

Pemanfaatan Media Sosial dalam Edukasi Kelistrikan oleh PT. PLN (Persero) UID S2JB

Putri Wulandari¹, Henny Yusalia²

^{1,2,3} Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Negeri Raden Fatah
e-mail: 2220701082@radenfatah.ac.id

Abstrak

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa manusia kepada pengalaman baru. Dimana media sosial tidak hanya menjadi sebuah media hiburan melainkan menjadi sebuah sarana pembelajaran yang aktif. Potensi besar media sosial sebagai alat edukasi ini tidak hanya berlaku dalam dunia pendidikan akan tetapi telah menarik perhatian sektor, termasuk sektor kelistrikan. Hal tersebut di manfaatkan oleh PT. PLN (Persero) Unit Induk Distribusi Sumatera Selatan, Jambi, dan Bengkulu (UID S2JB) menjadi salah satu strategi untuk mengedukasi masyarakat terkait kelistrikan. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif, metode ini dapat dipahami bagaimana media sosial dapat digunakan sebagai alat yang efektif untuk meningkatkan kesadaran dan pengetahuan. Melalui analisis media sosial yang digunakan, konten di media sosial dan respon dari masyarakat yang disampaikan oleh PT PLN UID S2JB, penelitian ini mengidentifikasi pemanfaatan strategi komunikasi dan edukasi di media sosial. Starategi yang digunakan adalah memanfaatkan fitur di media sosial, diverifikasi konten, menyesuaikan dengan tren menjadi aspek paling penting bagi perusahaan dalam memanfaatkan media sosial sebagai wadah edukasi. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi pengembangan rekomendasi untuk meningkatkan pemanfaatan media sosial dalam edukasi kelistrikan PT. PLN (Persero) S2JB dan temuan ini memberikan inovasi menangani bagaimana platform media sosial secara efektif dapat membangun hubungan positif dan meningkatkan citra perusahaan.

Kata Kunci: *Media Sosial, Edukasi Kelistrikan, Membangun Citra, Strategi Komunikasi*

Abstract

The development of information and communication technology has brought humans to new experiences. Where social media is not only a medium of entertainment but also an active learning tool. The great potential of social media as an educational tool is not only applicable in the world of education but has attracted the attention of sectors, including the electricity sector. This is utilized by PT. PLN (Persero) Main Distribution Unit of South Sumatra, Jambi, and Bengkulu (UID S2JB) as one of the strategies to educate the public about electricity. This study uses a descriptive qualitative method, this method can be understood how social media can be used as an effective tool to increase awareness and knowledge. Through the analysis of social media used, content on social media and responses from the public conveyed by PT PLN UID S2JB, this study identifies the use of communication and education strategies on social media. The strategy used is to utilize features on social media, verify content, adjust to trends as the most important aspects for companies in utilizing social media as a medium for education. The results of this study are expected to be the development of recommendations to increase the use of social media in electricity education at PT. PLN (Persero) S2JB and these findings provide innovation in addressing how social media platforms can effectively build positive relationships and improve the company's image.

Keywords: *Social Media, Electrical Education, Image Building, Communication Strategies*

PENDAHULUAN

Teknologi informasi dan komunikasi merupakan salah satu temuan yang sangat berharga dan sangat diandalkan oleh masyarakat dunia di era sekarang (Fauzi et al., 2023). Selain itu dilihat

dari perkembangannya yang semakin pesat, media sosial dapat membawa perubahan besar bagi masyarakat dan industri. Melalui media sosial siapa saja yang online dikelola oleh arus informasi yang tidak terbatas untuk menambah pengetahuan mereka. Sosial media dapat menyerap berbagai macam tulisan-tulisan spontan, formal, informal, ilmiah dan non ilmiah untuk berkembang (Salsabila & Wibawa, 2023).

Media sosial telah menjadi bagian integral dari kehidupan masyarakat modern, platform-platform seperti Facebook, Instagram, Twitter, dan YouTube telah mengubah cara kita berkomunikasi, berinteraksi, dan mengakses informasi. Dikutip dari GoodStats penggunaan media sosial di Indonesia mengalami perkembangan sangat pesat, di tahun 2023, terdapat total 167 juta pengguna media sosial (Agnes Z. Yonatan, 2023). Media sosial dapat menjadi sarana pembelajaran yang efektif dan efisien. Hal ini memungkinkan pendidikan dan pelatihan yang fleksibel dan dapat diakses dari mana saja (Salsabila & Wibawa, 2023). Potensi besar media sosial sebagai alat edukasi ini tidak hanya berlaku dalam dunia pendidikan akan tetapi telah menarik perhatian sektor, termasuk sektor kelistrikan.

PT. PLN sebagai perusahaan penyedia listrik terbesar di Indonesia, memiliki tanggung jawab sosial untuk memberikan edukasi kepada masyarakat mengenai kelistrikan. Seiring dengan berkembangnya teknologi, PT. PLN (Persero) Unit Induk Distribusi Sumatera Selatan, Jambi, dan Bengkulu (UID S2JB) telah memanfaatkan media sosial sebagai salah satu strategi untuk mengedukasi masyarakat terkait kelistrikan. PT PLN UID S2JB adalah salah satu perusahaan ketenagalistrikan di bawah naungan PT PLN (Persero) menjadi pusat yang bertanggung jawab atas penyediaan dan pelayanan tenaga listrik kepada seluruh pelanggan di wilayah kerja tiga provinsi yaitu Sumatera Selatan, Jambi dan Bengkulu. PT PLN UID S2JB merupakan Perusahaan Terbatas Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang beralamat di Jl Kapten A. Rivai No. 37 Palembang, Sumatera Selatan (Andriani, 2023).

Penggunaan media sosial oleh PT. PLN UID S2JB bertujuan untuk meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai penggunaan listrik yang aman, efisien, dan berkelanjutan. Edukasi kelistrikan merupakan proses kegiatan yang mempelajari wawasan mengenai pengetahuan proses, kegunaan, dan dampak listrik dan benda (Muhammad Akram, 2020). Edukasi yang baik mengajarkan cara menangani perangkat listrik dengan benar dan mengenali potensi bahaya (Rijal habibulloh, 2023). Media sosial seperti Facebook, Instagram dan Twitter memungkinkan PT. PLN UID S2JB untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan beragam. Melalui platform ini, PT. PLN UID S2JB dapat menyampaikan informasi penting terkait keselamatan listrik, tips hemat energi, serta program-program inovatif yang dijalankan. Penggunaan media sosial dapat memungkinkan interaksi dua arah antara PT. PLN dan masyarakat, sehingga pertanyaan dan keluhan dapat ditangani dengan lebih cepat dan efektif. Hal ini sangat penting untuk dapat membangun hubungan antara PT. PLN dan masyarakat.

Statistik menunjukkan bahwa PT. PLN telah berhasil meningkatkannya di media sosial secara signifikan. Sebagai contoh, aplikasi PLN Mobile telah di unduh oleh hampir 44 juta pengguna dan memiliki rating 4,8 dari skala 5 (Syofiadi, 2023). Selain itu, 81% pegawai PLN adalah milenial, yang menjadikan media sosial sebagai salah satu media utama untuk berkomunikasi baik secara internal maupun eksternal. Topik dan hashtag seputar PLN sering menjadi topik pembicaraan di media sosial, menunjukkan tingginya tingkat keterlibatan masyarakat (Maria Alexandra Fedho, 2022).

PT. PLN (Persero) UID S2JB sebagai pendistribusi listrik di Indonesia menghadapi tantangan rumit terutama dalam komunikasi. Penggunaan media sosial diharapkan bisa memberikan sebuah manfaat tidak hanya untuk menyebarkan informasi terkini, namun juga membangun dan mempererat hubungan masyarakat. Dalam usahanya memenuhi kewajiban informasi ke masyarakat, PT. PLN (Persero) S2JB telah memilih media sosial sebagai alat komunikasi yang potensial. Namun pemanfaatan media sosial sebagai alat komunikasi informasi publik yang dilakukan PT. PLN (Persero) S2JB perlu dilakukan penelitian lebih lanjut. Bagaimana PT. PLN (Persero) S2JB dapat memanfaatkan fitur-fitur yang ada di media sosial. Perlu diketahui secara jelas konten edukasi yang seperti apa yang dibutuhkan oleh masyarakat. Selain itu apakah pemanfaatan media sosial cukup efektif untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang

keselamatan listrik dan hambatan serta tantangan yang muncul ketika penggunaan media sosial itu sendiri.

Penelitian ini bertujuan untuk melihat apakah media sosial dimanfaatkan dengan baik oleh PT. PLN (Persero) S2JB dalam meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai kelistrikan. Mengidentifikasi jenis konten dan strategi komunikasi yang paling efektif dalam menyampaikan edukasi kelistrikan melalui media sosial. Mengetahui hambatan yang dihadapi PT. PLN (Persero) S2JB dalam memanfaatkan media sosial untuk tujuan edukasi. Mengembangkan rekomendasi untuk meningkatkan pemanfaatan media sosial dalam edukasi kelistrikan PT. PLN (Persero) S2JB dan temuan ini memberikan inovasi menangani bagaimana platform media sosial secara efektif dapat membangun hubungan positif dan meningkatkan citra perusahaan.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu terletak pada analisis konten yang lebih mendalam. Menggali jenis konten yang efektif dalam menarik perhatian dan minat beli pelanggan. Menggali *feedback* pelanggan yang lebih luas. Serta analisis perbandingan efektivitasnya dengan platform media sosial lainnya. Metode yang merupakan metode kualitatif deskriptif dengan menjelaskan fenomena atau permasalahan tanpa melakukan pengukuran atau analisis statistik (Sari & Kusuma, 2024). Sedangkan pada penelitian sebelumnya menggunakan metode kuantitatif yang menggunakan metode kuantitatif yang menganalisis dengan melakukan pengukuran secara statistik (Arifin et al., n.d.).

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teori agenda setting yang diperkenalkan oleh Maxwell McCombs dan Donald Shaw pada tahun 1972. Dalam teori agenda setting media tidak hanya menyampaikan informasi, tapi juga menentukan isu apa yang dianggap penting oleh publik. Isu yang sering diberitakan dan dibahas di media cenderung dianggap lebih penting oleh masyarakat. PT PLN UID S2JB aktif di media sosial berperan memberikan sumber informasi dan membentuk persepsi publik tentang pentingnya edukasi kelistrikan. Melalui konten yang dibagikan, PT PLN UID S2JB dapat mengagendakan isu-isu terkait kelistrikan yang dianggap penting, seperti keselamatan listrik, efisiensi energi, dan inovasi terbaru di bidang kelistrikan. Dengan konsisten menyampaikan pesan-pesan edukasi, PT PLN UID S2JB dapat meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya kelistrikan dan mendorong perubahan perilaku.

METODE

Pada penelitian ini peneliti menggunakan metode kualitatif deskriptif. Pendekatan ini memiliki kerangka teoritis yang didasari oleh masalah penelitian yang bertujuan untuk menggali arti yang dimiliki oleh seorang individu atau kumpulan individu dimana masalah-masalah sosial dan kemanusiaan menjadi paling utama (Hardani, 2020). Pendekatan penelitian ini digunakan untuk memahami fenomena atau kejadian tertentu dengan mengumpulkan, menganalisis dan menafsirkan data yang bersifat deskriptif. Deskriptif digunakan dalam penelitian untuk memberikan gambaran atau deskripsi tentang fenomena yang diteliti (Grashinta, 2023). Dengan menggunakan metode ini dapat dipahami bagaimana media sosial dapat digunakan sebagai alat yang efektif untuk meningkatkan kesadaran dan pengetahuan.

Peneliti melakukan fokus penelitian pada media sosial PT. PLN UID S2JB dan melakukan wawancara bersama dilakukan terhadap personel di bidang komunikasi korporat PT. PLN UID S2JB untuk dapat menambah wawasan mendalam tentang pengalaman, pandangan, dan persepsi para informan terkait penggunaan media sosial dalam edukasi kelistrikan. Dengan menggunakan metode ini, peneliti bisa memperoleh data yang kaya dan mendalam, sehingga dapat memberikan sebuah kontribusi yang signifikan bagi pengembangan pengetahuan di bidang komunikasi dan edukasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari penelitian ini memberikan hasil bagaimana pemanfaatan media sosial oleh PT. PLN (Persero) Unit Induk Distribusi Sumatera Selatan, Jambi, dan Bengkulu (UID S2JB) dalam edukasi kelistrikan kepada masyarakat. PT. PLN (Persero) UID S2JB memanfaatkan berbagai platform media sosial seperti Instagram, Facebook, Twitter dan YouTube yang aktif untuk menyampaikan informasi terkait kelistrikan.



Gambar 1. Akun Facebook PLN Distribusi Sumatera Selatan, Jambi dan Bengkulu
Sumber: Akun Resmi Milik PT PLN UID S2JB

Facebook PT PLN UID S2JB memiliki nama akun PLN Distribusi Sumatera Selatan, Jambi dan Bengkulu, pembuatan akun media sosial Facebook PT PLN UID S2JB pada tanggal 16 Desember 2015. Mempunyai 17 ribu pengikut dengan jumlah suka postingan 15 ribu. Akun Facebook ini menjadi akun media sosial pertama yang dimiliki oleh PT PLN UID S2JB. Melalui akun ini PT PLN UID S2JB melakukan komunikasi dua arah dengan masyarakat melalui konten-konten yang mengandung informasi seputar perusahaan dan edukasi kelistrikan.



Gambar 2. Akun Instagram @plns2jb
Sumber: Akun Resmi Milik PT PLN UID S2JB

PT PLN UID S2JB memiliki akun istagram dengan nama @plns2jb , akun media sosial instagram ini di buat pada tanggal 27 Januari 2017. Mempunyai 13,6 ribu pengikut dengan jumlah postingan sebanyak 869 postingan. Melalui akun instagram inilah PT PLN UID S2JB menjalin komunikasi dua arah dengan masyarakat serta untuk menyampaikan berbagai informasi perusahaan termasuk mengenai edukasi kelistrikan.



Gambar 3. Akun Twitter @pln_uid_s2jb
Sumber: Akun Resmi Milik PT PLN UID S2JB

Twitter menjadi platform media sosial yang paling baru dibuat oleh PT PLN S2JB. Akun dengan nama @pln-uid-s2jb ini dibuat pada bulan Januari 2022. Komunikasi dua arah juga berlangsung pada platform ini, sama seperti Instagram dan Facebook. Postingan di Twitter juga memuat konten-konten yang mengandung informasi seputar perusahaan dan edukasi kelistrikan.

Selain dari pada ketiga platform di atas PT PLN UID S2JB juga memiliki akun YouTube dengan nama akun @plns2jb yang dibuat pada tanggal 2 April 2022, namun ada yang berbeda dari postingan antara YouTube dan postingan media sosial lainnya yang dimiliki oleh PT PLN UID S2JB. Pada akun YouTube PT PLN UID S2JB lebih berfokus kepada pengenalan program-program yang mereka miliki kepada masyarakat. Akun ini telah memiliki 1,09 ribu subscriber dan 132 video yang telah diunggah.



Gambar 4. Akun YouTube @plns2jb
Sumber: Akun Resmi Milik PT PLN UID S2JB



Gambar 5. Akun YouTube @plns2jb
Sumber: Akun Resmi Milik PT PLN UID S2JB

Dari empat platform media sosial yang digunakan oleh PT PLN UID S2JB, Instagram menjadi media yang paling dominan digunakan. Dapat dilihat dari jumlah pengikut, penonton dan jumlah suka dari setiap konten yang di unggah oleh PT PLN UID S2JB, instagram menjadi media sosial yang paling banyak memperoleh jumlah suka, tayangan dan komentar dibandingkan dengan Facebook dan Twitter yang mengunggah konten yang sama dengan instagram. Hal ini ini dikarenakan media sosial instagram memiliki jangkauan yang cukup luas dibandingkan dengan media sosial lainnya. Instagram yang memiliki sifat realtime, memungkinkan penyampaian informasi terkait perusahaan tanpa terbatas ruang dan waktu. Dan di lihat dari grafik penggunaan media sosial, instagram merupakan media sosial dengan nomor urut keempat paling banyak digunakan di Indonesia oleh semua kaum terutama oleh generasi Zillennial dan Alpha yang menjadu sasaran publik utama PT PLN (Persero) S2JB (Andriani, 2023). Fitur yang dimiliki oleh instagram inilah yang akhirnya dimanfaatkan dengan baik oleh PT PLN S2JB dengan baik utnuk dapat menyebarkan edukasi seputar kelistrikan.

Pramita Tridiana, selaku Asisten Manager Komunikasi dan Management *Stakeholder* PT PLN S2JB, mengatakan bahwa :

“ Untuk pemanfaatan media sosial dalam edukasi, PLN sendiri memiliki berapa macam media sosial, seperti Facebook, Twitter dan Instagram namun yang paling banyak digunakan saat ini adalah Instagram”



Gambar 6. Tampilan Feed Akun Instagram @plns2jb
Sumber: Akun Resmi Milik PT PLN UID S2JB

PT PLN UID S2JB menggunakan Instagram sebagai alat komunikasi yang efektif untuk menyampaikan informasi publik dan berinteraksi dengan masyarakat. Dengan memanfaatkan fitur-fitur di Instagram PT PLN UID S2JB mengunggah konten-konten yang berisikan edukasi dan informasi seputar kelistrikan untuk membantu kesadaran masyarakat tentang penggunaan listrik yang aman dan efisien. Melalui fitur komentar dan *direct message*, PT PLN UID S2JB dapat berinteraksi langsung dengan pelanggan. Mereka menjawab pertanyaan, menanggapi keluhan, dan memberikan solusi atas masalah yang dihadapi pelanggan. Namun adanya keterlambatan respon yang menimbulkan pengalaman buruk dari pelanggan karena memberikan sebuah kesan ketidakpedulian dengan pertanyaan yang diajukan oleh pelanggan. PT PLN UID S2JB perlu meningkatkan manajemen respons agar kualitas dari interaksi pelanggan dapat terjaga serta dapat memberikan pengalaman yang baik bagi pelanggan sekaligus pengguna media sosial.

Adapun konten-konten edukasi seputar kelistrikan yang sering dibagikan oleh PT PLN UID S2JB pada media sosial, yakni Tips Hemat Energi yang memuat informasi tentang cara-cara menghemat penggunaan listrik di rumah, Keselamatan Listrik yang memuat edukasi tentang langkah-langkah keselamatan yang harus diambil untuk mencegah kecelakaan listrik, Pemadaman Listrik mencakup mengenai jadwal listrik pemadaman listrik, penjelasan tentang penyebab pemadaman listrik, bagaimana PLN menangani pemadaman, Penggunaan Alat Listrik yang mencakup panduan tentang penggunaan alat-alat listrik dengan aman dan efisien, termasuk cara merawat peralatan listrik agar tahan lama dan tidak boros energi, Energi Terbarukan mencakup informasi tentang sumber-sumber energi terbarukan dan terakhir konten mengenai Program dan Layanan PLN mencakup edukasi tentang berbagai program dan layanan yang ditawarkan oleh PLN. Konten-konten ini tidak hanya memberikan informasi yang bermanfaat, tetapi juga membantuk membangun kesadaran dan tanggung jawab masyarakat dalam penggunaan listrik yang aman dan efisien. Asisten Manager Komunikasi dan Management *Stakeholder* PT PLN S2JB, mengatakan bahwa ada beberapa konten yang disukai oleh masyarakat :

“Berdasarkan evaluasi dari media sosial, jenis-jenis konten yang paling disukai oleh masyarakat itu adalah tentang infografis, misalnya informasi pemadaman karena yang ditunggu adalah informatifnya soalnya kan PLN itu yang dingat ketika mati lampu jadi tentunya pelanggan akan lebih aware dan sadar ketika terjadi mati lampu dan juga biasanya tentang promo-promo.”



Gambar 7. Postingan Konten Akun Instagram @plns2jb
Sumber: Akun Resmi Milik PT PLN UID S2JB

Dalam pembuatan setiap konten edukasi mengenai kelistrikan PT PLN UID S2JB selalu mengikuti tren-tren yang ada di media sosial, strategi ini digunakan untuk menarik perhatian dari masyarakat. Dan hal tersebut dapat dilihat dari insight di media sosial PLN UID S2JB yang mana mengkombinasikan tren di media sosial dengan edukasi kelistrikan yang memperoleh penonton dengan angka seribu-jutaan penonton dan konten yang dibuat tidak sesuai dengan tren hanya menyentuh angka ratusan-ribuan penonton. Jenis konten edukasi kelistrikan sesuai dengan tren menjadi jenis konten yang disukai oleh pengguna media sosial, terutama yang memuat mengenai informasi program dan layanan PLN.



Gambar 8. Postingan Konten Akun Instagram @plns2jb
Sumber: Akun Resmi Milik PT PLN UID S2JB

Hal ini membuat PT PLN UID S2JB melakukan perkiraan terhadap konten yang dibuat, apakah konten tersebut sudah berhasil menarik perhatian *audiens* atau belum. Hal ini dilakukan agar dapat mengavaluasi apakah strategi komunikasi mereka berhasil mencapai tujuan yang diinginkan. Data dari pengukuran reaksi *audiens* membantu PT PLN UID S2JB memahami konten mana yang paling menarik dan bermanfaat bagi *audiens*. Pramida Tridiana mengatakan, bahwa :

“Pengukuran kampanye itu bisa dilihat dari respon orang dalam instagram ataupun tingkat insight dari media sosial. Di PLN juga kita itu setiap harinya ada yang namanya Cyber Patrol di media massa. Jadi salah satu cara mengukur efektivitasnya melihat likes dan komennya.”

Melalui interaksi pelanggan, PT PLN UID S2JB dapat memahami bagaimana pelanggan merespons informasi yang diberikan. Ini sangat penting untuk menyesuaikan pesan dan pendekatan komunikasi agar lebih sesuai dengan kebutuhan dan harapan pelanggan.

Pengukuran ini menjadi suatu bentuk upaya memastikan komunikasi yang terjalin tidak hanya mencapai audiens yang tepat tetapi juga memberikan dampak positif yang diinginkan.

Ini berarti media sosial memiliki peran yang begitu besar dalam meningkatkan kesadaran tentang pentingnya edukasi kelistrikan. Jangkauannya yang luas dan adanya konten edukasi yang mudah dipahami oleh masyarakat menjadi sebuah wadah yang cocok untuk kampanye edukasi yang dibuat dengan kreatif dan menarik. Media sosial adalah alat yang ampuh untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya edukasi kelistrikan, tetapi perlu adanya keseimbangan dengan literasi digital yang baik. Selain untuk masyarakat, edukasi kelistrikan oleh PT PLN UID S2JB juga sangatlah penting bagi citra perusahaan itu sendiri. Pramita Tridiana menjelaskan, bahwa :

“Konten edukasi kelistrikan sangat berpengaruh sekali bagi citra PLN. Sekali lagi yang paling ditekankan di PLN adalah tentang bahaya kelistrikan nah itu dari mulai januari sampai dengan sekarang itu tidak henti-hentinya kita selalu menyampaikan konten tentang edukasi kelistrikan baik di media sosial ataupun media online. Karena orang-orang tidak aware akan bahaya kelistrikan, padahal itu sangat-sangat dekat sekali dengan kita. Makanya aktif kalau seputar media sosial biasanya jaga jarak beberapa meter dari listrik, membangun harus jauh dari kabel jaringan. Terus kami woro-woro tentang masyarakat agar aware terhadap pohon yang menyentuh jaringan listrik. Jadi konten sangat berpengaruh.”

Namun Pramita Tridiana juga menambahkan bahwa penggunaan dari media sosial sebagai wadah edukasi juga memiliki kekurangan dan tantangan,

“kadang-kadang tantangannya adalah dari sisi masyarakat misalnya jika ada satu kasus komennya tu langsung bisa nyamber ya, karena dari komentar itu bisa meng-influence orang untuk menggiring opini. Tantangannya karena dinamika media online yang cepat sekali kita juga harus menyesuaikan juga ritmenya. Jadi ketika ada satu kasus kita harus memitigasi agar tidak terjadi suatu krisis, jadi kalau ada pemberitaan yang terjaring oleh cyber patrol tiap hari ataupun yang nyampe ke kita informasinya semakin cepat semakin bagus, semakin cepat juga kami meresponnya.”

Edukasi kelistrikan melalui media sosial memiliki potensial yang sangat besar, namun juga tantangan yang dihadapi juga tidak main-main. Contoh kasus yang pernah terjadi adalah pada saat peristiwa Blackout yang mengakibatkan matinya listrik hampir diseluruh wilayah Sumatera Selatan. Pada saat itu akun instagram milik PT PLN S2JB diserang masyarakat dengan komentar-komentar pedas yang dapat menggiring opini buruk mengenai performa kerja PT PLN UID S2JB. Selain itu ada beberapa tantangan lainnya yang harus dihadapi oleh PT PLN UID S2JB dalam menjaga relevansi konten edukasi ditengah dinamika pengguna media sosial, seperti persaingan konten yang ketat, perilaku pengguna yang dinamis, perubahan algoritma media sosial, misinformasi dan hoaks.

Untuk mengatasi hambatan-hambatan tersebut PT PLN UID S2JB menyesuaikan konten sesuai dengan tren dan minat masyarakat, membuat konten yang informatif dan menarik serta meningkatkan interaksi dengan pelanggan melalui kuis yang di unggah di cerita instagram dan hal ini akan meningkatkan perhatian masyarakat untuk mengikuti dan memantau akun instagram milik PT PLN UID S2JB.

Dari pemanfaatan media sosial dalam edukasi kelistrikan yang dilakukan oleh PT PLN UID S2JB perlu dilihat juga *feedback* atau dampak yang ditimbulkan dari konten-konten yang telah di unggah tersebut. Melalui edukasi kelistrikan yang telah dilakukan secara rutin ada beberapa perubahan perilaku pada masyarakat yang meliputi, peningkatan kesadaran masyarakat tentang manfaat dan bahaya listrik dengan begitu kecelakaan yang disebabkan oleh tidaktahuan tentang listrik akan berkurang, adanya peningkatan partisipasi masyarakat dalam kegiatan edukasi, seperti program “Jaga Kamu”, kemudian yang terakhir adalah edukasi berkelanjutan yang dilakukan oleh masyarakat kepada orang lain. Setelah adanya indikasi perubahan perilaku edukasi kelistrikan yang telah dilakukan di media sosial telah berkontribusi pada peningkatan keselamatan yang meliputi, penurunan insiden kecelakaan, peningkatan kepatuhan terhadap aturan keselamatan kelistrikan dan kesadaran akan bahaya listrik.

Berdasarkan dengan hasil uraian diatas PT PLN UID S2JB telah memanfaatkan berbagai aplikasi media sosial seperti, Instagram, Twitter/X, Facebook, dan YouTube untuk memberikan

edukasi kepada masyarakat terkait dengan kelistrikan yang memungkinkan untuk PT PLN UID S2JB dapat menentukan sendiri topik apakah yang dianggap penting dan perlu diketahui oleh publik, seperti pentingnya untuk tahu mengenai bahaya kelistrikan, cara penghematan energi ataupun program-program terbaru PT PLN UID S2JB. Melalui konten yang dibuat kreatif dan menarik, PLN dapat dengan mudah meningkatkan kesadaran masyarakat tentang aspek-aspek kelistrikan. Hadirnya media sosial PT PLN UID S2JB dapat berinteraksi langsung dengan pelanggan, menjawab keluhan dan menerima masukan. Selain itu PT PLN UID S2JB dapat menyampaikan informasi dengan cepat kepada pelanggan mengenai pemadaman listrik, gangguan, atau program promosi.

Temuan ini sejalan dengan teori agenda setting yang mendeskripsikan bagaimana media massa dapat mempersuasi publik dengan menentukan isu-isu apa yang dianggap penting yang dalam konteks ini adalah edukasi kelistrikan yang kemudian akan dianggap penting oleh publik karena hal tersebut secara terus-menerus dibicarakan. Sebagai perusahaan listrik negara, PT PLN UID S2JB berperan sebagai pengatur agenda yang menentukan isu-isu apa yang akan menjadi perhatian publik, misalnya isu tersengat listrik. Melalui media sosial, PLN membuat konten mengenai hal-hal bahaya yang mengakibatkan sengatan listrik hal ini termasuk kontrol narasi dan informasi kepada masyarakat.

Konten yang dibagikan di media sosial tersebut akan membentuk pandangan publik tentang bahaya kelistrikan secara bertahap dan hal ini akan membentuk citra baik PT PLN UID S2JB di mata masyarakat. Dengan konsisten menyampaikan pesan-pesan tertentu, PT PLN UID S2JB dapat membentuk persepsi publik terhadap isu-isu kelistrikan, terutama mengenai edukasi kelistrikan. Misalnya jika PLN sering membuat konten mengenai bahaya kelistrikan yang kurang disadari masyarakat maka masyarakat akan lebih waspada dan akan adanya perubahan perilaku.

Teori Agenda Setting memberikan suatu struktur kerja untuk memahami bagaimana pemanfaatan media sosial oleh PT PLN UID S2JB dapat mempersuasi pandangan dan perilaku masyarakat terkait kelistrikan. Dengan memanfaatkan media sosial secara efektif, PT PLN UID S2JB dapat menjadi sumber informasi terpercaya dan membantu pembentukan opini positif tentang perusahaan dan sektor kelistrikan secara menyeluruh.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan pada uraian sebelumnya, PT PLN UID S2JB sebagai perusahaan penyedia listrik di wilayah Sumatera Selatan, Jambi dan Bengkulu telah berhasil memanfaatkan media sosial sebagai wadah edukasi kelistrikan dengan memanfaatkan fitur-fitur di media sosial terutama Instagram sebagai media sosial yang paling dominan digunakan. Pengamatan pada media sosial PT PLN UID S2JB menunjukkan keberhasilan dalam menjaga relevansi dan diversifikasi konten. Dimana PT PLN UID S2JB mengunggah berbagai konten seperti informasi terjadwal pemadaman listrik, tips hemat energi, hingga ke konten mengenai keselamatan listrik yang di konsep mengikuti tren-tren pasar media sosial sehingga dapat menarik perhatian masyarakat. Hal ini dibuktikan dengan adanya perubahan perilaku masyarakat dan adanya peningkatan keselamatan yang membawa kepada penurunan angka kecelakaan listrik.

Media sosial membawa kepada era dimana sebuah tanggapan cepat menjadi kunci membangun hubungan positif, penundaan dalam menanggapi komentar pelanggan dapat memberikan dampak buruk pada kualitas pengalaman pelanggan. Hal ini dapat mempengaruhi persepsi masyarakat pada tingkat keterlibatan, keterbukaan dan perhatian PT PLN UID S2JB dalam berkomunikasi dengan pelanggan. Oleh sebab itu perusahaan perlu mempertimbangkan dan meningkatkan manajemen *respons* yang baik pada semua akun media sosial. Pemberian tanggapan yang cepat akan memberikan dampak positif terhadap komunikasi yang efektif dan membangun hubungan lebih dekat dengan masyarakat. Dengan mengetahui adanya kelemahan tersebut, PT PLN UID S2JB dapat memilih langkah yang tepat untuk meningkatkan manajemen *respons* di media sosial agar terciptanya pengalaman yang lebih positif bagi pelanggan dan membangun citra positif.

DAFTAR PUSTAKA

- Agnes Z. Yonatan. (2023). *Menilik Pengguna Sosial Indonesia 2017-2026*. GoodStats. <https://data.goodstats.id/statistic/menilik-pengguna-media-sosial-indonesia-2017-2026-xUAlp>
- Andriani, F. A. (2023). *Public Relations PT PLN Wilayah Sumatera Selatan, Jambi dan Bengkulu (S2JB) Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan Melalui Media Sosial Instagram*.
- Arifin, M. S., Yulianti, F., Islam, U., Muhammad, K., & Banjarmasin, A. A. (n.d.). *Analisi Penggunaan Media Sosial Instagram Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran Untuk Meningkatkan Minat Pelanggan Pada PT PLN (PERSERO) UP2D KALSELTENG di Banjarbaru*. 1–5.
- Cara Tim K3 PLN UID S2JB Edukasi Masyarakat Soal Keselamatan Kelistrikan, Hingga Bahaya Listrik*. (n.d.). Sripoku.Com. Retrieved September 8, 2024, from <https://palembang.tribunnews.com/2024/08/28/cara-tim-k3-pln-uid-s2jb-edukasi-masyarakat-soal-keselamatan-kelistrikan-hingga-bahaya-listrik>
- Fauzi, A. A., Harto, B., Mulyanto, Dulame, M., & Pramuditha, P. (2023). *Pemanfaatan Teknologi Informasi Di berbagai Sektor Pada Masa Society 5.0*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia (Issue January).
- Grashinta, A. (2023). *Metode Penelitian Kualitatif (Teori & Panduan Praktis Analisis Data Kualitatif)* (Issue May 2024).
- Hardani. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif* (Husnu Abadi (Ed.)). Pustaka Ilmu.
- Maria Alexandra Fedho. (2022). *PLN: Medsos Menjadi Salah Satu Pilihan Utama Untuk Sarana Komunikasi*. The Iconomics. <https://www.theiconomics.com/accelerated-growth/pln-medsos-menjadi-salah-satu-pilihan-utama-untuk-sarana-komunikasi/>
- Muhammad Akram. (2020). *Edukasi Kelistrikan Pada Masyarakat Melalui Media Sosial Instagram Oleh HUmAs PT PLN (Persero) Unit Induk Wilayah Riau dan Kepulauan Riau*. 19(5), 1–23.
- PLN UID S2JB Rutin Gelar Edukasi Kelistrikan kepada Pelajar Hingga Lahirkan Narasumber Listrik Cilik*. (n.d.). Sripoku.Com.
- Rijal habibulloh. (2023). *Makalah Listrik | Kelistrikan*. Rijal's Blog. <https://www.rijalhabibulloh.com/2014/11/makalah-tentang-listrik-ipa-fisika.html?m=1>
- Salsabila, T. A., & Wibawa, A. P. (2023). *Peran dan Pemanfaatan Media Sosial di Era Society 5.0*. 2(9), 416–421. <https://doi.org/10.17977/um068v1i92022p416-421>
- Sari, N., & Kusuma, Y. B. (2024). *Efektivitas Penggunaan Media Sosial Instagram Sebagai Alat Komunikasi Informasi Publik PT PLN*. 6(1), 1–5.
- Syofiadi, R. (2023). *Transformasi Digital PLN Perkuat Komunikasi Publik dan Peningkatan Pelayanan Pelanggan*. PT. PLN. <https://web.pln.co.id/cms/media/siaran-pers/2023/09/transformasi-digital-pln-perkuat-komunikasi-publik-dan-peningkatan-pelayanan-pelanggan/>