validasi kepada informan, maupun observasi terhadap sumber penelitian. Proses ini memastikan bahwa temuan yang dihasilkan memiliki validitas dan reliabilitas yang kuat serta dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.

## Etika Penelitian

Penelitian ini menjunjung tinggi prinsip etika penelitian sosial. Setiap informan diberikan informed consent sebelum wawancara, dan identitas pribadi dijamin kerahasiaannya melalui penggunaan kode etik dan anonimitas. Penelitian ini juga telah mendapatkan persetujuan dari pihak manajemen PT PLN (Persero) UP3 Palembang sebagai lokasi studi. Peneliti berkomitmen untuk menjaga objektivitas dan integritas akademik selama proses penelitian berlangsung.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Wawancara kepada narasumber terkait Strategi Komunikasi Digital melalui PLN Mobile

Dalam era digitalisasi yang semakin berkembang, perusahaan dituntut untuk mampu menyesuaikan strategi komunikasinya termasuk dalam melayani pelanggan, PT PLN (Persero) sebagai penyedia jasa layanan kelistrikan di Indonesia telah meluncurkan aplikasi PLN Mobile sebagai salah satu bentuk transformasi digital. Namun demikian, efektivitas strategi komunikasi digital dalam menyampaikan informasi, menangani keluhan, serta membangun hubungan dengan pelanggan melalui aplikasi tersebut masih menjadi pertanyaan penting, khususnya di wilayah kerja UP3 Palembang. Oleh karena itu, penelitian ini merumuskan permasalahan utama, yaitu bagaimana strategi komunikasi digital yang diterapkan oleh PT PLN (Persero) UP3 Palembang dalam melayani pelanggan melalui aplikasi PLN Mobile dan strategi bagaimana efektivitas komunikasi digital dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

#### Perspektif Narasumber terhadap Strategi Komunikasi Digital melalui PLN Mobile

Perspektif narasumber dalam penelitian ini memberikan wawasan mendalam mengenai implementasi strategi komunikasi digital yang dijalankan oleh PT PLN (Persero) UP3 Palembang melalui aplikasi PLN Mobile. Narasumber yang terdiri dari jajaran manajerial hingga petugas pelayanan pelanggan memandang bahwa pemanfaatan teknologi digital ini tidak hanya sebagai media informasi, tetapi juga sebagai sarana interaktif yang memperkuat hubungan antara perusahaan dan pelanggan. Pandangan mereka mencerminkan tingkat pemahaman yang variatif terhadap efektivitas komunikasi digital, serta menyoroti tantangan dan peluang yang muncul dalam praktik pelayanan berbasis aplikasi. Hasil wawancara mengungkap berbagai dinamika terkait penerapan strategi komunikasi digital melalui aplikasi PLN Mobile, termasuk persepsi efektivitas layanan, kendala teknis yang dihadapi pelanggan, hingga sejauh mana aplikasi tersebut mampu menjembatani komunikasi dua arah antara perusahaan dan masyarakat. Para narasumber menyoroti pentingnya respons cepat, kejelasan informasi, serta kemudahan akses sebagai faktor kunci dalam membangun kepuasan dan loyalitas pelanggan. Selain itu, wawancara juga mencerminkan adanya kebutuhan peningkatan literasi digital di kalangan pelanggan agar pemanfaatan aplikasi dapat lebih optimal. Beberapa perspektif yang berhasil dihimpun dari narasumber dapat diuraikan sebagai berikut :

#### Perspektif Manager PT PLN (Persero) UP3 Palembang

##### 1. Strategi Utama Komunikasi Digital

Manager UP3 Palembang menegaskan bahwa strategi utama yang diterapkan dalam komunikasi digital melalui aplikasi PLN Mobile berfokus pada tiga aspek utama yaitu kemudahan akses informasi, kecepatan dalam merespons keluhan pelanggan, serta penyampaian edukasi layanan secara digital. Strategi ini diharapkan mampu mendorong pelanggan untuk lebih mandiri dalam memanfaatkan fitur-fitur layanan yang tersedia dari Aplikasi PLN Mobile.

##### 2. Efektivitas Layanan melalui Aplikasi PLN Mobile

Aplikasi PLN Mobile dinilai cukup berhasil dalam mengurangi jumlah keluhan pelanggan secara langsung. Mayoritas keluhan dan permintaan pelanggan dapat direspon secara cepat dan ditangani secara efisien oleh petugas. Selain itu, adanya fitur rating dan kolom masukan memungkinkan pelanggan untuk menilai pelayanan serta memberikan umpan balik secara langsung kepada perusahaan sebagai penyedia layanan.

##### 3. Tantangan dalam Pengelolaan Komunikasi Digital

Salah satu tantangan yang dihadapi adalah masih rendahnya literasi digital di kalangan pelanggan, khususnya di daerah-daerah pedesaan. Ditambah lagi dengan

- keterbatasan infrastruktur internet, hal ini menjadi hambatan dalam memastikan semua pelanggan dapat mengakses dan menggunakan aplikasi PLN Mobile secara optimal.
4. Respons Terhadap Keluhan Pelanggan  
Keluhan pelanggan yang masuk melalui aplikasi dipantau secara real-time melalui sistem internal, yakni Aplikasi Pengaduan dan Keluhan Teradu (APKT). Terdapat tim khusus yang bertugas memonitor dan mengoordinasikan tindak lanjut laporan dengan unit pelaksana teknis terkait untuk memastikan penyelesaian yang cepat dan tepat.
  5. Evaluasi dan Monitoring Layanan

Evaluasi terhadap layanan komunikasi digital dilakukan secara rutin, baik harian maupun bulanan. Evaluasi ini berbasis data dari dashboard aplikasi, mencakup durasi respons, rating pelayanan, serta efektivitas penyelesaian berbagai jenis layanan seperti sambungan baru, penambahan daya, atau gangguan teknis. Hasil evaluasi menjadi dasar dalam upaya peningkatan kualitas layanan secara berkelanjutan.

### **Perspektif Assistant Manager Niaga dan Pemasaran**

1. Peran Aplikasi PLN Mobile dalam Penyampaian Informasi dan Layanan

Aplikasi PLN Mobile memiliki peran sentral dalam mendukung strategi pemasaran sekaligus peningkatan mutu pelayanan pelanggan di PLN UP3 Palembang. Aplikasi ini tidak hanya berfungsi sebagai media komunikasi, tetapi juga menjadi saluran distribusi informasi dan promosi yang efektif. Melalui PLN Mobile, pelanggan dapat mengakses informasi tagihan, promo layanan, dan transaksi layanan lainnya tanpa harus mengunjungi kantor layanan. Hal ini mempercepat proses penyampaian pesan pemasaran, memperkuat citra perusahaan sebagai penyedia energi yang inovatif, serta meningkatkan kepuasan pelanggan melalui kemudahan dan efisiensi layanan.

2. Strategi Pemasaran melalui PLN Mobile

Strategi pemasaran yang diterapkan PLN UP3 Palembang melalui aplikasi PLN Mobile sebagai berikut :

- a. Engagement berbasis event seperti penyelenggaraan bazar yang menjadi sarana strategis untuk berinteraksi langsung dengan masyarakat dan memperkenalkan fitur unggulan PLN Mobile. Kegiatan ini tidak hanya berfungsi sebagai promosi, tetapi juga sebagai bentuk edukasi interaktif yang mendorong masyarakat untuk menggunakan layanan digital PLN.
- b. Membuat konten bernilai edukatif, PLN memproduksi dan mendistribusikan konten seperti tips hemat listrik, panduan penggunaan aplikasi, serta informasi terkini tentang program dan kebijakan perusahaan. Strategi ini bertujuan membangun persepsi positif PLN sebagai penyedia energi yang peduli pada kebutuhan serta literasi energi masyarakat.
- c. Penerapan elemen gamifikasi seperti badge achievement, poin, leaderboard, dan sistem reward berbasis penggunaan aplikasi dirancang untuk meningkatkan frekuensi interaksi pelanggan dengan aplikasi. Pendekatan ini tidak hanya menumbuhkan keterikatan emosional, tetapi juga mendorong loyalitas pengguna aplikasi PLN mobile secara berkelanjutan.
- d. Sistem umpan balik yang real time. Fitur ini memungkinkan pelanggan menyampaikan masukan atau keluhan langsung melalui aplikasi, yang kemudian menjadi dasar untuk pengembangan fitur. Dengan demikian, inovasi pada aplikasi PLN mobile dapat berjalan berkesinambungan dan memastikan aplikasi tetap relevan dengan kebutuhan pengguna.

3. Respon Pelanggan terhadap Fitur Niaga dan Pemasaran

Respon pelanggan terhadap fitur-fitur niaga dan pemasaran dalam PLN Mobile menunjukkan tren positif. Fitur cek tagihan dan riwayat pemakaian listrik dianggap sangat membantu dalam menciptakan transparansi dan kendali penggunaan energi listrik

rumah tangga. Pelanggan juga mengapresiasi kemudahan pengajuan layanan seperti pemasangan baru dan penambahan daya, yang dapat dilakukan tanpa kunjungan fisik ke kantor PLN. Selain itu, fitur notifikasi terkait pemadaman listrik terencana dinilai meningkatkan kesiapan pelanggan dalam mengantisipasi adanya pemadaman listrik, sehingga kepercayaan terhadap layanan PLN semakin meningkat.

#### 4. Tantangan dalam Sosialisasi Aplikasi dari Sisi Pemasaran

Meskipun respons pengguna positif, PLN UP3 Palembang menghadapi tantangan dalam proses sosialisasi aplikasi PLN Mobile. Salah satu kendala utama adalah mengubah kebiasaan pelanggan yang masih mengandalkan layanan manual menjadi pengguna aktif layanan digital. Proses edukasi ini memerlukan strategi komunikasi yang persuasif, konsisten, dan mampu meyakinkan pelanggan mengenai kemudahan, keamanan data, dan akurasi sistem. Selain itu, tingkat literasi digital yang bervariasi di kalangan pelanggan menjadi faktor yang memengaruhi kecepatan adopsi aplikasi. Oleh karena itu, upaya sosialisasi harus dirancang dengan mempertimbangkan segmentasi audiens, media penyampaian, dan pendekatan edukatif yang sesuai dengan karakteristik masyarakat setempat.

### **Perspektif Team Leader Niaga dan Pelayanan Pelanggan**

#### 1. Tugas Utama sebagai Team Leader Niaga dan Pelayanan Pelanggan

Sebagai Team Leader Niaga dan Pelayanan Pelanggan, peran utama yang diemban adalah memastikan seluruh proses pelayanan pelanggan berjalan secara optimal, efektif, dan sesuai dengan standar mutu yang telah ditetapkan. Tanggung jawab ini mencakup pengelolaan dan koordinasi tim agar setiap permintaan layanan maupun penanganan gangguan dari pelanggan dapat direspon dengan cepat, tepat, dan solutif. Selain itu, tugas ini meliputi pengawasan terhadap penyelesaian aduan pelanggan, baik yang disampaikan secara langsung maupun melalui saluran digital seperti aplikasi PLN Mobile.

#### 2. Peran Aplikasi PLN Mobile dalam Mendukung Pelayanan

Aplikasi PLN Mobile menjadi salah satu instrumen digital utama yang sangat membantu dalam mendukung tugas pelayanan pelanggan. Melalui integrasi sistem yang dimiliki, aplikasi ini memfasilitasi proses monitoring aduan dan pelaporan gangguan secara lebih cepat dan terstruktur. Seluruh laporan yang masuk secara otomatis terekam dalam dashboard layanan, sehingga memudahkan tim dalam melakukan analisis, prioritisasi, dan penugasan kepada unit teknis terkait. Proses ini mengurangi hambatan komunikasi manual, mempercepat pengambilan keputusan, serta meningkatkan efisiensi koordinasi antara tim layanan dan tim teknis di lapangan. Dengan demikian, aplikasi PLN Mobile berperan signifikan dalam memperpendek waktu respons dan meningkatkan kualitas pelayanan kepada pelanggan.

#### 3. Jenis Keluhan Pelanggan yang Paling Sering Diterima melalui Aplikasi

Berdasarkan data yang diterima, keluhan pelanggan yang paling dominan melalui aplikasi PLN Mobile meliputi gangguan pasokan listrik, permintaan pemasangan baru, pengajuan perubahan daya, serta kendala teknis terkait akses menu pembayaran atau riwayat tagihan. Gangguan listrik umumnya menjadi laporan prioritas karena berdampak langsung pada aktivitas harian pelanggan. Permintaan pasang baru dan perubahan daya mencerminkan tingginya permintaan layanan niaga, sedangkan keluhan terkait menu pembayaran atau riwayat tagihan menunjukkan adanya kebutuhan peningkatan literasi digital pelanggan agar dapat memanfaatkan seluruh fitur aplikasi secara optimal.

#### 4. Proses Penanganan Keluhan Pelanggan melalui Aplikasi

Proses penanganan keluhan melalui aplikasi PLN Mobile dirancang agar respons dapat dilakukan secara cepat, tepat, dan terukur. Setelah pelanggan mengirimkan laporan, sistem secara otomatis mengklasifikasikan keluhan berdasarkan kategori dan

mengirimkan notifikasi ke unit layanan atau tim teknis yang berwenang. Seluruh perkembangan penanganan dapat dipantau secara real time melalui dashboard aplikasi internal, yang memudahkan monitoring oleh Team Leader maupun manajemen. Pelanggan juga memperoleh update status penanganan secara langsung melalui notifikasi di aplikasi, sehingga transparansi dan akuntabilitas pelayanan tetap terjaga.

## 5. Kendala dalam Memberikan Pelayanan Digital melalui Aplikasi PLN Mobile

Meskipun aplikasi PLN Mobile memberikan banyak kemudahan, terdapat sejumlah kendala yang dihadapi dalam implementasinya. Salah satu tantangan utama adalah rendahnya tingkat familiaritas sebagian pelanggan terhadap penggunaan aplikasi, yang membuat mereka lebih memilih metode konvensional. Selain itu, keterbatasan akses internet di beberapa wilayah menghambat kelancaran interaksi digital.

### Perspektif Staf Bagian Pelayanan Pelanggan

#### 1. Tugas Utama sebagai Staf Bagian Pelayanan Pelanggan

Sebagai staf bagian pelayanan pelanggan, peran utama yang diemban mencakup penerimaan, penanganan, dan penyelesaian berbagai pertanyaan, permintaan, maupun keluhan pelanggan yang disampaikan melalui beragam saluran komunikasi. Tugas ini meliputi interaksi langsung dengan pelanggan yang datang ke kantor pelayanan, penanganan permintaan melalui telepon, hingga pengelolaan laporan digital yang masuk melalui aplikasi PLN Mobile. Setiap interaksi harus dilakukan dengan sikap profesional, responsif, dan komunikatif untuk memastikan bahwa pelanggan memperoleh solusi yang tepat serta pengalaman layanan yang memuaskan. Selain itu, staf pelayanan pelanggan juga bertanggung jawab memastikan seluruh proses pencatatan, pengarsipan, dan tindak lanjut laporan pelanggan terdokumentasi dengan baik, sehingga memudahkan proses monitoring dan evaluasi kinerja layanan.

#### 2. Peran Aplikasi PLN Mobile dalam Mendukung Pekerjaan Harian

Aplikasi PLN Mobile berperan penting dalam mendukung kelancaran pekerjaan sehari-hari, khususnya dalam hal mempercepat proses pelayanan dan meningkatkan efisiensi. Melalui aplikasi ini, staf pelayanan pelanggan dapat memantau keluhan pelanggan secara real time, mengidentifikasi kategori permasalahan, serta mengoordinasikan tindak lanjut kepada unit terkait tanpa harus melalui alur komunikasi manual. Fitur-fitur dalam aplikasi juga memungkinkan pencatatan laporan yang lebih cepat, penyampaian informasi layanan secara instan, serta pengurangan kebutuhan interaksi tatap muka serta dapat akhirnya meningkatkan produktivitas kerja.

#### 3. Kendala dalam Melayani Pelanggan melalui Aplikasi PLN Mobile

Meskipun memberikan banyak manfaat, penggunaan PLN Mobile dalam pelayanan pelanggan masih menghadapi sejumlah tantangan. Kendala yang paling sering ditemui adalah kurangnya pemahaman pelanggan dalam mengoperasikan aplikasi, terutama bagi mereka yang belum terbiasa menggunakan teknologi digital. Beberapa pelanggan mengalami kebingungan saat mengakses fitur tertentu, seperti menu pengajuan layanan, pelaporan gangguan, atau pengecekan tagihan. Salah satunya yang dialami oleh pelanggan berinisial H seorang laki-laki kelahiran Palembang 05 September 1971 tinggal di Ds Sei Gandus Kecamatan Ilir Barat I dengan nomor ID Pelanggan 141202XXXXXX, beliau sudah menjadi pelanggan PLN UP3 Palembang sejak 21 Mei 2012, rata – rata penggunaan listriknya setiap bulan 105 kwh atau sekitar Rp 70.000/bulan. Beliau menjelaskan kendala dalam mengoperasikan PLN Mobile seperti kesulitan login atau registrasi, kesulitan menggunakan fitur tertentu serta gangguan pada saat proses transaksi. Sama halnya yang dialami salah satu pelanggan PLN lainnya berinisial N seorang perempuan kelahiran 12 Juni 1962 tinggal di Ds Talang Jering dengan nomor ID Pelanggan 141101XXXXXX, beliau sudah menjadi pelanggan PLN UP3 Palembang sejak 25 November 2026 dengan penggunaan listrik setiap bulannya sebesar 60 kwh atau

60.000/bulan. Beliau menjelaskan kendala dalam menggunakan PLN Mobile yaitu selain kesulitan menggunakan fitur yang tersedia juga adanya persepsi bahwa aplikasi ini kurang penting karena layanan seperti laporan pengaduan dapat dilakukan secara langsung

#### 4. Strategi Edukasi bagi Pelanggan yang Belum Terbiasa Menggunakan Aplikasi Digital

Untuk mengatasi kendala literasi digital pelanggan, berbagai upaya edukasi dilakukan, baik secara langsung di kantor pelayanan maupun melalui kegiatan sosialisasi di lapangan. Saat pelanggan datang ke kantor, staf secara proaktif memberikan penjelasan detail mengenai fungsi dan manfaat aplikasi PLN Mobile, membimbing langkah-langkah penggunaannya, serta menyarankan pengaktifan akun pada saat itu juga. Selain itu, dilakukan kegiatan jemput bola berupa kunjungan ke kantor desa atau kecamatan untuk memberikan sosialisasi langsung kepada masyarakat. Strategi ini bertujuan meningkatkan adopsi aplikasi sekaligus membangun kebiasaan penggunaan layanan digital sebagai alternatif yang lebih praktis dan efisien dibandingkan metode konvensional.

#### 5. Penilaian terhadap Kepuasan Pelanggan melalui Aplikasi PLN Mobile

Secara umum, mayoritas pelanggan menunjukkan tingkat kepuasan yang tinggi terhadap pelayanan yang disediakan melalui aplikasi PLN Mobile. Faktor kepraktisan, kecepatan akses informasi, dan kemudahan proses pengajuan layanan menjadi keunggulan utama yang diapresiasi. Meskipun demikian, sebagian pelanggan masih merasa lebih nyaman dengan layanan tatap muka karena faktor kebiasaan atau keterbatasan akses teknologi. Data internal menunjukkan tren penggunaan aplikasi terus meningkat dari waktu ke waktu, dan rata-rata rating yang diberikan pelanggan mencapai angka 4,8 yang mencerminkan kualitas layanan digital yang sangat baik.

### Rumusan Masalah

Berdasarkan temuan lapangan terkait penerapan strategi komunikasi digital melalui aplikasi PLN Mobile di PT PLN (Persero) UP3 Palembang yang diperoleh melalui wawancara mendalam dengan berbagai pihak yaitu Manajer UP3 Palembang, Asisten Manajer Niaga dan Pemasaran, Team Leader Niaga dan Pelayanan Pelanggan serta Staf Pelaksana Pelayanan Pelanggan maka rumusan masalah penelitian ini yaitu bagaimana strategi komunikasi digital yang dijalankan PT PLN (Persero) UP3 Palembang melalui aplikasi PLN Mobile dalam meningkatkan efektivitas pelayanan pelanggan

### Identifikasi Masalah

Dalam era transformasi digital, strategi komunikasi digital menjadi faktor fundamental bagi perusahaan dalam membangun interaksi yang efektif dengan pelanggan. PT PLN (Persero) UP3 Palembang melalui aplikasi PLN Mobile berupaya mengimplementasikan strategi komunikasi digital yang adaptif untuk meningkatkan efektivitas pelayanan pelanggan. Namun demikian, efektivitas strategi tersebut masih menghadapi sejumlah tantangan baik dari sisi konsistensi penyampaian informasi, kemampuan sistem dalam merespons keluhan secara cepat, maupun kesiapan sumber daya manusia dalam mengelola komunikasi digital secara profesional. Selain itu, kecepatan respon terhadap permintaan dan keluhan pelanggan melalui kanal digital menjadi indikator penting dalam menilai kualitas pelayanan PLN Mobile. Evaluasi terhadap pelaksanaan strategi komunikasi digital diperlukan untuk mengukur sejauh mana pesan dan interaksi yang dibangun dapat mendukung upaya pemasaran layanan berbasis teknologi tersebut. Pada akhirnya, keberhasilan strategi komunikasi digital PLN Mobile sangat bergantung pada kemampuannya dalam menciptakan pengalaman pelanggan yang positif yang berimplikasi langsung terhadap tingkat kepuasan dan loyalitas pelanggan terhadap layanan yang diberikan oleh PT PLN (Persero) UP3 Palembang. Identifikasi masalah dalam penelitian ini dapat

digambarkan secara ringkas melalui infografis berikut yang menunjukkan keterkaitan antara strategi komunikasi digital, efektivitas pelayanan, tantangan operasional, kecepatan respon, proses evaluasi, strategi pemasaran sehingga berdampak terhadap kepuasan pelanggan.



Sumber: Hasil Riset

**Gambar 1. Infografis Identifikasi Masalah Strategi Komunikasi Digital dalam Melayani Pelanggan Melalui PLN Mobile**

Infografis ini menjelaskan alur strategis komunikasi digital PT PLN (Persero) UP3 Palembang melalui aplikasi PLN Mobile, yang dimulai dari perumusan strategi, pengukuran efektivitas, identifikasi tantangan, respons terhadap keluhan pelanggan, evaluasi layanan secara berkelanjutan, pemanfaatan aplikasi sebagai media pemasaran, hingga bermuara pada peningkatan kepuasan pelanggan. Secara lebih komprehensif dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Strategi utama komunikasi digital yang dijalankan PT PLN (Persero) UP3 Palembang melalui aplikasi PLN Mobile berfokus pada integrasi teknologi informasi dengan pendekatan komunikasi dua arah yang interaktif, responsif dan berorientasi pada kebutuhan pelanggan. Strategi ini diwujudkan melalui beberapa fitur yang tersedia di PLN Mobile seperti fitur pasang baru, catat meter mandiri, simulasi biaya, tambah daya dan marketplace.



Sumber: Aplikasi PLN Mobile

**Gambar 2. Fitur Aplikasi PLN Mobile yang Digunakan Dalam Melayani Pelanggan PT PLN (Persero) UP3 Palembang**

2. Dalam hal pelayanan pelanggan, efektivitas aplikasi PLN Mobile menjawab kebutuhan pelanggan PT PLN (Persero) UP3 Palembang dalam kualitas pelayanan publik berbasis digital. Aplikasi ini mampu menghadirkan kemudahan akses informasi, kecepatan penanganan keluhan, serta peningkatan kepuasan pelanggan melalui integrasi fitur dan strategi komunikasi digital yang tepat sasaran sesuai dengan kebutuhan pelanggan.

3. Tantangan yang dihadapi saat ini yaitu sebagian pelanggan masih memiliki tingkat pemahaman yang beragam terhadap penggunaan teknologi digital dan aplikasi layanan publik. Kondisi ini menyebabkan banyak pengguna mengalami kesulitan dalam mengoperasikan fitur-fitur PLN Mobile seperti pelaporan gangguan, pembelian token listrik dan fitur lainnya. Tidak meratanya kualitas jaringan internet khususnya di wilayah pinggiran atau pedesaan sekitar Palembang menjadi kendala dalam optimalisasi komunikasi digital. Tantangan lain muncul dari minimnya kegiatan sosialisasi atau edukasi yang berkelanjutan mengenai manfaat serta cara penggunaan PLN Mobile. Hal ini mengakibatkan sebagian pelanggan belum memahami penggunaan aplikasi tersebut dalam meningkatkan kemudahan pelayanan.
4. Mekanisme respon dan tindak lanjut PT PLN (Persero) UP3 Palembang terhadap keluhan pelanggan yang disampaikan melalui aplikasi PLN Mobile yakni PT PLN (Persero) UP3 Palembang menerapkan mekanisme respon dan tindak lanjut keluhan pelanggan melalui sistem pelayanan digital terpadu yang terintegrasi di dalam aplikasi PLN Mobile. Proses ini dirancang agar setiap keluhan pelanggan dapat ditangani secara cepat, transparan, dan terukur melalui tahapan yang sistematis seperti penerimaan dan identifikasi keluhan pelanggan, verifikasi dan distribusi aduan, tindak lanjut oleh tim teknis serta penyelesaian dan konfirmasi kepada pelanggan.
5. Sistem evaluasi dan monitoring layanan digital pada aplikasi PLN Mobile di PT PLN (Persero) UP3 Palembang dijalankan melalui pendekatan berbasis data dan umpan balik kepada pelanggan guna memastikan adanya perbaikan berkelanjutan baik dalam strategi komunikasi maupun kualitas pelayanan.
6. Peran aplikasi PLN Mobile mendukung strategi pemasaran, distribusi informasi, dan peningkatan loyalitas pelanggan di lingkungan PT PLN (Persero) UP3 Palembang. PLN Mobile berfungsi sebagai media promosi digital yang efektif untuk memperkenalkan berbagai layanan PLN kepada pelanggan dengan fitur – fitur yang tersedia di PLN Mobile. PLN Mobile juga sebagai kanal komunikasi dua arah yang memungkinkan penyampaian informasi secara cepat, akurat dan transparan hal ini berkontribusi meningkatkan loyalitas kepada pelanggan.
7. Secara umum tanggapan serta tingkat kepuasan pelanggan terhadap fitur-fitur niaga, pemasaran, dan pelayanan yang disediakan melalui aplikasi PLN Mobile respon yang positif dan tingkat kepuasan yang relatif tinggi pelanggan merasa terbantu dengan kemudahan akses untuk melakukan pembelian token listrik, pembayaran tagihan serta pemantauan riwayat transaksi secara realtime, hal tersebut tercermin dari pelanggan yang mendownload aplikasi tersebut lebih dari 10 juta dengan nilai rating 4,9 dari 5.

## Analisis Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi digital yang diterapkan PT PLN (Persero) UP3 Palembang melalui aplikasi PLN Mobile telah memberikan kontribusi signifikan dalam meningkatkan kualitas pelayanan pelanggan. Strategi yang berfokus pada kemudahan akses informasi, kecepatan respons, dan penyampaian edukasi digital terbukti mampu mengurangi ketergantungan pelanggan terhadap layanan secara manual. Fitur- fitur yang disediakan di aplikasi PLN Mobile seperti fitur pasang baru, catat meter mandiri, simulasi biaya, tambah daya dan marketplace bukan hanya sekadar aplikasi layanan publik, tetapi juga strategi komunikasi digital yang mempertemukan nilai efisiensi, transparansi, dan kepuasan pelanggan dalam satu pelayanan terpadu. Fitur marketplace memperluas fungsi aplikasi ini dari sekadar layanan kelistrikan menjadi platform niaga digital yang menyediakan berbagai produk dan layanan pendukung, seperti peralatan listrik, token, dan perlengkapan instalasi listrik. Keberadaan fitur ini memperkuat ekosistem digital PLN dengan menghadirkan nilai tambah ekonomi sekaligus memperkuat brand image perusahaan sebagai penyedia layanan energi modern yang berorientasi pada kebutuhan konsumen.

Efektivitas implementasi strategi ini tercermin dari menurunnya keluhan yang disampaikan secara langsung dan meningkatnya interaksi pelanggan dengan aplikasi. Namun demikian, penelitian juga mengidentifikasi sejumlah tantangan, terutama terkait rendahnya literasi digital pada sebagian pelanggan di wilayah PLN UP3 Palembang serta keterbatasan infrastruktur internet yang ada di wilayah pedesaan yang berpotensi menghambat pemanfaatan aplikasi secara optimal. Salah satunya yang dialami oleh pelanggan berinisial H seorang laki-laki kelahiran Palembang 05 September 1971 tinggal di Ds Sei Gandus Kecamatan Ilir Barat I dengan nomor ID Pelanggan 141202XXXXXX, beliau sudah menjadi pelanggan PLN UP3 Palembang sejak 21 Mei 2012, rata – rata penggunaan listriknya setiap bulan 105 kwh atau sekitar Rp 70.000/bulan. Beliau menjelaskan kendala dalam mengoptimalkan PLN Mobile yakni kesulitan login atau registrasi akun seperti kegagalan menerima kode verifikasi (OTP) atau sistem tidak mengenali data pelanggan, ia juga kesulitan menggunakan fitur tertentu seperti pada menu pengaduan, pasang baru, tambah daya dan catat meter mandiri yang membutuhkan pemahaman teknis lebih dalam serta gangguan pada saat proses transaksi seperti keterlambatan konfirmasi pembayaran hingga aplikasi yang tidak responsif ketika jaringan internet lemah. Sama halnya yang dialami salah satu pelanggan PLN lainnya berinisial N seorang perempuan kelahiran 12 Juni 1962 tinggal di Ds Talang Jering dengan nomor ID Pelanggan 141101XXXXXX, beliau sudah menjadi pelanggan PLN UP3 Palembang sejak 25 November 2026 dengan penggunaan listrik setiap bulannya sebesar 60 kwh atau 60.000/bulan. Beliau menjelaskan kendala dalam menggunakan PLN Mobile yaitu selain kesulitan menggunakan fitur yang tersedia juga adanya dari persepsi bahwa aplikasi ini kurang penting karena layanan seperti laporan pengaduan dapat dilakukan secara langsung. Sebagian masyarakat masih beranggapan bahwa penggunaan aplikasi ini tidak memiliki urgensi yang tinggi karena berbagai layanan seperti pelaporan gangguan atau pengaduan kelistrikan dapat dilakukan secara langsung melalui kantor pelayanan PLN atau melalui petugas lapangan yang sudah dikenal di lingkungan mereka. Persepsi tersebut menunjukkan bahwa tingkat literasi digital dan kepercayaan terhadap sistem pelayanan berbasis aplikasi masih bervariasi di kalangan pelanggan. Kondisi ini menjadi tantangan tersendiri bagi PT PLN (Persero) UP3 Palembang dalam mengoptimalkan strategi komunikasi digitalnya khususnya dalam membangun kesadaran kepercayaan serta kebiasaan masyarakat untuk beralih dari layanan konvensional menuju layanan digital yang lebih efisien dan terintegrasi melalui Aplikasi PLN Mobile.

Dalam konteks respons, PLN UP3 Palembang telah menunjukkan kinerja yang adaptif melalui PLN Mobile dengan pemantauan keluhan secara real time menggunakan sistem internal APKT (Aplikasi Pengaduan dan Keluhan Terpadu) serta penugasan tim khusus untuk memastikan penyelesaian yang cepat dan akuntabel. Evaluasi berkala berbasis data dashboard memperkuat efektivitas strategi ini karena perusahaan dapat melakukan penyesuaian layanan secara berkelanjutan berdasarkan indikator kinerja seperti durasi respons, rating pelayanan, dan penyelesaian pengaduan. Selanjutnya, peran aplikasi PLN Mobile tidak hanya sebatas sebagai sarana pelayanan, tetapi juga sebagai instrumen pemasaran yang inovatif. Melalui pendekatan berbasis konten edukatif, event interaktif, serta gamifikasi, aplikasi ini mampu memperluas jangkauan komunikasi sekaligus meningkatkan loyalitas pelanggan dalam menggunakan aplikasi PLN Mobile.

Secara keseluruhan, implementasi komunikasi digital melalui PLN Mobile berimplikasi positif terhadap peningkatan kepuasan pelanggan. Hal ini tercermin dari tren penggunaan aplikasi yang terus meningkat, tingginya apresiasi pelanggan terhadap kemudahan akses layanan, serta rating kepuasan yang konsisten berada pada kategori sangat baik. Sampai saat ini pengguna aplikasi PLN Mobile sudah mencapai 10 (sepulu) juta lebih pengguna di seluruh Indonesia dengan rating aplikasi mencapai rating 4,9 dari 5. Dengan demikian, strategi komunikasi digital PLN UP3 Palembang dapat dipandang sebagai model praktik terbaik (*best practice*) dalam pengelolaan layanan publik berbasis teknologi, meskipun tetap

memerlukan penguatan dalam aspek literasi digital dan pemerataan infrastruktur agar manfaatnya dapat dirasakan secara lebih luas dan inklusif.

### **Solusi terhadap Tantangan dan Permasalahan**

#### 1. Melakukan Edukasi Literasi Digital Pelanggan

Melakukan edukasi publik melalui kampanye literasi digital yang sederhana dengan menggunakan infografis, video pendek, serta tutorial interaktif di media sosial dan kanal resmi PLN. Program customer assistance di unit layanan pelanggan juga dapat diperkuat dengan menyediakan helpdesk khusus aplikasi PLN Mobile.

#### 2. Konsisten dalam Penyampaian Informasi

Membangun content management system terpusat agar seluruh informasi yang disampaikan melalui aplikasi PLN Mobile selaras dengan kanal komunikasi lainnya seperti website, call center maupun media sosial. Dengan demikian, pesan yang diterima pelanggan tetap konsisten, akurat dan terkini.

#### 3. Mengoptimalkan Tingkat Responsivitas Layanan

Sistem yang sudah terintegrasi antara APKT (Aplikasi Pengaduan dan Keluhan Terpadu) dengan PLN Mobile seharusnya dapat direspon lebih cepat oleh petugas admin sehingga setiap keluhan pelanggan dapat diproses secara real time dan ditindaklanjuti lebih cepat oleh petugas di lapangan.

#### 4. Lebih Mempromosikan Aplikasi PLN Mobile

Melakukan promosi berkelanjutan dengan menggandeng komunitas, instansi pemerintah dan dunia pendidikan di wilayah kerja PLN UP3 Palembang. Insentif seperti reward point atau diskon layanan tertentu juga dapat diberikan untuk meningkatkan motivasi pelanggan menggunakan PLN Mobile. Membuat usulan kepada pemerintah setempat serta provider penyedia sarana infrastruktur penunjang PLN Mobile seperti infrastruktur internet untuk wilayah pedesaan yang masih kurang dalam fasilitas internet.

#### 5. Memperkuat Sistem Keamanan Data Pelanggan

Memperkuat sistem keamanan aplikasi dengan multi factor authentication, enkripsi data, serta transparansi kebijakan privasi. Hal ini akan menumbuhkan kepercayaan pelanggan dalam menggunakan aplikasi PLN Mobile.

#### 6. Aktif Memberikan Umpaman Balik Pelanggan dalam Pengembangan Aplikasi

Membuka forum khusus customer feedback di aplikasi PLN Mobile dan mengadakan survei berkala. Hasil umpan balik tersebut menjadi dasar untuk continuous improvement agar aplikasi lebih sesuai dengan kebutuhan pelanggan.

## **KESIMPULAN**

Analisis terhadap strategi komunikasi digital dalam melayani pelanggan melalui Aplikasi PLN Mobile di PT PLN (Persero) UP3 Palembang menunjukkan bahwa transformasi digital yang dilakukan perusahaan berperan signifikan dalam meningkatkan kualitas layanan, memperluas aksesibilitas, dan memperkuat hubungan dengan pelanggan. Komunikasi digital kepada pelanggan melalui aplikasi PLN Mobile tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyampaian informasi, tetapi juga sebagai kanal interaktif yang memungkinkan terciptanya komunikasi dua arah yang responsif, transparan, dan inklusif. Melalui fitur-fitur seperti pembayaran tagihan, pengaduan gangguan serta pemantauan penggunaan listrik secara real time, komunikasi melalui aplikasi ini juga berhasil memberikan nilai tambah yang nyata bagi pelanggan terutama dalam hal kemudahan menyampaikan laporan serta kecepatan dan akurasi pelayanan oleh PT PLN (Persero) UP3 Palembang.

Keberhasilan strategi komunikasi digital tersebut dipengaruhi oleh sejumlah faktor penting, di antaranya kesiapan infrastruktur teknologi, tingkat literasi digital pelanggan, dan konsistensi penyampaian pesan yang jelas, cepat, dan akurat. Faktor-faktor ini mendorong terbentuknya kepercayaan, keterlibatan, serta loyalitas pelanggan terhadap PLN sebagai

penyedia layanan publik yang strategis. Namun demikian, implementasi PLN Mobile masih menghadapi beberapa tantangan seperti belum meratanya literasi digital, keterbatasan akses internet di wilayah tertentu, serta integrasi lintas kanal komunikasi yang belum optimal. Hambatan ini menunjukkan perlunya perbaikan berkelanjutan dalam strategi komunikasi digital agar aplikasi dapat dimanfaatkan secara lebih luas dan efektif oleh seluruh segmen pelanggan.

Secara strategis, penelitian ini menegaskan bahwa strategi komunikasi digital melalui PLN Mobile merupakan instrumen vital dalam transformasi layanan publik di era digital. Melalui penerapan komunikasi digital yang tepat, PT PLN (Persero) UP3 Palembang mampu meningkatkan efisiensi operasional, memperkuat transparansi dan akuntabilitas, sekaligus membangun citra perusahaan yang modern, adaptif, dan berorientasi pada kepuasan pelanggan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa strategi komunikasi digital melalui PLN Mobile merupakan langkah fundamental dalam membangun tata kelola pelayanan publik yang inklusif, berkelanjutan, dan selaras dengan tuntutan perkembangan teknologi informasi di era digitalisasi.

## REFERENSI

- Cameron, D., & Webster, J. (2011). *Communication technologies in organizations: Current practices and future prospects*. Hershey, PA: IGI Global.
- Creswell, J. W. (2014). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (4th ed.). Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.
- Daft, R. L. (2016). *Organization theory and design* (12th ed.). Cengage Learning.
- Dennis, A. R., Fuller, R. M., & Valacich, J. S. (2008). Media, tasks, and communication processes: A theory of media synchronicity. *MIS Quarterly*, 32(3), 575–600. <https://doi.org/10.2307/25148857>
- Dewey, J. (1938). *Experience and education*. New York: Macmillan.
- Ess, C. (2009). *Digital media ethics*. Cambridge: Polity Press.
- Hargittai, E. (2010). Digital na(t)ives? Variation in internet skills and uses among members of the “Net Generation.” *Sociological Inquiry*, 80(1), 92–113. <https://doi.org/10.1111/j.1475-682X.2009.00317.x>
- Hunt, R. A. (1997). *Organizational communication: Principles and practices*. New York: McGraw-Hill.
- International Organization for Standardization. (2013). *ISO/IEC 27001:2013 - Information technology – Security techniques – Information security management systems – Requirements*. Geneva: ISO.
- Knowles, M. S. (1980). *The modern practice of adult education: From pedagogy to andragogy*. Englewood Cliffs, NJ: Cambridge Adult Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education. Dasar teori manajemen pemasaran dan strategi komunikasi.
- Lee, M. (2019). Strategic alignment of digital communication in public sector organizations. *Journal of Digital Communication Research*, 11(2), 88–104. <https://doi.org/10.1016/j.jdcr.2019.02.006>
- Maxwell, J. A. (2013). *Qualitative research design: An interactive approach* (3rd ed.). Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.
- McLuhan, M. (1964). *Understanding Media: The Extensions of Man*. McGraw-Hill.
- Nonaka, I., & Takeuchi, H. (1995). *The knowledge-creating company: How Japanese companies create the dynamics of innovation*. New York: Oxford University Press.
- Powell, A., Piccoli, G., & Ives, B. (2004). Virtual teams: A review of current literature and directions for future research. *Database for Advances in Information Systems*, 35(1), 6–36. <https://doi.org/10.1145/968464.968>

- Reeves, B., & Nass, C. (1996). *The Media Equation: How People Treat Computers, Television, and New Media Like Real People and Places*. Cambridge University Press.
- Robetam Simanjuntak, Sulaiman Helmi, Trisninawati, & Muji Gunarto. (2024). *Peranan Kualitas Layanan pada Aplikasi PLN Mobile dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan di PT. PLN (Persero) UP3 Palembang ULP Rivai*. Velocity: Journal of Sharia Finance and Banking, 4(2), 89–107.
- Sifrer, M. (2017). The impact of digital communication tools on organizational effectiveness. *Journal of Organizational Studies*, 9(2), 45–59. <https://doi.org/10.1016/j.jos.2017.04.005>
- Weber, M. (1947). *The Theory of Social and Economic Organization*. Free Press.
- Westerman, D., Spence, P. R., & Van Der Heide, B. (2014). *Social media as communication: A framework for understanding the implications of social media use in organizations*. New York: Peter Lang.
- Wiryanto. (2020). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Rajawali Pers. Dasar-dasar komunikasi dalam organisasi dan layanan publik