pln insurance

THE POWER TO PROTECT

SOP

PEDOMAN PENGELOLAAN WEBSITE DAN MEDIA SOSIAL

PT Asuransi Perisai Listrik Nasional

PT ASURANSI PERISAI LISTRIK NASIONAL
JL RAYA PASAR MINGGU NO. 5 JAKARTA SELATAN 12780
TELP (021) 799 5888 FAX (021) 791 83422
cs@plninsurance.co.id
www.plninsurance.co.id

KEPUTUSAN DIREKSI

PT ASURANSI PERISAI LISTRIK NASIONAL

NO: 019 /SKD/DIR-APLN/III/2025

TENTANG

PEDOMAN PENGELOLAAN WEBSITE DAN MEDIA SOSIAL

PT ASURANSI PERISAI LISTRIK NASIONAL

MENIMBANG :

a. Bahwa dengan semakin berkembangnya masyarakat pengguna internet merupakan kesempatan bagi Perusahaan untuk mengoptimalkan peran website dan media sosial Perusahaan saat ini agar keberadaannya sebagai sarana berbagi informasi, komunikasi dan promosi Perusahaan dapat berkembang sesuai dengan tujuannya yaitu Perusahaan semakin dikenal dengan reputasi yang baik di masyarakat luas.

b. Bahwa dalam upaya mengoptimalkan peran website dan media sosial tersebut dan agar pengelolaannya dapat dipertanggungjawabkan dan sejalan dengan rencana perkembangan Perusahaan perlu adanya pedoman yang menjadi acuan dalam pelaksanaan pengelolaannya.

c. Bahwa berdasarkan pertimbangan pada butir a dan b di atas, maka perlu ditetapkan Surat Keputusan Sireksi mengenai Pedoman Pengelolaan Website dan Media Sosial PT Asuransi Perisai Listrik Nasional.

MENGINGAT :

1. Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 73/POJK.05/2016 dan Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 43/POJK.05/2019 tentang Tata Kelola Perusahaan Yang Baik Bagi Perusahaan Perasuransian.
2. Anggaran Dasar Perusahaan yang termuat dalam Akta Notaris Ida Murtamsa Salim, SH, M.Kn No. 07, tanggal 03 Agustus 2022 yang telah dilaporkan kepada Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia RI dan telah disetujui sesuai keputusan No. AHU- 0055226.AH.01.02.Th. 2022.
3. Keputusan Direksi Nomor : 006/SKD/DIR-APLN/I/2024 Tanggal 29 Januari 2025 Pedoman tata kelola (GCG)
4. Keputusan Direksi Nomor : 008/DIR-APLN/SDM/II/2024 tanggal 1 Februari 2024 tentang Struktur Organisasi PT Asuransi Perisai Listrik Nasional.
5. Surat Keputusan Direksi Nomor: 081/SKD/DIR-APLN/XII/2024 tanggal 16 Desember 2024 tentang Pedoman Perlindungan Konsumen khususnya pada nomor 3 Prinsip Perlindungan Konsumen PT Asuransi Perisai Listrik Nasional poin 2 Keterbukaan dan Transparansi.

MEMUTUSKAN

MENETAPKAN : Surat Keputusan Direksi tentang Pedoman Pengelolaan Website dan Media Sosial PT Asuransi Perisai Listrik Nasional.

PERTAMA : Pedoman Pengelolaan Website dan Media Sosial ini diperuntukkan sebagai acuan dalam pengelolaan website dan media sosial Perusahaan dengan tujuan Perusahaan semakin dikenal di masyarakat luas dengan reputasi yang baik, juga untuk menghadirkan kesamaan pemahaman terhadap fungsi website dan media social Perusahaan.

KEDUA : Bagian Humas Perusahaan sebagai petugas pelaksana / pengelola website dan media sosial Perusahaan, dan dalam melaksanakan tugasnya wajib mematuhi ketentuan-ketentuan yang diatur di dalam Pedoman Pengelolaan Website dan Media Sosial PT Asuransi Perisai Listrik Nasional.

KETIGA : Keputusan ini berlaku terhitung sejak tanggal ditandatangani dan ditetapkan oleh Direksi dengan ketentuan apabila dikemudian hari terdapat kekeliruan dalam Keputusan ini akan diperbaiki sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di : Jakarta
Pada Tanggal : 17 Maret 2025

PT Asuransi Perisai Listrik Nasional
Direksi,

Moch. Hirmas Fuady
Presiden Direktur

LEMBAR PERIKSA DAN PENGANTAR PERSETUJUAN

Perihal : **PEDOMAN PENGELOLAAN WEBSITE DAN MEDIA SOSIAL PT ASURANSI PERISAI LISTRIK NASIONAL**
Nomor Surat :**019 /SKD/DIR-APLN/III/2025**
Tanggal Surat : **17 Maret 2024**

No	Nama	Jabatan	Paraf
1.	Krisantos Tomiko	Staf Ahli Presiden Direktur	
2.	Tommy Virgiatara	Compliance & Risk Management VP	
3.	Ira Fitria	Secretariat Manager	
4.	Astrid Aissa	Risk Management Manager	
5.			
6.			
7.			
8.			

DAFTAR ISI

BAB I 1

PENDAHULUAN 1

A. Latar Belakang 1

B. Maksud dan Tujuan 1

C. Sasaran 1

D. Sarana dan Prasarana 2

E. Asas 2

F. Prinsip 2

G. Istilah dan Pengertian 3

BAB II 4

RUANG LINGKUP PEDOMAN PENGELOLAAN WEBSITE DAN MEDIA SOSIAL PT ASURANSI PERISAI LISTRIK NASIONAL 4

A. Jenis dan Konten Media Online Perusahaan 4

1. Jenis Media Online 4

2. Konten 4

3. Review Network 5

B. Petugas Pelaksana 5

C. Tata Cara Pengelolaan 6

1. Perencanaan 6

2. Strategi 6

3. Pelaksanaan 6

a. Pengelolaan Website dan Media Sosial 6

b. Pengelolaan Google Review APLN 7

c. Koordinasi 7

d. Pembatasan dan Larangan 7

D. Evaluasi 8

PENUTUP 9

LAMPIRAN 1 10

Bagan Alur Unggahan Konten dan Menanggapi Keluhan Media Sosial 10

A. Bagan Alur Unggahan Konten Media Sosial 10

B. Bagan Alur Menanggapi Keluhan Media Sosial 11

LAMPIRAN 2 12

A. Bagan Alur Pemantauan Harian dan Unggah Ulasan Positif dan Negatif pada Google Review 12

B. Bagan Alur Pengkoordinasian dan Antisipasi Terhadap Penilaian Buruk pada Google Review 13

PEDOMAN PENGELOLAAN WEBSITE DAN MEDIA SOSIAL
PT ASURANSI PERISAI LISTRIK NASIONAL

BAB I
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Populasi pengguna internet di Indonesia terus meningkat dari tahun ke-tahun dan sebagian besarnya merupakan pengunjung situs-situs media sosial seperti Instagram, Facebook, Youtube, Twitter, Tiktok, Review Network seperti Google Review dan portal berita seperti detik.com dan kompas.com. Mengacu pada *press conference* Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) – Hasil Survei Penetrasi Internet Indonesia 2024, jumlah tingkat penetrasi internet Indonesia pada tahun 2018 menyentuh angka 64,8% dari total populasi penduduk Indonesia saat itu, dan pada tahun 2023 telah menyentuh angka 79,5% yaitu 221.563.479 jiwa dari total 278.696.200 jiwa. Memperhatikan hal tersebut maka PT Asuransi Perisai Listrik Nasional (APLN) harus mampu memanfaatkan dan mengoptimalkan website dan media sosial yang ada saat ini dalam rangka menciptakan serta membangun hubungan yang baik dengan masyarakat guna meraih perhatian dan dukungan serta kepercayaan, dan pada akhirnya akan menaikkan reputasi dan citra positif perusahaan.

Diperlukan upaya-upaya yang kreatif dan persuasif dalam memanfaatkan website dan media sosial sebagai media online agar sasaran dan tujuan yang diinginkan dapat terwujud. Berbagai informasi mengenai perusahaan seperti visi dan misi, kebijakan-kebijakan, layanan jasa, rencana dan pencapaian kinerja maupun hal-hal lainnya yang relevan dan perlu disampaikan kepada khalayak dalam rangka promosi dan keterbukaan informasi perlu dikemas sedemikian rupa untuk menimbulkan ketertarikan khalayak mengetahui lebih jauh informasi atau pesan yang disampaikan.

Perusahaan telah memiliki website dan media sosial yang telah dijalankan selama ini, akan tetapi pedoman atau aturan standar sebagai acuan dalam pengelolaannya belum disediakan. Pedoman tersebut diperlukan agar pengelolaan website dan media sosial perusahaan dapat berjalan efektif dan tepat sasaran serta dapat dipertanggungjawabkan.

Mempertimbangkan hal tersebut maka disusunlah Pedoman Pengelolaan Media Sosial ini sebagai acuan dan petunjuk teknis dalam menjalankan pengelolaan website dan media sosial di lingkungan APLN.

B. Maksud dan Tujuan

Pedoman pengelolaan website dan media sosial ini dimaksudkan sebagai aturan standar dan acuan dalam pelaksanaan pengelolaan dan pemanfaatan website dan media sosial di lingkungan APLN.

C. Sasaran

1. Terselenggaranya hubungan yang harmonis dan saling menguntungkan antara APLN dan masyarakat;

2. Terciptanya media sosial yang menghasilkan reputasi APLN yang semakin baik dan positif;
3. Terwujudnya keterpaduan pengelolaan website dan media sosial APLN secara optimal, efektif, dan efisien; dan
4. Tercapainya kesamaan pemahaman mengenai website dan media sosial sebagai salah satu perangkat hubungan dengan masyarakat di lingkungan APLN.

D. Sarana dan Prasarana

Untuk menyelenggarakan komunikasi kehumasan melalui website dan media sosial diperlukan sarana komputer dan prasarana jaringan listrik dan internet yang terkoneksi dengan menggunakan modem atau fasilitas Wifi atau menggunakan telepon seluler cerdas.

E. Asas

Asas-asas yang diterapkan dalam pemanfaatan dan pengelolaan website dan media sosial perusahaan sebagai berikut:

1. Faktual, yaitu informasi yang disampaikan berlandaskan pada data dan fakta yang jelas dengan mempertimbangkan kepentingan umum.
2. Keikutsertaan dan keterlibatan, yaitu penyampaian informasi diarahkan untuk mendorong keikutsertaan dan keterlibatan khalayak dengan cara memberikan komentar, tanggapan dan masukan kepada perusahaan.
3. Dapat diakses dengan mudah dan diketahui oleh siapa saja, kapan saja, dan dimana saja.

F. Prinsip

Prinsip-prinsip dalam penggunaan website dan media sosial yang diterapkan perusahaan sebagai berikut:

1. Kredibel, yaitu menjaga kredibilitas sehingga informasi yang disampaikan akurat, berimbang, keterwakilan.
2. Integritas, menunjukkan objektivitas, sikap jujur serta menjaga etika yang berlaku di perusahaan dan masyarakat.
3. Professional, yaitu memiliki keahlian dan keterampilan dibidangnya.
4. Responsive, yaitu menanggapi masukan dengan cepat dan tepat.
5. Terintegrasi, yaitu menyelaraskan penggunaan media social dengan komunikasi lainnya, baik yang berbasis internet (online) maupun non internet (offline).
6. Keterwakilan, yaitu pesan yang disampaikan mewakili kepentingan perusahaan, bukan kepentingan pribadi.

G. Istilah dan Pengertian

Istilah-istilah yang digunakan dalam pedoman ini, yang memiliki pengertian sebagai berikut.

1. APLN atau Perusahaan adalah PT Asuransi Perisai Listrik Nasional.
2. Publik atau khalayak adalah masyarakat pengguna media sosial.
3. Humas adalah unit kerja, pejabat, dan personil Humas di lingkungan APLN yang melakukan fungsi manajemen dalam bidang informasi dan komunikasi yang persuasif, efektif dan efisien, untuk menciptakan hubungan yang harmonis dan saling menguntungkan dengan publik melalui berbagai sarana kehumasan dalam rangka menciptakan citra dan reputasi yang positif bagi APLN.
4. Website Perusahaan adalah media online yang dikelola Perusahaan, berisikan informasi-informasi mengenai Perusahaan maupun yang terkait dengan bidang usaha Perusahaan dalam rangka promosi dan keterbukaan informasi, dan dapat diakses oleh Publik melalui internet.
5. Media sosial Perusahaan adalah media online yang dikelola Perusahaan berisikan informasi-informasi mengenai Perusahaan maupun yang terkait dengan bidang usaha Perusahaan dalam rangka promosi, bersifat dua arah yang memungkinkan bagi Publik untuk turut berinteraksi, berpartisipasi, berdiskusi, berkolaborasi, dan berbagi informasi.
6. Informasi adalah keterangan, pernyataan, gagasan dan tanda-tanda yang mengandung nilai, makna dan pesan, baik data, fakta maupun penjelasannya yang dapat dilihat, didengar, dan dibaca, yang disajikan dalam berbagai kemasan dan format sesuai dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi secara elektronik ataupun non elektronik, yang isi serta penyajiannya tidak melanggar peraturan perundang-undangan dan etika yang berlaku di masyarakat.

BAB II
RUANG LINGKUP PEDOMAN PENGELOLAAN WEBSITE DAN MEDIA SOSIAL PT ASURANSI PERISAI LISTRIK NASIONAL

Ruang lingkup pedoman ini meliputi dasar-dasar dalam pengelolaan website dan media sosial perusahaan, jenis media sosial yang digunakan, petugas pelaksana dalam pengelolaan media sosial, tata cara pelaksanaan pengelolaan media sosial termasuk *review network*, dan evaluasi.

A. Jenis dan Konten Media Online Perusahaan

1. Jenis Media Online

a. Website : https://plninsurance.co.id
b. Instagram : @plninsurance

Media online perusahaan tersebut akan disesuaikan dengan perkembangan dan kebijakan di perusahaan dengan memperhatikan perkembangan teknologi dan trend yang berkembang di masyakarat.

2. Konten

a. Konten Website

Website perusahaan memuat informasi-informasi sebagai berikut:

1) Sejarah / *Milestone*
2) Visi dan Misi
3) *Core Value*
4) Manajemen
5) Struktur organisasi
6) Produk-Produk Asuransi
7) Alamat Kantor Pusat, Kantor Cabang dan Kantor Pemasaran
8) *Call Centre*
9) Formulir Pengaduan pelanggan
10) Prosedur Bertansaksi
11) Laporan Keuangan OJK
12) Laporan Keuangan Publikasi tahunan
13) Wistleblowing System
14) Nama Agen Rekanan
15) Jaringan Rumah Sakit dan Klinik Rekanan
16) Jaringan Bengkel Rekanan
17) Berita Internal dan Eksternal
18) Penghargaan
19) Daftar Mitra / Pelanggan
20) Informasi lainnya yang dipandang perlu

b. Konten Instagram

Instagram perusahaan berisikan informasi-informasi seperti:

1) Kegiatan Internal dan Eksternal yang berkaitan dengan Perusahaan ataupun bidang usaha Perusahaan.
2) Ucapan Selamat Hari Ulang Tahun Pelanggan, Rekanan dan Group Usaha.
3) Konten Produk Asuransi.
4) Konten mengenai *Tips and Trick* terkait motivasi, kesehatan, dan finansial.
5) Konten-konten lainnya yang menarik dan relevan dengan lingkup usaha dan kegiatan perusahaan.

3. Review Network

Review Network adalah Platform media sosial untuk pengguna berbagi ulasan dan penilaian terhadap suatu produk, layanan, tempat atau pengalaman tertentu, salah satu *Review Network* adalah *Google Review*. Google Review dapat menjadi alat/media untuk meningkatkan reputasi perusahaaan, dan sebaliknya reputasi perusahaan bisa turun yang disebabkan adanya penilaian negatif publik atau individu tertentu dalam bentuk komentar negatif dan rating bintang kurang dari 4 (empat). Hal ini berlaku juga terhadap APLN yang perlu dijaga reputasinya.

Untuk itu maka *Google Review* terhadap APLN perlu juga dikelola dan dimonitor secara berkala supaya dapat diketahui kondisi-kondisi pada *google review* APLN serta dapat diambil langkah langkah antisipasi untuk menjaga dan meningkatkan kembali reputasi perusahaan.

B. Petugas Pelaksana

Pengelolaan media sosial dan review network perusahaan dilaksanakankan oleh Administrator dibawah supervisi pejabat yang menjalankan fungsi Humas (hubungan masyarakat) pada Sekretariat Perusahaan di bawah Direktorat Utama (Presiden Direktur).

Administrator tersebut diberi kewenangan dan karenanya bertanggung jawab atas pelaksanaan pengelolaan website, media sosial termasuk *review network* dan koordinasi dengan personil atau pejabat terkait sebagaimana dimaksud dalam butir C.3 dibawah ini.

C. Tata Cara Pengelolaan

1. Perencanaan

Perencanaan dalam pengelolaan dapat dilakukan dengan metode POST yaitu *People* (khalayak), *Objectives* (Sasaran), *Strategy* (Strategi), dan *Technology* (teknologi), sebagai berikut:

a. *People* adalah penetapan khalayak yang menjadi sasaran komunikasi perusahaan dan perilaku online khalayak yang didasarkan pada segmentasi teknografis sosial.

b. *Objectives* adalah penentuan sasaran yang didasarkan pada kebutuhan perusahaan dengan memperhatikan aspirasi serta masukan yang positif dari khalayak.

c. *Strategy* adalah cara perusahaan menentukan hubungan dengan khalayak.

d. *Technology* adalah penentuan aplikasi yang sesuai dengan kebutuhan.

Cara-cara dan tujuan perusahaan dalam pemanfaatan media sosial sebagai berikut:

a. Menyimak (*Iistening*), yaitu perusahaan menggunakan media sosial untuk memahami dan menyerap aspirasi kebutuhan khalayak.

b. Berbicara (*talking*), yaitu perusahaan menggunakan media sosial untuk menyebarluaskan pesan dan informasi.

c. Menyemangati (*energizing*), yaitu perusahaan menggunakan media sosial untuk membangun semangat dan keterlibatan serta mendorong khalayak menyebarluaskan pesan melalui percakapan dari mulut ke mulut (*word of mouth*) dan komunikasi viral (melalui internet).

d. Mendukung (*supporting*) yaitu perusahaan menggunakan media sosial untuk membantu khalayak agar saling mendukung sehingga tercipta dukungan yang lebih besar.

e. Merangkul (*embracing*), yaitu perusahaan menggunakan media sosial untuk melibatkan khalayak ke dalam suasana atau kegiatan perusahaan, termasuk dalam memberikan masukan, saran, gagasan, dan/ atau tindakan nyata.

2. Strategi

Strategi dilakukan dengan merancang pesan yang tepat untuk khalayak sasaran, dan menyebarluaskannya pada waktu yang dianggap tepat, baik secara regular atau waktu tertentu.

3. Pelaksanaan

a. Pengelolaan Website dan Media Sosial

Pengelolaan website dan media sosial dilaksanakan dengan langkah-langkah sebagai berikut:

1) Menentukan khalayak sasaran sesuai dengan segmentasi.
2) Memilih dan membuat akun media sosial yang sesuai dengan khalayak sasaran.
3) Membuat dan mengunggah pesan dengan menambahkan tanda pagar / tagar "#" di depan tema pesan.
4) Memantau percakapan/komunikasi.
5) Menjawab komentar, masukan, atau pertanyaan khalayak.
6) Menganalisis masukan-masukan dari khalayak sebagai umpan balik untuk pembuatan/ perbaikan kebijakan.
7) Memberikan rekomendasi tindak lanjut kegiatan, program, atau kebijakan dengan mengacu masukan dan aspirasi khalayak.
8) Menyebarluaskan kebijakan dan tindak lanjut pelaksanaan program.

b. Pengelolaan Google Review APLN

Pengelolaan *Google Review* APLN dilaksanakan dengan langkah-langkah sebagai berikut:

1) Pemantauan harian kondisi Review Network yaitu Google Review PT APLN.
2) Menetapkan langkah-langkah yang perlu diambil dan dilakukan dalam rangka menjaga dan meningkatkan reputasi perusahaan.

c. Koordinasi

Dalam menyusun perencanaan, strategi dan langkah-langkah pengelolaan website dan media sosial serta *Google Review* APLN berkenaan dengan konten informasi atau pesan yang akan diunggah, Administrator dengan sepengetahuan Humas dapat meminta saran dan masukan serta melakukan koordinasi dengan personil atau pejabat pada Fungsi atau Divisi Kerja terkait di Perusahaan, dan terhadap permintaan tersebut pejabat pada Fungsi dan Divisi Kerja terkait wajib memberikan saran dan masukan kepada Administrator dan/atau Humas.

d. Pembatasan dan Larangan

Konten yang dilarang untuk di unggah di website, media sosial dan review network APLN adalah konten yang berisi atau mengandung :

1) Pornografi atau melanggar kesusilaan
2) Pencemaran nama baik
3) Ujaran kebencian
4) Teror atau terorisme
5) Judi termasuk judi online
6) Penyadapan

7) Informasi rahasia perusahaan
8) Data pribadi yang harus dilindungi sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku
9) Hal-hal lainnya yang melanggar normal dan etika yang berlaku dimasyarakat

D. Evaluasi

1. Dalam rangka evaluasi terhadap efektifitas pengelolaan website dan media social, fungsi Humas dan Penanggung Jawab pada Divisi Sektretariat Perusahaan wajib membuat dan menyampaikan laporan pelaksanaan pengelolaan website dan media sosial Perusahaan paling sedikit 1 (satu) kali dalam 1 (satu) tahun kepada Direktur atasan atau yang membawahi ("Laporan Pelaksanaan Pengelolaan Website dan Media Sosial") selambat-lambatnya pada tanggal 31 Maret tahun berikutnya terhadap pengelolaan periode tahun sebelumnya.

2. Laporan dimaksud paling sedikit memuat:
   a. Gambaran umum pelayanan informasi yang disampaikan melalui website dan media sosial.
   b. Khusus Media Sosial:
      1) Jumlah khalayak (*follower*) khusus media sosial.
      2) Gambaran umum mengenai isi pesan dan komentar atas isi pesan sebagai bahan masukan untuk perbaikan.
      3) Jumlah penyebaran informasi dan pesan yang dikirimkan.
      4) Jumlah pesan yang diteruskan oleh *follower* maupun *non follower*.
   c. Khusus Google Review:
      1) Nilai atau jumlah bintang terhadap APLN
      2) Gambaran umum mengenai isi pesan atau ulasan *reviewer* sebagai bahan masukan untuk perbaikan.
      3) Strategi dan langkah antisipasi yang telah diambil serta hasil yang dicapai
   d. Kendala-kendala yang dihadapi baik dari internal maupun eksternal perusahaan.
   e. Rekomendasi dan rencana tindak lanjut untuk meningkatkan kualitas pelayanan informasi pada website, media sosial dan *google review* APLN.

3. Laporan Pelaksanaan Pengelolaan Website dan Media Sosial yang disampaikan untuk pertama kali adalah laporan pengelolaan tahun 2025.

4. Menyimpang dari ketentuan penyampaian laporan dimaksud dalam butir 1 dan 3 di atas, Direksi atau Direktur yang membawahi Sekretariat Perusahaan dapat meminta kepada fungsi Humas dan Penanggung Jawab pada Divisi Sektretariat Perusahaan menyampaikan Laporan Pelaksanaan Pengelolaan Website dan Media Sosial untuk periode tertentu.

BAB III

PENUTUP

Pedoman Pengelolaan Website dan Media Sosial ini merupakan bagian dari pedoman tata kelola kehumasan di APLN, dan memiliki 2 (dua) lampiran yaitu:

Lampiran 1 : Bagan alur proses publikasi dan menanggapi keluhan media sosial

A. Bagan alur publikasi media soial

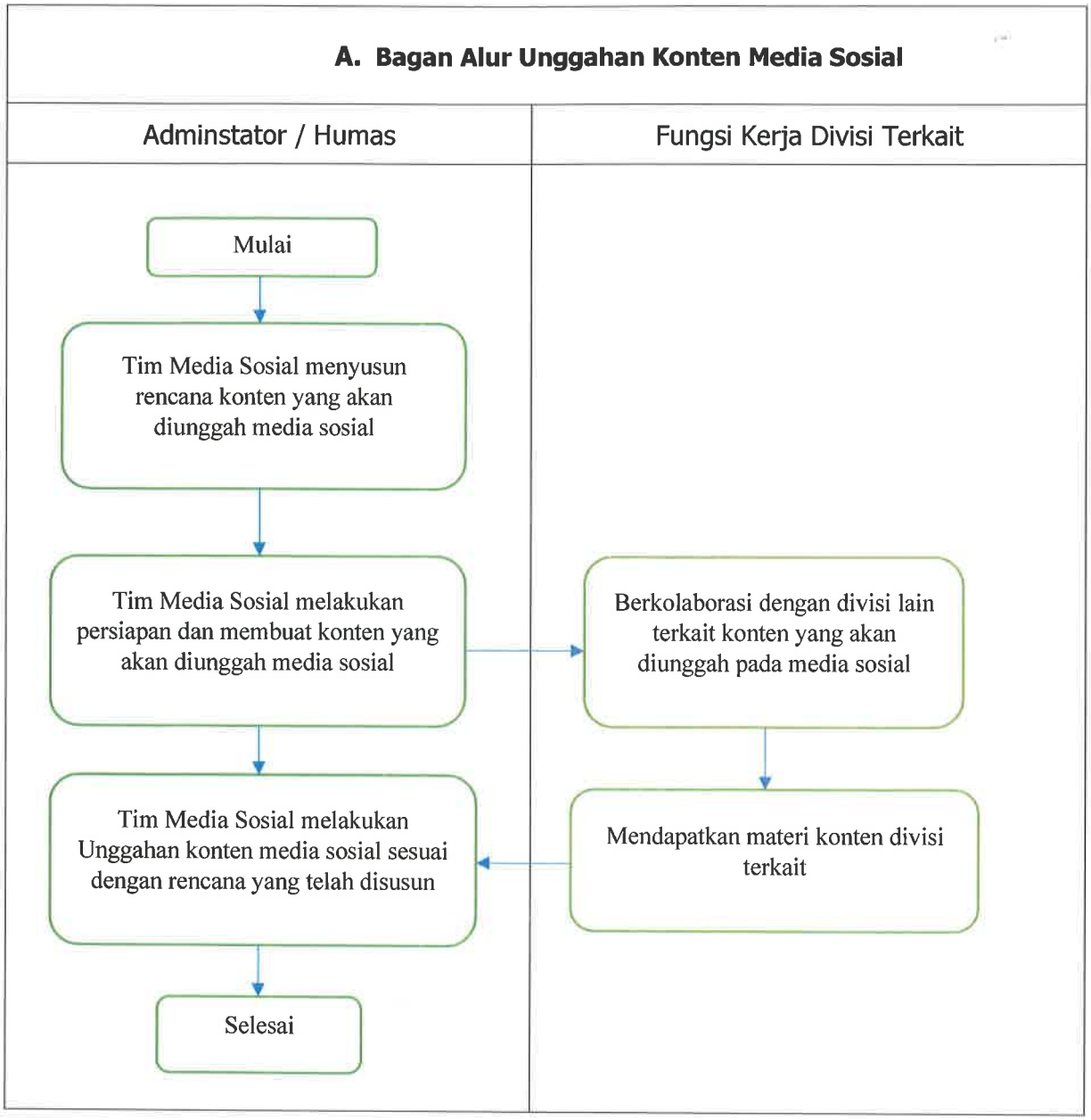
B. Bagan alur menanggapi keluhan media sosial

Lampiran 2 : A. Bagan alur pemantauan harian dan unggah ulasan positif dan negatif di *google review*

B. Bagan alur pengkordinasian dan antisipasi terhadap penilaian buruk di *google review*

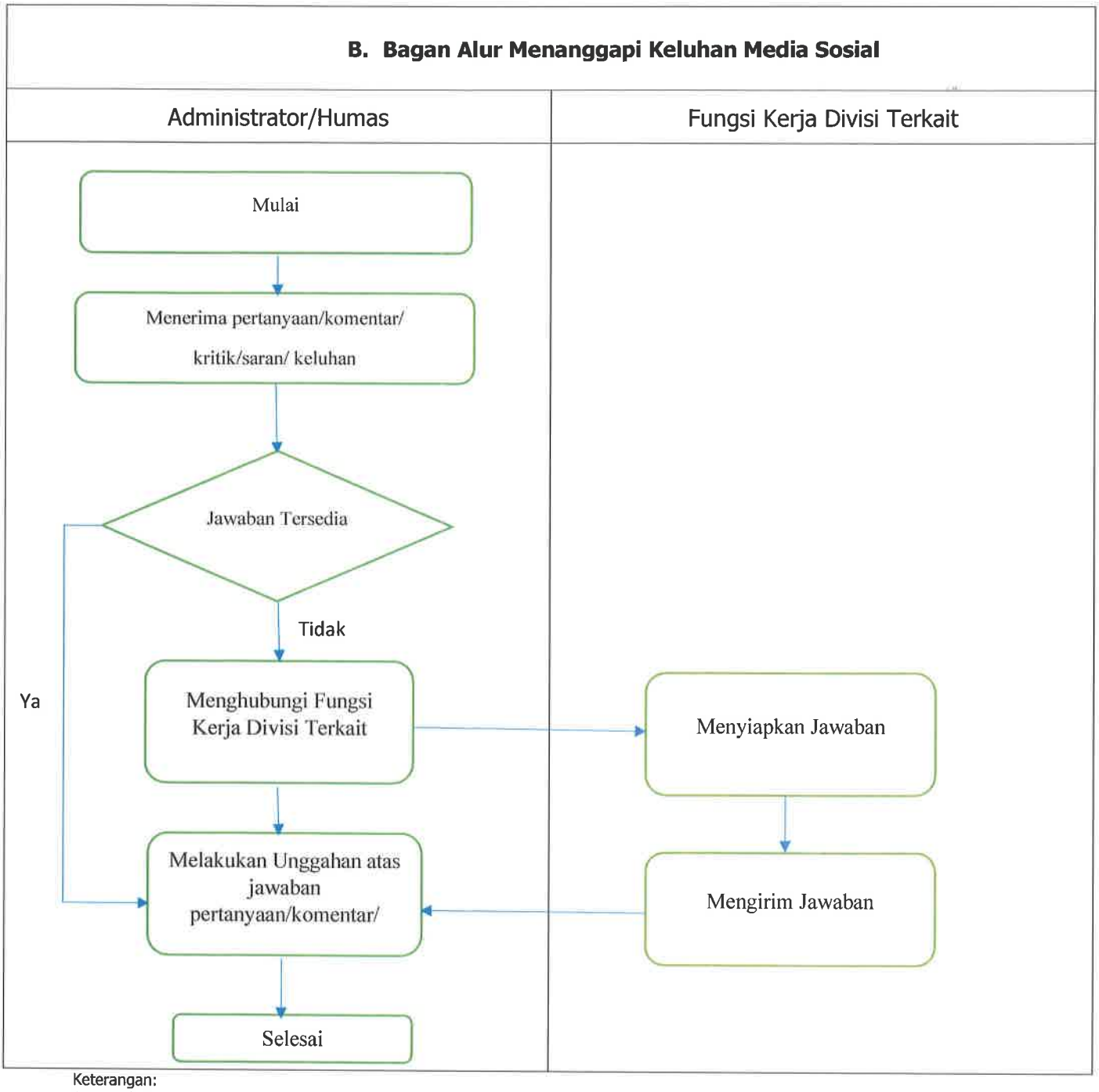
Pedoman ini berlaku sejak tanggal ditetapkan oleh Direksi dan akan dievaluasi sesuai dengan kebijakan yang berlaku di perusahaan.

LAMPIRAN 1
Bagan Alur Unggahan Konten dan Menanggapi Keluhan Media Sosial



Keterangan:
1. Administrator/Humas menyusun jadwal dan materi konten media sosial yang akan diunggah.
2. Administrator/Humas mendapatkan persetujuan jadwal dan materi konten media sosial dari kepala divisi.
3. Administrator/Humas menyiapkan materi konten media sosial dan berkolabolasi dengan divisi terkait sesuai dengan jadwal dan materi konten media sosial yang telah mendapatkan persetujuan kepala divisi.
4. Administrator/Humas membuat desain konten media sosial dengan materi yang telah tersedia
5. Administrator/Humas melakukan unggahan di media sosial perusahaan.

B. Bagan Alur Menanggapi Keluhan Media Sosial

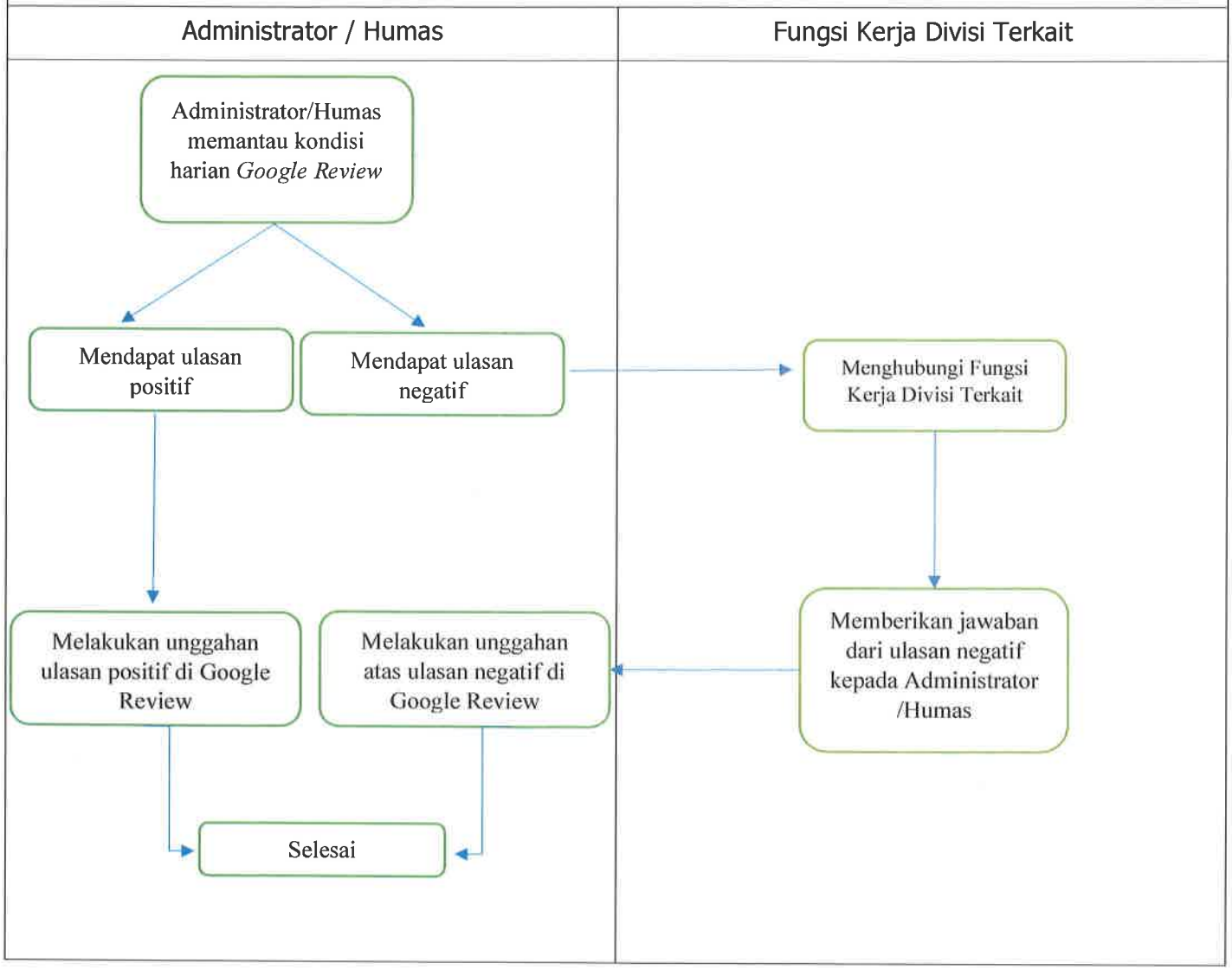


Keterangan:

1. Administrator/Humas menerima pertanyaan/ komentar/kritik atau saran di media sosial.
2. Administrator/Humas wajib memberikan respon kepada pelanggan ataupun khalayak melalui jaringan pribadi pada media sosial.
3. Apabila jawaban pertanyaan/komentar/kritik atau saran tersedia maka Administrator/Humas langsung menjawab pertanyaan/ komentar/kritik atau saran tersebut.
4. Apabila pertanyaan/komentar/kritik/saran merupakan kewenangan divisi lain, maka petugas pengelola menghubungi instansi tersebut. Divisi terkait memberikan jawaban terhadap pertanyaan/ komentar/kritik/saran melalui Administrator/Humas dalam waktu maksimal 1 Hari/24 Jam.
5. Administrator/Humas media sosial menjawab pertanyaan/komentar/kritik/saran dalam kurun waktu 1 (jam) setelah mendapatkan informasi berdasarkan jawaban dari divisi terkait.

LAMPIRAN 2

A. Bagan Alur Pemantauan Harian dan Unggah Ulasan Positif dan Negatif pada Google Review



Keterangan:

1. Administrator/ Humas melakukan pemantauan harian di situs google review
   - Jika mendapatkan ulasan positif petugas memberikan umpan balik (*Feedback)* yaitu:
     "Hai Pelanggan Setia PLN Insurance,
     Terima kasih atas ulasan positif yang diberikan. Kami selalu berusaha memberikan layanan terbaik kepada seluruh pelanggan PLN Insurance, karena kepuasan anda adalah prioritas kami".
   - Jika mendapatkan ulasan negatif maka Administrator/ Humas menghubungi fungsi kerja terkait untuk mendapatkan jawaban atas pertanyaan yang diberikan.
   - Jika ulasan negatif dan penilaian buruk atas layanan perusahaan (bintang kurang dari 4) maka Administrator mengajukan usulan mengenai langkah-langkah yang perlu diambil / dilakukan serta berkoordinasi dengan fungsi / divisi kerja terkait dengan mengacu pada arahan dan persetujuan dari Direksi (Lampiran 2 B).

B. Bagan Alur Pengkoordinasian dan Antisipasi Terhadap Penilaian Buruk pada Google Review

