

## Peran Humas Pt. Telekomunikasi Indonesia Dalam Penanganan Gangguan Layanan Indihome

Khairunnisa<sup>1</sup>, Annisa Diniati<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Digital Public Relations, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom, Indonesia, ichakhairunnisa.student@telkomuniversity.ac.id

<sup>2</sup> Digital Public Relations, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom, Indonesia, anisadnt@telkomuniversity.ac.id

### **Abstract**

*The number of customer complaints related to IndiHome services is one of the responsibilities of PT Telekomunikasi Indonesia's PR, especially in responding to customer complaints. The purpose of this study was to determine the role of public relations at PT. Telecommunications Indonesia in handling Indihome service interruptions. The main theory that researchers use is the role of public relations according to Morris. This study uses a post-positivism paradigm with a qualitative approach and a descriptive type of research. Collecting data using in-depth interviews, observation, and document studies. The results showed that the role of public relations PT. Telekomunikasi Indonesia in handling IndiHome disturbances is responding to every complaint reported by customers and utilizing a public relations strategy by applying the Morris concept and CRM from De Wulf Gaby. Through this application, it can be seen that the strategies formed by public relations are: Planning with the formulation of the main program, namely Maximizing Internal & External Publication; Actuating which in its implementation, PR is assisted by other units in accordance with their fields. This is done so that problems that occur can be resolved quickly and accurately; Controlling, namely supervising programs that are carried out properly so that they are according to plan; Evaluating by calculating the performance of the achievement of program implementation, namely OKR (Objective & Key Result) and regular discussions with the entire Sector Division team regarding the implementation of certain programs or events.*

*Keywords-service disruption, the role of public relations, PT. Indonesian telecommunications, public relations strategy.*

---

### **Abstrak**

Banyaknya keluhan pelanggan terkait layanan IndiHome menjadi salah satu tanggungjawab bagi humas PT Telekomunikasi Indonesia, terutama dalam menanggapi keluhan pelanggan. Tujuan kajian ini, yaitu mencari tahu peranan humas PT. Telekomunikasi Indonesia terkait upaya menangani gangguan layanan Indihome. Teori utama yang peneliti gunakan, yaitu peran humas menurut Morris. Kajian ini mempergunakan paradigma post-positivisme berpendekatan kualitatif, serta jenis penelitiannya ialah deskriptif. Pengumpulan data dengan wawancara secara mendalam, observasi, maupun studi dokumen. Hasil kajian memperlihatkan bila peranan humas PT Telekomunikasi Indonesia selama menangani gangguan IndiHome ini yaitu menanggapi setiap keluhan yang dilaporkan oleh pelanggan dan memanfaatkan strategi humas dengan menerapkan konsep Morris dan CRM dari De Wulf Gaby. Melalui penerapan tersebut dapat diketahui bahwa strategi yang dibentuk oleh humas, yaitu: *Planning* dengan perumusan *main program* yaitu *Maximizing Internal & External Publication*; *Actuating* yang dimana dalam pelaksanaannya, humas dibantu oleh unit lain sesuai dengan bidangnya. Perihal ini dilaksanakan supaya masalah yang terjadi bisa terselesaikan secara cepat dan tepat; *Controlling*, yaitu mengawasi program yang dijalankan dengan baik agar sesuai rencana; *Evaluating* dengan cara menghitung performansi pencapaian terlaksananya program, yaitu OKR (*Objective & Key Result*) dan diskusi rutin dengan seluruh tim sekdiv terkait keberjalanan program atau event tertentu.

Kata Kunci-gangguan layanan, peran humas, PT. Telekomunikasi Indonesia, strategi humas.

## I. PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

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

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

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

Berdasar pada media monitoring yang peneliti pantau terkait jumlah keluhan pengguna terkait gangguan layanan di IndiHome yang tersampaikan pada kolom akun Twitter Telkom Indonesia. Terlampir keluhan masyarakat terkait komentar di kiriman media sosial Telkom Indonesia. keluhan yang pengguna lontarkan. Melalui tangkapan layar itu, kegiatan masyarakat turut terkena dampak atas gangguan jaringan, misalnya pertemuan/rapat melalui Zoom terkendala maupun belajar yang memanfaatkan internet harus tertunda.

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

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

Keluhan pengguna bisa berupa pendapat, kritikan, maupun saran. Bagian humas memiliki kewajiban untuk lekas merespons keluhan itu secara tertulis maupun menghubungi langsung ke pengguna terkait. Humas pun perlu bisa mengutarakan informasi yang rinci, cepat, dan akurat agar dapat bereaksi terhadap masalah yang muncul di dalam perusahaan, serta memenuhi kemauan pengguna secara objektif. Sesuai kajian milik Habibi, Solahudin dan Maarif (2020), seharusnya petugas humas dapat berperan sebagai perantara bagi pelanggan agar tidak terjadi kesalahpahaman dalam menyampaikan informasi untuk menanggapi pengaduan.

Ada beberapa cara perusahaan dalam berhubungan yang kuat dengan pengguna. Cara yang bisa dipergunakan, salah satunya ialah memanfaatkan CRM (customer relationship/manajemen hubungan pelanggan). Bahwa CRM sebagai kapabilitas perusahaan guna menjalin hubungan yang lebih baik dengan pengguna dan memberi peluang bagi perusahaan agar bisa mengenali, mengikutsertakan, dan mengoptimalkan hubungan dengan mengintegrasikan pengalaman pengguna, misalnya pemasaran, penjualan, maupun layanan pelanggan. Penggunaan CRM sebagai cara untuk mencari tahu apa pun yang diinginkan dan pengguna butuhkan untuk menjalin suatu koneksi, yang bermaksud guna menciptakan relasi yang transparan dan dekat, termasuk keberadaan komunikasi dua arah (two-way communication) atau hubungan timbal balik. Atas dasar itulah, loyalitas konsumen bisa perusahaan pertahankan dengan baik dan tidak rentan pindah ke produk/merek lainnya, khususnya produk/merek memiliki kompetitor (Pambudi, 2014: 14).

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

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

### B. Tujuan Penelitian

Kajian ini mempunyai tujuan guna mencari tahu peranan humas PT Telekomunikasi Indonesia selama menangani gangguan layanan Indihome.

## II. TINJAUAN LITERATUR

### A. Landasan Konseptual

Dalam kajian ini, peneliti memfokuskan ke peranan hubungan masyarakat. Humas ialah tahapan interaktif yang melahirkan sifat sama-sama mengerti dan kecan yang baik bagi publik dengan menanamkan pengertian dan kepercayaan. Humas sebagai pihak yang menyediakan fasilitas komunikasi antara perusahaan dengan kliennya. Humas pun harus mampu menghadapi krisis atau isu yang muncul di perusahaan. Oleh karena itulah, guna menjabarkan teori atau konsep yang dipelajari, kajian ini mengulas perihal peranan humas selama menangani gangguan pelayanan.

Maharani (2018:27) menuturkan bila humas ialah tahapan interaktif yang melahirkan pendapat publik sebagai saran yang saling memberi keuntungan, mengoptimalkan pemahaman, memotivasi, keterlibatan, dan memberi niat baik, pemahaman kepercayaan, serta kesan publik yang positif. Humas pun merupakan media bagi perusahaan dan sebagai mediator saat ada yang salah.

### B. Peran Humas

Pada kajian ini, peneliti memberi simpulan bila peranan humas ialah menjadi jembatan atau perantara antara lembaga/organisasi yang diwakilkan oleh publik. Mengembangkan dan memelihara hubungan untuk menciptakan hubungan yang positif dan sama-sama mendapat keuntungan. Peranan manajemen di suatu perusahaan/organisasi yang berperan merancang citra perusahaan, berarti humas memiliki peranan untuk membangun kesan lembaga atau organisasinya.

Morrisan (2008:108) menuturkan konsep kajian yang hendak dipergunakan pada kajian ini ialah public relations management theory, yakni planning, actuating, dan controlling.

1. *Planning*. Dalam fase merencanakan ini, prosedur tersebut tersusun secara sistem demi menyelesaikan permasalahan di perusahaan. Ketepatan dalam merencanakan bisa menciptakan hasil yang efisien. Humas perusahaan PT Telekomunikasi Indonesia wajib memiliki rencana program yang dilaksanakan secara matang supaya program berjalan dengan lancar berdasar pada tujuan yang dikehendaki.

2. *Actuating*. Merencanakan sesuatu secara optimal wajib dilaksanakan bersamaan penerapan yang baik. Kerja sama cukup berarti guna mengoptimalkan implementasi rencana. Perusahaan perlu bisa memaksimalkan capaian kerja dari tiap bagian. Program yang terencana secara baik wajib patuh terhadap apa pun yang sudah terancang untuk dilaksanakan. Organisasi wajib memahami kemampuan tiap karyawan supaya dapat mengelola program secara efisien. Pada penerapan yang dilaksanakan oleh humas, PT Telekomunikasi Indonesia berusaha mengatasi tiap keluhan yang diterima seoptimal mungkin. Tahap implementasi menggambarkan penerapan dari segala ide dan program yang dirancang dengan maksud menggapai tujuan.

3. *Controlling*. Salah satu kebermanfaatannya dari pengontrolan ialah mengontrol seberapa jauh program sudah diselenggarakan. Perihal ini termasuk menetapkan standar kualitas maupun kinerja, misalnya dalam bentuk layanan atau produk yang disediakan perusahaan guna memperoleh tujuan, kinerja, serta membangun kesan positif.

Tidak hanya itu, humas perlu berperan secara tepat untuk memperoleh tujuan organisasi. terdapat empat tahap humas dalam menyelesaikan permasalahan:

1. Penetapan permasalahan. Di tahapan ini, organisasi perlu mengetahui segala sesuatu yang terdapat di perspektif, benar, maupun kehendak pengguna. Artinya, perusahaan butuh tahu terkait apa pun yang terjadi di lapangan supaya informasi itu bisa digunakan sebagai data ataupun selaku penyelesaian dari masalah yang muncul.

2. Merencanakan. Pemicu permasalahan yang teridentifikasi pada tahapan ini merancang dasar dalam meningkatkan program, serta strategi komunikasi secara tepat. Pada tahapan ini, organisasi butuh menyusun kebijakan yang mampu memberi kemudahan dalam memperoleh tujuan, yaitu menanggulangi permasalahan, lalu menjabarkan program yang hendak diaplikasikan.

3. Komunikasi. Di tahapan ini, organisasi harus menentukan pihak mana yang menjadi pelaksana dan cara melaksanakan program yang sudah disusun. Organisasi harus menerapkan program guna memperoleh tujuan perusahaan.

4. Pengevaluasian. Di tahapan ini, organisasi melakukan evaluasi terhadap tiap langkah, mulai dari merencanakan sampai pelaksanaan dan hasil program. Perusahaan pun mempunyai hak menetapkan kelanjutan program yang dilakukan. Tidak hanya itu, perusahaan harus menghilangkan segala kendala maupun kekurangan akibat program itu.

### III. METODOLOGI PENELITIAN

Berdasar pendekatan dan jenis data yang dipergunakan, kajian ini termasuk ke penelitian kualitatif dan menghasilkan data deskriptif dalam bentuk verbal. Menurut Bogdan dan Taylor (Moleong, 2010: 34), penelitian kualitatif sebagai tahap kajian yang menciptakan data deskriptif berupa kata yang tertulis atau seseorang ucapkan atau tingkah laku yang dicermati. Peneliti mempergunakan pendekatan dan jenis kajian ini semata-mata karena hendak menjabarkan atau memberi penjelasan yang akurat dan faktual perihal peranan hubungan masyarakat di PT. Telekomunikasi Indonesia menangani gangguan pada layanan IndiHome.

Sugiyono (2018:5) menuturkan bila penelitian kualitatif sebagai media atau prosedur untuk mengumpulkan data dengan cara triangulasi (kombinasi) data: peneliti mempelajari keadaan suatu objek (sebagai pengujian). Penelitian kualitatif cenderung berpenekanan kepada arti dibanding generalisasi..

### IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### A. Hasil Penelitian

Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti, peneliti menemukan bahwa humas PT. Telekomunikasi menggunakan evaluasi sebagai tahap terakhir dalam menjalankan sebuah program yang bernama *main program* yaitu *Maximizing Internal & External Publication*. Lalu, penyampaian informasi yang dilakukan oleh informan kunci, ahli dan juga pendukung bertolak belakang. Informan kunci yaitu Asep Tatang menyatakan bahwa pihak humas sudah menangani keluhan pelanggan dengan baik. Menurut informan ahli yaitu Rizka menyatakan strategi yang dilakukan oleh humas PT. Telekomunikasi Indonesia sudah dijalankan dengan sangat baik. Tetapi apa yang dipaparkan oleh informan kunci dan juga ahli sangat tidak sesuai dengan yang dialami oleh pelanggan.

Pelanggan merasa bahwa pelayanan yang diberikan oleh humas PT. Telekomunikasi Indonesia sudah memberikan bantuan yang tepat. Tetapi perbaikan layanan yang diperbaiki dan menunggu datangnya teknisi memakan waktu yang cukup lama. Pelanggan juga memberikan tanggapan bahwa gangguan layanan IndiHome ini menghambat segala aktivitas untuk membantu setiap pekerjaan yang menggunakan internet.

#### B. Pembahasan

Berdasarkan hasil pembahasan peran humas dalam menyelesaikan gangguan layanan kepada IndiHome sebagaimana dijelaskan oleh peneliti, Humas PT. Telekomunikasi Indonesia telah mengimplementasikan konsep peran humas seperti yang disampaikan oleh Morrisan (2008:108) melalui konsep penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah Public Relations Management Theory, yaitu tahap perencanaan (Planning), tahap pelaksanaan (Actuating) dan tahap pengawasan (Controlling). Selama melakukan wawancara, peneliti menemukan satu peran humas yang digunakan di PT. Telekomunikasi Indonesia yaitu tahap evaluasi (Evaluating). Berdasarkan hasil penelitian yang sebelumnya telah peneliti uraikan, maka pada bagian ini peneliti akan mengaitkan hasil penelitian dengan teori-teori yang peneliti gunakan sehingga akan mendapatkan pembahasan mengenai Peran Humas dalam Penanganan Gangguan Layanan IndiHome.

*Planning*. Tahap ini merupakan tahap pertama pada model Morrisan (2008:108). Dalam tahap ini seorang

humas melakukan perencanaan dan menyusun program berdasarkan masalah-masalah yang telah ditemukan.

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

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

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

Pengelolaan program pada PT. Telekomunikasi Indonesia ini dibantu oleh divisi lain sesuai dengan bidangnya. Misalnya, humas dalam menyelesaikan peran dalam pelayanan pelanggan sesuai dengan pedoman perusahaan. Semua divisi yang ada di perusahaan tugasnya adalah melayani pelanggan. Jika keluhan tersebut telah dimuat oleh media, yang menangani tentunya humas PT. Telekomunikasi Indonesia, tetapi jika tidak dimuat oleh media dan hanya sebagai hubungan customer dan perusahaan, yang menangani adalah unit. Jika mendatangi plaza yang menangani adalah plaza Telkom, dan jika diminta untuk datang ke rumah, yang menangani adalah orang lapangan.

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

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

*Evaluating*. Tahap ini merupakan tahap evaluasi yang dilakukan oleh humas perusahaan. Evaluasi dilakukan untuk dapat mengetahui kemungkinan-kemungkinan terburuk yang terjadi dan mencari kekurangan yang tidak sesuai dengan rencana serta sebagai perbaikan untuk kedepannya. Evaluasi yang dilakukan oleh tim humas PT. Telekomunikasi Indonesia adalah menghitung performansi pencapaian terlaksananya program, yaitu OKR (*Objective & Key Result*) dan diskusi rutin dengan seluruh tim sekddiv terkait keberjalanan program atau event tertentu. Hasil dari evaluasi dituangkan ke dalam presentasi yang disampaikan melalui Rapim Regional atau melakukan perbaikan dengan update OKR.

## V. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang peneliti paparkan, maka dapat disimpulkan bahwa humas PT. Telekomunikasi Indonesia telah melakukan perannya dengan baik dalam penanganan keluhan yang dilakukan oleh pelanggan akibat gangguan layanan IndiHome yang terjadi di perairan Jasuka.

Peran humas PT. Telekomunikasi Indonesia dalam penanganan gangguan IndiHome ini adalah menanggapi setiap keluhan yang dilaporkan oleh pelanggan dan memanfaatkan strategi humas dengan menerapkan konsep dari Morrisan yaitu CRM dan De Wulf Gaby. Melalui penerapan tersebut dapat diketahui bahwa strategi yang dibentuk

oleh humas, yaitu: (1) tahap pertama adalah melakukan *planning* dengan *perumusan main program* yaitu *Maximizing Internal & External Publication* di awal tahun yang dijalankan untuk menjawab keluhan pelanggan yang merupakan bagian dari program; (2) tahap kedua adalah *actuating* yang dimana dalam pelaksanaannya, humas dibantu oleh unit lain sesuai dengan bidangnya. Hal ini dilakukan agar permasalahan yang terjadi dapat diselesaikan dengan cepat dan tepat; (3) tahap ketiga adalah *controlling*. Mengawasi program yang dijalankan dengan baik agar sesuai rencana. Hal ini dilakukan agar dapat mendeteksi ketidaksesuaian yang terjadi dan jika terdapat masalah diluar rencana bisa diketahui dan dilakukan evaluasi; (4) tahap keempat *evaluating*. Tahapan ini dilakukan untuk dapat mengetahui kemungkinan-kemungkinan terburuk yang terjadi dan mencari kekurangan yang tidak sesuai dengan rencana serta sebagai perbaikan untuk kedepannya. Evaluasi yang dilakukan oleh tim humas PT. Telekomunikasi Indonesia adalah menghitung performansi pencapaian terlaksananya program, yaitu OKR (*Objective & Key Result*) dan diskusi rutin dengan seluruh tim sekdiv terkait keberjalanan program atau event tertentu. Humas PT. Telekomunikasi Indonesia juga dibantu oleh media agar segala sesuatu informasi dapat diketahui oleh pelanggan. Hal ini bertujuan agar pelanggan juga mengetahui dan memahami terkait persoalan yang terjadi akibat gangguan layanan pada IndiHome.

## REFERENSI

### Buku

- Anwar. (2020). *Paradigma Baru Public Relations (Teori, Strategi, dan Riset)*. Depok: PT RajaGrafindo Persada.
- Butterick. (2014). *Pengantar Public Relations Teori dan Praktik*. Jakarta: PT Raja GrafindoPersada.
- Danandjaja. (2011). *Peranan Humas Dalam Perusahaan*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Feriyanto. (2020). *Strategi Humas dalam Mengatasi Keluhan Pelanggan di Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Tirta Mayang Kota Jambi*. Jambi.
- Hamid. (2012). *Komunikasi Public Relations*. Bandung: Pustaka Setia.
- Ishaq, E. (2017). *Public Relations Teori dan Praktik*. Malang: Intrans Publishing.
- Morrisan. (2008). *Manajemen Public Relations*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Pratama. (2019). *Customer Relationship Management*. Bandung: Penerbit Informatika.
- Ruslan. (2007). *Manajemen Humas dan Manajemen Komunikasi*. Jakarta: PT Raja GrafindoPersada.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.

### Skripsi Terdahulu

- Feriyanto. (2020). *Strategi Humas dalam Mengatasi Keluhan Pelanggan di Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Tirta Mayang Kota Jambi*. Jambi: UIN Jambi.
- Fitriyansyah. (2018). *Penerapan (CRM) Customer Relationship Management untuk Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan dengan Metode Topsis pada PD Suwito*. Palembang: Universitas Sriwijaya.
- Maharani. (2018). *Peran Humas dalam Memberikan Pelayanan Kepada Masyarakat di Dinas Komunikasi Informasi dan Persandian Kota Yogyakarta*. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.
- Maula. (2018). *Rebranding PT. Telkom dalam Pelayanan Pelanggan (Studi Kasus pada Speedy Menjadi IndiHome)*. Surabaya: UIN Surabaya.
- Puguh. (2017). *Peran Public Relations PT. Telkom Regional V Jatim Bali Nusra dalam Menangani Keluhan Pelanggan untuk Menjaga Citra Positif Perusahaan*. Jawa Timur: Universitas Sebelas Maret.
- Syahputra. (2018). *Peran Humas dalam Membangun Citra Pemerintahan Sumatera Utara (Studi Deskriptif Kualitatif pada Kantor Humas Gubernur Sumatera Utara)*. Medan: Universitas Medan Area.

### Jurnal nasional

- Aminulloh. (2011). *Studi Humas (Public Relations) dalam Menangani Komplain Pelanggan pada Pelayanan Produk (Studi pada Plasa Telkom Malang)*. Media Publications, 23-29.
- Intan. (2017). *Analisis Pengaruh Customer Relationship Management Terhadap Loyalitas Pelanggan dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi pada Bengkel AHASS Bintang Kharisma Jaya Bandar Lampung)*. repository, 110-115.
- Maarif. (2020). *Peran Public Relations Officer dalam Reputation*. Jurnal Ilmu Hubungan Masyarakat, 23-32.
- Pratama. (2020). *Pengelolaan Media Sosial Instagram oleh Humas sebagai Media Informasi Publik pada Pemprov Riau*. reputations, 104-109.
- Rahmat. (2018). *Peran Humas dalam Menyebarkan Pembangunan di Sektor Pariwisata Kabupaten Bantaeng*. Digilib UNISMUH, 101-110.
- Rizki. (2017). *Peran Humas PT. PLN (Persero) Apj Bantaeng Utara Sebagai Proses Studi Kasus Mengenai Pemadaman Penerangan Jalan Umum Kota Serang*. ejournalppmunsera, 1- 16.
- Syamsuddin. (2018). *Penerapan Analisis SWOT dalam Menentukan Strategi Pemasaran*. jurnalIntekna, 102-109.
- Yuningsih. (2020). *Strategi Penanganan Keluhan Rumah Sakit, Prosiding Hubungan Masyarakat*. repository UNISBA, 06(02) 211-216.

### Jurnal Internasional

- Anuar. (2021). *The Roles of Public Relations (PR) Practice as Professional Profession in Malaysia*. Research Gate, 128-133.
- Kaleli. (2021). *The Role of Public Relations in Sentisizing Public Government Project in Kenya :Case of Nairobi Country*. Journal of Development and Communications Studies, 8(1), 49-73.
- Mahendra. (2018). *Simplification of The Role of Public Relations . Jurnal ASPIKOM. Odekerken. (n.d.). Investmen in Customer Relationship : A Cross-ountry and Cross-Industry Eplorations*. Journal of Marketing, 65 (4) 33-35.
- Putri. (2018). *The Role of Public Relations as A Management Function in Higher Education*. Semantics Scholars.