

ANALISIS KOMUNIKASI INTERPERSONAL BAGIAN PELAYANAN DAN ADMINISTRASI PERUSAHAAN LISTRIK NEGARA (PLN) AREA SAMARINDA DALAM MENANGANI KELUHAN PELANGGAN

Tia Ningtias¹

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui komunikasi interpersonal pada bagian pelayanan dan administrasi di PLN Area Samarinda Rayon Samarinda Kota dalam menangani keluhan pelanggan.

Penelitian ini Menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif yaitu penelitian deskriptif penelitian yang berusaha menggambarkan dan menginterpretasikan objek apa adanya dan penelitian kualitatif adalah penelitian yang datanya dinyatakan dalam bentuk verbal dan dianalisis tanpa menggunakan teknik statistik. Data-data yang disajikan menggunakan data Primer dan data sekunder melalui wawancara, Penelusuran Kepustakaa. Alisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis data kualitatif model interaktif Miles dan Huberman.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dari lima keefektifitas komunikasi interpersonal yaitu keterbukaan (openness), empati (empathy), sikap mendukung (supportiveness), sikap positif (positiveness), kesetaraan (equality) analisis komunikasi interpersonal untuk menyelidiki komunikasi yang sebenarnya antara petugas pelayanan dengan pelanggan yang merupakan interaksi face to face antara dua individu atau lebih untuk saling menukar informasi dan saling mempengaruhi tingkah laku yang dapat menimbulkan umpan balik secara langsung demi menunjang suatu tujuan. komunikasi interpersonal yang telah dilakukan oleh pelayanan dan administrasi selama ini dalam menangani keluhan pelanggan masih kurang efektif dan masih perlu dibenahi.

Kata Kunci : *Komunikasi Interpersonal, Pelayanan, KeluhanPelanggan.*

PENDAHULUAN

Perusahaan Listrik Negara (PLN) adalah sebuah BUMN yang mengurus semua aspek kelistrikan dan bertanggung jawab memenuhi kebutuhan tenaga listrik di seluruh Indonesia. Ketersediaan energi listrik adalah aspek yang sangat penting dalam mendukung keberhasilan pembangunan daerah.

Ketersediaan energi listrik adalah aspek yang sangat penting dalam mendukung keberhasilan pembangunan daerah. Penyediaan tenaga listrik yang memadai dan berkualitas merupakan parameter penting bagi kemajuan sektor

¹ Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman. Email : tianingtias92@gmail.com

industri, perdagangan, telekomunikasi, pariwisata, pendidikan dan sektor-sektor tersebut akan menentukan pertumbuhan ekonomi dan tingkat kesejahteraan masyarakat setempat.

Sesuai dengan Undang-undang Dasar 1945 pasal 33 ayat 2 yang menyatakan bahwa “Cabang-cabang produksi yang penting bagi negara dan menguasai hajat hidup orang banyak dikuasai oleh negara”. PT PLN (Persero) kemudian ditugaskan untuk menjadi satu-satunya perusahaan yang berhak mengelola tenaga listrik di Indonesia.

Berdasarkan data yang diperoleh jumlah pelanggan PLN per Januari 2015 di PT PLN Kota Samarinda Rayon Samarinda Kota adalah 59.068 pelanggan, namun pengaliran listrik ke rumah – rumah warga tidak selamanya berjalan lancar. Banyak pelanggan yang tidak puas terhadap pelayanan PLN dengan melaporkan keluhannya. Keluhan yang biasanya disampaikan pelanggan antara lain layanan yang kurang cepat, perbaikan kerusakan yang lamban, serta seringnya terjadi pemadaman listrik yang tidak menentu dan pemutusan listrik sementara, serta pembayaran yang tidak sesuai atau pemasangan sambungan baru.

Menurut data yang didapat, keluhan yang dilaporkan pelanggan kepada PLN melalui beberapa media, seperti melalui media cetak ataupun media elektronik namun untuk mempermudah pelanggan dalam melaporkan keluhannya dapat datang langsung ke kantor.

Berdasarkan Struktur Organisasi PLN, bagian pelayanan dan administrasi merupakan salah satu bagian yang bertugas dalam menangani keluhan pelanggan. Dari banyaknya keluhan yang ada, tidak semua keluhan ditanggapi oleh PLN. Dari sikap atau tanggapan yang diberikan oleh PLN tersebut tidak sesuai dengan tugas pokok dan fungsi bagian pelayanan dan administrasi, yaitu mengevaluasi laporan yang berkaitan dengan pelaksanaan kegiatan pelayanan kepada pelanggan untuk mengetahui hambatan dan usaha penyelesaian.

Pelanggan yang datang ke PLN ditangani oleh bagian pelayanan dan administrasi kemudian dilaporkan ke bagian-bagian yang terkait untuk ditindak lanjuti dengan segera. Bagian pelayanan dan administrasi di PLN bertindak dalam memberikan umpan balik (*feedback*) atas keluhan yang dilaporkan oleh masyarakat, berupa jawaban maupun himbauan kepada masyarakat dalam penyelesaian kasus yang terjadi.

Bentuk komunikasi yang dilakukan petugas bagian pelayanan kepada pelanggan adalah melalui komunikasi interpersonal. Inti dari komunikasi interpersonal adalah menciptakan, membentuk, ataupun membina hubungan dengan orang lain. Oleh karena itu kita membiasakan diri mencoba melakukan interaksi dengan lawan komunikasi, sehingga komunikasi kita dengan orang lain akan menjadi lancar dan efektif. Dengan demikian sebagai komunikator petugas pelayanan dapat memosisikan dirinya sebagai komunikator yang handal dalam menjalankan tugasnya dan memahami perasaan pelanggan, sehingga komunikasi yang dilakukan dapat disesuaikan mengenai sasaran dan tujuan komunikasi tersebut dapat tercapai.

Untuk bisa berkomunikasi dengan efektif, petugas pelayanan tidak bisa menerapkan cara yang sama untuk setiap orang. Petugas harus memahami benar siapa dan bagaimana sikap lawan bicaranya.

TEORI DAN KONSEP

Pengertian Komunikasi

Onong U. Effendy, Guru Besar madya dalam ilmu komunikasi mendefinisikan ilmu komunikasi sebagai proses penyampaian suatu pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberi tahu atau untuk mengubah sikap, pendapat ataupun perilaku, baik langsung secara lisan maupun tak langsung melalui media. (Effendy, 2000:5)

Komunikasi juga memiliki beberapa komponen. Komponen komunikasi meliputi berikut:

1. Komunikator yaitu orang atau kelompok yang menyampaikan pesan, perasaan, pendapat, gagasan maupun pokok-pokok pikiran kepada orang atau kelompok lain.
2. Komunikan, yaitu seorang atau kelompok yang menerima pesan, perasaan, pendapat, maupun pokok-pokok pikiran dari orang atau kelompok lain.
3. Pesan, yaitu segala sesuatu yang disampaikan oleh komunikator. Pesan dapat berupa informasi, instruksi, pikiran, maupun perasaan.
4. Media yaitu sarana untuk menyampaikan pesan. Media komunikasi dapat berupa lisan, tulisan, gambar dan lain-lain.
5. Efek yaitu perubahan yang terjadi pada komunikan setelah mendapat pesan dari komunikator.

Fungsi Komunikasi

Adapun fungsi Komunikasi yang dikemukakan oleh Harold D. Laswell (dalam Nurudin,2010: 15) adalah sebagai berikut :

1. Penjagaan atau pengawasan lingkungan (*surveillance of the environment*).
2. Menghubungkan bagian-bagian yang terpisah dari masyarakat untuk menanggapi lingkungannya (*correlation of the part of society in responding to the environment*).
3. Menurunkan warisan sosial dari generasi ke generasi berikutnya (*transmission of the sosial heritage*).

Faktor-faktor Penghambat Komunikasi

a. Hambatan Sosiologis

Masyarakat terdiri dari berbagai golongan dan lapisan, yang menimbulkan perbedaan dalam situasi social, agama, idiologi, tingkat pendidikan, tingkat kekayaan dan sebagainya yang semuanya dapat menjadi hambatan dalam kelancaran komunikasi.

b. Hambatan Antropologis

Dalam melancarkan komunikasinya seorang komunikator tidak akan berhasil apabila ia tidak mengenal siapa komunikan yang dijadikan sasarannya. Yang dimaksud dengan “siapa” disini bukan nama yang disandangnya melainkan ras apa, bangsa apa, atau suku apa.

c. Hambatan Psikologis

Faktor psikologis sering kali menjadi hambatan dalam komunikasi. Hal ini umumnya disebabkan komunikator sebelum melancarkan komunikasinya tidak mengkaji diri komunikan. Komunikasi sulit untuk berhasil apabila komunikan sedang sedih, bingung, marah, merasa kecewa, merasa iri hati dan kondisi psikologis lainnya, juga jika komunikan menaruh prasangka kepada komunikator.(Effendi, 2000:11-13)

Pelayanan

Dalam konteks pelayanan publik, dikemukakan bahwa pelayanan umum adalah mendahulukan kepentingan umum, mempermudah urusan publik, mempersingkat waktu pelaksanaan urusan publik dan memberikan kepuasan kepada publik. Senada dengan itu, menurut Moenir (2006:27)

Perwujudan pelayanan yang didambakan oleh pihak yang ingin memperoleh pelayanan dengan baik dan memuaskan ialah :

- a. Adanya kemudahan dalam pengurusan kepentingan dengan pelayanan yang cepat dalam arti tanpa hambatan yang kadang kala dibuat-buat seperti waktu, petugas yang seharusnya ditempat pada saat dibutuhkan ternyata tidak ada dengan alasan yang sulit dibuktikan.
- b. Memperoleh pelayanan secara wajar tanpa gerutu, sindiran atau untaian kata lain semacam itu yang nadanya mengarah kepada permintaan sesuatu, baik dengan alasan untuk dinas atau alasan untuk kesejahteraan.
- c. Mendapatkan perlakuan yang sama dalam pelayanan terhadap kepentingan yang sama, tertib dan tidak pandang bulu, artinya kalau memang harus antri secara tertib dalam proses pengurusan maka ikutilah prosedur tersebut.
- d. Pelayanan yang jujur dan terus terang artinya apabila ada hambatan karena suatu masalah yang tidak dapat dielakkan hendaknya diberitahukan, sehingga orang tidak menunggu sesuatu yang tidak menentu.

Pelanggan

Pelanggan adalah semua orang yang menuntut organisasi untuk memenuhi standar kualitas tertentu, dan karena itu memberikan pengaruh pada kinerja organisasi Nasution (2005:45).

Secara umum, para pelanggan menginginkan hal-hal sederhana sebagaimana berikut:

1. Produk atau jasa yang berkualitas. Mereka merasa mendapat balasan atas uang yang dikeluarkan.

2. Aksesibilitas. Mereka tidak perlu bersusah payah untuk memperoleh produk anda.
3. Pelayanan pelanggan yang baik. Mereka diperlakukan secara hormat, dan setiap proses transaksi berjalan secara lancar dan efisien (Gage, 2006:17).
4. Sedangkan Martin (1991:4) dalam bukunya Pelayanan Pelanggan yang Bermutu, menjelaskan bahwa pelanggan menginginkan lebih dari sekedar produk atau jasa yang ditawarkan, mereka juga ingin diperlakukan dengan baik.

Komunikasi Informatif

Komunikasi Informatif adalah proses penyampaian pesan yang sifatnya “memberi tahu” atau memberikan penjelasan kepada orang lain. Komunikasi ini dapat dilakukan secara lisan maupun tertulis, misalnya melalui papan pengumuman, pertemuan-pertemuan kelompok dan juga media massa. Karena sifatnya yang informatif, maka arus penyuluhan yang terjadi adalah searah (*one way communication*).

Komunikasi Interpersonal

Komunikasi interpersonal dengan mengamati komponen utamanya dalam hal ini penyampaian pesan oleh satu orang dan penerimaan pesan oleh orang lain atau sekelompok kecil orang dengan berbagai dampaknya dan dengan peluang untuk memberikan umpan balik segera.

Efektifitas komunikasi Interpersonal dimulai dengan kualitas umum yang dipertimbangkan yaitu:

1. Keterbukaan (*openness*)
Kualitas keterbukaan komunikasi antar pribadi memiliki tiga aspek. Pertama, terbuka pada orang yang diajaknya berinteraksi. Aspek yang kedua, kesediaan komunikator untuk berinteraksi secara jujur terhadap stimulus yang datang. Aspek yang ketiga, kepemilikan perasaan dan pikiran.
2. Empati (*empathy*)
Empati sebagai “kemampuan seseorang untuk mengetahui apa yang sedang dialami orang lain pada suatu saat tertentu, dari sudut pandang orang lain itu, melalui kacamata orang lain itu.
3. Sikap mendukung (*supportiveness*)
Hubungan interpersonal yang efektif adalah hubungan dimana terdapat sikap mendukung (*supportiveness*). Komunikasi yang terbuka dan empatik tidak dapat berlangsung dalam suasana yang tidak mendukung. Kita memperlihatkan sikap mendukung dengan sikap (1) deskriptif, bukan evaluative, (2) spontan, bukan strategic dan (3) provisional, bukan sangat yakin.
4. Sikap positif (*positiveness*)
Kita mengkomunikasikan sikap positif dalam komunikasi antar pribadi dengan sedikitnya dua cara, yaitu dengan menyatakan sikap positif dan secara positif mendorong orang yang menjadi teman kita berinteraksi.

5. Kesetaraan (*equality*)

Komunikasi antar pribadi akan lebih efektif bila suasananya “setara”. Artinya, harus ada pengakuan secara diam-diam bahwa kedua pihak sama-sama bernilai dan berharga, dan bahwa masing-masing pihak mempunyai sesuatu yang penting untuk disumbangkan. (Devito, 1997 : 259-264)

Teori S-M-C-R

Rumus S-M-C-R adalah singkatan dari istilah-istilah : S Singkatan dari *Source* yang berarti sumber atau komunikator, M singkatan dari *Message* yang berarti pesan, C singkatan dari *Channel* yang berarti saluran atau media, sedangkan R singkatan dari *Receiver* yang berarti penerima atau komunikan.

1. *Source* (sumber)

Semua peristiwa komunikasi akan melibatkan sumber sebagai pembuat atau pengirim informasi.

2. *Message* (pesan)

Pesan yang dimaksud dalam proses komunikasi adalah sesuatu yang dikirimkan pengirim kepada penerima. Pesan dapat disampaikan dengan cara tatap muka atau melalui media komunikasi.

3. *Channel* (media)

Media yang dimaksud disini adalah alat yang digunakan untuk memindahkan pesan dari sumber kepada penerima.

4. *Receiver* (penerima)

Penerima adalah pihak yang menjadi sasaran pesan yang dikirim oleh sumber. Penerima bisa terdiri dari satu orang atau lebih, bisa dalam bentuk kelompok, partai atau negara. Effendy (2003:256)

Definisi Konsepsional

Definisi konsepsional dapat juga disebut kerangka konsep yang merupakan pembatasan pengertian tentang suatu masalah. analisis komunikasi interpersonal merupakan menyelidiki komunikasi yang sebenarnya antara petugas pelayanan dengan pelanggan yang merupakan interaksi *face to face* antara dua individu atau lebih untuk saling menukar informasi dan saling mempengaruhi tingkah laku yang dapat menimbulkan umpan balik secara langsung demi menunjang suatu tujuan. Komunikasi interpersonal yang efektif dapat dilihat dari lima unsur yakni : keterbukaan (*openness*), empati (*empathy*), sikap mendukung (*supportiveness*), sikap positif (*positiveness*), kesetaraan (*equality*).

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif model interaktif Milles dan Huberman Dengan Fokus penelitian efektivitas komunikasi Interpersonal bidang Pelayanan dan Administrasi PLN Area Samarinda dalam menangani keluhan pelanggan, yaitu:

1. Keterbukaan
Kesediaan petugas pelayanan dan administrasi untuk mengungkapkan informasi dan memberikan pemahaman berkaitan dengan keluhan yang disampaikan pelanggan.
2. Empati
Pengertian dan tanggapan dari petugas bagian pelayanan dan administrasi terhadap pelanggan yang mengeluh.
3. Sikap mendukung
Masing-masing pihak yang berkomunikasi memiliki komitmen untuk mendukung terselenggaranya interaksi secara terbuka.
4. Sikap positif
Sikap menyenangkan dari petugas ketika berkomunikasi dengan pelanggan dan mau menerima pertanyaan dari pelanggan.
5. Kesetaraan
Kesetaraan dapat terwujud bila didukung oleh adanya kerja sama antara petugas dan pelanggan dengan menyadari bahwa mereka sama-sama berharga dan saling membutuhkan.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan informasi sebagai sumber memperoleh data untuk penulisan skripsi ini. Pemilihan informasi didasarkan pada subjek yang banyak memiliki informasi yang berkualitas dengan masalah yang diteliti.

Peneliti menunjuk Key informan berdasarkan beberapa pertimbangan dan key informan yang peneliti tunjuk adalah orang yang peneliti anggap paling tahu dan menguasai tentang apa yang peneliti ingin teliti. Informan ditentukan berdasarkan keluhan yang berbeda dan menggunakan teknik Purposive serta jumlahnya sesuai dengan keperluan karena yang digali dalam penelitian ini adalah kedalaman informasi. Bukan kuantitas responden (Kriyantono, 2009: 388).

Adapun yang menjadi nara sumber atau key informan ini adalah :

1. Bapak Setyo Hariyanto sebagai Manajer rayon samarinda kota.
2. Bapak Sriyanto sebagai Staf Pelayanan.

Dan Informan yang menjadi narasumber adalah pelanggan yang melaporkan keluhannya sebanyak 4 orang.

1. Bapak Ferdi
Keluhan: perbaikan kerusakan yang lamban.
2. Bapak Ikhsan
Keluhan: pemutusan listrik sementara
3. Bapak Hadi
Keluhan : pembayaran yang tidak sesuai
4. Bapak Udin
Keluhan : pemasangan sambungan baru

Sedangkan jenis data dalam penelitian ini adalah :

- a. Data primer , yaitu data yang diperoleh melalui melalui narasumber dengan cara melakukan wawancara mendalam secara langsung berdasarkan fokus penelitian yang disiapkan sebelumnya oleh peneliti.
- b. Data Sekunder, yaitu data yang diperoleh melalui beberapa sumber informasi, yaitu dokumen-dokumen yang berkaitan dengan Analisis bagian pelayanan dan administrasi PLN Samarinda dalam menangani keluhan pelanggan.

Teknik pengumpulan data melalui penelitian lapangan berupa wawancara, Observasi, Dokumentasi. Teknik analisis yang digunakan model interaktif Miles dan Huberman yaitu pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Efektivitas Komunikasi interpersonal dalam melayani pelanggan merupakan elemen kunci untuk mencapai suatu tujuan yang ingin dicapai. Tujuan yang dimaksud disini adalah berhasilnya komunikasi yang dijalankan petugas dalam melayani pelanggan, dengan kesadaran akan pentingnya komunikasi yang dinamis dan berkualitas, aktif bukan pasif, artinya komunikasi interpersonal yang dijalankan petugas bukan hanya komunikasi dari pengirim kepada penerima pesan dan sebaliknya, melainkan komunikasi timbal balik antara pengirim dan penerima pesan.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan lima unsur komunikasi interpersonal sesuai dengan focus penelitian, yakni : keterbukaan (openness), empati (empathy), sikap positif (positiveness), sikap mendukung (supportiveness) kesetaraan (equality). Kelima unsur ini digunakan untuk menganalisis dan menggambarkan efektivitas komunikasi interpersonal di bagian pelayanan dan administrasi PLN area Samarinda Rayom Samarinda Kota.

Keterbukaan (openness)

Terbuka dalam pengertian ini adalah mengakui bahwa perasaan dan pikiran yang anda lontarkan adalah milik anda dan anda bertanggung jawab atasnya. Keterbukaan mengacu pada sedikitnya tiga aspek dari komunikasi interpersonal. Pertama terbuka pada orang yang diajaknya berinteraksi. Adanya kesediaan untuk mengungkapkan informasi yang biasanya disembunyikan. Aspek yang kedua, kesediaan komunikator untuk berinteraksi secara jujur terhadap stimulus yang datang. Kita ingin orang bereaksi secara terbuka terhadap apa yang kita ucapkan dan kita berhak mengharapkan hal ini. Aspek yang ketiga, kepemilikan perasaan dan pikiran.

Dalam penelitian ini keterbukaan dilihat dari kesediaan petugas pelayanan untuk mengungkapkan informasi yang dibutuhkan pelanggan terkait keluhannya tanpa ada yang disembunyikan. Sangat dibutuhkan agar terjadi komunikasi yang efektif.

Empati (Empathy)

Empati sebagai “kemampuan seseorang untuk mengetahui apa yang sedang dialami orang lain pada suatu saat tertentu, dari sudut pandang orang lain itu, melalui kacamata orang lain itu. Pengertian empati ini akan membuat seseorang lebih mampu menyesuaikan komunikasinya.

Empati dari petugas untuk merasakan apa yang dialami pelanggan tidak terlihat pada tanggapan dari petugas kepada pelanggan yang mengeluh.

Sikap mendukung (supportiveness)

Hubungan interpersonal yang efektif adalah hubungan dimana terdapat sikap mendukung (supportiveness). Komunikasi yang terbuka dan empatik tidak dapat berlangsung dalam suasana yang tidak mendukung. Kita memperlihatkan sikap mendukung dengan sikap (1) deskriptif, bukan evaluative, (2) spontan, bukan strategic dan (3) provisional, bukan sangat yakin.

Sikap mendukung dalam komunikasi antara petugas dan pelanggan dapat dilihat dari masing-masing pihak yang berkomunikasi memiliki komitmen untuk mendukung terselenggaranya interaksi secara terbuka.

Sikap positif (positiveness)

Sikap positif adalah pandangan yang positif. Sikap positif dalam komunikasi antar pribadi dengan sedikitnya dua cara, yaitu dengan menyatakan sikap positif dan secara positif mendorong orang yang menjadi teman kita berinteraksi.

Sikap positif dalam komunikasi antara petugas dan pelanggan terlihat dalam sikap yang menyenangkan dari petugas ketika berkomunikasi dengan pelanggan ketika mengalami masalah.

Kesetaraan (equality)

Kesetaraan adalah kesamaan, sama-sama bernilai dan berharga. Komunikasi antar pribadi akan lebih efektif bila suasananya “setara”. Artinya, harus ada pengakuan secara diam-diam bahwa kedua pihak sama-sama bernilai dan berharga, dan bahwa masing-masing pihak mempunyai sesuatu yang penting untuk disumbangkan.

Dalam komunikasi interpersonal, kesetaraan terlihat dari terjalannya komunikasi yang baik antara petugas bagian pelayanan dan pelanggan yang mengeluh.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan setelah dilakukan analisis, dilihat dari kelima unsur efektifitas komunikasi interpersonal sesuai dengan focus penelitian yakni: keterbukaan, empati, sikap mendukung, sikap positif, kesetaraan, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa:

1. Efektivitas komunikasi interpersonal dilihat dari unsur keterbukaan yakni didalam mengungkapkan informasi dan memberikan pemahaman berkaitan dengan keluhan yang disampaikan pelanggan, tidak berjalan dengan efektif. Hal ini diakibatkan dari hambatan komunikasi yang terjadi sehingga mengakibatkan petugas kesulitan dalam memberikan penjelasan terkait keluhan yang disampaikan pelanggan.
Hambatan komunikasi yang terjadi pada pelanggan, diantaranya:
 - a. Pelanggan yang masih awam tentang prosedur dari penggunaan listrik.
 - b. Pelanggan yang emosi.
2. Efektivitas komunikasi interpersonal dilihat dari Empati yakni Kemampuan petugas pelayanan untuk menempatkan dirinya pada posisi yang dialami pelanggan terlihat pada tanggapan dari petugas kepada pelanggan yang mengeluh tidak berjalan dengan efektif. Hal ini karena petugas telah terbiasa menghadapi pelanggan yang menghadapi masalah tetapi petugas juga harus tetap bersikap ramah dan tegas karena bekerja sesuai dengan peraturan perusahaan yang berlaku.
3. Efektivitas komunikasi interpersonal dilihat dari sikap mendukung yakni komunikasi antara petugas dan pelanggan dapat dilihat dengan menciptakan suasana sikap mendukung seperti adanya interaksi secara terbuka dan umpan balik dalam komunikasi serta menggunakan isyarat nonverbal. masing-masing pihak yang saling mendukung dalam berkomunikasi, seperti apa yang disampaikan masing masing pihak memberikan umpan balik secara terbuka serta menunggunakan isyarat verbal untuk mendukung komunikasi interpersonal efektif.
4. Efektivitas komunikasi interpersonal dilihat dari sikap positif yakni bahwa sikap positif yang ditunjukkan oleh petugas kepada pelanggan sudah efektif dalam menerima keluhan dari pelanggan, begitu juga pada saat petugas menangani pelanggan yang marah, petugas bersikap tenang, sehingga hambatan komunikasi interpersonal dapat diatasi dan komunikasi interpersonal berjalan dengan efektif.
5. Efektivitas komunikasi interpersonal dilihat dari sikap mendukung yakni kesetaraan antara petugas dan pelanggan dengan menjalin komunikasi yang baik dengan saling menghargai untuk mewujudkan komunikasi interpersonal yang efektif.

Saran

Setelah peneliti mengambil kesimpulan dari penelitian ini, peneliti memberikan saran yakni :

1. Didalam mengungkapkan informasi dan memberikan pemahaman berkaitan dengan keluhan yang disampaikan pelanggan, petugas harus lebih menekankan dalam penyampaian informasi yang dibutuhkan pelanggan.
2. Didalam memberikan tanggapan petugas PLN harus memiliki sikap empati, karena jika petugas tidak memiliki rasa empati maka system pelayan yang baik

tidak akan tercapai, karena mereka hanya sekedar menyelesaikan tugasnya saja.

3. Dapat mempertahankan dan lebih meningkatkan komunikasi interpersonal agar pelayanan semakin terdepan.
4. Untuk penelitian dimasa mendatang jika terdapat penelitian yang menggambarkan efektifitas komunikasi interpersonal pada sebuah perusahaan agar dapat ditampilkan lebih detail sehingga dapat menunjukkan penerapan keilmuan komunikasi yang nyata dalam kehidupan sehari-hari.

DAFTAR PUSTAKA

- Barata A.A, 2003. Dasar-dasar Pelayanan Prima. Jakarta: Elex Media Komputindo,
- Devito, Joseph A,1997. Komunikasi Antar Manusia. Jakarta: Profesional Books.
- Effendy, Onong Uchjana, 2000. Ilmu Komunikasi; Teori dan Praktek, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Effendy, Onong Uchjana. 2003. Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.
- Gage, Susan. M. 2006. Strategi Pelayanan Pelanggan, Yogyakarta : Argo Publisher.
- Gaspersz, V, 1997. Manajemen Kualitas dalam Industri Jasa, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Kriyantono, Rachmat, 2009. Teknik Praktis Riset Komunikasi, Surabaya: Kencana Prenada Media Group.
- Moenir. 2006. Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia, Jakarta : PT. Bumi Aksara.
- Moleong, L, J. 2004. Metodologi Penelitian Kualitatif, Bandung : Jemmars.
- Mulyana, Deddy. 2004. Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Nurudin, 2010. Sistem Komunikasi Indonesia, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persad.
- Nasution, MN, 2005. Manajemen Mutu Terpadu (Total Quality Management), Jakarta : Ghalia Indonesia.
- Kriyantono, Rachmat. 2009. Teknik Praktis Riset Komunikasi. Surabaya : Kencana Prenada Media Group.
- Kotler, Philip. 1994. Manajemen Pemasaran, Jakarta : Erlangga.
- Sugiyono. 2005. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D, Bandung : Alfabeta.
- Tjiptono, F. dan Diana, A. 2003. Total Quality Management. Yogyakarta: Andi Offset.