

Manajemen Krisis dalam Menangani Keluhan Pelanggan Crisis Management in Handling Customer Complaints

¹Mega Islamiyati, ²Neni Yulianita

^{1,2}*Prodi Ilmu Hubungan Masyarakat, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung
Jl. Tamansari No. 1 Bandung 40116*

email: ¹megaislamiyati@gmail.com, ²Humas@unisba.ac.id

Abstract. power outage is one of policy that PT.PLN (national electricity company) have been implemented all over Indonesia, included west java and banten in bandung area. PT.PLN have been chosen this policy due to lack of power in some region, to reduce over capacity of electricity supplies, also to maintain and anticipate the damage that will cause in the future. Based on this phenomenon, the problems in this study are formulated as follows: (1) How the steps of crisis management carried out by PT. PLN (Persero) Distribution of West Java and Banten in handling customer complaints in the power outage policy, (2) What obstacles alone experienced by PT. PLN (Persero) Distribution West Java and Banten in conducting crisis management of customer complaints, (3) Why choose a rotating power outage policy to deal with the electricity crisis. the objective of this research is to analyze the crisis management that PT.PLN has in the system to handle the customer due to complain, to find detention that PT.PLN has been faced, and to understand how effective the policy to be implemented. the research was using qualitative method in approach case study to understand the crisis management that PT.PLN have been doing to handle the complain. to get the data and information of this research, researcher was interviewing the public relation of PT.PLN district west java and banten. as the key informant of this research is the district manager of PT.PLN ULP cijawura, directly observed by the researcher, documented and literature review.

Keywords: Crisis management steps, Crisis management barriers, Policy reasons.

Abstrak. Pemadaman listrik merupakan salah satu kebijakan yang dilakukan oleh PLN diseluruh Indonesia termasuk PT.PLN (Persero) Distribusi Jawa Barat dan Banten Area Bandung. Kebijakan ini disebabkan karena beberapa faktor diantaranya, yaitu untuk menutupi daerah yang kekurangan listrik, mengurangi beban listrik yang terlalu berat dan bentuk pemeliharaan guna mengantisipasi kerusakan yang lebih besar. Berdasarkan fenomena tersebut, maka permasalahan dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut: (1) Bagaimana langkah – langkah manajemen krisis yang dilakukan oleh PT.PLN (Persero) Distribusi Jawa Barat dan Banten dalam menangani keluhan pelanggan dalam kebijakan pemadaman listrik, (2) Hambatan apa saja yang dialami PT.PLN (Persero) Distribusi Jawa Barat dan Banten dalam melakukan manajemen krisis terhadap keluhan pelanggan, (3) Mengapa memilih kebijakan pemadaman listrik bergilir untuk menangani krisis listrik tersebut. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis manajemen krisis yang dilakukan PT.PLN (Persero) Distribusi Jawa Barat dan Banten Area Bandung dalam menangani keluhan pelanggan, mengetahui hambatan yang dialami PT.PLN (Persero) Distribusi Jawa Barat dan Banten Area Bandung dan mengetahui tujuan kebijakan pemadaman listrik tersebut. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus yang bertujuan untuk mengetahui manajemen krisis dalam menangani keluhan pelanggan yang dilakukan PT.PLN (Persero). Data penunjang penelitian ini diperoleh melalui wawancara dengan informan utama penelitian ini yaitu Humas PT.PLN (Persero) Distribusi Jawa Barat dan Banten dan *key informan* penelitian ini yaitu Manajer Rayon PT.PLN (Persero) ULP Cijawura, observasi langsung dari peneliti, dokumentasi dan studi pustaka.

Kata Kunci : Langkah manajemen krisis, Hambatan manajemen krisis, Alasan kebijakan.

A. Pendahuluan

Krisis merupakan salah satu ancaman yang dapat memengaruhi citra perusahaan atau organisasi, dengan adanya krisis tentunya perusahaan harus bisa mengelola informasi yang beredar di masyarakat khususnya media massa.

Krisis adalah masa gawat atau saat genting, dimana situasi tersebut merupakan titik balik atau sebaliknya. Apabila krisis ditangani dengan baik dan tepat waktu, momen mengarah pada situasi membaik, dan sebaliknya apabila tidak segera ditangani, krisis mengarah kepada situasi memburuk, bahkan dapat berakibat fatal.

Salah satu perusahaan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang menjadi sorotan media adalah PT.PLN (Persero). Hal ini dikarenakan PT.PLN sedang mengalami masalah energi yang berakibat pada krisis listrik. Salah satu faktor penyebab terjadinya krisis listrik, yaitu terhambatnya pasokan batu bara dari Kalimantan yang digunakan sebagai pembangkit beberapa PLTU di Jawa sebagai akibat gangguan cuaca serta rusaknya beberapa turbin pembangkit.

Sebagai perusahaan yang bergerak di bidang tenaga listrik tentunya PT.PLN harus bisa mengelola kebutuhan akan listrik untuk kepentingan orang banyak. Oleh karena itu sebagai satu – satunya perusahaan yang memonopoli listrik dan terbesar di Indonesia PLN harus bisa memberikan pelayanan, pengelolaan dan mengembangkan ketersediaan listrik dengan baik.

Munculnya berbagai keluhan pelanggan di media massa dengan motif merasa dirugikan akibat pemadaman listrik, tentunya akan berdampak negatif terhadap citra perusahaan yang menjadi objek pemberitaan. Oleh karena itu pihak perusahaan harus segera mungkin merespons dan mengklarifikasi pemberitaan yang beredar di media massa, karena kalau tidak cepat tanggap keluhan pelanggan akan terjadi terus menerus.

Berdasarkan konteks penelitian tersebut, peneliti tertarik untuk meniti hal ini karena sebagai salah satu perusahaan terbesar yang memonopoli listrik di Indonesia PLN harus bisa menangani krisis tersebut. Maka fokus penelitian dalam penelian ini sebagai berikut: *“Bagaimanakah Manajemen Krisis yang dilakukan oleh PT.PLN (Persero) distribusi dalam menangani keluhan pelanggan pada kebijakan pemadaman listrik”*. Selanjutnya,

tujuan dari penelitian ini diuraikan dalam pokok – pokok sebagai berikut :

1. Mengetahui pengelolaan manajemen krisis yang dilakukan oleh PT.PLN (Persero) Distribusi Jawa Barat dan Banten dalam menangani keluhan pelanggan dalam kebijakan pemadaman listrik.
2. Mengetahui hambatan – hambatan yang dialami PT.PLN (Persero) Distribusi Jawa Barat dan Banten dalam melakukan manajemen krisis dalam menangani keluhan pelanggan.
3. Mengetahui alasan PT.PLN (Persero) Distribusi Jawa Barat dan Banten menggunakan kebijakan pemadaman listrik dalam menangani krisis listrik tersebut.

B. Landasan Teori

Thomas Dye dalam Abidin, menyebutkan kebijakan sebagai pilihan pemerintah untuk melakukan atau tidak melakukan sesuatu yang bersifat dinamis dimana artinya kebijakan itu berubah – ubah atau tidak selalu tetap. Lalu ia juga mengatakan bahwa yang paling pokok bagi suatu kebijakan adalah adanya tujuan, sasaran atau kehendak. (Abidin, 2002:18).

Danim menyatakan bahwa proses penelitian kebijakan pada hakikatnya merupakan penelitian yang dimaksudkan guna melahirkan rekomendasi untuk pembuat kebijakan dalam rangka pemecahan masalah sosial. Kegiatan penelitian ini dilakukan untuk mendukung kebijakan. (Danim, 2005:65)

Menurut Dunn (2000) terdapat tiga bentuk analisis kebijakan, yaitu (1) analisis kebijakan prospektif, merupakan analisis kebijakan yang mengarahkan kajiannya pada konsekuensi-konsekuensi kebijakan sebelum suatu kebijakan diterapkan. Model ini dapat disebut sebagai model

prediktif, (2) analisis kebijakan retrospektif, yaitu analisis kebijakan yang dilakukan terhadap akibat-akibat kebijakan setelah suatu kebijakan diimplementasikan. Model ini biasanya disebut sebagai model evaluatif, (3) analisis kebijakan integratif, merupakan bentuk perpaduan antara analisis kebijakan prospektif dan analisis kebijakan retrospektif. (Dunn, 2000:98).

In the context of good communication, it must be initiated by good intention and not the factor of the person in question but the essence of communication intention itself. That the act of communication should be based on good intention and objective. Good intention or goal should be the point of departure of a good communication action. This is in line with Frank Jefkins' statement in the Public Relations book: "Public Relations is a system of communication to create a goodwill, it means Public Relations is a communication system to create good intentions.

krisis terjadi pada waktu yang cepat, kadang tidak di prediksi dan muncul tanpa adanya tanda – tanda. Satu bagian penting dari perencanaan krisis adalah perencanaan komunikasi. Bilamana suatu perusahaan dihadapkan dengan situasi krisis, maka bagaimana perusahaan merespons, seberapa cepat respons tersebut, bagaimana perusahaan ketimbang krisis itu sendiri. (Butterick, 2012:84). Krisis sendiri tidak bisa diprediksi kapan akan datangnya. Jalan terbaik untuk menghadapinya adalah dengan membuat perencanaan yang dilakukan perusahaan. (Firsan Nova, 2009:61)

Krisis dianggap sebagai “*turning point is history life*”, yaitu suatu titik dalam kehidupan yang dampaknya memberikan pengaruh

yang signifikan, ke arah negatif maupun positif. manajemen krisis sangat dianjurkan untuk mengelola manajemen krisis karena apabila tidak cepat ditanggapi maka krisis akan semakin membesar dan menimbulkan kerugian yang lebih besar. (Rhenald Kasali, 2005:89)

Pelanggan adalah seorang individu yang secara continue dan berulang kali datang ke tempat yang sama untuk memuaskan keinginannya, dengan memiliki suatu produk atau mendapatkan suatu jasa dan memuaskan produk atau jasa tersebut. Atau dengan kata lain pelanggan adalah seorang yang membeli suatu barang atau jasa. (Lupiyoadi, 2006:90)

Menurut Simon J Bell dan James A Luddington dalam Lupiyoadi (2006), keluhan pelanggan (customer complaints) adalah umpan balik (feedback) dari pelanggan yang ditujukan kepada perusahaan yang cenderung bersifat negatif. Umpan balik ini dapat dilakukan secara tertulis atau secara lisan. Masalah dikeluhkan diantaranya adalah pelanggan (customer complaints) biasanya Krisis dapat terjadi dikarenakan masalah-masalah seperti lemahnya tanggung jawab (responsiveness), lemahnya pertolongan dari staf perusahaan (helpfulness), ketersediaan produk (product availability), kebijakan toko/perusahaan (store policy), serta perbaikan pelayanan (service recovery) perusahaan. (Lupiyoadi, 2006:92)

Public Relations (PR) atau Humas mempunyai peranan penting dalam menangani masa krisis mengingat masa krisis dapat berdampak negative terhadap citra perusahaan. sehingga dapat dikatakan Humas merupakan fungsi manajemen yang strategis. Menurut Cutlip, Center and Broom (dalam Yulianita, 2012) definisi Public Relations yaitu :

Public Relations is the

management function that identifies, establishes, and maintains mutually beneficial relationship between an organization and the various publics on whom its success or failure depends.

Definisi di atas menyatakan bahwa Public Relations adalah fungsi manajemen yang menyatakan, membentuk dan memelihara hubungan yang saling menguntungkan antartara organisasi dengan berbagai macam publik, dimana hal tersebut dapat menentukan sukses atau gagalnya organisasi.

Situational Theory of The Public

Public relations dapat mempertimbangkan prinsip – prinsip dalam Situational Theory of The Public (STP) untuk mengidentifikasi public. Penggagas teori ini adalah E.Grunig, seorang profesor Public Relations dari University of Maryland Amerika Serikat. Secara umum teori ini mendeskripsikan sikap dan perilaku komunikasi dari publik terhadap organisasi. Teori ini dapat digunakan public relations untuk mengidentifikasi dan mengelompokan publik berdasarkan persepsi, sikap, dan perilaku publik terhadap organisasi, baik terhadap program – programnya, produknya atau ketika terjadi situasi krisis.

Publik memiliki pengetahuan (knowledge) atau kesadaran (awareness), sikap, dan perilaku tertentu terhadap organisasi. Hubungan antara pengetahuan, sikap dan perilaku diatas sangat tergantung pada beberapa faktor situasional. Karenanya, perilaku komunikasi yang dilakukan publik dapat dipahami dengan melihat bagaimana publik mempersepsi situasi yang mempengaruhi mereka, seperti kualitas produk, polusi yang diakibatkan aktivitas organisasi atau pemberhentian karyawan. Menurut Grunig dalam (Kriyantono, 2015:56)

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Langkah Manajemen Krisis

Pemadaman listrik yang dilakukan PT.PLN (Persero) Distribusi Jawa Barat dan Banten Area Bandung tentunya mengganggu kegiatan operasional pelanggan industri. Selain sosialisasi perencanaan juga harus dilakukan oleh pihak industri agar kegiatan tetap bisa berjalan dengan baik diantaranya, yaitu dengan memberdayakan genset ataupun melakukan pergantian hari kerja atau shift. Ketika terjadi defisit tentunya wilayah Bandung harus menurunkan dayanya sekian MW disini fungsi dan peran PLN yaitu melakukan koordinasi dengan masing – masing rayon untuk menentukan daerah mana saja yang akan dipadamkan. Selain itu mengkomunikasikan kepada pelanggan industri untuk sementara waktu beralih menggunakan genset.

Meskipun pemadaman listrik merupakan solusi terbaik yang dilakukan PLN guna menghindari kerusakan ataupun pemeliharaan dan kebijakan pemadaman listrik juga sudah ada atau tercantum di STJPTL (Surat Perjanjian Jual Beli Tenaga Listrik), tetapi tetap saja pemadaman akan menimbulkan keluhan pelanggan khususnya bagi pelanggan industri. Selain itu pemadaman listrik juga akan berdampak bagi PT.PLN (persero) Distribusi Jawa Barat dan banten Area Bandung.

Komunikasi yang dibetuk oleh PLN yang bisa dilakukan dari segala arah semata - mata agar mempermudah pelanggan dalam menyampaikan keluhan atau mencari informasi yang mereka butuhkan. Jadi, manajemen dalam masa krisis sangat diperlukan agar dapat mengelola informasi yang berdar. Salah satu cara yang dapat di tempuh perusahaan adalah dengan melakukan langkah persiapan

manajemen krisis, adapun langkah manajemen krisis yang dilakukan oleh PT.PLN diantaranya :

Identifikasi Krisis

Identifikasi krisis merupakan langkah awal yang di tempuh oleh PLN tujuannya adalah untuk mengetahui penyebab atau sumber terjadinya krisis. Jadi, sebelum mengambil tindakan untuk menanggapi keluhan pelanggan sebaiknya identifikasi terlebih dahulu pemberitaan yang beredar yang berkaitan dengan perusahaan. Disini cara PLN mengidentifikasi bukan hanya melalui koran, tetapi bisa juga melalui web atau media lainnya serta berkoordinasi dengan rayon terkait.

Analisis Krisis

Setelah mengidentifikasi dan dan mengetahui sumber terjadinya krisis lalu langkah berikutnya adalah analisis krisis, yaitu menganalisis krisis dari berbagai masukan yang ada. Salah satu cara analisis krisis yang dilakukan oleh Humas Area Bandung adalah dengan cara menelusuri alamat pelapor dan permasalahan yang dikeluhkan. Jadi tidak langsung di konfirmasi sebelum data – datanya lengkap. Jadi, ketika pemasalahannya sudah jelas cukup satu orang perwakilan dari PLN untuk memberikan tanggapan mengenai apa yang dikeluhkan oleh pelanggan. Analisis krisis yang dilakukan oleh PLN dilakukan dengan menggunakan Aplikasi Pelayanan Keluhan Terpadu (APKT) selain dapat memudahkan pelanggan dalam menyampaikan keluhan dan langsung bisa di evaluasi berapa banyak keluhan yang disampaikan.

Isolasi Krisis

Setelah keluhan masuk ke APKT, langkah selanjutnya untuk mencegah krisis agar tidak menyebar luas adalah mengisolasi krisis. Disini

cara PLN untuk mengisolasi krisis adalah dengan cara meminta bantuan kepada pelanggan untuk menuliskan ucapan terimakasih di media atas respons yang diberikan oleh PLN. Selain itu cara mengisolasi krisis yang dilakukan oleh PLN adalah dengan cara membuka banyak portal kepada pelanggan. Hal ini bertujuan agar pelanggan lebih mudah mengkomunikasikan keluhan dan mendapatkan informasi.

Pemilihan Strategi

Setelah mengisolasi krisis langkah selanjutnya yang dilakukan perusahaan adalah menentukan strategi yang akan digunakan. Pilihan strategi ini diambil sebelum langkah – langkah komunikasi untuk mengendalikan krisis. Strategi yang dilakkan PLN Area Bandung adalah strategi adaptif, yaitu dengan melakukan kompromi. Selain adanya kompromi pendekatan juga dilakukan dengan pelanggan industri, karena PLN sudah memiliki VIC (*Voice Internal Call*) masing – masing pelanggan. Jadi, ketika ada kendala atau mereka membutuhkan informasi VIC tersebut memberikan kemudahan untuk berkomunikasi antar pelanggan yang jaraknya cukup jauh.

Program Pengendalian

Dengan memberikan pelayanan yang khusus kepada pelanggan industri itu merupakan salah satu langkah program pengendalian, yaitu langkah penerapan yang dilakukan menuju strategi adaptif dengan adanya kompromi. Karena pemberitaan mengenai keluhan pelanggan sudah banyak dimuat di media massa, maka ini menjadi krisis humas karena kurangnya pengelolaan informasi. Salah satu strategi pengendalian krisis yang dilakukan oleh Humas Area Bandung adalah pelanggan yang membuat berita negatif pelanggan juga yang mengklarifikasi dengan cara

mengucapkan terima kasih atas respons yang diberikan oleh PLN. Disitu juga PLN mengatakan dengan meminta pelanggan untuk mengucapkan terimakasih disitu PLN juga merupakan bentuk edukasi kepada pelanggan.

Hambatan Manajemen Krisis

Hambatan yang dialami PT.PLN dalam mengatasi krisis adalah kurangnya komunikasi antara pelanggan industri dan Humas. Hal ini disebabkan karena kurangnya pendekatan antara Humas dengan pelanggan industri. Selain hambatan dalam langkah – langkah mengatasi krisis ada juga hambatan yang disebabkan karena kurangnya persiapan dalam mengatasi krisis seperti kurangnya penyebaran informasi yang diberikan oleh PT.PLN terkait kebijakan pemadaman listrik.

Selain keterbatasan informasi hambatan lain dalam manajemen krisis, yaitu adalah karakteristik pelanggan yang berbeda – beda, ketika terjadi pemadaman listrik tidak semua pelanggan bisa memahami alasan yang disampaikan PLN. Oleh karena itu salah satu cara mengantisipasinya adalah dengan cara menjalin komunikasi yang baik dengan pelanggan.

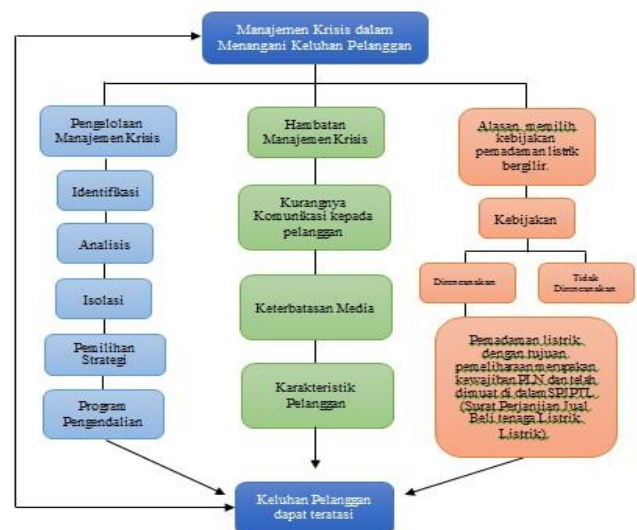
Tujuan Kebijakan Pemadaman Listrik

Pemadaman listrik yang dilakukan PT.PLN (Persero) Distribusi Jawa Barat dan Banten Area Bandung tentunya mengganggu kegiatan operasional pelanggan khususnya pelanggan industri. Selain sosialisasi perencanaan juga harus dilakukan pihak industri agar kegiatan tetap bisa berjalan dengan baik diantaranya, yaitu dengan memberdayakan genset ataupun melakukan pergantian hari kerja. Ketika terjadi defisit tentunya wilayah Bandung harus menurunkan

dayanya sekian MW.

Meskipun pemadaman listrik merupakan solusi terbaik yang dilakukan PLN guna menghindari kerusakan ataupun pemeliharaan dan kebijakan pemadaman listrik juga sudah ada atau tercantum di STJPTL (Surat Perjanjian Jual Beli Tenaga Listrik), tetapi tetap saja pemadaman akan menimbulkan keluhan pelanggan khususnya bagi pelanggan industri. Selain itu pemadaman listrik juga akan berdampak bagi PT.PLN (persero) Distribusi Jawa Barat dan Banten Area Bandung.

Dampak pemadaman yang terencana tentunya akan berbeda dengan dampak pemadaman yang disebabkan karena gangguan. Ketika pelanggan meminta kompensasi itu merupakan hal yang wajar tetapi disini ketentuan kompensasi hanya berlaku ketika PLN melakukan pemadaman lebih dari 3X24jam. Jadi, ketika PLN memadamkan listrik lebih dari Tingkat Mutu Pelayanan (TMP), maka pelanggan berhak mendapat potongan atau kompensasi sekitar 10% pada rekening bulan selanjutnya. Ketika pemadaman terjadi karena gangguan, tentunya itu diluar batas kemampuan PLN, sehingga pemadaman akan terjadi secara tiba – tiba tanpa adanya pemberitahuan terlebih dahulu.



Gambar 1. Model Komprehensif Keseluruhan Penelitian

(Sumber : Olahan Peneliti)

D. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan wawancara yang dilakukan peneliti, adapun beberapa simpulan yang dapat ditarik secara garis besar diantaranya sebagai berikut :

1. Humas PT.PLN (Persero) Distribusi Jawa Barat dan Banten Area Bandung dalam mengelola manajemen krisis terlebih dahulu berkoordinasi dengan PLN Rayon yang menangani langsung pelanggan khususnya pelanggan industri. Ada beberapa langkah yang ditempuh PT.PLN (Persero) Distriusi Jawa Barat dan Banten dalam menangan keluhan pelanggan diantaranya, yaitu ; mengidentifikasi krisis, menganalisis krisis, mengisolasi krisis, pemilihan strategi yang digunakan dalam manajemen krisis dan melakukan program pengendalian agar krisis yang terjadi tidak semakin besar.
2. Hambatan yang dialami PT.PLN (Persero) Distribusi Jawa Barat dan Banten Area Bandung dalam melakukan manajemen krisis diantaranya, yaitu kurangnya komunikasi (pendekatan) antara Humas dan pelanggan khususnya pelanggan industri, tidak adanya tim manajemen krisis yang mengelola informasi dan keluhan pelanggan, keterbatasan media yang digunakan untuk memonitor pemberitaan dan karakteristik pelanggan industri yang berbeda – beda sehingga

menghambat proses komunikasi.

3. Kebijakan pemadaman listrik merupakan solusi terbaik yang dilakukan oleh PT.PLN (Persero) guna menghindari kerusakan ataupun pemeliharaan, disamping itu akan tetap menimbulkan keluhan pelanggan. Pemadaman listrik dengan tujuan pemeliharaan ini merupakan kewajiban PLN karena kebijakan tersebut telah di mat dlam SPJPTL (Surat Perjanjian Jual Beli Tenaga Listrik).

E. Saran

Saran Teoritis

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus (*case study*). Dipenelitian selanjutnya diharapkan apabila melakukan penelitian dengan objek atau perusahaan yang sama dengan tema yang sama, dapat dilakukan dengan pendekatan, metode penelitian dan teknik pengumpulan data yang berbeda, juga lebih di *explore* kembali temuan-temuan yang relevan dengan penelitian tersebut, agar dapat menggali sumber informasi baru yang belum ditemukan oleh peneliti sebelumnya.

Saran Praktis

1. Dalam melakukan manajemen krisis seharusnya Humas bersifat proaktif, dan tidak hanya berfokus pada media sehingga tidak adanya kedekatan dengan pelanggan secara personal. Selain itu salah satu cara yang dapat dilakukan Humas guna mengisolasi krisis adalah dengan membuat iklan di media (koran) sebagai bentuk klarifikasi antara PLN dan pelanggan mengenai

- pemberitaan negatif yang beredar. Tidak hanya mengandalkan pelanggan untuk mengucapkan terima kasih kepada pihak PLN atas respon yang telah diberikan.
2. Sebaiknya disini Humas menciptakan komunikasi dua arah, yaitu dengan memiliki situs media sosial guna membantu kinerja perusahaan dalam mengelola krisis dan mengkomunikasikan sosialisasi pemadaman listrik. Jadi, tidak hanya mengandalkan kepada koran atau radio sebagai perantara informasi. Selain itu Humas juga seharusnya melakukan pendekatan dengan pelanggan industri.
 3. Apabila kebijakan pemadaman listrik merupakan solusi yang terbaik guna mengurangi kerusakan yang lebih besar ataupun pemeliharaan alangkah lebih baik apabila PLN lebih memperhatikan komunikasinya dengan pelanggan untuk meminimalisir krisis yang ditimbulkan.
- PT.Pustaka Utama Grafiti : Jakarta
- Kriyantono. 2015, Public Relations, Issue, Crisis Management. Jakarta : Prenadamedia Group
- Nova, Firsan. 2009. Crisis Public Relations (Bagaimana PR Menangani Krisis Perusahaan). Jakarta : Grasindo.
- Rambat, Lupiyoadi, dan A. Hamdani. 2006. Manajemen Pemasaran. Edisi kedua. Jakarta : Salemba Emopat.
- Yulianita, Neni. 2012. Dasar-dasar Public Relations. Penerbit : LPPM UNISBA, Bandung
- Kurniasari, Nani. 2017. “Strategi Penanganan Krisis Kepariwisata dalam Kebijakan Nasional Penanggulangan Bencana (BNPB)”, dalam jurnal MediaTor Vol 10(2), Desember 2017, 177-189
- Tresna Wiwitan, Neni Yulianita. 2018. “*The Meaning Construction of Public Relations Marketing of Islamic Private Higher Education PR*”, dalam Jurnal The Messenger, Vol.10, No.2, July 2018, pp. 135-143

Daftar Pustaka

- Abidin, Said Zainal. 2002. Kebijakan Publik. Jakarta: Yayasan Pancur Siwah.
- Butterick, Keith. 2012. Pengantar Public Relations: Teori dan Praktik. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Danim, S. (2005). Pengantar Studi Penelitian Kebijakan. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Dunn, W. N. (2000). Pengantar Analisis Kebijakan Publik. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Kasali, Rhenald. 2005, Manajemen Public Relations Konsep dan Aplikasinya di Indonesia.