

ABSTRAK

PT PLN (Persero) APJ Yogyakarta merupakan salah satu kantor cabang distribusi Jawa Tengah yang berada di wilayah DIY. PT PLN (Persero) APJ Yogyakarta menyediakan layanan jasa energi listrik di wilayah DIY, peran PR dalam meningkatkan citra perusahaan sangat penting, terutama PR harus memiliki strategi dalam PR. PR PT PLN (Persero) APJ Yogyakarta menggunakan berbagai macam media untuk berkomunikasi atau bertukar informasi dengan para stakeholdernya. Sedangkan, teori yang digunakan yakni teori Persamaan Media dan teori Sistem Terbuka. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk melihat peran dan strategi PR PT PLN (Persero) APJ Yogyakarta dalam menangani pengaduan dan keluhan pelanggan yang terdapat di jejaring sosial *Twitter* dan *Facebook*. Strategi dan peran PR PT PLN (Persero) APJ Yogyakarta diharapkan dapat memberikan solusi dari keluhan pelanggan di jejaring sosial. Dalam penelitian ini data yang digunakan adalah data primer berupa wawancara, dan data sekunder berupa literature dan sumber tertulis lainnya. Jenis penelitian yang dipilih dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif deskriptif. Peneliti menggunakan teknik triangulasi untuk menguji kevaliditasan data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi penggunaan jejaring sosial yang digunakan sebagai media untuk menangani keluhan yang diterima oleh PT PLN (Persero) APJ Yogyakarta adalah tidak efektif. PR PT PLN (Persero) APJ Yogyakarta masih mempunyai media alternatif untuk menangani keluhan dan pengaduan yang diberikan oleh para pelanggan dengan menggunakan media PR yang lain yakni *Call Center 123* yang memang cukup efektif untuk menanggapi dan merespon keluhan dan pengaduan pelanggan.

Kata kunci : Jejaring Sosial, keluhan, Peran PR, Strategi PR

ABSTRACT

PT PLN (Persero) APJ Yogyakarta is one of Central Java distribution branch offices located in the region of DIY. PT PLN (Persero) APJ Yogyakarta provide electric energy services in the area of DIY, the role of PR in improving the company's image is very important, especially PR should have a strategy in PR. PR of PT PLN (Persero) APJ Yogyakarta using a variety of media to communicate or exchange information with stakeholders. While theory that used in this research are Media equation theory and open system theory. The purpose from this research is to understand the role and strategy of PR PT PLN (Persero) APJ Yogyakarta to handling complaints and customer complaints in social networks Twitter and Facebook. Strategy and role of PR PT PLN (Persero) APJ Yogyakarta is expected to provide a solution of customer complaints in social networks. In this research the data used are primary data in the form of interviews, and the secondary data in the form of literature and other written sources. The type of research is descriptive qualitative research. Researchers use triangulation techniques to test the validity of data. The results showed that the strategy using social networking as the medium for handling complaints received by PT PLN (Persero) APJ Yogyakarta is ineffective. PR of PT PLN (Persero) APJ Yogyakarta still have an alternative media to deal with complaints by customers by using the other media of public relations, such as Call Center 123, which is quite effective to respond customer complaints.

Keywords : Complaint, PR strategy, Role of PR, Social networking