

PERAN HUMAS PT. TELEKOMUNIKASI INDONESIA DALAM PENANGANAN GANGGUAN LAYANAN INDIHOME

Khairunnisa¹, Anisa Diniati²

Universitas Telkom Bandung¹

Khairunnisarazi@student.telkomuniversity.ac.id¹

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui peranan humas PT. Telekomunikasi Indonesia terkait upaya menangani gangguan layanan Indihome. Penelitian ini menggunakan paradigma *post-positivisme* berpendekatan kualitatif, serta jenis penelitiannya ialah deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa selalu menanggapi setiap keluhan yang dilaporkan oleh pelanggan tentang pelayannya indihome dan memanfaatkan strategi humas dengan menerapkan konsep *Morrisan* dan CRM dari *De Wulf Gaby*. Melalui penerapan tersebut dapat diketahui bahwa strategi yang dibentuk oleh humas, yaitu: *Planning* dengan perumusan *main program* yaitu *maximizing internal & external publication*; *Actuating* dalam pelaksanaannya, humas dibantu oleh unit lain sesuai dengan bidangnya, supaya masalah dapat terselesaikan secara cepat dan tepat; *Controlling*, yaitu mengawasi program yang dijalankan dengan baik agar sesuai rencana; *Evaluating* dengan cara menghitung performansi pencapaian terlaksananya program, yaitu OKR (Objective & Key Result). Simpulan penelitian bahwa peran humas PT Telekomunikasi Indonesia sudah berjalan dengan baik.

Kata Kunci: Gangguan Layanan, Peran Humas, PT. Telekomunikasi Indonesia, Strategi Humas

ABSTRACT

The research objective is to determine the role of public relations PT. Telekomunikasi Indonesia regarding efforts to deal with Indihome service disruptions. This study uses a post-positivism paradigm with a qualitative approach, and the type of research is descriptive. The results of the study show that they always respond to any complaints reported by customers about indihome services and utilize public relations strategies by applying the Morrisan and CRM concepts from De Wulf Gaby. Through this application it can be seen that the strategy formed by public relations, namely: Planning with the formulation of the main program, namely maximizing internal & external publications; Actuating in its implementation, public relations is assisted by other units according to their fields, so that problems can be resolved quickly and accurately; Controlling, namely supervising programs that are carried out properly so that they are according to plan; Evaluating by calculating the performance of the achievement of program implementation, namely OKR (Objective & Key Result). The conclusion of the research is that the public relations role of PT Telekomunikasi Indonesia has been going well.

Keywords: PT. Telekomunikasi Indonesia Public Relations Role, Public Relations Strategy, Service Interruption

PENDAHULUAN

PT Telekomunikasi Indonesia mengalami gangguan atau permasalahan internet pada Minggu, 19 September 2021. Kondisi ini menyebabkan jaringan yang seharusnya dipergunakan oleh publik terganggu. Perusahaan beritikad baik dengan meminta maaf kepada pengguna IndiHome melalui pemberian informasi yang benar secara faktual. Pada kondisi ini, humas memiliki peranan krusial untuk menjalin komunikasi yang tepat dan baik selama menyusun informasi melalui bermacam pihak agar penyelesaian permasalahan terlaksana lebih cepat. Gangguan layanan IndiHome beberapa waktu silam menjadi topik perbincangan, bahkan di *Twitter* menjadi *trending topic*.

Ada banyak keluh kesah dari pengguna IndiHome mengenai gangguan itu yang cukup memengaruhi aktivitas pelanggan yang acap mempergunakan internet di setiap aktivitasnya. Pengguna IndiHome pun merasa bila layanan dari perusahaan tidak cukup layak, serta belum memberikan solusi. Kondisi tersebut diakibatkan upaya penyelesaian yang ditawarkan perusahaan terkadang gagal untuk menangani permasalahan dan memicu para pengguna kurang puas. Ada banyak pengguna yang menyampaikan keluhan di bermacam media online milik perusahaan Telkom.

Jelas kondisi ini penting bagi peneliti untuk mencermati bila humas memiliki peranan krusial untuk menyelesaikan segala masalah, terutama keluhan dari pengguna layanan. Jika keluhan enggan mendapat respons yang baik dari pihak terkait, maka bisa berimbas buruk bagi citra perusahaan. Di sini pihak yang memiliki tugas menyelesaikan permasalahan keluhan demi mempertahankan citra, menangani keluhan, menangani media, dan

mempertanggungjawabkan diri untuk menangani pendapat publik, yaitu humas PT. Telekomunikasi Indonesia.

Terkait gangguan layanan ini, secara resmi Humas PT Telkom Indonesia merilis pernyataan dan menjelaskan perihal gangguan layanan melalui akun media sosial mereka. Gangguan ini jelas berdampak cukup besar terhadap kegiatan internet. Daerah-daerah yang merasakan gangguan, meliputi Jawa Timur, Bali, Nusa Tenggara, Kalimantan, Papua, Sulawesi, maupun Pulau Natuna.

Selama melahirkan kesan positif dan usaha memengaruhi anggapan publik, termasuk penanganan keluhan pengguna, Humas PT Telekomunikasi Indonesia memiliki sektor yang beranggota dua orang.

Ada beberapa cara perusahaan dalam berhubungan yang kuat dengan pengguna. Cara yang bisa dipergunakan, salah satunya ialah memanfaatkan CRM (customer relationship/ manajemen hubungan pelanggan). Bahwa CRM sebagai kapabilitas perusahaan guna menjalin hubungan yang lebih baik dengan pengguna dan memberi peluang bagi perusahaan agar bisa mengenali, mengikutsertakan, dan mengoptimalkan hubungan dengan mengintegrasikan pengalaman pengguna, misalnya pemasaran, penjualan, maupun layanan pelanggan. Penggunaan CRM sebagai cara untuk mencari tahu apa pun yang diinginkan dan pengguna butuhkan untuk menjalin suatu koneksi, yang bermaksud guna menciptakan relasi yang transparan dan dekat, termasuk keberadaan komunikasi dua arah (two-way communication) atau hubungan timbal balik. Atas dasar itulah, loyalitas pelanggan bisa perusahaan pertahankan dengan baik dan tidak rentan pindah ke

produk/merek lainnya, khususnya produk/merek milik kompetitor (Pambudi, 2014).

Berkembangnya teknologi makin dirasakan seiring dengan kebutuhan perusahaan yang memerlukan kecepatan dan ketepatan dalam menginformasikan dan pemahaman ke pengguna. Berkembangnya teknologi informasi selama beberapa tahun ini turut memberi pengaruh bagi perkembangan perusahaan di bermacam sektor. Perihal ini tentu amat diperlukan. Penyediaan tempat maupun infrastruktur sebagai aspek yang turut memengaruhi mutu pelayanan.

Telkom melaporkan sekitar pukul 17.33 WIB, tepatnya Minggu 19 September 2021, mengalami gangguan pada sistem komunikasi kabel bawah laut Jasuka (Jawa, Sumatera, dan Kalimantan) di seksi Batam-Pontianak. Perihal tersebut berimbas pada mutu pelayanan Telkom Group di jaringan tetap atau jaringan *Mobile Broadband* (IndiHome) di bermacam daerah di Indonesia. Selain segala persiapan dan alat pendukung, Telkom menyebut bila mereka tetap berkomitmen untuk membangun ulang sarana jaringan internet yang sekarang sudah menjadi kebutuhan utama guna mendukung kegiatan apa pun.

Dalam melakukan penelitian mengenai Peran Humas, terdapat penelitian-penelitian terdahulu yang dijadikan sebagai rujukan. Menurut Morrisson (2008) pada penelitian terdahulu yang berjudul “Peran Public Relations dalam Menangani Keluhan Pelanggan Baso Aci Ganteng, Peran humas ini memiliki focus terhadap bagaimana seorang humas dalam menanggapi setiap keluhan yang diberikan oleh pelanggan dari segi layanan dan juga produk yang digunakan. Hasil penelitian Alena (2015) mengenai *Strategy Customer Relationship*

Management menunjukkan perusahaan yang menerapkan konsep CRM dapat membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan agar perusahaan mampu membuat produk atau pelayanan yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan pelanggan dan menghasilkan keuntungan bagi perusahaan. Maka dari itu, adapun kebaruan dari penelitian ini yang akan menelaah peran humas dan CRM berdasarkan situasi di perusahaan PT. Telekomunikasi Indonesia pada saat gangguan layanan terjadi di perairan Jasuka tersebut.

Keperluan pada penelitian ini, yaitu mencari tahu peranan humas dalam menangani keluhan dari pengguna mengenai gangguan layanan IndiHome. Respons dari humas yang baik pun turut memengaruhi kenyamanan pengguna ketika keluhan terkait gangguan layanan mendapat respons dan pihak IndiHome pun memberikan solusinya. Humas pun bisa melaksanakan tugas berdasar pada peranannya, seperti perencanaan, pengontrolan, dan menggerakkan supaya dalam aktivitas maupun tindakan yang dilaksanakan bisa memperoleh tujuan yang disetujui bersama terkait penyebaran informasi dari organisasi ke publik supaya memberi penjelasan terkait melahirkan sikap saling memahami dan menghargai, serta bisa mengatur informasi yang mereka terima.

METODE PENELITIAN

Paradigma penelitian pada penelitian ini ialah paradigma *post-positivisme*. Pemilihan metode penelitian ini memiliki alasan, yaitu guna memperbaiki pertanyaan yang sesuai dengan topic dan diperjelas secara objektif. Peneliti berpendapat bila paradigma *post-positivisme* adalah paradigma yang benar untuk pendekatan

kualitatif sebab berusaha untuk fokus dan melihat bagaimana permasalahan tersebut mempergunakan *post-positivisme*. Pemanfaatan paradigma *post-positivisme* terpilih sebab peneliti bertujuan guna menjabarkan secara utuh kenyataan maupun kejadian di area ini. Peneliti berkeinginan untuk mencari tahu kendala yang sedang dialami oleh humas PT. Telekomunikasi Indonesia. Peneliti turut memperjelas informasi yang didapat melalui data di lapangan supaya pembelajaran mudah dipahami. Berdasar pendekatan dan jenis data yang dipergunakan, penelitian ini termasuk ke penelitian kualitatif dan menghasilkan data deskriptif dalam bentuk verbal.

Peneliti menggunakan pendekatan dan jenis penelitian ini semata-mata karena hendak menjabarkan atau memberi penjelasan yang akurat dan faktual tentang peranan hubungan masyarakat di PT. Telekomunikasi Indonesia menangani gangguan pada layanan IndiHome.

Informan penelitian merupakan seseorang yang paham, mengerti, dan mempunyai informasi mengenai objek penelitian, serta berpartisipasi secara langsung dengan permasalahan penelitian. Pada penelitian ini, peneliti memanfaatkan teknik *purposive sampling*. Seperti yang dikatakan oleh Sugiyono (2012:68) bahwa teknik *purposive sampling* merupakan teknik yang dimana sampelnya dipilih dengan beberapa pertimbangan tertentu. Pertimbangan yang dimaksud yaitu dengan penyesuaian terhadap kebutuhan peneliti. Tujuan peneliti menggunakan teknik tersebut yaitu untuk dapat menggali informasi-informasi mendalam dari perwakilan yang mengalami fenomena yang sedang diteliti dalam penelitian ini, karena pada dasarnya informan merupakan orang yang benar-benar

mengetahui situasi dan kondisi di lapangan.

Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Pada penelitian ini, peneliti melakukan observasi nonpartisipan agar bisa mengetahui interaksi antara pelanggan dengan perusahaan Telkom. Hal ini maksud untuk memperoleh data-data yang dibutuhkan untuk penelitian. Fungsi dari metode ini adalah supaya peneliti mendapatkan berbagai pernyataan dengan cara mengamati masalah dari data-data yang didapatkan oleh peneliti dari para informan terkait humas PT Telekomunikasi Indonesia selama menangani gangguan layanan IndiHome.

Wawancara mendalam atau (In-Depth Interview). Dalam penelitian ini peneliti akan melakukan wawancara secara langsung dengan informan serta kriteria yang telah ditentukan untuk memperoleh informasi ataupun data yang dibutuhkan dalam penelitian dan sesuai dengan objek penelitian ini. Kegiatan wawancara ini dilakukan secara semiterstruktur.

Peneliti mendapat data berupa dokumen, arsip, foto, dan sebagainya untuk tujuan penelitian. Dokumentasi ini diambil dari gambar, jurnal, foto, dan *press release* yang dibuat humas dan terdokumentasi di laman web resmi perusahaan PT. Telekomunikasi Indonesia.

Teknik analisa data yang digunakan oleh peneliti adalah triangulasi data dengan reduksi, penyajian dan pengambilan kesimpulan akan data yang sudah terverifikasi. Dalam penelitian ini dari data yang di dapat peneliti seperti hasil wawancara serta bergai file pendukung yang bersangkutan dengan perusahaan PT. Telekomunikasi Indonesia

atau kebutuhan penelitian maka peneliti akan seleksi, mengolah dan mengamati secara mendalam untuk mendapatkan hasil yang sesuai dan terbaik.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sekitar pukul 17.33 WIB, terjadi gangguan pada sistem komunikasi kabel bawah laut JaSuKa (Jawa, Sumatera dan Kalimantan) seksi Batam-Pontianak. pada hari Minggu, 19 September 2021. Hal ini menyebabkan jaringan yang seharusnya digunakan oleh masyarakat terganggu atau tidak bisa digunakan sehingga mempengaruhi banyak aktivitas seperti pekerjaan, sekolah dan lainnya selama pandemi ini dan mengganggu aktivitas pelanggan.

Bagian ini memaparkan data dari berbagai temuan yang *peneliti* terima. Seperti diketahui, hasil penelitian meliputi evaluasi dan penyajian data yang diperoleh peneliti dari observasi, wawancara mendalam, studi dokumen dan dokumentasi. Berikut uraian hasil penelitian yang diperoleh.

Sekitar pukul 17.33 WIB, terjadi gangguan pada sistem komunikasi kabel bawah laut JaSuKa (Jawa, Sumatera dan Kalimantan) seksi Batam-Pontianak. pada hari Minggu, 19 September 2021. Hal ini menyebabkan jaringan yang seharusnya digunakan oleh masyarakat terganggu atau tidak bisa digunakan sehingga mempengaruhi banyak aktivitas seperti pekerjaan, sekolah dan lainnya selama pandemi ini dan mengganggu aktivitas pelanggan.

Dalam menjalankan suatu program, tentunya humas harus memiliki *goals* yang ingin dicapai. *Planning* yang humas lakukan agar dapat berjalan dengan lancar sesuai dengan yang diharapkan adalah membuat program dengan perumusan main program di awal tahun yang lebih

mendetail agar saat pelaksanaan program tersebut dapat mengurangi kekurangan yang terjadi, meliputi penetapan tujuan dan standar, penentuan aturan, prosedur, pembuatan rencana serta petunjuk apa yang akan terjadi. Hal tersebut selaras dengan hasil wawancara yang dilakukan dengan Pak Asep Tatang sebagai berikut: “*Sebenarnya di humas telkom tidak ada program khusus untuk penanganan gangguan. Tapi, secara umumnya kami punya salah satu main program yaitu Maximizing Internal & External Publication. Menjawab keluhan pelanggan itu menjadi bagian dari program ini. Namun untuk mensolusikan keluhan pelanggannya itu buakn bagian kami, jadi kami hanya menjawab keluhan sebelum dan setelah gangguan disolusikan*”. (Hasil wawancara dengan pak Asep Tatang pada tanggal 29 November 2021).

Dalam tahap ini seorang humas melakukan perencanaan dan menyusun program berdasarkan masalah-masalah yang telah ditemukan. *Planning* dibuat untuk mendekati kepastian dan meminimalkan risiko. *Planning* adalah tindakan apa yang akan dan yang harus dilakukan. Humas terlebih dahulu membuat rencana kegiatan agar tujuan dan program yang dijalankan dapat saling mendukung dan membangun citra yang baik bagi perusahaan. PT. Telekomunikasi Indonesia mempunyai *main program* yang disebut *Maximizing Internal & External Publication*. Program ini diciptakan untuk menjawab keluhan pelanggan.

Kemudian berkoordinasi dengan seluruh unit di perusahaan untuk mendapatkan informasi mengenai program yang sedang berjalan. Lalu mengembangkan program dengan kebijakan untuk mencapai tujuan yang diharapkan. Humas PT. Telekomunikasi

Indonesia sangat tanggap terhadap keluhan pelanggan dan mencoba memahami dan menjelaskan kepada pelanggan dengan memberikan informasi mengenai masalah pemadaman layanan yang terjadi melalui media resmi perusahaan seperti *Instagram, Twitter, Facebook* dan *YouTube*, sehingga komunikasi dengan pelanggan dapat terpelihara dengan baik dan humas memastikan program yang telah disiapkan berjalan sesuai dengan rencana dan dapat memperkenalkan program yang akan dijalani. Hasil dari wawancara peneliti mengatakan bahwa *planning* dilakukan agar program lebih tertata, kegiatan operasional berjalan lancar, dan tujuan dapat diubah, diperbaiki serta dapat ditetapkan untuk kepentingan pelanggan dalam membangun citra kepada publik.

Pemaparan rencana yang dilakukan humas ini adalah dengan tanggap menanggapi keluhan yang masuk dari pelanggan. Diketahui bahwa SOP Telkom merupakan akses kepada setiap karyawan dalam menanggapi keluhan. Dalam hal ini, Humas PT. Telekomunikasi Indonesia berusaha untuk dapat menjawab setiap keluhan dan kebutuhan pelanggan dengan meningkatkan pelayanan. Seperti hasil wawancara yang dilakukan dengan Pak Asep Tatang sebagai berikut:

“Sejauh ini, pihak perusahaan telah memberikan pelayanan kepada pelanggan, misalnya peningkatan layanan. Keluhan yang datang dan masuk di humas langsung ditangani sesegera mungkin sesuai dengan masalahnya. Sebagai pihak yang bertanggung jawab atas masalah tersebut, pihak humas berusaha memberikan yang terbaik agar tidak mengganggu kenyamanan pelanggan. Ketika ada keluhan pelanggan, humas harus berusaha menyelesaikannya dan mengambil

tindakan tidak lebih dari 1 x 24 jam atau biasa disebut one day service”. (Wawancara pada tanggal 29 November 2021).

Humas PT. Telekomunikasi Indonesia dalam melaksanakan suatu program, juga melakukan penerapan fungsi, yaitu *Actuating*. Proses penerapan ini merupakan implementasi dari semua gagasan, ide dan juga program yang telah dibuat dengan tujuan untuk meraih tujuan bersama. Humas PT. Telekomunikasi Indonesia dalam pelaksanaannya menerapkan program yang telah di rancang serta dalam melaksanakan program yang sudah ditetapkan, humas dibantu oleh unit yang ada di perusahaan. Hal tersebut disampaikan oleh Pak Asep Tatang sebagai berikut:

“Dalam melakukan perencanaan dan pelaksanaan suatu program, seluruh divisi yang berada di perusahaan Telkom ini bekerja sama untuk mencapai suatu tujuan program yang maksimal. Perusahaan harus mampu mengoptimalkan dari masing-masing unit. Permasalahan yang terjadi dikerjakan sesuai dengan setiap divisi yang ada di perusahaan” (wawancara pada tanggal 29 November 2021).

Tahap ini merupakan tahap kedua yang dimana seorang humas PT. Telekomunikasi Indonesia mampu melakukan perencanaan yang baik sesuai dengan pelaksanaannya. Kerjasama sangat penting untuk memaksimalkan penyampaian program. Sebuah perusahaan harus dapat mengoptimalkan kinerja dari setiap bagiannya.

Pengelolaan program pada PT. Telekomunikasi Indonesia ini dibantu oleh divisi lain sesuai dengan bidangnya. Misalnya, humas dalam menyelesaikan peran dalam pelayanan pelanggan sesuai dengan pedoman perusahaan. Semua

divisi yang ada diperusahaan tugasnya adalah melayani pelanggan. Jika keluhan tersebut telah dimuat oleh media, yang menangani tentunya humas PT. Telekomunikasi Indonesia, tetapi jika tidak dimuat oleh media dan hanya sebagai hubungan customer dan perusahaan, yang menangani adalah unit. Jika mendatangi plaza yang menangani adalah plaza Telkom, dan jika diminta untuk datang ke rumah, yang menangani adalah orang lapangan.

Komunikasi antara divisi perusahaan PT. Telekomunikasi Indonesia kepada humas ini sangat penting dilakukan sebuah kegiatan, ketika komunikasi telah terjalin dengan baik maka setiap kegiatan yang dilakukan perusahaan bisa ter-cover dan bisa dipublikasikan kepada khalayak.

Pada saat program tersebut di jalankan, perlu adanya *Controlling* untuk memastikan program tersebut berjalan dengan lancar sesuai dengan rencana. Untuk melihat program yang telah dilaksanakan sesuai dengan standar mutu dan kualitas kerja serta pengawasan untuk mencapai suatu tujuan. Hal tersebut selaras dengan hasil wawancara yang dilakukan dengan Pak Asep Tatang sebagai berikut:

“Suatu program saat dijalankan tentunya harus ada yang namanya fungsi controlling. Hal ini perlu diadakan karena untuk memastikan program tersebut berjalan dengan lancar sesuai dengan apa yang telah disusun dan direncanakan sesuai dengan prosedurnya. Controlling juga dilakukan untuk melihat apakah program yang dilakukan terjadi penyimpangan atau tidak”. (Wawancara pada tanggal 29 November 2021).

Tahap ini merupakan tahap pengawasan untuk melihat sejauh mana program tersebut telah dilaksanakan oleh perusahaan PT. Telekomunikasi Indonesia sesuai dengan rencana. Dalam pelaksanaan program tersebut perlu adanya koreksi. Dalam menjalankan fungsi *controlling* ini, humas melakukan pengendalian, pemeriksaan dan audit diperlukan untuk memastikan bahwa pekerjaan dilaksanakan sesuai dengan tujuan dan program kerja perusahaan. Istilah-istilah ini memiliki banyak arti, tetapi yang paling penting adalah seberapa cepat dan tepat permasalahan dapat mendeteksi penyimpangan yang terjadi selama tahap perencanaan, pelaksanaan, atau pengorganisasian. Hal ini dilakukan untuk dapat mengantisipasi, koreksi dan penyesuaian tergantung dengan kondisi perkembangan lingkungan perusahaan. Ketika ada masalah yang melampaui rencana, humas biasanya melakukan evaluasi.

Controlling juga menjamin kelancaran hubungan yang baik antara perusahaan dengan pelanggan. Karena tujuan keseluruhan dari pengawasan adalah untuk memastikan bahwa tujuan dan sasaran perusahaan tercapai dan perusahaan harus dapat menerapkan perencanaan dan pengawasan yang tepat untuk pelaksanaan rencana tersebut. Oleh karena itu, tujuan pengawasan harus menjadi andalan mengoperasikan perusahaan atau melakukan kegiatan yang dapat mencapai tujuan yang ditetapkan oleh perusahaan.

Melalui wawancara tersebut peneliti kembali mendapatkan data bahwa evaluasi yang dilakukan pihak Humas PT. Telekomunikasi Indonesia dilakukan dengan cara bekerja sama dengan divisi lain agar program yang dilaksanakan dapat berjalan dengan lancar. Hal ini dapat

diketahui mengenai pencapaian tujuan dari pelaksanaan program tersebut.

“Evaluasi yang dilakukan oleh tim humas PT. Telekomunikasi Indonesia adalah menghitung performansi pencapaian dengan terlaksananya program, yaitu OKR (Objective & Key Result) dan diskusi rutin dengan seluruh tim sekdiv terkait keberjalanan program atau event tertentu. Hasil dari evaluasi dituangkan ke dalam presentasi yang disampaikan melalui Rapim Regional atau melakukan perbaikan dengan update OKR”. (Wawancara pada tanggal 29 November 2021).

Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti, peneliti menemukan bahwa humas PT. Telekomunikasi menggunakan evaluasi sebagai tahap terakhir dalam menjalankan sebuah program yang bernama main program yaitu *Maximizing Internal & External Publication*. Lalu, penyampaian informasi yang dilakukan oleh informan kunci, ahli dan juga pendukung bertolak belakang. Informan kunci yaitu Asep Tatang menyatakan bahwa pihak humas sudah menangani keluhan pelanggan dengan baik. Menurut informan ahli yaitu Rizka menyatakan strategi yang dilakukan oleh humas PT. Telekomunikasi Indonesia sudah dijalankan dengan sangat baik. Tetapi apa yang dipaparkan oleh informan kunci dan juga ahli sangat tidak sesuai dengan yang dialami oleh pelanggan. Pelanggan merasa bahwa pelayanan yang diberikan oleh humas PT. Telekomunikasi Indonesia sudah memberikan bantuan yang tepat. Tetapi perbaikan layanan yang akan diperbaiki dan menunggu datangnya teknisi memakan waktu yang cukup lama. Pelanggan juga memberikan tanggapan bahwa gangguan layanan IndiHome ini menghambat segala aktivitas untuk

melakukan setiap pekerjaan yang menggunakan internet.

SIMPULAN

Humas PT. Telekomunikasi Indonesia telah melakukan perannya dengan baik dalam penanganan keluhan yang dilakukan oleh pelanggan akibat gangguan layanan IndiHome yang terjadi di perairan Jasuka. Dalam penanganan gangguan IndiHome Humas PT. Telekomunikasi Indonesia menanggapi setiap keluhan yang dilaporkan oleh pelanggan dan memanfaatkan strategi humas dengan menerapkan konsep dari *Morrisan* yaitu CRM dan *De Wulf Gaby*. Melalui penerapan tersebut dapat diketahui bahwa strategi yang dibentuk oleh humas, yaitu:

Tahap pertama adalah melakukan *planning* dengan perumusan *main program* yaitu *Maximizing Internal & External Publication* di awal tahun yang dijalankan untuk menjawab keluhan pelanggan yang merupakan bagian dari program.

Tahap kedua adalah *actuating* yang dimana dalam pelaksanaannya, humas dibantu oleh unit lain sesuai dengan bidangnya. Hal ini dilakukan agar permasalahan yang terjadi dapat diselesaikan dengan cepat dan tepat.

Tahap ketiga adalah *controlling*. Mengawasi program yang dijalankan dengan baik agar sesuai rencana. Hal ini dilakukan agar dapat mendeteksi ketidaksesuaian yang terjadi dan jika terdapat masalah diluar rencana bisa diketahui dan dilakukan evaluasi.

Tahap keempat *evaluating*. Tahapan ini dilakukan untuk dapat mengetahui Berbagai kemungkinan terburuk yang terjadi dan mencari kekurangan yang tidak sesuai dengan rencana serta sebagai perbaikan untuk kedepannya. Evaluasi

yang dilakukan oleh tim humas PT. Telekomunikasi Indonesia adalah menghitung performansi pencapaian terlaksananya program, yaitu OKR (*Objective & Key Result*) dan diskusi rutin dengan seluruh tim sekdiv terkait keberjalanan program atau event tertentu.

Humas PT. Telekomunikasi Indonesia juga dibantu oleh media agar segala sesuatu informasi dapat diketahui oleh pelanggan. Hal ini bertujuan agar pelanggan juga mengetahui dan memahami terkait persoalan yang terjadi akibat gangguan layanan pada IndiHome.

DAFTAR PUSTAKA:

- Anwar, A. (2020). *Paradigma Baru Public Relations (Teori, Strategi, dan Riset)*. PT Raja Grafindo Persada. Depok
- Butterick, K. (2014). *Pengantar Public Relations Teori dan Praktik*. PT Raja Grafindo Persada. Jakarta
- Danandjaja, D. (2011). *Peranan Humas Dalam Perusahaan*. Graha Ilmu. Yogyakarta
- El Ishaq, R. (2017). *Public Relations Teori dan Praktik*. Intrans Publishing. Malang
- Feriyanto, A. (2020). *Strategi Humas dalam Mengatasi Keluhan Pelanggan di Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Tirta Mayang Kota Jambi*. Jambi
<http://repository.uinjambi.ac.id/6081/1/andri%20feriyanto.pdf>.
- Hamid, A. (2012). *Komunikasi Public Relations*. Pustaka Setia. Bandung
- Morrison, M. (2008). *Manajemen Public Relations*. Prenada Media Group. Jakarta
- Morrison, M. (2018). *Riset Kualitatif*. Prenamedia Group. Jakarta
- Pratama, I. (2019). *Customer Relationship Management*. Penerbit Informatika. Bandung
- Ruslan, R. (2007). *Manajemen Humas dan Manajemen Komunikasi*. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif dan R&D*. Alfabeta. Bandung
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta. Bandung
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kualitatif*. Alfabeta. Bandung