

# EFEKTIVITAS KOMUNIKASI INTERPERSONAL DALAM MENGATASI KELUHAN PELANGGAN DI PT. PLN (PERSERO) RAYON SAMARINDA ULU

Dinda Sari Pertiwi<sup>1</sup>

## *Abstrak*

*Hal yang melatarbelakangi penelitian ini adalah pentingnya komunikasi interpersonal yang merupakan elemen kunci untuk mencapai suatu tujuan yang dicapai. Tujuan yang dimaksud adalah berhasilnya komunikasi yang dijalankan petugas dalam melayani pelanggan yang datang untuk mengeluh, dengan kesadaran akan pentingnya komunikasi yang dinamis dan berkualitas. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan menganalisis efektivitas komunikasi interpersonal dalam mengatasi keluhan pelanggan di PT.PLN (PERSERO) Rayon Samarinda Ulu. Penelitian ini adalah penelitian yang menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Dengan menggunakan sumber data key informan sebagai narasumber sebanyak 1 orang yaitu petugas supervisor pelayanan pelanggan PT. PLN (PERSERO) Rayon Samarinda Ulu dan informan sebanyak 5 orang, yaitu manager PT.PLN (PERSERO) Rayon Samarinda Ulu dan 4 orang pelanggan PT.PLN (PERSERO) Rayon Samarinda Ulu. Data-data yang disajikan menggunakan data primer dan data sekunder, melalui observasi, dokumentasi, wawancara serta referensi buku-buku, jurnal maupun skripsi yang di-download melalui internet yang berkaitan dengan penelitian ini. Kemudian teknik analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis (Interactive model of analysis) dikembangkan oleh Matthew B. Miles, A. Michael Huberman dan Johnny Saldana. Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa komunikasi interpersonal yang dilihat dari unsur keterbukaan (openness), terdapat hambatan-hambatan komunikasi yang dihadapi oleh petugas supervisor pelayanan pelanggan yang bertugas untuk melayani keluhan dari pelanggan yakni: banyak nya pelanggan yang datang dalam keadaan marah-marah sehingga membuat kesulitan dalam proses komunikasi interpersonal yang sedang berjalan.*

**Kata Kunci:** *Efektivitas Komunikasi Interpersonal, Keluhan Pelanggan, Teori Self Disclosure*

## **Pendahuluan**

Manusia merupakan makhluk sosial yang hidup dan menjalankan seluruh aktivitasnya sebagai individu dalam kelompok sosial, komunitas, organisasi

---

<sup>1</sup> Mahasiswa Program S1 Ilmu-Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman. Email: [dindasp01@gmail.com](mailto:dindasp01@gmail.com)

maupun masyarakat. Segala macam aktifitas dalam kehidupan sehari-hari manusia senantiasa membutuhkan manusia lainnya untuk memenuhi kebutuhannya. Komunikasi sangat dibutuhkan untuk membantu manusia dalam melakukan interaksi dengan yang lainnya.

Komunikasi mempunyai peran yang sangat penting dalam organisasi, khususnya menggunakan komunikasi interpersonal, walaupun dalam kenyataannya masalah komunikasi kerap muncul dalam proses organisasi. Peran komunikasi interpersonal sangat bermanfaat dalam kehidupan sehari-hari karena komunikasi berlangsung secara tatap muka, maka dari itu terjadilah kontak pribadi.

Komunikasi dalam organisasi memiliki kompleksitas yang tinggi yaitu bagaimana menyampaikan informasi dan menerima informasi merupakan hal yang tidak mudah, dan menjadi tantangan dalam proses komunikasinya, untuk itu dibutuhkan sumber daya manusia yang potensial. Manusia merupakan modal yang berharga dan sangat menentukan bagi suatu organisasi, oleh karena itu seorang manusia harus mempunyai dedikasi, loyalitas, dan semangat kerja yang tinggi.

PT. PLN (PERSERO) Samarinda Ulu pada dasarnya meliputi beberapa produk layanan, di antaranya yaitu pelayanan sambungan baru dan penambahan daya, pelayanan pembacaan meter, pelayanan penjualan rekening listrik, pelayanan gangguan, pelayanan informasi pelanggan yang di antaranya melalui fasilitas telepon 123, dan pelayanan kelistrikan lainnya.

Pada saat menyediakan berbagai jasa pelayanan, tentu PT. PLN (PERSERO) Rayon Samarinda Ulu juga sering menerima keluhan/komplain dari para pelanggan-pelanggannya. Keluhan-keluhan yang diberikan oleh pelanggan juga sering diterima oleh PT. PLN (PERSERO) Rayon Samarinda Ulu secara langsung di kantor perusahaan selain melalui fasilitas *call center* 123 yang telah disediakan.

Komunikasi yang dapat menghasilkan kepuasan dari tujuan-tujuan yang ingin dicapai ketika berkomunikasi secara interpersonal pasti terdapat peran komunikator yang baik pula. Ketika pelanggan memberikan keluhan-keluhannya kepada PT. PLN (PERSERO) Rayon Samarinda Ulu, maka dibutuhkan karyawan-karyawan dari perusahaan tersebut yang memiliki keahlian dalam berkomunikasi, khususnya dalam hal komunikasi interpersonal.

PT. PLN (PERSERO) Rayon Samarinda Ulu tidak memiliki divisi humas seperti di PT. PLN (PERSERO) Rayon Area Samarinda, maka dari itu PT. PLN (PERSERO) Rayon Samarinda Ulu memiliki seorang *Supervisor* Pelayanan yang bertugas untuk menangani keluhan-keluhan yang datang dari setiap para pelanggan.

Dalam proses memberikan keluhan, tidak jarang ada pelanggan yang datang dengan keadaan emosi yang sedang tidak stabil sehingga menimbulkan keributan di kantor PT. PLN (PERSERO) Rayon Samarinda Ulu. pelanggan tersebut acapkali berteriak-teriak, memukul meja, membanting kursi dan

melakukan tindakan-tindakan buruk lainnya. Dalam situasi demikian, petugas yang menghadapi harus bisa bersabar untuk mendengar, dan harus mampu mengendalikan emosi ketika menghadapi pelanggan tersebut.

Dalam situasi dan kondisi tersebut petugas juga harus bisa memberikan jawaban dan berusaha untuk tidak lelah memberikan pengertian kepada pelanggan sesuai persoalan yang dikeluhkan pelanggan. Masih banyak lagi berbagai macam keluhan dari pelanggan-pelanggan PLN yang bersangkutan dengan pelayanan-pelayanan yang disediakan PT. PLN (PERSERO) Rayon Samarinda Ulu.

### ***Rumusan Masalah***

Berdasarkan latar belakang penelitian yang dipaparkan sebelumnya, maka rumusan permasalahan yang akan dibahas adalah “Bagaimana Karakteristik *Smartphone* Pada Perubahan Budaya Komunikasi Remaja Di RT 12 Kelurahan Sempaja Selatan Samarinda?”

### ***Tujuan Penelitian***

Tujuan penelitian untuk mendeskripsikan dan menganalisis Analisis Karakteristik *Smartphone* Pada Perubahan Budaya Komunikasi Remaja Di RT 12 Kelurahan Sempaja Selatan Samarinda.

### ***Manfaat Penelitian***

1. Segi teoritis: Melalui penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pengembangan kajian ilmu komunikasi khususnya kajian komunikasi interpersonal mengenai Efektivitas Komunikasi Interpersonal Dalam Mengatasi Keluhan Pelanggan Di PT.PLN (PERSERO) Rayon Samarinda Ulu
2. Segi praktis: Hasil penelitian ini diharapkan juga berguna untuk dijadikan sebagai sumber referensi jika akan melakukan penelitian dengan tema yang sama

## **Kerangka Dasar Teori**

### ***Efektivitas***

Menurut Kurniawan Agung (2005:109), efektivitas adalah kemampuan melaksanakan tugas, fungsi (operasi kegiatan program atau misi) daripada suatu organisasi atau sejenisnya yang tidak adanya tekanan atau ketegangan diantara pelaksanaannya. Sedangkan menurut Mahmudi (2005:92), efektivitas merupakan hubungan antara *output* yang dihasilkan dengan tujuan, semakin besar kontribusi *output* terhadap pencapaian tujuan, maka semakin efektif organisasi didalam program atau kegiatan.

Dari beberapa pendapat di atas mengenai efektivitas, dapat disimpulkan bahwa efektivitas adalah suatu ukuran yang menyatakan seberapa jauh target (kuantitas, kualitas, dan waktu) yang telah dicapai oleh organisasi.

Efektivitas memiliki tiga tingkatan sebagaimana yang didasarkan oleh David J. Lawless dalam Gibson, Ivancevich dan Donnely (1997:25) antara lain:

1. Efektivitas Individu

Efektivitas Individu didasarkan pada pandangan dari segi individu yang menekankan pada hasil karya karyawan atau anggota dari organisasi

2. Efektivitas kelompok

Adanya pandangan bahwa pada kenyataannya individu saling bekerja sama dalam kelompok. Jadi efektivitas kelompok merupakan Jumlah kontribusi dari semua anggota kelompoknya

3. Efektivitas Organisasi

Efektivitas organisasi terdiri dari efektivitas individu dan kelompok. Melalui pengaruh sinergitas, organisasi mampu mendapatkan hasil karya yang lebih tinggi tingkatannya daripada jumlah hasil karya tiap-tiap bagiannya.

Efektivitas berarti daya tarik daya pesan untuk mempengaruhi atau tingkatan kemampuan pesan untuk mempengaruhi komunikan. Pesan yang efektif harus memiliki syarat-syarat sebagai berikut (Rahmat, 1986:2):

1. Adanya kesamaan dalam mempermudah proses penyandian (decoding) yakni proses menerjemahan lambang-lambang yang diterima menjadi gagasan-gagasan.
2. Adanya kesamaan membangun proses yang sama (persepsi)
3. Adanya kesamaan menyebabkan komunikan tertarik pada komunikator.

**Komunikasi**

Sebagai makhluk sosial, manusia tidak mampu untuk menjalani hidupnya sendiri. Manusia perlu bersosialisasi dan hidup bermasyarakat agar terpenuhi segala kebutuhan demi kelangsungan hidupnya. Melalui komunikasi, sikap dan perasaan seseorang atau sekelompok orang dapat dipahami oleh pihak lain. Selain itu dalam kehidupan sehari-hari, komunikasi yang baik sangat penting untuk berinteraksi antar personal maupun antar masyarakat agar terjadi keserasian dan mencegah konflik dalam lingkungan masyarakat. Hubungan bilateral antar negara diperlukan juga komunikasi yang baik agar hubungan tersebut dapat berjalan dengan baik dan lancar. Dimana hakikat komunikasi adalah proses pernyataan antarmanusia, yang dinyatakan dalam bentuk pikiran atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan bahasa sebagai alat penyalurnya (Effendy, 2003: 27).

Menurut Harold, D.Laswell (1960) (dalam buku Effendy, 2003:253) komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan efek tertentu. Dari definisi tersebut menunjukkan bahwa komunikasi meliputi 5 unsur yakni *Who* (siapa), *Says What* (berkata apa), *in Which Channel* (melalui saluran apa), *to Whom* (kepada siapa), dan *With What Effect* (dengan efek apa).

Definisi Laswell ini juga menunjukkan bahwa komunikasi adalah suatu upaya yang disengaja serta mempunyai tujuan. Berdasarkan definisi Laswell ini dapat diturunkan 5 unsur komunikasi yang saling bergantung satu sama lain, yaitu pertama adalah sumber (*source*), sering disebut juga pengirim (*sender*), penyandi (*encoding*), komunikator pembicara (*speaker*) atau originator. Sumber adalah

pihak yang berinisiatif atau mempunyai kebutuhan untuk berkomunikasi. Sumber boleh jadi seorang individu, kelompok, organisasi, perusahaan, atau negara.

Secara etimologi (bahasa), kata ‘komunikasi’ berasal dari Bahasa Inggris “*communication*” yang mempunyai akar kata dari Bahasa Latin “*communicare*”. Kata “*communicare*” sendiri memiliki 3 (tiga) kemungkinan arti:

1. “*to make a common*” atau membuat sesuatu menjadi umum.
2. “*cum+munus*” berarti saling memberi sesuatu sebagai hadiah.
3. “*cum+munire*” yaitu membangun pertahanan bersama.

Sedangkan secara epistemologis (istilah), terdapat ratusan uraian eksplisit (nyata) dan implisit (tersembunyi). Diantara ratusan definisi tersebut, salah satu definisi komunikasi adalah proses atau tindakan menyampaikan pesan (*message*) dari pengirim (*sender*) ke pen

Penerima (*the receiver*), melalui suatu medium (*channel*) yang biasanya mengalami gangguan (*noise*). Dalam definisi ini, komunikasi haruslah bersifat disengaja (*intentional*) serta membawa perubahan (Mufid, 2005: 1)

### ***Tujuan Komunikasi***

Komunikasi dapat menciptakan pemahaman atau membangun pengertian bersama, saling memahami dan mengerti bukan berarti harus menyetujui tetapi mungkin dengan komunikasi terjadi suatu perubahan sikap, pendapat, perilaku ataupun perubahan sosial. Adapun tujuan komunikasi adalah

### ***Komunikasi Interpersonal***

komunikasi interpersonal atau komunikasi antarpribadi adalah komunikasi antara orang-orang secara tatap muka, yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik secara verbal maupun nonverbal.

### ***Proses Komunikasi Interpersonal***

Adapun proses komunikasi ialah langkah-langkah yang menggambarkan terjadinya kegiatan komunikasi. Ada 6 langkah proses komunikasi interpersonal yaitu, keinginan berkomunikasi, encoding oleh komunikator, pengiriman pesan, penerimaan pesan, decoding oleh komunikan, dan umpan balik.

### ***Jenis-Jenis Komunikasi Interpersonal***

Ada dua jenis komunikasi interpersonal yaitu, komunikasi diadik dan komunikasi triadic. Komunikasi diadik adalah komunikasi interpersonal yang berlangsung antara dua orang yakni seseorang adalah komunikator yang menyampaikan pesan dan seorang lagi sebagai komunikan yang menerima pesan. Sedangkan komunikasi triadic merupakan komunikasi interpersonal yang pelakunya terdiri dari tiga orang, yakni seorang komunikator dan dua orang komunikan

### ***Tujuan Komunikasi Interpersonal***

Komunikasi Interpersonal merupakan suatu *action oriented*, ialah suatu tindakan yang berorientasi pada tujuan tertentu. Tujuan komunikasi interpersonal itu bermacam-macam, beberapa di antaranya adalah mengungkapkan perhatian kepada orang lain, menemukan diri sendiri, menemukan dunia luar, membangun

dan memelihara hubungan yang harmonis, mempengaruhi sikap dan tingkah laku, mencari kesenangan atau sekedar menghabiskan waktu, menghilangkan kerugian akibat salah komunikasi, dan memberikan bantuan (konseling).

### ***Efektivitas Komunikasi Interpersonal***

Efektivitas Komunikasi Interpersonal dimulai dengan lima kualitas umum yang dipertimbangkan, yang artinya dipertimbangkan ketika seseorang merencanakan komunikasi interpersonal. Lima kualitas umum tersebut adalah keterbukaan (*openness*), empati (*emphaty*), sikap mendukung (*supportiveness*), sikap positif (*positiveness*), dan kesetaraan (*equality*).

### ***Teori Self Disclosure***

Pembukaan diri atau *self disclosure* adalah mengungkapkan reaksi atau tanggapan kita terhadap situasi yang kita hadapi serta memberikan informasi tentang masa lalu yang relevan atau yang berguna untuk memahami tanggapan kita di masa kini. Tanggapan terhadap orang lain atau terhadap kejadian tertentu melibatkan perasaan. Membuka diri berarti membagikan kepada orang lain perasaan kita terhadap sesuatu yang telah dikatakan atau dilakukannya, atau perasaan kita terhadap kejadian-kejadian yang baru saja kita saksikan.

### ***Keluhan Pelanggan***

Keluhan adalah ungkapan yang keluar karena adanya perasaan yang susah atau kesal (menderita karena sesuatu yang berat). Keluhan pelanggan lebih diartikan sebagai sesuatu yang tidak menyenangkan atau sesuatu yang mengganggu.

### ***Mengatasi Keluhan Pelanggan***

Bila terjadi ketidak beresan, mereka (pelanggan) tidak ingin berkomunikasi dengan “organisasi” atau komputer. Mereka ingin berbicara dengan seseorang yang nyata sosoknya, hidup dan peka, seorang yang bertanggung jawab yang mau mendengar dan membantu demi tercapainya kepuasan mereka. Pelanggan tidak hanya menginginkan kualitas, tapi mereka juga menginginkan dialog penuh arti dengan seseorang, yaitu mitra bisnis mereka. Secara lebih spesifik ada beberapa tips dalam menangani keluhan pelanggan, yaitu mendengar dengan penuh perhatian, memberi penekanan dan ulangi apa yang telah dikatakan pelanggan, selidikilah apa yang diinginkan pelanggan, usulkanlah suatu penyelesaian dan mintalah dukungannya, dan jika pelanggan tidak setuju dengan penyelesaian yang anda usulkan, tanyakanlah kepadanya penyelesaian seperti apa yang dirasanya adil.

### ***Definisi Konsepsional***

Definisi konsepsional merupakan pembatasan pengertian tentang suatu konsep atau pengertian, ini merupakan unsur pokok dari suatu penelitian. Pada konsep yang telah peneliti paparkan diatas, maka efektivitas komunikasi interpersonal dalam mengatasi keluhan dari pelanggan 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. Tujuan tersebut adalah untuk

mendapatkan kepuasan dari pelanggan yang telah memberikan keluhan. Komunikasi interpersonal yang efektif dapat dilihat dari lima unsur yakni: keterbukaan (*openness*), empati (*empathy*), sikap positif (*positiveness*), sikap mendukung (*supportiveness*), dan kesetaraan (*equality*).

## **Metode Penelitian**

### ***Jenis Penelitian***

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif

### ***Fokus Penelitian***

Dalam memudahkan peneliti untuk mengetahui, menganalisis, dan mendeskripsikan permasalahan dalam penelitian yang berjudul “Efektivitas Komunikasi Interpersonal Dalam Mengatasi Keluhan Pelanggan Di PT. PLN Rayon Samarinda Ulu”, maka penulis memfokuskan pada gambaran 5 (lima) karakteristik efektivitas komunikasi interpersonal yang berperan dalam mengatasi keluhan pelanggan di PT.PLN Rayon Samarinda Ulu.

Maka fokus penelitian dalam hal ini meliputi :

1. Keterbukaan (*openness*)
2. Empati (*empathy*)
3. Sikap mendukung (*supportiveness*)
4. Sikap positif (*positiveness*)
5. Kesetaraan (*equality*)

### ***Lokasi Penelitian***

Penelitian ini dilakukan di Kantor PT.PLN (Persero) Rayon Samarinda Ulu Jalan Tengkawang No.2 Kecamatan Sungai Kunjang, Kelurahan Karang Anyar.

### ***Sumber Data***

Dalam penelitian ini menggunakan *accidental sampling*, adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan atau *incidental* bertemu dengan peneliti dan dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2010: 85).

Untuk memudahkan dalam melakukan penelitian, maka peneliti mula-mula melakukan observasi lapangan, dan melihat jika terdapat subyek yang memiliki kriteria yang sesuai dengan objek penelitian yang diteliti yaitu Supervisor Pelayanan Pelanggan dan Manager Rayon PT.PLN (PERSERO) Rayon Samarinda Ulu, jika saat observasi lapangan dan peneliti menemukan subyek yang sesuai dengan kriteria yang disebut maka peneliti dapat langsung melakukan wawancara untuk mendapatkan informasi terkait dengan penelitian.

### ***Jenis Data***

1. Data Primer
2. Data Sekunder

### ***Teknik Pengumpulan Data***

1. Observasi
2. Wawancara
3. Dokumentas

### ***Teknik Analisis Data***

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis (*Interactive model of analysis*) dikembangkan oleh Matthew B. Miles, A. Michael Huberman dan Johnny Saldana yaitu, Pengumpulan Data, Kondensasi Data, Penyajian Data, Penarikan Kesimpulan.

## **Hasil Penelitian**

### ***Sejarah Perusahaan***

PLN memiliki sejarah panjang dalam industri ketenagalistrikan di Indonesia. Sebagai salah satu perusahaan penyedia listrik di tanah air, PLN berusaha untuk terus meningkatkan kualitas layanan bagi seluruh komponen masyarakat Indonesia. Berawal di akhir abad ke 19, perkembangan ketenagalistrikan di Indonesia mulai ditingkatkan saat beberapa perusahaan asal Belanda yang bergerak di bidang pabrik gula dan pabrik teh mendirikan pembangkit listrik untuk keperluan sendiri. Antara tahun 1942-1945 terjadi peralihan pengelolaan perusahaan- perusahaan Belanda tersebut oleh Jepang, setelah Belanda menyerah kepada pasukan tentara Jepang di awal Perang Dunia II. Pada tahun 1972, sesuai dengan Peraturan Pemerintah No.17, status Perusahaan Listrik Negara (PLN) ditetapkan sebagai Perusahaan Umum Listrik Negara dan sebagai Pemegang Kuasa Usaha Ketenagalistrikan (PKUK) dengan tugas menyediakan tenaga listrik bagi kepentingan umum.

Seiring dengan kebijakan Pemerintah yang memberikan kesempatan kepada sektor swasta untuk bergerak dalam bisnis penyediaan listrik, maka sejak tahun 1994 status PLN beralih dari Perusahaan Umum menjadi Perusahaan Perseroan (Persero) dan juga sebagai PKUK dalam menyediakan listrik bagi kepentingan umum hingga sekarang. Pada tahun 1972, sesuai dengan Peraturan Pemerintah No.17, status Perusahaan Listrik Negara (PLN) ditetapkan sebagai Perusahaan Umum Listrik Negara dan sebagai Pemegang Kuasa Usaha Ketenagalistrikan (PKUK) dengan tugas menyediakan tenaga listrik bagi kepentingan umum. Seiring dengan kebijakan Pemerintah yang memberikan kesempatan kepada sektor swasta untuk bergerak dalam bisnis penyediaan listrik, maka sejak tahun 1994 status PLN beralih dari Perusahaan Umum menjadi Perusahaan Perseroan (Persero) dan juga sebagai PKUK dalam menyediakan listrik bagi kepentingan umum hingga sekarang.

### ***Visi dan Misi Perusahaan***

#### ***Visi:***

Diakui sebagai Perusahaan Kelas Dunia yang tumbuh berkembang. Unggul dan Terpercaya bertumpu pada Potensi Insani.



**Misi:**

1. Menjalankan bisnis kelistrikan dan bidang lain yang terkait, berorientasi pada kepuasan pelanggan, anggota perusahaan dan pemegang saham.
2. Menjadikan tenaga listrik sebagai media untuk meningkatkan kualitas kehidupan masyarakat.
3. Mengupayakan agar tenaga listrik menjadi pendorong kegiatan ekonomi.
4. Menjalankan kegiatan usaha yang berwawasan lingkungan.

**Pembahasan**

Komunikasi interpersonal antara petugas *supervisor* pelayanan pelanggan dan pelanggan merupakan salah satu elemen penting dalam sebuah pelayanan untuk mencapai tujuan yang ingin dicapai. Tujuan yang dimaksud adalah berhasilnya komunikasi yang dijalankan oleh petugas *supervisor* pelayanan pelanggan dalam melayani pelanggan yang sedang mengutarakan keluhan. Dengan adanya pemahaman dan kesadaran bahwa penting adanya komunikasi yang berkualitas dan aktif bukan pasif demi meyakinkan pelanggan. Adanya komunikasi timbal balik antara pengirim dan penerima juga penting untuk pengirim, karena untuk melihat apakah pesan bisa diterima dengan baik atau tidak oleh penerima melalui ekspresi wajah dan gaya Bahasa.

Komunikasi Interpersonal memberikan bukti bahwa adanya dua tindakan yakni memberi dan menerima, yang berarti dalam proses komunikasi tersebut dilakukan oleh dua orang atau lebih secara bersamaan dan akan tercipta proses saling membagi informasi secara bersamaan pula. Pada akhirnya informasi yang digunakan tersebut diharapkan akan memberikan respon yang lebih baik lagi yaitu oleh *supervisor* pelayanan pelanggan sebagai komunikator dan pelanggan sebagai komunikan.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan lima unsur efektivitas komunikasi interpersonal sesuai dengan focus penelitian, yakni : keterbukaan (*openness*), empati (*emphaty*), sikap mendukung (*supportiveness*), sikap positif (*positiveness*), dan kesetaraan (*equality*), kelima unsur tersebut digunakan untuk mendeskripsikan dan menganalisis efektivitas komunikasi interpersonal PT.PLN (PERSERO) Rayon Samarinda Ulu.

**Keterbukaan (*openness*)**

Keterbukaan adalah sikap yang dapat menerima masukan dari orang lain, serta berkenan menyampaikan informasi penting kepada orang lain menurut Devito dalam (Suranto, 2011 : 82). *Supervisor* pelayanan pelanggan memberikan pelayanan yang baik dengan bersedia memberikan pelayanan yang diinginkan pelanggan untuk dapat memahami situasi dan kondisi yang dihadapi pelanggan, sabar dalam menghadapi pelanggan yang marah saat proses pelayanan keluhan dan bersedia memberikan penjelasan dengan tetap profesional dalam mengontrol emosi ketika sedang menghadapi pelanggan yang marah dengan baik dan dapat memberikan solusi dari keluhan-keluhan yang diberikan pelanggan. Demikian juga yang dirasakan oleh pelanggan bahwa petugas telah dengan baik melayani yaitu dengan bersikap ramah dan sopan ketika melayani, lalu pelanggan juga

merasa nyaman dengan cara penyampaian yang diberikan oleh petugas karena terlihat santai tapi serius.

- a) Kesiediaan petugas *supervisor* pelayanan pelanggan untuk mengungkapkan informasi mengenai data-data perusahaan yang dibutuhkan oleh pelanggan.

Kesiediaan petugas *supervisor* pelayanan dalam mengungkapkan informasi mengenai data-data perusahaan kepada pelanggan sangat dibutuhkan, dalam menangani berbagai macam keluhan petugas telah benar-benar memahami permasalahan yang dikeluhkan oleh pelanggan, sehingga dalam proses penyampaian pesan kepada pelanggan dapat berjalan baik. Hal ini dilakukan demi mendapat umpan balik yang diharapkan oleh petugas yaitu pelanggan dapat memahami penjelasan dari petugas dan dapat menciptakan proses komunikasi interpersonal yang baru yang lebih baik. Hal ini juga menjadi salah satu dari tujuan komunikasi interpersonal yaitu mengungkapkan perhatian kepada orang lain, dan untuk menghindari kesan dari pelanggan bahwa petugas sebagai pribadi yang tertutup, dingin dan cuek, yang akan berimbas pada citra perusahaan.

Proses penyampaian pesan secara terbuka dan jujur serta memberikan pemahaman dan berusaha meyakinkan pelanggan, dalam proses ini petugas *supervisor* pelayanan pelanggan memulainya dengan menanyakan masalah yang dikeluhkan oleh pelanggan, setelah mengetahui masalah yang dikeluhkan pelanggan petugas akan menjelaskan mengapa masalah itu bisa terjadi dan menerangkan mengenai solusi dari masalah tersebut dengan menggunakan bahasa yang mudah dipahami, maka akan memunculkan kesiediaan pelanggan untuk bertindak sesuai dengan informasi dan solusi yang diberikan oleh petugas. Sesuai dengan yang dijelaskan oleh Devito dalam (Suranto, 2011 : 82) bahwa keterbukaan adalah sikap yang dapat menerima masukan dari orang lain, serta berkenan menyampaikan informasi penting kepada orang lain. Dalam hal ini petugas *supervisor* pelayanan sudah menunjukkan sikap yang terbuka kepada pelanggan dengan mengungkapkan informasi dari perusahaan yang dibutuhkan oleh pelanggan secara terbuka dan jujur dengan dapat menerima berbagai keluhan yang diberikan pelanggan dan mau mendengarkan keluhan pelanggan sampai selesai.

- b) Kesiediaan petugas *supervisor* pelayanan pelanggan dalam memberikan penjelasan dan pemahaman informasi mengenai keluhannya.

Didalam memberikan informasi petugas *supervisor* pelayanan pelanggan juga memberikan penjelasan-penjelasan yang dibutuhkan oleh pelanggan sesuai dengan keluhannya. Dimaksudkan agar pelanggan dapat paham mengenai masalah yang dihadapinya dengan memberikan sejumlah data-data dari perusahaan yang dibutuhkan oleh pelanggan. Data-data yang diperlihatkan oleh petugas merupakan data-data yang sesungguhnya karena tidak ada yang disembunyikan sesuai dengan prosedur dari perusahaan. Semua ini dilakukan agar pelanggan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan ketika pelanggan mengutarakan keluhannya.

### ***Empati (emphaty)***

Empati adalah kemampuan seseorang untuk merasakan kalau seandainya menjadi orang lain, dapat memahami sesuatu yang sedang dialami orang lain, dapat merasakan apa yang dirasakan orang lain, dan dapat memahami sesuatu persoalan dari sudut pandang orang lain, melalui kacamata orang lain. (Suranto, 2011 : 82 )

Empati merupakan bagian penting *sosial competency* (kemampuan sosial). Empati juga merupakan salah satu dari unsur-unsur kecerdasan sosial. Ia terinci dan berhubungan erat dengan komponen-komponen lain, seperti empati dasar, penyelarasan. Empati dasar yakni memiliki perasaan dengan orang lain atau merasakan isyarat-isyarat emosi non verbal. Penyelarasan yakni mendengarkan dengan penuh reseptivitas, menyelaraskan diri pada seseorang. Seorang *supervisor* pelayanan pelanggan yang bertugas untuk mengatasi keluhan pelanggan penting apabila memiliki adanya rasa empati untuk menempatkan dirinya pada peranan atau posisi dalam melayani pelanggan yang sedang mengutarakan keluhan. Bahkan menurut Manager PT.PLN (PERSERO) Rayon Samarinda Ulu di dalam melayani pelanggan empati merupakan kriteria standar layanan yang dijalankan di PT.PLN (PERSERO) Rayon Samarinda Ulu dalam proses pelayanan keluhan pelanggan ataupun layanan lainnya.

Petugas dapat menyesuaikan diri dengan pelanggan dengan bersikap empati, merasakan apabila dirinya menghadapi masalah seperti yang dihadapi pelanggan, memberikan pengertian bahwa perusahaan juga peduli dengan masalah yang dikeluhkan pelanggan penting untuk dilakukan demi kepuasan pelanggan dan demi proses komunikasi interpersonal yang berjalan efektif dalam melayani keluhan pelanggan.

Pelanggan juga merasakan adanya sikap empati yang ditunjukkan oleh petugas saat proses pelayanan berlangsung, pelanggan merasa permasalahan yang dikeluhkan dapat diselesaikan dengan baik dan cepat karena petugas menunjukkan adanya sikap *care* apabila pelanggan masih merasa belum puas maka petugas terus menanyakan perihal keluhan tersebut sampai masalah dapat diselesaikan dan pelanggan merasa puas.

### ***Sikap mendukung (supportiveness)***

Sikap mendukung dalam komunikasi adalah perilaku yang lebih mendeskripsikan daripada mengevaluasi dan sementara daripada pasti (Devito, 2007 : 266). Dari wawancara penelitian dalam melayani pelanggan petugas *supervisor* pelayanan pelanggan selalu memberikan solusi yang terbaik dari masalah yang dikeluhkan pelanggan agar dapat terselesaikan. Pemecahan masalah yang dikeluhkan oleh pelanggan tentu akan dicarikan jalan keluarnya oleh petugas *supervisor* pelayanan dengan cara berdiskusi kepada pelanggan yang bersangkutan.

Petugas *supervisor* pelayanan menekankan bahwa perlu adanya diskusi kepada pelanggan mengenai pemecahan masalah yang dihadapinya agar pelanggan merasa puas dan tidak memberikan keluhan secara berlanjut, semua itu

dilakukan untuk menunjukkan sikap menghargai dan mendukung pelanggan. Hal tersebut sesuai dengan penjelasan dari Suranto ( 2001 : 82 ) bahwa sikap mendukung meliputi tiga hal yaitu *descriptiveness*, *spontanity*, dan *provisionalism*. *Descriptiveness* yaitu memberikan lingkungan yang tidak di evaluasi dan menjadikan orang bebas dalam mengucapkan perasaannya, orang tersebut tidak defensive sehingga tidak malu dalam mengungkapkan perasaannya dan tidak akan merasa bahwa dirinya dijadikan terus menerus. Petugas *supervisor* pelayanan pelanggan memberikan kebebasan kepada pelanggan untuk mengutarakan keluhannya sampai selesai, yang memberikan pengertian bahwa petugas selalu menghargai pelanggan dan tidak sewenang-wenang dalam mengambil keputusan yang belum disetujui oleh pelanggan.

Kedua adalah *spontanity* (Suranto, 2011 : 28 ) dipahami sebagai kemampuan seseorang untuk berkomunikasi secara spontan bukan secara *strategic* dan mempunyai pandangan yang berorientasi ke depan, mempunyai sikap terbuka dalam menyampaikan pikirannya. Petugas *supervisor* pelayanan pelanggan dalam wawancara penelitian menuturkan selalu bersikap tenang dan sabar dalam melayani pelanggan yang memiliki karakter yang keras, berusaha menyesuaikan kondisi dan situasi yang terjadi di lapangan. Langsung menjelaskan secara terbuka mengenai sebab terjadinya masalah yang dihadapi pelanggan, memberikan solusi dari masalah tersebut, dan memberikan informasi maupun data-data dari perusahaan. Selain itu, petugas juga dapat memahami mengenai karakter tiap-tiap pelanggan yang bermacam-macam, menunjukkan bahwa petugas memiliki sikap *provisionalism* (Suranto, 2011 : 28 ) yang dipahami sebagai kemampuan untuk berpikir secara terbuka. Memaklumi para pelanggan yang datang dengan emosi yang tinggi, sehingga membuat petugas untuk dapat mengatasinya dengan profesional, tidak terpancing dengan emosi yang diberikan pelanggan.

Petugas *supervisor* pelayanan pelanggan telah menunjukkan adanya sikap mendukung kepada pelanggan dalam proses pelayanan pelanggan, pelanggan merasakan dan melihat bahwa petugas mendukung terselesaikannya masalah-masalah yang dikeluhkan pelanggan dengan melayani dengan pelayanan yang membuat pelanggan nyaman, mengetahui apa yang harus diperbuat dengan cepat tanggap . Petugas mampu memberikan pengertian bahwa hubungan antara perusahaan dan pelanggan sangat erat, memiliki timbal balik yang penting, berusaha mencari pemecahan masalah dengan berdiskusi kepada pelanggan sesuai dengan prosedur yang ada, tidak serta merta memutuskan dengan sepihak. Memahami bahwa masing-masing pelanggan memiliki karakter yang berbeda-beda yang harus dapat diatasi oleh petugas, dan telah dapat menyesuaikan situasi dan kondisi yang ada pada saat pelayanan keluhan.

#### **Kesetaraan (Equality)**

Kesetaraan merupakan kesamaan, sama-sama bernilai dan berharga. Dalam komunikasi interpersonal, kesetaraan terlihat dari terjalannya komunikasi antara petugas *supervisor* pelayanan pelanggan dan pelanggan dalam pelayanan

keluhan pelanggan. Terjalannya komunikasi antara petugas *supervisor* pelayanan pelanggan dan pelanggan terlihat dari petugas yang memperlakukan semua pelanggannya sama rata, maksudnya adalah tidak ada perbedaan perlakuan antara satu pelanggan dengan pelanggan lainnya, kaya atau miskin, pejabat atau rakyat biasa dimata petugas adalah sama saja. Bagi petugas supervisor pelayanan pelanggan dalam melayani pelanggan hal yang terpenting adalah pelanggan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan, siapa pun itu dengan status sosial apa saja, PLN akan tetap memberikan pelayanan yang baik.

Keanekaragaman karakter masing-masing pelanggan tentu saja membuat petugas supervisor pelayanan pelanggan harus pintar-pintar mengkondisikan dirinya, dari yang terjadi pada saat ada pelanggan yang datang dengan keadaan marah dan menyebutkan jabatannya yang tinggi sambil membawa seorang tentara atau polisi ke kantor untuk menakut-nakuti petugas, dari penjelasan petugas dalam situasi dan kondisi seperti ini petugas akan tetap menghadapi pelanggan tersebut sama dengan pelanggan yang lain. Tidak memandang pangkat atau jabatannya, petugas harus tetap profesional memberikan pelayanan dengan pelayanan yang sama. Hal ini sesuai dengan definisi kesetaraan yang dijelaskan Suranto (2011 : 84) kesetaraan ialah pengakuan bahwa kedua belah pihak memiliki kepentingan, kedua belah pihak sama-sama bernilai dan berharga, dan saling memerlukan.

Kesetaraan antara petugas supervisor pelayanan kepada pelanggan dalam proses komunikasi interpersonal yang terjalin sangat diterapkan dalam proses pelayanan keluhan. Dalam suatu hubungan komunikasi interpersonal yang ditandai oleh kesetaraan, ketidak sependapatan dan konflik lebih dilihat sebagai upaya untuk memahami perbedaan yang pasti, hal ini juga yang dirasakan oleh petugas supervisor pelayanan. Dalam menjalankan tugasnya, petugas supervisor pelayanan harus tetap menjalankan komunikasi dua arah kepada pelanggan, demi mencapai kepuasan pelanggan. Petugas juga berusaha untuk menciptakan komunikasi yang akrab dan nyaman dengan tidak memandang status sosial pelanggan yang datang.

Dari hasil penelitian ini, peneliti melihat petugas *supervisor* pelayanan sudah melayani pelanggan tanpa membedakan status sosial pelanggannya, baik pelanggan yang kaya maupun yang miskin, seorang anak pejabat atau hanya rakyat biasa semuanya sama saja, dan petugas sudah melakukan komunikasi interpersonal yang baik dalam terwujudnya suatu keharmonisan kepada setiap pelanggan yang ada, dan mewujudkan komunikasi interpersonal yang efektif dalam proses pelayanan keluhan. Hal ini juga setara dengan yang dirasakan oleh pelanggan bahwa saat proses pelayanan keluhan pelanggan merasa petugas tidak membedakan status sosial para pelanggannya, dan sudah mengatasi keluhan dengan baik.

### **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai Efektivitas Komunikasi Interpersonal Dalam Mengatasi Keluhan Pelanggan Di PT.PLN (PERSERO) Rayon Samarinda Ulu, maka dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Komunikasi interpersonal dilihat dari unsur keterbukaan yakni dalam memberikan penjelasan dan pemahaman mengenai masalah yang dikeluhkan pelanggan maupun mengenai informasi dan data-data dari perusahaan kepada pelanggan kurang berjalan dengan baik, hal ini disebabkan karena hambatan komunikasi yang terjadi pada pelanggan. Sehingga mengakibatkan proses pelayanan keluhan pelanggan menjadi terhambat dan petugas supervisor pelayanan harus memberi penjelasan dan pemahaman informasi kepada pelanggan secara berulang-ulang.
2. Hambatan komunikasi yang terjadi pada pelanggan ketika proses pelayanan keluhan pelanggan yang diberikan oleh petugas pelayanan pelanggan adalah ketika petugas supervisor pelayanan pelanggan menghadapi pelanggan yang marah. Hal ini sering terjadi pada proses pelayanan keluhan pelanggan di kantor PT.PLN (PERSERO) Rayon Samarinda Ulu. Membuat proses pelayanan jadi terasa lebih lama karena petugas harus menjelaskan secara berulang-ulang kepada pelanggan sampai pelanggan yakin masalahnya akan diatasi.
3. Komunikasi Interpersonal dilihat dari keempat unsur fokus penelitian yakni : empati, sikap mendukung, sikap positif, dan kesetaraan, telah berjalan dengan baik meskipun terdapat beberapa hambatan namun dapat diselesaikan petugas supervisor pelayanan pelanggan dengan profesional dalam menjalankan komunikasi interpersonalnya di dalam proses pelayanan keluhan pelanggan. Yaitu dari menerima berbagai macam pertanyaan dari pelanggan menunjukkan sikap yang mengayomi dalam memberikan pelayanan, tidak membedakan pelanggan satu dengan pelanggan yang lainnya dalam pelayanan, sehingga tanggapan dari pelanggan terhadap pelayanan yang dilakukan petugas sangat baik dan kepuasan pelanggan dapat terpenuhi dan dirasakan.

Jadi Efektivitas komunikasi interpersonal dalam mengatasi keluhan pelanggan di PT.PLN (PERSERO) Rayon Samarinda Ulu telah berjalan dengan efektif dan sebagaimana mestinya serta telah mencapai tujuan yang diharapkan, yakni tercapainya kepuasan pelanggan.

### **Saran**

Berdasarkan pembahasan dan kesimpulan yang telah dijabarkan oleh penulis, maka saran dan masukan yang dapat penulis berikan dalam analisis efektivitas komunikasi interpersonal dalam mengatasi keluhan pelanggan di PT.PLN (PERSERO) Rayon Samarinda Ulu adalah sebagai berikut:

1. Sebaiknya dalam proses penyampaian pesan antara petugas *supervisor* pelayanan pelanggan kepada pelanggan benar-benar dievaluasi atau apakah pelanggan benar-benar paham dengan apa yang dijelaskan oleh petugas,

sehingga dapat mengurangi jumlah pelanggan yang datang untuk emngeluh secara berulang-ulang.

2. Untuk petugas *supervisor* pelayanan pelanggan di PT.PLN (PERSERO) Rayon Samarinda Ulu dalam menjalankan komunikasi interpersonal kepada pelanggan sebaiknya harus lebih sering meminta maaf kepada pelanggan dan diakhiri dengan mengucapkan “terimakasih”, hal ini penting dilakukan untuk mengungkapkan perhatian yang lebih kepada komunikan, yang termasuk dalam salah satu tujuan komunikasi interpersonal. Pada saat observasi, petugas terlihat kurang menggunakan dua kata tersebut, yang dimana kata “maaf” dan “terimakasih” memiliki makna yang sangat penting untuk pelanggan yang merupakan prioritas utama

### **Daftar Pustaka**

- Agung, Kurniawan. 2005. *Transformasi Pelayanan Publik*. Yogyakarta: Pembaruan.
- Aw, Suranto. (2011). *Komunikasi Interpersonal*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Effendy, Onong Uchjana. 2003. *Ilmu, Teori Dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.
- Goleman, Daniel. 2007. *Kecerdasan Emosional*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Gibson, Ivancevich, Donely. 1997. *Organisasi Dan Manajemen Perilaku Struktur Proses*. Jakarta: Erlangga.
- Miles, Huberman dan Saldana. 2014. *Qualitative Data Analysis A methods Sourcebook*. USA: SAGE Publications, Inc.
- Mufid, Muhammad. 2005. *Komunikasi Dan Regulasi-Regulasi Penyiaran*. Jakarta: Prenada Media.
- Sugiyono, 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung : CV. Alfabeta. Anggota IKAP.
- Sunarto. 2003. *Perilaku Organisasi*. Jakarta: Amus