BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini peneliti akan menguraikan data dan hasil penelitian tentang permasalahan yang telah dirumuskan pada Bab l, yaitu Peranan Petugas Klinik Hemat Energi Dalam Memberikan Informasi "Hemat Listrik" Kepada pelanggan PT. PLN (Persero) Unit Pelayanan Jaringan Bandung Utara.

Hasil penelitian ini diperoleh dengan teknik wawancara yang mendalam dengan narasumber sebagai bentuk pencarian data dan dokumentasi langsung dilapangan yang kemudian peneliti analisis.

Analisis ini sendiri lebih terfokus pada petugas klinik hemat energi, yang dikaitkan kepada beberapa unsur atau identifikasi masalah, dari sini dapat terlihat bagaimanakah peranan petugas klinik hemat energi dalam memberikan informasi hemat listrik kepada pelanggan PT. PLN (Persero) Unit Pelayanan Jaringan Bandung Utara.

Petugas memiliki peranan penting dalam memberikan informasi hemat listrik ini agar pelanggan yang tadinya tidak tahu menjadi tahu pentingnya menerapkan hemat listrik dalam kehidupan sehari-hari.

Agar peneliti ini lebih objektif dan akurat, peneliti mencari informasi-informasi tambahan dengan melakukan wawancara mendalam dengan informan untuk melihat langsung bagaimanakah peranan petugas klinik hemat energi dalam memberikan informasi hemat listrik kepada pelanggan PT. PLN (Persero) Unit Pelayanan Jaringan Bandung Utara.

Peneliti ini juga menggunakan penelitian kualitatif untuk melihat kondisi alami dari suatu fenomena. Pendekatan ini bertujuan memperoleh pemahaman dan menggambarkan realitas yang kompleks (Nasution, 1992 : 3).

Penelitian kualitatif merupakan prosedur penelitian yang menghasilkan data-data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan didasari oleh orang atau prilaku yang diamati. Pendekatannya diarahkan pada latar dan individu secara holistik (utuh). Jadi, tidak dilakukan proses isolasi pada objek penelitian kedalam variabel atau hipotesis. Tetapi memandangnya sebagai bagian dari suatu keutuhan.

Untuk tahap analisis, yang dilakukan oleh peneliti adalah membuat daftar pertanyaan untuk wawancara, pengumpulan data, dan analisis data yang dilakukan sendiri oleh peneliti. Untuk dapat mengetahui sejauhmana informasi yang diberikan oleh Petugas, peneliti menggunakan beberapa tahap.

1. Pertama menyusun draf pertanyaan wawancara berdasarkan dari unsur-unsur kredibilitas yang akan ditanyakan pada narasumber atau informan.
2. Kedua, melakukan wawancara dengan petugas klinik hemat energi yang bertanggung jawab memberikan informasi hemat listrik kepada pelanggan PT. PLN (Persero) Unit Pelayanan Jaringan Bandung Utara.
3. Ketiga melakukan dokumentasi langsung dilapangan untuk melengkapi data-data yang berhubungan dengan penelitian
4. Keempat, memindahkan data penelitian yang berbentuk daftar dari semua pertanyaan yang diajukan kepada narasumber atau informan.
5. Kelima, menganalisis hasil data wawancara yang telah dilakukan.

4.1 Analisis Deskriptif Data Informan

1. Cristilly Mulyatin

Gambar 4.1

Informan Ibu Cristilly Mulyatin



Sumber : Dokumentasi Peneliti, 2010

Ibu Cristilly Mulyatin lahir di Bandung 26 Agustus 1962, informan ini menjabat sebagai Supervisor Pelayanan Pelanggan di PT. PLN (Persero) Unit Pelayanan Bandung Utara. Ia bertanggungjawab atas penyelenggaraan pelayanan kepada pelanggan melalui pengembangan inovasi system pelayanan, peningkatan pemasaran, untuk meningkatkan pendapatan dalam rangka pencapaian target kinerja perusahaan dan kepuasan pelanggan.

Karena dinilai memiliki potensi yang cukup besar dalam membina para staff untuk menciptakan hubungan baik dengan pelanggan maka Ia diberikan tugas untuk menjadi Supervisor Pelayanan Pelanggan.

Berdasarkan pengalaman yang didapat, Ia sangat mengerti dan tahu bagaimana cara menjalin komunikasi yang baik kepada pelanggan, bagaimana bersikap, menanggapi segala keluhan-keluhan pelanggan dan menyelesaikan permasalahan dengan baik.

2. Endah Alwati

Gambar 4.2

Informan Ibu Endah Alwati



Sumber : Dokumentasi Peneliti, 2010

Ibu Endah Alwati lahir di Bandung 12 Agustus 1967. Informan ini menjabat sebagai Petugas klinik hemat energi PT. PLN (Persero) Unit Pelayanan Jaringan Bandung Utara. Ia bertanggung jawab dalam memberikan informasi kelistrikkan kepada pelanggan seperti memberikan tips dan trik hemat listrik, mengatasi masalah dan keluhan boros listrik yang disampaikan pelanggan untuk dapat diselesaikan dengan baik.

Karena dinilai memiliki cara berkomunikasi yang baik kepada pelanggannya maka Ia ditugaskan untuk menjadi Petugas klinik hemat energi.

Berdasarkan pengalaman yang diperolehnya, Ia sangat mengerti dan tahu bagaimana cara menjalin komunikasi yang baik kepada pelanggan, bagaimana bersikap, menanggapi segala keluhan-keluhan pelanggan dan menyelesaikan permasalahan dengan baik.

4.2 Analisis Deskriptif Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil wawancara dengan narasumber atau informan, maka peneliti dapat menganalis tentang Peranan Petugas Klinik Hemat Energi Dalam Memberikan Informasi "Hemat Listrik" Kepada pelanggan PT. PLN (Persero) Unit Pelayanan Jaringan Bandung Utara, yang meliputi :

4.2.1 Kegiatan Yang Dilakukan Petugas Klinik Hemat Energi Dalam Memberikan Informasi "Hemat Listrik" Kepada Pelanggan

Kegiatan yang dilakukan di klinik hemat energi merupakan kegiatan tatap muka yang termasuk ke dalam komunikasi antarpersona, yaitu suatu proses pertukaran makna antara orang-orang yang saling berkomunikasi. Maksud dari proses ini, yaitu mengacu pada perubahan dan tindakan (*action*) yang berlangsung terus-menerus. Maksud dari pertukaran, yaitu tindakan menyampaikan dan menerima pesan secara timbal balik. Sedangkan makna, yaitu sesuatu yang dipertukarkan dalam

proses tersebut, adalah kesamaan pemahaman di antara orang-orang yang berkomunikasi terhadap pesan-pesan yang digunakan dalam proses komunikasi.

Konsultasi langsung pada klinik hemat energi atau kadang-kadang disebut juga *counselor centered approach* yakni konseling yang pendekatannya terpusat pada konselor. Yang menjadi konselor dalam klinik ini ialah Petugas klinik hemat energi. Dalam teknik konseling seperti ini aktivitas utama terletak pada petugas. Pertama-tama petugas berusaha agar terjadi hubungan yang akrab sehingga pelanggan (konseli) menaruh kepercayaan kepadanya. Selanjutnya petugas klinik mengajukan pertanyaan-pertanyaan dalam rangka mengumpulkan informasi. Informasi yang diperolehnya itu berusaha memahami masalah yang memberati pelanggan.

Untuk mengetahui diagnosis yang tepat, Petugas harus memahami fakta yang berhubungan dengan masalah itu. Jika pelanggan mengemukakan kesulitannya, petugas harus merasa pasti bahwa itulah masalah yang dihadapi oleh pelanggan, yang menyebabkan ia mengeluh. Petugas harus mengerti benar-benar mengenai informasi yang diperolehnya itu sehingga ia dapat melakukan interpretasi. Bila ia mengerti dan dapat melakukan interpretasi, ia akan dapat memberikan nasihat dan sugesti kepada pelanggan. Syarat sugesti ialah kepercayaan. Pelanggan akan terkena sugesti jika ia menaruh kepercayaan kepada petugas, jika

petugas mempunyai kelebihan pengalaman dan pengetahuan daripada pelanggan, dan bila tingkah laku petugas tidak tercela.

Menurut informan Ibu Endah Alwati yang diwawancarai pada tanggal 16 Juni 2010 mengatakan bahwa :

> "Kegiatan yang sering dilakukan petugas klinik hemat energi dalam memberikan informasi "hemat listrik" kepada pelanggan adalah menjelaskan tips dan trik hemat listrik seperti yang tertera pada brosur, cara-cara penghematan peralatan listrik yang biasa digunakan dirumah tangga".

Hal yang sama juga dikatakan oleh Ibu Cristilly Mulyatin yang diwawancarai pada tanggal 21 Juni 2010 mengatakan bahwa :

> "Hal yang sering dilakukan petugas klinik hemat energi dalam memberikan informasi hemat listrik adalah menerangkan seputar tips dan trik hemat listrik kepada pelanggan seperti yang terdapat pada brosur hemat listrik".

Berdasarkan hasil wawancara tersebut maka dapat dikatakan bahwa dalam memberikan informasi hemat listrik kepada pelanggan, petugas klinik biasanya menjelaskan apa itu hemat listrik, kemudian menerangkan bagaimana cara menghemat listrik dengan baik dan benar dengan menjelaskan tips dan trik hemat listrik di rumah tangga. Cara penggunaan alat-alat kelistrikkan perlu diinformasikan kepada pelanggan agar pelanggan dapat menghemat pemakaian listrik setiap bulan. Berikut tips dan trik hemat listrik yang diterangkan dalam klinik hemat energi :

a. Tape Recorder, Radio, Televisi dan Alat Elektronik Lainnya

- Matikan televisi, radio dan tape recorder serta peralatan audio visual lainnya bila tidak dilihat atau tidak didengarkan
- Pastikan televisi, radio dan tape recorder benar-benar sudah dimatikan dari powernya, bukan dari sleep timer. Sebab penggunaan sleep timer tidak memutuskan aliran listrik.
- Atur volume suara sesuai kebutuhan. Karena semakin keras suara televisi akan memakan watt makin tinggi.

b. Lampu Penerangan

- Gunakan lampu hemat energi (LHE)
- Matikan lampu jika tidak digunakan.
- Gunakan ballast elektronik dan pasang kondensator untuk jenis lampu TL (neon).
- Nyalakan lampu teras dan halaman rumah pada saat sudah benar-benar gelap dan segera matikan saat hari mulai terang.
- Bersihkan lampu dan rumah lampu dari debu yang dapat mengurangi tingkat penerangan.

c. Pompa Air

- Gunakan tangki penampungan air dan menyalakan pompa air hanya bila air didalam tangki hamper habis.
- Akan lebih baik bika menggunakan system control otomatis atau pelampung pemutus arus secara otomatis yang akan memutus aliran listrik ke pompa air di tangki sudah penuh.

Semakin sering pompa air “hidup mati” maka akan semakin besar listrik yang dipakai.

d. Seterika Listrik

- Pilihlah seterika listrik yang menggunakan system pengatur panas otomatis.
- Pada saat menyetrika, aturlah tingkat panas yang diperlukan sesuai dengan bahan pakaian yang akan diseterika.
- Biasakan menyetrika sekaligus dan hindari bolak-balik mencabut serta mencolokkan kembali setrikaan ke sumber listrik.
- Bersihkan bagian bawah setrikaan dari kerak yang akan menghambat panas.
- Segera matikan setrikaan sesudah selesai digunakan atau ila akan ditinggalkan untuk mengerjakan yang lain.

e. Lemari Es / Kulkas

- Lemari es yang berumur tua (lebih dari 10 tahun) akan menurun efisiensi kerjanya sehingga boros listrik.
- Pilihlah lemari es dengan kapasitas yang sesuai.
- Pastikan pintu lemari es selalu tertutup rapat.
- Jangan mengisi lemari es yang melebihi kapasitasnya, isilah lemari es secukupnya.
- Hindari memasukkan makanan atau minuman yang masih panas ke dalam lemari es.

- Atur suhu pendingin lemari es dalam posisi normal, karena semakin rendah suhu pendingin maka akan memboroskan listrik.
- Jauhkan kulkas dari sumber panas.

f. Dispenser

- Matikan listrik dispenser bila tidak akan digunakan
- Hanya pakai air panas dan matikan system air dingin. Gunakan air dingin hanya dari kulkas karena pemakaian kulkas akan lebih efisien.
- Jika anda memiliki pemanas air elektrik, gunakan pemanas tersebut untuk memanaskan air karna lebih efisien dan dispenser bisa dimatikan.
- Sedapat mungkin menggunakan dispenser air yang tidak memerlukan listrik.

g. Magicjar

- Apabila memungkinkan hindari penggunaan magicjar. Walau hanya sekitar 50 watt, pengguna magic jar nyaris tak pernah mematikan alat pemanas ini.
- Masaklah nasi menggunakan kompor gas. Bila memang ingin keprakrisan gunakn saja rice cooker dan atur jadwal memasak dan jadwal bersantap keluarga.
- Jika terpaksa harus menggunakan magicjar, hindari memanaskan nasi yang tinggal sedikit dalam waktu yang

lama. Nasi yang tinggal sedikit sebaiknya dikeluarkan dari magicjar.

h. Komputer

- Matikan layar monitor ketika istirahat
- Hindari penggunaan screen saver, karena akan membuat setting layar monitor selalu aktif
- Gunakan wall paper warna hitam/ gelap
- Atur power setting agar off secara otomatis
- Matikan komputer (CPU) bila tidak digunakan dalam waktu lama

i. Water Heater

- Setting temperature maksimal 120° C, pada suhu tersebut air telah mendidih, bebas bakteri dan steril.
- Pastikan isolasi pemanas tidak bocor, isolasi akan mencegah panas heater terbuang percuma di udara.
- Bersihkan secara berkala endapan dalam tabung dengan mengalirkan air.
- Endapan ini akan memboroskan pemakaian listrik.

j. Mesin Cuci

- Gunakan mesin cuci sesuai kapasitas maksimalnya dan hindari mencuci pakaian dengan mesin cuci sepotong-sepotong

- Sebaiknya fasilitas pengering digunakan jika mendesak karena fasilitas ini memboroskan energy listrik. Gunakan sinar matahari sebagai pengering alami.

k. Pendingin Udara / AC

- Pilih daya PK yang sesuai dengan kebutuhan. Hitung luas ruang dan tanyakan ke took jumlah PK yang diperlukan. Perhatikan EER (Eficiency energy ratio) pilih AC dengan watt kecil yang memiliki daya PK yang lebih besar.
- Tutup pintu dan jendela jika AC sedang digunakan
- Atur suhu dalam temperature normal, semakin dingin semakin boros konsumsi listrik.
- Matikan AC bila ruangan tidak digunakan dalam waktu lama.
- Bersihkan AC secara berkala.

l. Bangunan Rumah / Gedung

- Permudah sinar matahari dan udara segar masuk ke rumah atau gedung dengan membuka jendela dan ventilasi untuk mengurangi lampu dan pendingin ruangan di siang hari.
- Tanam pepohonan sebagai pelindung panas dan penyejuk udara
- Bentuk plafon ruangan yang tinggi untuk mempermudah sirkulasi udara
- Buat cat dinding dengan warna yang cerah dan terang.

Berdasarkan penjelasan tips dan trik hemat listrik yang diberikan oleh petugas klinik hemat energi maka pelanggan yang tadinya mengeluh dengan pengeluaran rutin tiap bulannya kini dapat mengerti penyebab tunggakan yang terjadi, dan untuk selanjutnya dapat menerapkan tips dan trik hemat listrik tersebut di kehidupan sehari-hari.

Jumlah frekuensi pertemuan tatap muka antara petugas klinik dengan pelanggan tidak diatur sedemikian rupa oleh petugas, Informan Ibu Endah Alwati mengatakan :

> "Setiap hari pada hari dan jam kerja yaitu dari hari senin s/d jumat dari pukul 08.00-16.00 WIB". (Endah, 16 Juni 2010)

Kemudian informan Ibu Cristilly Mulyatin mengatakan bahwa :

> "Setiap hari biasanya petugas melakukan percakapan tatap muka dengan pelanggan diklinik hemat energi listrik dengan jumlah yang tidak ditentukan setiap harinya". (Cristilly, 21 Juni 2010)

Berdasarkan jawaban wawancara tersebut dapat dikatakan Tidak adanya ketetapan yang mengharuskan berapa kali pertemuan atau berapa jumlah pelanggan yang ditetapkan dalam sehari ataupun seminggu. Karena disini pelangganlah yang datang ke klinik hemat energi untuk berkonsultasi menanyakan informasi seputar masalah kelistrikkan. Jadi, pada setiap hari waktu kerja dari senin hingga jumat dalam seminggu, klinik hemat energi selalu didatangi pelanggan yang ingin berkonsultasi. Petugas pun tidak membatasi jumlah pelanggan yang datang dalam sehari,

selama pelanggan tersebut berkunjung ke klinik hemat energi maka petugas klinik akan senatiasa melayani dan menerimanya dengan baik.

Frekuensi waktu yang digunakan petugas dalam melakukan percakapan tatap muka dengan pelanggan tidak dibatasi. Ibu Endah Alwati menjawab frekuensi waktu yang digunakan dalam melakukan konsultasi dengan pelanggan adalah :

> "Waktu yang dipergunakan tidak menentu sampai pelanggan merasa puas dengan informasi yang diberikan oleh petugas". (Endah, 16 Juni 2010)

Kemudian Ibu Cristilly Mulyatin pun menjawab pertanyaan yang sama berapa lama frekuensi waktu yang dipergunakan dalam melakukan setiap percakapan secara tatap muka dengan pelanggan dan mengatakan bahwa :

> "Frekuensi waktu yang dipergunakan dalam melakukan percakapan secara tatap muka dengan pelanggan tidak ditetapkan, biasanya ± 20 menit". (Cristilly, 21 Juni 2010)

Frekuensi waktu yang digunakan tergantung dari informasi yang ingin diketahui oleh pelanggan, seperti kiat hemat listrik dan bagaimana cara menanggulangi masalah yang dihadapi pelanggan yaitu, menanggulangi boros listrik. Petugas akan terus melayani konsultasi hingga pelanggan tersebut mengerti dan puas akan jawaban-jawaban dari petugas seputar masalah kelistrikkan yang dihadapi oleh pelanggan.

Selain didalam klinik hemat energi, kegiatan hemat listrik ini juga dilakukan diluar dari klinik yaitu melakukan kampanye hemat listrik ke masyarakat luas. Kampanye ini dilakukan pada waktu tertentu ke daerah-daerah atau di pusat perbelanjaan seperti mall yang berada di wilayah kota bandung. Informan Endah Alwati menjawab pertanyaan selain kegiatan di dalam klinik, apakah ada kegiatan hemat listrik yang dilakukan diluar klinik dengan jawaban :

> "Ada, selain klinik hemat energi ini kita juga melakukan kegiatan kampanye hemat listrik kepada masyarakat luas yang dilakukan pada waktu tertentu ke daerah-daerah atau ke pusat perbelanjaan seperti mall yang ada dikota bandung". (Endah, 16 Juni 2010)

Informan Ibu Cristilly Mulyatin berpendapat bahwa :

> "Kegiatan yang dilakukan diluar klinik yaitu kegiatan kampanye kepada masyarakat luas, seperti pada bulan Februari 2010 di Mall Paris Van Java (PVJ) dan November 2009 di Mall Bandung Elektronik Center (BEC)". (Cristilly, 21 Juni 2010)

Kegiatan memberikan informasi hemat listrik ini telah berjalan dengan baik berkat kerjasama yang terjalin antara perusahaan dengan pelanggan. Ibu Endah Alwati selaku Petugas Klinik Hemat Energi mengatakan bahwa :

> "Kegiatan memberikan informasi ini telah berjalan dengan baik dan pelanggan sangat antusias dalam menerima informasi hemat listrik ini". (Endah, 16 Juni 2010)

Pertanyaan yang sama juga dijawab oleh Ibu Cristilly Mulyatin yaitu apakah kegiatan memberikan informasi hemat listrik ini telah berjalan dengan baik dengan jawaban :

> "Iya, meskipun dengan segala keterbatasan yang dimiliki perusahaan, kegiatan memberikan informasi hemat listrik ini telah berjalan dengan baik". (Cristilly, 21 Juni 2010)

Keefektifan hubungan antarpersona adalah taraf seberapa jauh akibat-akibat dari tingkah laku kita sesuai dengan yang kita harapkan. Keefektifan dalam hubungan antarpersona ditentukan oleh kemampuan untuk mengkomunikasikan secara jelas apa yang ingin disampaikan, menciptakan kesan yang diinginkan / mempengaruhi untuk orang lain sesuai dengan kehendak kita. Keefektifan dari komunikasi antarpersona terjadi apabila tujuan untuk mengubah pendapat, sikap dan tingkah laku komunikan dapat tercapai. Dalam proses komunikasi antar persona tentunya ada umpan balik.

Hal-hal yang dapat membantu menciptakan komunikasi antar persona yang efektif :

a. Menerima kehadiran orang lain sebagaimana adanya, meskipun suka atau tidak. Dengan pertimbangan bahwa kita tidak dapat

merubah nilai, tujuan, pendapat, dan perasaannya pada saat itu juga.

b. Harapkan dan undang orang lain untuk mengekspresikan perasaannya, tujuannya, nilai-nilainya, keraguannya dll.
c. Ekspresikan reaksi sendiri dalam sikap dan tingkah laku
d. Menjaga hubungan perasaan masing-masing dan buatlah komunikasi itu hanya berdasarkan atas rasa berkawan dan keramahan.
e. Jangan menilai secara kritis (jangan mengkritik) pandangan orang lain yang berbeda dan bertentangan dengan pandangan kita
f. Pandanglah secara keseluruhan sebagai suatu proses bersama untuk mencapai tingkat kebijaksanaan yang lebih tinggi dan mandiri.

Pada pelaksanaannya dengan segala keterbatasan yang dimiliki perusahaan baik berupa sumber daya manusia maupun peralatan yang digunakan, kegiatan memberikan informasi hemat listrik ini telah berjalan dengan baik sesuai dengan yang diharapkan PLN saat ini. Hal ini dapat dilihat dari antusiasnya pelanggan dalam berkonsultasi hemat listrik diklinik hemat energi. Banyaknya pelanggan yang datang membuktikan bahwa pelanggan tersebut peduli akan kelangsungan sumber energi dan peduli listrik untuk hari ini dan esok yang lebih baik. Selama ini petugas klinik hemat energi dengan pelanggan dapat menciptakan hubungan kerja

sama yang baik sehingga proses kegiatan menyampaikan informasi hemat listrik diklinik hemat energi dapat berjalan lancar.

4.2.2 Pesan Yang Disampaikan Petugas Klinik Hemat Energi Dalam Memberikan Informasi "Hemat Listrik" Kepada Pelanggan PT. PLN (Persero) Unit Pelayanan Jaringan Bandung Utara

Sifat pesan yang disampaikan oleh petugas klinik hemat energi kepada pelanggannya adalah bersifat informatif. Karena pesan yang disampaikan petugas berisi penjelasan tentang informasi-informasi seputar masalah kelistrikkan yang apabila disampaikan kepada pelanggan akan menambah pengetahuannya. Sehingga pelanggan akan terbujuk sendirinya untuk melaksanakan kiat-kiat hemat energi tersebut.

Informan Ibu Endah Alwati berpendapat bahwa :

> "Sifat dari pesan hemat listrik ini ialah informatif, karena memberikan penjelasan-penjelasan atau informasi hemat listrik kepada pelanggan". (Endah, 16 Juni 2010)

Kemudian informan Ibu Cristilly Mulyatin pun berpendapat bahwa :

> "Sifat dari pesan hemat listrik ini ialah informatif yaitu memberikan informasi-informasi kelistrikkan kepada pelanggan".(Cristilly, 21 Juni 2010)

Komunikasi informatif merupakan jenis komunikasi yang bertujuan memberikan informasi atau penjelasan. Isi informasi itu sendiri bisa bersifat pemaparan pandangan seperti, penjelasan mengenai hemat listrik. Ada tiga

hal yang harus diperhatikan agar komunikasi informatif ini dapat berhasil yaitu:

a. Menarik perhatian
b. Mengusahakan agar komunikan bersedia menerima isi pesan
c. Komunikan bersedia menyimpan isi pesan.

Supaya komunikasi sesuai dengan yang diharapkan, maka materi pesan hemat listrik harus jelas terutama dari segi bahasanya, agar terdapat kesamaan persepsi, kesamaan arti sehingga memudahkan terjadinya proses komunikasi.

Hal-hal yang menarik perhatian pelanggan berdasarkan hasil wawancara dengan informan Ibu Endah Alwati adalah :

> "Hal yang menarik perhatian pelanggan dalam menerima informasi hemat listrik ini yaitu semua hal yang menyangkut tips dan trik hemat listrik". (Endah, 16 Juni 2010)

Menurut informan Ibu Cristilly Mulyatin berpendapat bahwa :

> "Hal-hal yang menarik perhatian pelanggan dalam menerima informasi hemat listrik ini ialah hal-hal mengenai bagaimana cara berhemat dan menggunakan peralatan listrik rumah tangga secara baik dan benar". (Cristilly, 21 Juni 2010)

Berdasarkan jawaban tersebut dapat dikatakan hal-hal yang menarik perhatian pelanggan yaitu tentang informasi hemat listrik tersebut. Bagaimana cara menghemat pemakaian listrik di rumah tangga, mulai dari tips dan trik hemat listrik seperti yang telah dijelaskan diatas, serta

bagaimana penggunaan alat-alat elektronik yang baik dan benar. Misalnya pelanggan lebih baik menggunakan peralatan elektronik yang memiliki daya watt kecil. Memilih peralatan elektronik yang berdaya watt kecil bukan berarti mengurangi mutu produk karena saat ini banyak peralatan elektronik yang telah dirancang khusus untuk menghasilkan hemat energi listrik serta kualitas produk yang berdaya saing tinggi dengan produk lainnya. Jadi, dibutuhkan kejelian pelanggan untuk pintar memilih dan menggunakan peralatan elektronik sehingga tidak mengakibatkan boros listrik dan tunggakan disetiap bulannya.

Informasi yang disampaikan oleh petugas klinik hemat energi penting untuk disimak pelanggan. Menyimak adalah suatu proses kegiatan menyimak lambang-lambang lisan dengan penuh perhatian, pemahaman, apresiasi, serta interprestasi untuk memperoleh informasi, menangkap isi atau pesan serta memahami makna komunikasi yang telah disampaikan oleh pembicara melalui ujaran atau bahasa lisan.

Dengan menyimak seseorang dapat menyerap informasi atau pengetahuan yang disimaknya. Semakin baik daya simak seseorang maka akan semakin baik pula daya serap informasi atau pengetahuan yang disimaknya. Sehingga apa yang disampaikan petugas klinik dapat diterapkan pelanggan dalam kehidupan sehari-hari.

Respon merupakan istilah yang digunakan oleh psikologi untuk menamakan reaksi terhadap rangsang yang diterima oleh panca indera. Respon biasanya diwujudkan dalam bentuk perilaku yang dimunculkan

setelah dilakukan perangsangan. Respon adalah perilaku yang muncul dikarenakan adanya rangsang dari lingkungan. Jika rangsang dan respon dipasangkan atau dikondisikan maka akan membentuk tingkah laku baru terhadap rangsang yang dikondisikan.

Ibu Endah Alwati mengatakan bahwa :

> "Selama ini respon pelanggan cukup baik dan sangat antusias dalam menerima informasi yang diberikan oleh petugas klinik". (Endah, 16 Juni 2010)

Informan Ibu Cristilly Mulyatin pun mengatakan bahwa :

> "Respon pelanggan terhadap informasi yang disampaikan petugas adalah cukup baik dan pelanggan merasa senang atas informasi yang diberikan oleh petugas karena dapat menambah pengetahuan menghemat listrik yang nantinya dapat bermanfaat bila diterapkan dalam kehidupan sehari-hari". (Cristilly, 21 Juni 2010)

Berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa hingga saat ini respon pelanggan terhadap hadirnya klinik hemat energi listrik ini adalah sangat positif. Pelanggan yang datang ke klinik hemat energi ini sangat antusias untuk memperoleh informasi hemat listrik dari petugas. Informasi hemat listrik yang disampaikan oleh petugas klinik sangat membantu pelanggan untuk lebih mengetahui budaya hidup hemat. Sehingga dengan adanya klinik ini dapat menambah pengetahuan pelanggan seputar informasi kelistrikkan dan dapat berpartisipasi dalam menjaga lingkungan khususnya menjaga kelangsungan sumber daya alam yang terbatas. Karena pengelolaan energi listrik tergantung dari persedian sumber daya alam yang ada.

Melakukan komunikasi yang efektif tidaklah mudah. Beberapa ahli menyatakan bahwa tidak ada proses komunikasi yang sebenar-benarnya efektif, karena selalu terdapat hambatan.

Hambatan yang terjadi menurut Ibu Endah Alwati adalah :

> "Hambatan yang terjadi seperti hambatan teknis, klinik tidak menyediakan berbagai peralatan listrik karena jumlahnya yang sangat banyak oleh karena itu petugas hanya memberikan penjelasan tips dan trik hemat dari brosur dalam penyampaian tatap muka dan pelanggan dapat bertanya langsung apabila ada hal yang kurang dimengerti". (Endah, 16 Juni 2010)

Karena proses penyampaian pesan di klinik ini berlangsung secara tatap muka, dialogis dan mendapatkan feedback (umpan balik) yang langsung dari pelanggan. Apabila pelanggan belum memahami atau tidak mengerti dengan informasi yang disampaikan oleh petugas, maka pelanggan diberikan kesempatan bertanya seluas-luasnya sehingga dapat mengurangi terjadinya *miss communication* atau salah persepsi diantara petugas dengan pelanggan. Hambatan lain berupa peralatan atau media cetak seperti brosur yang terbatas jumlahnya.

Adapun hambatan yang mungkin ditemui diluar dari klinik hemat energi, misalnya saat melakukan kampanye ke masyarakat luas adalah terbatasnya sumber daya manusia yang dimiliki untuk menyebarluaskan informasi hemat listrik kepada setiap pelanggan sehingga tidak langsung dapat menjangkau secara keseluruhan pelanggan PT. PLN (Persero). Hal ini juga dikatakan oleh Ibu Cristilly Mulyatin yaitu :

> "Hambatan dalam penyampaian pesan pada saat melakukan kampanye yaitu kurangnya petugas atau sumber daya manusia

> (SDM) untuk menginformasikan kepada pelanggan mengenai hal menghemat listrik ini, karena pada klinik hanya terdapat satu orang petugas. Hambatan lain berupa brosur yang disediakan dalam jumlah terbatas". (Cristilly, 21 Juni 2010)

Jika dibandingkan dengan bentuk-bentuk komunikasi lainnya, komunikasi antarpersona dinilai paling baik dalam kegiatan mengubah sikap, kepercayaan, opini, dan perilaku komunikan. Alasan yang melatarbelakanginya, yaitu komunikasi antarpersona dilakukan secara tatap muka di mana antara komunikator dan komunikan saling terjadi kontak pribadi; pribadi komunikator menyentuh pribadi komunikan, sehingga akan ada umpan balik yang seketika (bisa dalam bentuk perkataan, ekspresi wajah, ataupun gesture). Komunikasi inilah yang dianggap sebagai suatu teknik psikologis manusiawi.

Langkah yang ditempuh dalam menangani hambatan dengan menyediakan display atau alat peraga. Jika keluhan yang dihadapi oleh pelanggan tidak menemukan kesepakatan bersama atau pemecahan masalah maka petugas meminta bantuan dan kerja sama dari staff lainnya apabila memang diperlukan penjelasan dan penanganan lebih lanjut yang berhubungan dengan masalah yang dihadapi. Menurut informan Ibu Endah Alwati berpendapat bahwa :

> "Langkah yang ditempuh dengan menyediakan display atau alat peraga dan jika keluhan yang dihadapi oleh pelanggan tidak menemukan kesepakatan bersama atau pemecahan masalah maka petugas meminta bantuan dan kerja sama dari staff lainnya apabila memang diperlukan penjelasan dan penanganan lebih lanjut yang berhubungan dengan masalah yang dihadapi". (Endah, 16 Juni 2010)

Kemudian menurut informan Ibu Cristilly Mulyatin mengatakan bahwa :

> “Langkah yang ditempuh petugas dalam menangani hambatan tersebut adalah dengan meminimalisirnya dengan cara bekerja sama dengan staff lain apabila memang dibutuhkan”. (Cristilly, 21 Juni 2010)

Langkah lain yang ditempuh petugas dalam menangani hambatan yang terjadi diklinik hemat energi listrik dengan menambah pengetahuan seputar informasi kelistrikkan. Karena seorang petugas harus paham dengan informasi yang akan diberikannya. Petugas harus dapat memberikan informasi dengan benar dalam menjawab pertanyaan atau keluhan dari pelanggan.

Penanggulangan hambatan yang terjadi diluar dari pada klinik hemat energi ditempuh dengan cara meminimalisir keterbatasan sumber daya manusia yang dimiliki dengan menanamkan sikap peduli bagi setiap karyawan PT. PLN (Persero) untuk ikut mensosialisasikan atau mengenalkan pentingnya hemat energi listrik ke lingkungan sekitarnya. Pada kampanye diluar dari klinik petugas bekerja sama dengan seluruh staff termasuk atasan atau pimpinan perusahaan untuk turut membantu proses penyebaran informasi hemat listrik ini kepada pelanggan.

Selain itu, perusahaan juga menggunakan media massa baik cetak maupun elektronik untuk membantu proses penyampaian informasi hemat

listrik agar dapat tersebar luas dan cepat kepada seluruh pelanggan PT. PLN (Persero).

Bahasa yang digunakan oleh petugas dalam melakukan konsultasi hemat listrik diklinik hemat energi lebih cenderung menggunakan Bahasa Indonesia yang baik dan benar dalam setiap percakapan tatap muka yang dilakukan dengan pelanggan serta gaya bahasa yang ringan, tidak terlalu formal namun bersahabat layaknya percakapan sehari-hari. Petugas dalam melakukan konsultasi hemat listrik berusaha untuk menciptakan suasana percakapan yang bersifat santai. Hal ini dilakukan agar pelanggan dapat merasa nyaman dan terjalin hubungan yang lebih akrab. Apabila dalam berkonsultasi atau pun pada saat melakukan kampanye hemat energi ke daerah-daerah dengan mayoritas pelanggan berbahasa sunda, maka petugas pun menerangkan informasi hemat energi dengan berbahasa sunda.

4.2.3 Media Yang Digunakan Petugas Klinik Hemat Energi Dalam Memberikan Informasi "Hemat Listrik" Kepada Pelanggan PT. PLN (Persero) UPJ Bandung Utara

Media merupakan saluran atau sarana komunikasi yang sering digunakan oleh pihak perusahaan untuk menyampaikan berbagai pesan berupa informasi mengenai produk perusahaan untuk keperluan publikasi yang ditujukan pada kalangan terbatas, dimana kalangan tersebut yaitu publik eksternal terutama konsumen atau pelanggan agar dapat menciptakan opini positif kepada perusahaan.

Media yang dimaksud disini ialah alat yang digunakan untuk memindahkan pesan dan sumber kepada penerima. Terdapat beberapa pendapat mengenai saluran atau media. Ada yang menilai bahwa media bisa bermacam-macam bentuknya, misalnya dalam komunikasi antar pribadi pancaindera dianggap sebagai media komunikasi.

Dalam komunikasi massa, media adalah alat yang dapat menghubungkan antara sumber dan penerima yang sifatnya terbuka, di mana setiap orang dapat melihat, membaca dan mendeñgarnya. Media dalam komunikasi massa dapat dibedakan atas dua macam, yakni media cetak dan media elektronik.

Media cetak seperti halnya surat kabar, buku, pamflet, leaflet, brosur, stiker, poster, spanduk dan sebagainya. Sedangkan media elektronik antara lain: radio, komputer, televisi dan semacamnya.

Berkat perkembangan teknologi komunikasi khususnya di bidang komunikasi massa elektronik yang begitu cepat, maka media massa elektronik makin banyak bentuknya, dan makin mengaburkan batas-batas untuk membedakan antara media komunikasi massa dan komunikasi antarpribadi. Hal ini disebabkan karena makin canggihnya media komunikasi itu sendiri yang bisa dikombinasikan (multi-media) antara satu sama lainnya

Kebanyakan media merupakan alat atau sarana yang diciptakan untuk meneruskan pesan komunikasi dengan bahasa. Sejalan dengan berkembangnya masyarakat beserta peradaban dan kebudayaannya,

komunikasi bermedia (*mediated communication*) mengalami kemajuan pula dengan memadukan komunikasi berlambang bahasa dengan komunikasi berlambang gambar dan warna.

Pentingnya peranan media, yakni media sekunder, dalam proses komunikasi disebabkan oleh efisiensinya dalam mencapai komunikan. Surat kabar, atau televisi misalnya, merupakan media yang efisien dalam mencapai komunikan dalam jumlah yang amat banyak. Akan tetapi, oleh para ahli komunikasi diakui bahwa keefektifan dan efisiensi komunikasi bermedia hanya dalam menyebarkan pesan-pesan yang bersifat informatif.

Setiap media memiliki ciri atau sifat tertentu yang hanya efektif dan efisien untuk dipergunakan bagi penyampaian suatu pesan tertentu pula. Dengan demikian, proses komunikasi secara sekunder itu menggunakan media yang dapat diklasifikasikan sebagai media massa (*massmedia*) dan media nirmassa atau media nonmassa (non-mass media). Media massa, misalnya surat kabar, radio, televisi dan sebagainya memiliki ciri-ciri, antara lain massif (*massive*) atau missal (*massal*), yakni tertuju kepada sejumlah orang yang relatif amat banyak. Sedangkan media nirmassa seperti surat, telepon dan sebagainya tertuju kepada satu orang atau sejumlah orang yang relatif sedikit.

Adapun menurut kedua informan, media yang digunakan dalam penyampaian informasi hemat listrik di klinik hemat energi ini adalah dengan menggunakan media cetak maupun elektronik. Media ini bertujuan untuk membantu proses penyebaran informasi hemat listrik kepada seluruh

pelanggan PT. PLN (Persero), sehingga pentingnya budaya hemat listrik dapat diketahui oleh masyarakat luas.

Media cetak merupakan segala sumber informasi yang secara fisik nyata dan berbentuk tulisan. Berdasarkan jawaban dari kedua informan, media cetak yang digunakan Petugas dalam memberikan informasi hemat listrik meliputi, penggunaan brosur, spanduk, stiker, tabloid, banner, booklet, pamflet, leaflet. Media ini ditaruh di tempat-tempat strategis yang mudah dijangkau dan menarik perhatian pelanggan yang datang ke klinik hemat energi PT. PLN (Persero) UPJ Bandung Utara.

Alasan penggunaan media cetak menurut Ibu Endah Alwati adalah karena dianggap lebih menarik perhatian pelanggan dan praktis dalam penyampaian pesan. Sedangkan menurut Ibu Cristilly Mulyatin adalah karena dianggap lebih menarik perhatian pelanggan dan praktis dalam penyampaian pesan hemat listrik.

Penggunaan media cetak ini dianggap praktis dan bermanfaat untuk memberikan informasi yang bersifat terbuka dalam arti pelanggan menjadi tahu mengenai informasi hemat listrik dengan harapan mendapat tempat dihati masyarakat. Orang tidak akan kehilangan banyak waktu untuk melihat dan membaca brosur walaupun orang itu sangat sibuk. Untuk menarik perhatian brosur dirancang dan ditampilkan semenarik mungkin. Agar orang yang melihat sepintas akan lebih penasaran dan cenderung ingin membaca informasi yang terkandung dalam brosur tersebut. Segala informasi yang

sifatnya sepintas orang yang melihat dan membaca paling tidak dapat mengikuti dan sekaligus mengamati segala macam informasi yang baru.

Kelebihan media cetak lainnya adalah media cetak dapat dibaca berulang kali dan kita dapat menyimpannya dalam bentuk kliping atau bentuk lainnya. Dalam mengulas berita, media cetak dapat menyajikannya lebih dalam, tajam, serta luas. Hal ini dikarenakan media cetak tidak memiliki pembatasan dalam mencari informasi maupun menyiarkan informasi tersebut. Contoh dari media cetak hemat listrik adalah sebagai berikut :

Gambar 4.3
Stiker Hemat Listrik



Sumber : Arsip PT. PLN (Persero) Distribusi Jawa Barat dan Banten

Gambar 4.4

Poster Hemat Listrik



Sumber : Arsip PT. PLN (Persero) Distribusi Jawa Barat dan Banten

Gambar 4.5

Banner Klinik hemat energi



Sumber : Dokumentasi Peneliti, 2010

Gambar 4.6

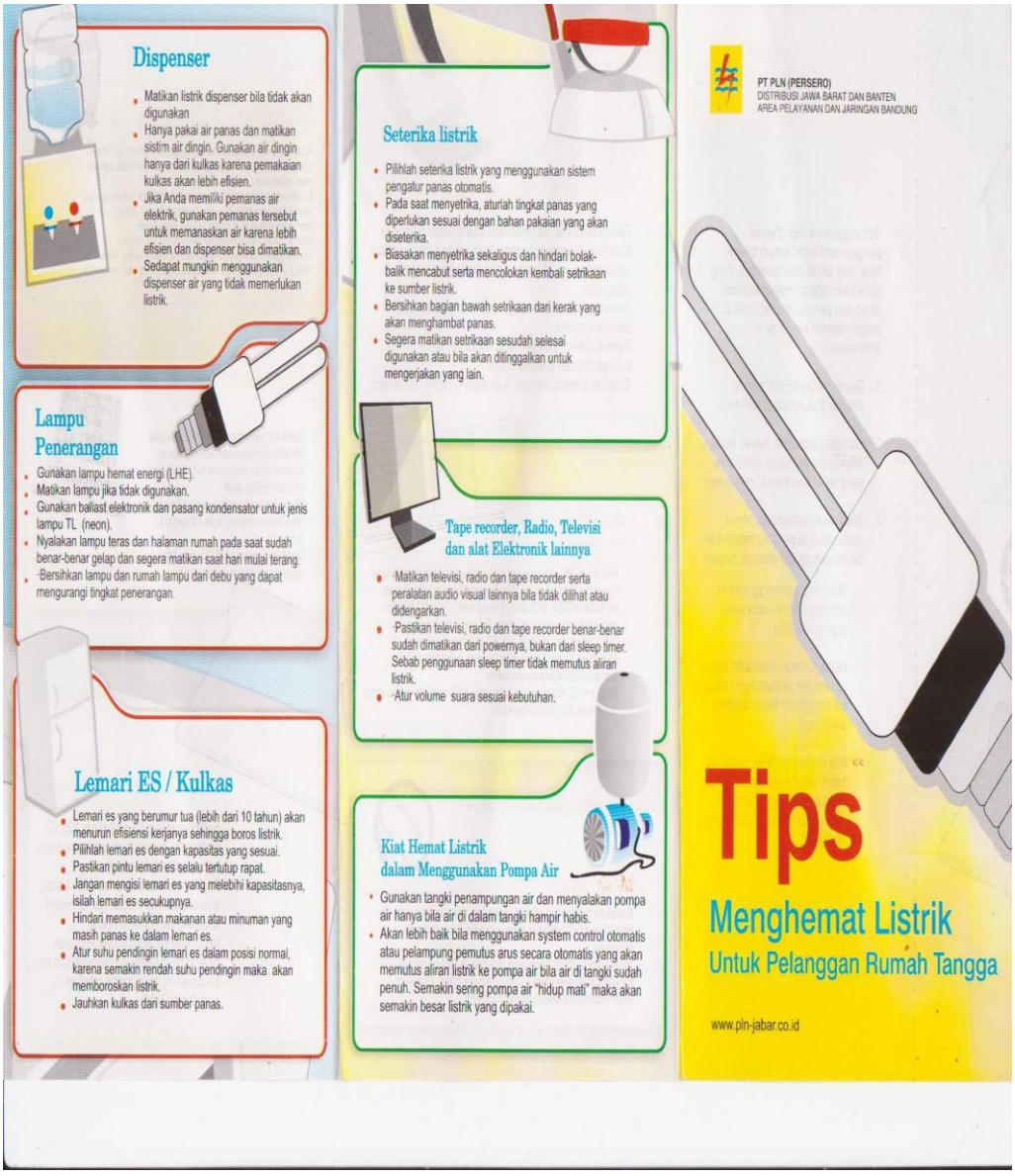
Spanduk Klinik Hemat Energi Listrik



Sumber : Arsip PT. PLN (Persero)

Gambar 4.7

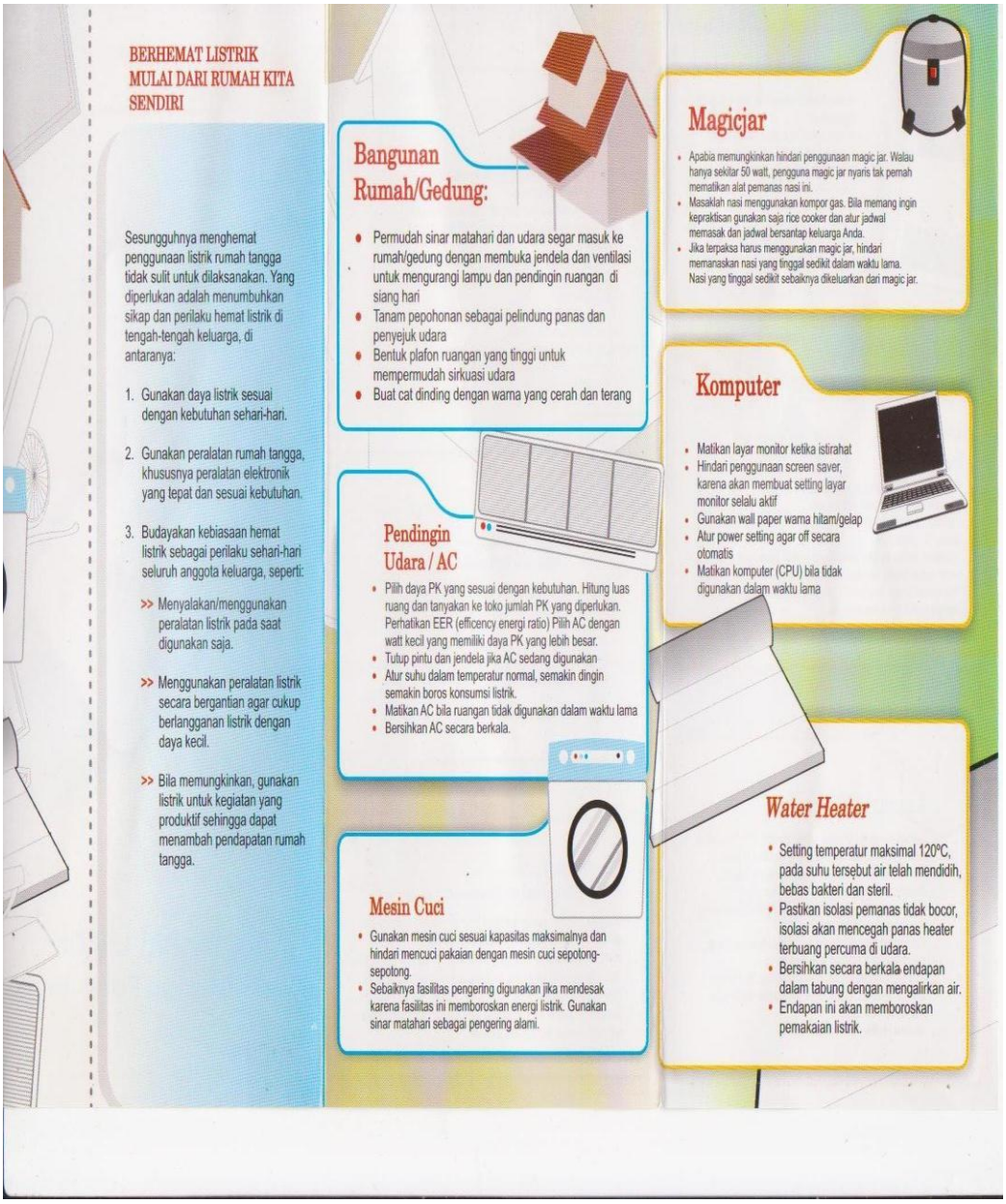
Brosur Hemat Listrik



Sumber : Arsip PT. PLN (Persero)

Gambar 4.8

Brosur Hemat Listrik



Sumber : Arsip PT. PLN (Persero)

Menurut kedua informan, Media elektronik yang digunakan dalam memberikan informasi hemat listrik kepada pelanggan berupa:

a. Penggunan alat peraga atau display kelistrikkan

b. Talk show interaktif siaran radio

c. Iklan layanan masyarakat di televisi.

Alat peraga atau display alat listrik digunakan petugas klinik hemat energi agar pelanggan dapat lebih memahami apa yang diterangkan oleh petugas dan juga sebagai bukti nyata yang dapat membandingkan langsung akibat yang ditimbulkan apabila menggunakan alat listrik yang hemat energi dengan peralatan yang tidak hemat energi.

Menurut informan Ibu endah Alwati berpendapat bahwa :

> "Media elektronik dapat membantu dalam meningkatkan pemahaman pelanggan sehingga lebih dimengerti dan jika menggunakan alat peraga lebih nyata hasil yang didapat". (Endah, 16 Juni 2010)

Kemudian menurut informan Ibu Cristilly Mulyatin mengatakan bahwa :

> "Alasan menggunakan media elektronik tersebut adalah dapat menyampaikan informasi secara keseluruhan kepada pelanggan dalam jumlah yang banyak". (Cristilly, 21 Juni 2010)

Pada display pelanggan juga dapat melihat langsung berapa besar daya watt yang dikeluarkan oleh alat listrik dan berapa jumlah yang harus dibayar. Sehingga pelanggan dapat menilai sendiri peralatan listrik mana

yang sebaiknya digunakan, dengan harga murah, hemat listrik namun tidak mengurangi kualitas yang dihasilkan. Alat peraga atau display kelistrikkan yang digunakan oleh petugas dapat dilihat pada gambar berikut ini :

Gambar 4.9
Display Hemat Energi



Sumber : Dokumentasi Peneliti, 2010

Radio merupakan media elektronik yang hanya dapat menyiarkan gelombang suara. Masyarakat dibuat mendapatkan informasi lebih mudah, hanya dengan mendengar mereka mendapat banyak informasi. Keuntungan lainnya ialah radio membuat manusia masih dapat melakukan aktivitas dan tetap dapat mendengarkan informasi yang disampaikan melalui siaran radio. Adanya talk show interaktif di radio memberikan kesempatan bagi pelanggan untuk bertanya seputar masalah hemat listrik dan akan dijawab langsung oleh pihak dari PLN.

Televisi sebagai perkembangan dari radio dapat menyiarkan informasi baik dalam bentuk suara maupun gambar. Televisi lebih menarik sebagai *source* dalam mencari informasi karena ditayangkan gambar yang menarik sehingga membuat penonton tidak bosan. Visualisasi yang ditayangkan membuat penonton seolah-olah berada langsung ditempat dan mengerti bagaimana situasinya. Iklan layanan masyarakat yang ditayangkan oleh beberapa stasiun televisi, seperti iklan pangkas listrik 17.00-22.00 dan "Earth Hour".

Iklan 17.00-22.00 bertujuan untuk menurunkan beban maksimal karena pada jam ini konsumsi listrik relatif tinggi. Pemadaman ini diperlukan untuk menjamin adanya ketersediaan cadangan listrik yang akan mengamankan sistem kelistrikan. Untuk pelanggan PLN industri, program ini tidak hanya bersifat himbauan saja. PLN memiliki layanan Daya Max Plus yang ditujukan bagi pelanggan industri. PLN akan memberikan insentif khusus bagi pelanggan industri yang bisa menggeser jam konsumsi listriknya dari waktu beban puncak (WPB) ke luar waktu beban puncak (LWBP). Namun bagi pelanggan rumah tangga, PLN tidak menggunakan mekanisme insentif tersebut. PLN lebih mengedepankan himbauan agar pelanggan (rumah tangga) menekan konsumsi listrik pada waktu beban puncak. Ajakan mengurangi konsumsi listrik bagi pelanggan rumah tangga sebenarnya tidak terlalu banyak, cukup 50 watt selama 5 jam beban puncak. Namun efek 50 watt ini akan sangat besar pengaruhnya bila dilakukan oleh 10 juta pelangan rumah tangga.

Earth Hour adalah sebuah kegiatan global yang diadakan oleh WWF (World Wide Fund for Nature, juga dikenal sebagai World Wildlife Fund) dan diadakan pada Sabtu terakhir bulan Maret setiap tahunnya yang mengajak kalangan individu, bisnis, pemerintahan, dan komunitas masyarakat untuk mematikan lampu selama satu jam sebagai bentuk dukungan terhadap perubahan iklim dunia. Iklan ini terselenggara atas kerjasama PT. PLN (Persero) dengan WWF. Adapun contoh iklan layanan hemat listrik dapat dilihat pada gambar dibawah ini :

Gambar 4.10

Iklan Pangkas Listrik 17.00-22.00



Sumber : Arsip PT. PLN (Persero)

Gambar 4.11

Iklan Earth Hourth



Sumber : www.earthhour.wwf.or.id

Gambar 4.12

Iklan Earth Hourth



Sumber : www.earthhour.wwf.or.id

Dalam melakukan komunikasi, manusia membutuhkan media sebagai perantaranya agar pesan yang disampaikan dapat sampai kepada penerima dengan jelas dan efektif. Media elektronik merupakan media audio visual yang ditayangkan menggunakan frekuensi serta gelombang tertentu, sehingga dapat menghasilkan gambar dan suara dalam melakukan siaran komunikasi.

Media elektronika sebagai bagian dari media komunikasi saat ini sudah tidak bisa dihilangkan keberadaannya. Media ini sudah menjadi bagian dari kehidupan manusia terutama dalam mengisi aktivitas

kesehariannya, dan tidak hanya dilakukan pada saat untuk mengisi waktu luang, melainkan juga di saat-sat melakukan pekerjaan.

Alasan penggunaan media elektronik, yaitu: media ini bisa memberikan informasi secara cepat, karena sifatnya yang audio-visual memudahkan orang memahami informasi yang diberikan baik secara langsung di saat kejadian maupun di saat mengerjakan aktivitas lain. Karena kemudahannya inilah, maka pengguna media elektronik semakin banyak.

Menurut informan Ibu Endah Alwati, media cetak dan elektronik yang digunakan oleh PT. PLN (Persero) dalam membudayakan hemat listrik sejauh ini dianggap cukup efektif karena dianggap telah *to the point* atau langsung kepada pokok permasalahan hemat listrik.

Kemudian informan Ibu Cristilly Mulyatin berpendapat bahwa melalui media tersebut dapat menjangkau seluruh pelanggan perusahaan dan informasi hemat listrik yang ingin disampaikan PLN dapat tersebar luas, tidak hanya untuk pelanggan yang datang ke klinik hemat energi tetapi juga pelanggan yang belum mengetahui keberadaan klinik. Pelanggan yang tadinya tidak tahu kiat hemat listrik menjadi tahu pentingnya menghemat pemakaian energi listrik serta mendapatkan manfaat dari program hemat listrik ini.

Media lain yang dianggap lebih efektif dari penggunaan media cetak dan elektronik yang telah digunakan saat ini menurut kedua informan adalah belum ada karena kedua media tersebut baik cetak maupun elektronik dianggap dapat dipahami dan mudah dimengerti serta dapat mencakup

pelanggan yang ada di PT. PLN (Persero). Selain itu, pelanggan lebih sering berhubungan dengan kedua media tersebut dibandingkan dengan media lainnya. Oleh karena itu, penggunaan media cetak dan elektronik untuk saat ini dirasakan cukup untuk menyebarkan informasi hemat listrik kepada seluruh pelanggan PT. PLN (Persero).

4.2.4 Peranan Petugas Klinik Hemat Energi Dalam Memberikan Informasi "Hemat Listrik" Kepada Pelanggan PT. PLN (Persero) Unit Pelayanan Jaringan Bandung Utara

Berdasarkan hasil wawancara dengan kedua informan Ibu Endah Alwati dan Ibu Cristilly Mulyatin diperoleh jawaban bahwa pada klinik hemat energi tidak terjadinya pembagian tugas dalam memberikan informasi hemat listrik kepada pelanggan. Karena petugas klinik hemat energi PT. PLN (Persero) UPJ Bandung Utara hanya satu orang maka petugas klinik tersebut lah yang menangani proses pemberian informasi kepada pelanggan diklinik hemat energi. Hal ini telah menjadi tugas seorang petugas klinik untuk menyampaikan informasi hemat listrik kepada pelanggan. Oleh karena itu seorang petugas harus sanggup melaksanakan segala tugas dan kewajiban yang diberikan kepadanya. Namun apabila diadakan suatu kampanye hemat listrik disuatu lapangan terbuka ataupun Mall maka petugas klinik turut dibantu oleh para staff, supervisor, atau pun manager dari PT. PLN (Persero) untuk ikut mengkampanyekan program hemat listrik ini.

Kedua informan memiliki jawaban yang sama bahwa kegiatan memberikan informasi hemat listrik kepada pelanggan ini melibatkan seluruh petugas klinik hemat energi. Untuk itu seorang petugas dalam menjalankan tugasnya harus memahami betul apa yang ingin disampaikan, memiliki pengetahuan tentang kiat menghemat pemakaian listrik yang didapatkan dari pelatihan Penghematan Penertiban Pemakaian Tenaga Listrik" (P3TL), dan mampu memberikan informasi yang menarik perhatian pelanggan sehingga pelanggan terbujuk dengan sendirinya untuk ikut berpartisipasi dalam kegiatan hemat listrik ini.

Setiap pegawai dari PT. PLN (Persero) tidak mempunyai tanggung jawab yang sama dalam memberikan informasi hemat listrik secara jelas kepada pelanggan. Tidak setiap pegawai atau karyawan mampu memberikan informasi secara baik dan benar kepada pelanggannya. Karena setiap karyawan telah memiliki tanggung jawab dan tugas masing-masing yang harus dijalani untuk perusahaan. Akan tetapi, setiap pegawai dari PT. PLN (Persero) dianjurkan untuk dapat menerapkan hemat listrik dikehidupan sehari-hari, mengajak keluarga dan lingkungannya untuk selalu hemat energi.

Berdasarkan hal tersebut dapat dikatakan bahwa, hanya petugas klinik hemat energi yang dapat memberikan informasi hemat listrik secara jelas kepada pelanggan klinik hemat energi. Hal ini bertujuan agar informasi yang diberikan benar adanya, akurat dan dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya sehingga pelanggan yang telah berkonsultasi tidak merasa

dibohongi atas informasi yang diberikan kepadanya. Kebenaran dari informasi hemat listrik dapat dibuktikan dari jumlah tagihan rekening listrik yang dibayar pelanggan setiap bulan jika tips dan trik hemat listrik tersebut diterapkan pelanggan.

Tujuan dari konseling atau konsultasi hemat listrik ini ialah membantu konseli (*counselee*), yakni pelanggan yang menghadapi masalah untuk memecahkan masalahnya sendiri atau mengusahakan terciptanya suasana yang menimbulkan keberanian untuk memecahkan masalahnya. Ini tidak berarti bahwa petugas memberikan arah yang khusus untuk dituruti oleh pelanggan. Petugas hanya memberikan tips dan trik hemat listrik. Namun pelanggan sendiri yang harus mengambil kesimpulan dan keputusan berdasarkan jalan yang dipilihnya sendiri. Jadi petugas membantu memberikan informasi kepada pelanggan untuk memperoleh pengertian tentang masalahnya. Selama masalahnya belum dimengerti dengan jelas untuk dihadapinya dengan jujur, tidak akan dapat diambil langkah-langkah pemecahannya. Aspek ini menyangkut perasaan. Konselor akan berhasil apabila ia memahami benar-benar *frame of reference* konseli : pengalamannya, taraf pengetahuannya, agamanya, pandangan hidupnya, dan sebagainya.

Petugas klinik hemat energi listrik telah berusaha yang terbaik untuk menginformasikan program hemat listrik ini, dimulai dari konsultasi diklinik hemat energi listrik, melakukan kampanye ke masyarakat, menggunakan media cetak hingga media elektronik kepada pelanggannya.

Dari hasil analisis yang diperoleh, dapat dikatakan bahwa peranan petugas klink hemat energi dalam memberikan informasi hemat listrik kepada pelanggan cukup baik dan berjalan sesuai dengan apa yang diinginkan serta berhasil melakukan komunikasi dengan pelanggannya melalui pesan-pesan yang disampaikan secara informatif.

4.3 PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

Dari hasil penelitian yang telah dijabarkan sebelumnya, dapat kita ketahui peranan petugas klinik hemat energi dalam memberikan informasi hemat listrik kepada pelanggan PT. PLN (Persero) UPJ Bandung Utara. Dalam sub bab ini, peneliti akan mendeskripsikan keterkaitan hasil penelitian tersebut dengan teori yang digunakan dalam penelitian ini.

Komunikasi merupakan penyampaian pengertian dari seseorang kepada orang lain dengan menggunakan berbagai macam lambang-lambang dan penyampaian tersebut merupakan suatu proses, atau komunikasi adalah proses pemindahan pengertian dalam bentuk gagasan atau informasi dari seseorang ke orang lain. Bentuk komunikasi yang terjadi antara petugas klinik dengan pelanggan adalah bentuk komunikasi antar persona.

Secara umum komunikasi antar persona (KAP) dapat diartikan sebagai suatu proses pertukaran makna antara orang-orang yang saling berkomunikasi. Komunikasi terjadi secara tatap muka (face to face) antara dua individu. Dalam pengertian tersebut mengandung 3 aspek:

a. Pengertian proses, yaitu mengacu pada perubahan dan tindakan yang berlangsung terus menerus.

b. Komunikasi antar persona merupakan suatu pertukaran, yaitu tindakan menyampaikan dan menerima pesan secara timbal balik.

c. Mengandung makna, yaitu sesuatu yang dipertukarkan dalam proses tersebut, adalah kesamaan pemahaman diantara orang-orang yang berkomunikasi terhadap pesan-pesan yang digunakan dalam proses komunikasi.

Dari ketiga aspek tersebut maka karakteristik komunikasi antar persona itu adalah (Hardjana, 2007: 86-90) :

1. Melibatkan di dalamnya perilaku verbal dan non verbal.
2. Melibatkan perilaku spontan, tepat, dan rasional.
3. Komunikasi antar persona tidaklah statis, melainkan dinamis.
4. Melibatkan umpan balik pribadi, hubungan interaksi, dan koherensi (pernyataan yang satu harus berkaitan dengan yang lain sebelumnya).
5. Komunikasi antar persona dipandu oleh tata aturan yang bersifat intrinsik dan ekstrinsik.
6. Komunikasi antar persona merupakan suatu kegiatan dan tindakan.
7. Melibatkan di dalamnya bidang persuasif.

Kegiatan yang dilakukan petugas pada klinik hemat energi listrik adalah menerangkan segala informasi kelistrikkan yang mencakup cara-cara atau tips dan trik menghemat listrik dalam kehidupan sehari-hari. Komunikasi antar persona yang dilakukan petugas klinik hemat energi kepada pelanggan adalah untuk mencapai tujuan tertentu. Adapun tujuan dilakukannya komunikasi antar persona diklinik hemat energi adalah:

1. untuk menyampaikan informasi,

2. untuk berbagi pengalaman,

3. untuk mengembangkan simpati,

4. untuk melakukan kerja sama,

5. untuk mengembangkan motivasi, dan

6. untuk mengungkapkan isi hati, ide, dst.

Komunikasi antar persona sangat potensial untuk menjalankan fungsi instrumental sebagai alat untuk mempengaruhi atau membujuk orang lain, karena kita dapat menggunakan kelima alat indera kita untuk mempertinggi daya bujuk pesan yang kita komunikasikan kepada komunikan kita. Sebagai komunikasi yang paling lengkap dan paling sempurna, komunikasi antar persona berperan penting hingga kapanpun, selama manusia masih mempunyai emosi. Kenyataannya komunikasi tatap-muka ini membuat manusia merasa lebih akrab dengan sesamanya, berbeda dengan komunikasi lewat media massa seperti surat kabar, televisi, ataupun lewat teknologi tercanggihpun. Kegiatan yang dilakukan pada komunikasi tatap muka yang dilakukan oleh petugas ini dapat mendekatkan hubungan antara PT. PLN (Persero) dengan pelanggannya.

Komunikasi antar persona merupakan proses pengiriman dan penerimaan pesan-pesan antara dua orang atau diantara sekelompok kecil orang-orang, dengan beberapa efek dan beberapa umpan balik seketika. Jika dibandingkan dengan bentuk-bentuk komunikasi lainnya, komunikasi antar persona dinilai paling baik dalam kegiatan mengubah sikap, kepercayaan, opini, dan perilaku komunikan. Alasan yang melatarbelakanginya yaitu komunikasi antar persona dilakukan secara tatap muka dimana antara komunikator dan komunikan saling terjadi kontak pribadi; pribadi komunikator menyentuh pribadi komunikan, sehingga

akan ada umpan balik yang seketika (bisa dalam bentuk perkataan, ekspresi wajah, ataupun gesture). Komunikasi inilah yang dianggap sebagai suatu teknik psikologis manusiawi. Dalam komunikasi antar persona melalui tatap muka ini digunakan berbagai isyarat verbal dan non-verbal. Proses psikologis merupakan bagian yang tak terpisahkan dalam komunikasi antarpersona. Hal ini terjadi karena dalam komunikasi antarpersona kita akan mencoba untuk menginterpretasikan makna yang menyangkut diri kita sendiri, diri orang lain, dan hubungan yang terjadi. Kesemuanya terjadi melalui suatu proses pikir yang melibatkan penarikan kesimpulan. Dalam sudut pandang psikologis komunikasi antar persona merupakan kegiatan yang melibatkan dua orang atau lebih yang memiliki tingkat kesamaan diri. Saat dua orang berkomunikasi maka keduanya harus memiliki kesamaan tertentu yang secara individual dan serempak memperluas diri pribadi masing-masing ke dalam tindakan komunikasi melalui pemikiran, perasaan, keyakinan, atau dengan kata lain melalui proses psikologis mereka. Proses ini berlangsung terus menerus sepanjang keduanya masih terlibat dalam tindak komunikasi.

Bentuk khusus dari komunikasi antarpribadi ini adalah komunikasi diadik yang melibatkan hanya dua orang secara tatap-muka, yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik secara verbal ataupun nonverbal, seperti suami-isteri, dua sejawat, dua sahabat dekat, seorang guru dengan seorang muridnya, dan sebagainya. Steward L. Tubbs dan Sylvia Moss (dalam Deddy Mulyana, 2005) mengatakan ciri-ciri komunikasi diadik adalah :

- Peserta komunikasi berada dalam jarak yang dekat.
- Peserta komunikasi mengirim dan menerima pesan secara simultan dan spontan, baik secara verbal maupun nonverbal.

Ada dua jenis kecakapan yang harus dimiliki petugas agar dirinya mampu melakukan komunikasi antar persona dengan baik dan berhasil, yaitu:

1. Kecakapan Kognitif

   Kecakapan kognitif merupakan kecakapan pada tingkat pemahaman mengenai bagaimana cara mencapai tujuan personal dan relasional dalam berkomunikasi. Menurut Hardjana (2007: 92-93), kecakapan kognitif meliputi:

   a. Empati (*empathy*): kecakapan untuk memahami pengertian dan perasaan orang lain tanpa meinggalkan pandangannya sendiri.

   b. Perspektif sosial (*social perspective*): kecakapan melihat kemungkinan-kemungkinan perilaku yang berkomunikasi dengan dirinya.

   c. Kepekaan (*sensitivity*) terhadap peraturan atau standar yang berlaku dalam komunikasi interpersonal.

   c. Pengetahuan akan situasi pada waktu komunikasi sedang dilakukan.

   e. Memonitor diri (*self-monitoring*): kecakapan memonitor diri sendiri untuk menjaga ketepatan perilaku dan jeli dalam memperhatikan pengungkapan pihak yang berkomunikasi dengannya.

2. Kecakapan Behavioral

   Kecakapan behavioral merupakan kecakapan berkomunikasi pada tingkat tindakan, yang berfungsi dalam mengarahkan pelaku komunikasi untuk mencapai tujuan, baik personal maupun relasional. Kecakapan behavioral menurut Hardjana (2007: 93 – 94) terdiri dari:

a. Keterlibatan interaktif (*interactive involment*). Keterlibatan interaktif menentukan tingkat keikutsertaan dalam proses komunikasi. Kecakapan ini meliputi : 1) sikap tanggap (responsiveness), 2). Sikap perseptif (perceptiveness), dan 3) sikap penuh perhatian (attentiveness).

b. Manajemen interaksi (*interaction management*): kecakapan yang berfungsi untuk membantu dalam mengambil tindakan-tindakan yang berguna demi tercapainya tujuan komunikasi.

c. Keluwesan perilaku (*behavioral flexibility*) : kecakapan yang berfungsi menentukan tindakan yang diambil demi tercapainya tujuan komunikasi.

d. Mendengarkan (*listening):* kecapakan yang berfungsi untuk bias mendengarkan dan menyelami perasaan pihak lain. Dengan kecakapan mendengarkan seseorang dapat menjadi teman berbicara yang baik.

e. Gaya sosial (*social style*): kecakapan yang mengarahkan pelaku komunikasi pada perilaku yang baik dan menarik sehingga menyenangkan pihak lain.

f. Kecamasan komunikasi (*communication anxiety*): kecakapan yang dapat dipakai untuk mengatasi rasa takut, cemas, malu, gugup, dst. ketika berhadapan dengan lawan bicara.

Pesan yang disampaikan dalam klinik hemat energi adalah informatif. Karena pesan yang disampaikan petugas berisi penjelasan tentang informasi-informasi seputar masalah kelistrikkan yang apabila disampaikan kepada pelanggan akan menambah pengetahuannya. Sehingga pelanggan akan terbujuk sendirinya untuk melaksanakan kiat-kiat hemat energi tersebut. Jika dilihat dari asal katanya, informatif adalah kata atau sifat dari informasi yang diambil dari kata *informance* yang berarti memberi petunjuk, sedangkan informasi sendiri didalam kamus komunikasi, bahwa informasi adalah suatu pesan yang disampaikan kepada seseorang atau sejumlah orang yang baginya merupakan hal

yang baru diketahuinya. Informasi yang sesuai dengan kebutuhan serta informasi yang dapat memenuhi kebutuhan, yang dibuat sesuai dengan fakta bukan asumsi yang tanpa dasar, sangatlah dibutuhkan narasumber untuk membantu dalam meningkatkan kualitas pelayanan. Informasi yang berkualitas tinggi adalah informasi yang lengkap dan tepat sehingga pihak pelanggan atau penerima dapat menangkap isi informasi dengan baik. Selain itu informasi pun harus memiliki makna yang jelas dan dapat dimengerti oleh penerima. Informasi berfungsi dalam mengurangi ketidaktahuan dan ketidakpastian. Informasi itu sebagai segala sesuatu yang mengurangi ketidakpastian atau mengurangi jumlah kemungkinan alternatif dalam situasi (Rakhmat, 1986 : 253). Sedangkan fungsi informasi yang utama adalah sebagai data dan fakta yang dapat membuktikan adanya suatu kebenaran, sebagai penjelasan hal-hal sebelumnya yang masih meragukan, sebagai prediksi untuk peristiwa-peristiwa yang mungkin akan terjadi pada masa yang akan datang.

Media dapat diartikan sebagai sarana yang berupa unit jaringan kerja alat-alat guna kelancaran jalannya suatu proses kegiatan tertentu. Media komunikasi dapat diartikan sebagai unit jaringan kerja alat-alat yang terlibat dalam proses komunikasi. Dalam menyebarluaskan informasi hemat listrik maka PT. PLN (Persero) juga menggunakan media komunikasi sebagai alat bantu dalam menyampaiakan informasi hemat listrik kepada pelanggan. Dua jenis media komunikasi berdasarkan atas dasar pihak-pihak yang berkomunikasi yaitu :

a. Media komunikasi antar persona atau media yang digunakan dalam komunikasi antar 2 orang, seperti telepon, surat, telegraf, radiogram, telex, faximile, dsb.
b. Media komunikasi massa atau media yang dipakai dalam kegiatan komunikasi massa, seperti surat kabar, radio, televisi, dan film.

Sifat media berdasarkan penggunaannya antara lain :

a. Auditif (hanya bisa didengarkan saja) atau disebut juga *the spoken word*.
b. Visual (hanya bisa dilihat saja) atau disebut juga *the printed word*.
c. Audio Visual (bisa dilihat sekaligus didengarkan suaranya).

Dalam kegiatannya, komunikasi personal petugas klinik dapat dilaksanakan secara langsung berhadapan muka atau *face to face*, dan secara tidak langsung atau *person to person*. Adapun penjelasan dari sifat media berdasarkan penggunaannya adalah sebagai berikut :

a. Media Auditif

   Media auditif yang dapat digunakan untuk melaksanakan komunikasi antarpersona dalam kegiatan antara lain :

   - Telepon
   - Radio Telepon atau disebut juga radiogram.
   - Pertemuan

b. Media Visual

   Keuntungan dari media ini adalah dapat diperbanyak tanpa mengubah isi informasinya, dapat dipelajari setiap saat dengan tenang, dan dapat

didokumentasikan, seperti surat, telegraf, telex, faksimile. Media yang tergolong media visual yang dapat digunakan dalam kegiatan memberikan informasi hemat listrik seperti surat kabar, booklet dan pamflet, foto, lukisan, poster, brosur, banner.

c. Media Audio Visual

Kemajuan teknologi dibidang komunikasi memungkinkan perpaduan sistem telepon dengan televisi, sehingga dalam melakukan hubungan komunikasi antar perorangan tidak lagi hanya saling mendengar suara saja, melainkan juga saling melihat. Berkembang juga komunikasi online dengan webcam, atau melalui *teleconference*. Contoh media audio visual ini seperti televisi, dan film.

Media yang dipergunakan dalam proses komunikasi antar persona dengan pelanggan diklinik hemat energi adalah media cetak berupa brosur, spanduk, stiker, tabloid, booklet, banner, pamflet, leaflet. Media elektronik dengan menggunakan display atau alat peraga kelistrikkan, radio dan televisi. Penggunaan media ini sangat membantu dalam menyebarluaskan informasi hemat listrik, meningkatkan pengetahuan serta pemahaman pelanggan mengenai cara-cara berhemat listrik.

Peranan petugas klinik dalam memberikan informasi hemat listrik sangat membawa pengaruh besar bagi perubahan gaya hidup pelanggan yang tadinya boros listrik menjadi hemat listrik. Lewat komunikasi tatap muka yang dilakukan petugas pada klinik hemat energi pelanggan dapat memahami pentingnya melakukan penghematan. Selain bermanfaat untuk menghemat pengeluaran rutin

bulanan juga bermanfaat dalam menjaga kelangsungan sumber energi yang kian menipis agar pasokan listrik dapat terus terjaga. Kebutuhan pelanggan untuk memperoleh informasi hemat listrik di klinik hemat energi ini dapat terpenuhi. Kebutuhan tersebut diperoleh melalui pelayanan konsultasi atau percakapan yang terjadi antara petugas klinik dengan pelanggan. Pelanggan mungkin tidak memiliki pemahaman jelas mengenai kebutuhannya akan tetapi bantuan untuk memenuhi kebutuhan akan informasi hemat listrik dapat menjadi suatu layanan yang berharga bagi pelanggan. Hal ini dapat dilihat dari antusiasnya pelanggan dalam menerima informasi hemat listrik pada saat melakukan konsultasi. Disinilah peranan penting petugas untuk menyampaikan informasi kelistrikkan secara benar dalam upaya meningkatkan pengetahuan pelanggannya.

Kesimpulan dari hasil wawancara peneliti dengan 2 (dua) orang informan adalah kegiatan yang dilakukan petugas dalam memberikan informasi hemat listrik kepada pelanggan adalah memberikan tips hemat listrik yang baik dan benar untuk dapat diterapkan dalam kehidupan sehari-hari. Sifat pesan dari hemat listrik ini ialah informatif. Selain tatap muka, petugas juga menggunakan media cetak dan elektronik sebagai media pembantu dalam menyampaikan informasi hemat listrik sehingga informasi ini dapat berkembang luas kepada pelanggan. Oleh karena itu, petugas klinik hemat energi sangat berperan penting dalam memberikan informasi hemat listrik ini.