ABSTRAK

Sosialisasi program PLN Bersih melalui *Call Back Center* dilakukan oleh PT. PLN (Persero) Distribusi Jawa Barat dan Banten (DJBB) Area Bandung, dengan menggunakan komunikasi interpersonal, dimana efek dari proses komunikasi yang terjadi dapat diketahui dengan melihat perubahan sikap pelanggan. Tujuan utama penelitian ini, untuk mengetahui seberapa besar pengaruh sosialisasi PLN Bersih melalui *Call Back Center* terhadap sikap pelanggan PT. PLN DJBB. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, dengan metode survei. Berdasarkan perhitungan koefisien determinasi diperoleh nilai sebesar 54,3%. Nilai tersebut menunjukkan bahwa sosialisasi PLN Bersih memberikan pengaruh terhadap sikap pelanggan sebesar 54,3%, dan sisanya sebesar 45,7% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini. Sedangkan pengujian hipotesis diperoleh keputusan bahwa terdapat pengaruh yang signifika n antara sosialisasi PLN Bersih melalui *Call Back Center* (X) terhadap sikap pelanggan PT. PLN DJBB Banten Area Bandung (Y).

Kata kunci : Sosialisasi, Sikap, Komunikasi Interpersonal