

ABSTRAK

Nama : Nadia Rena Utami

Jurusan : Ilmu Komunikasi

Judul : Manajemen Krisis Humas Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Dalam Menangani Kepercayaan Pelanggan

Penelitian ini dilatar belakangi oleh jumlah Pelanggan Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Tirta Siak Kota Pekanbaru dalam beberapa tahun terakhir mengalami penurunan drastis. Hal ini disebabkan oleh penurunan kualitas air sehingga menyebabkan keluhan pada pelanggan. keluhan ini menjadi salah satu ancaman bagi perusahaan serta berpotensi menimbulkan penurunan kepercayaan bagi perusahaan apabila tidak diatasi secara cepat. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana manajemen krisis humas perusahaan daerah air minum (PDAM) tirta siak kota pekanbaru dalam menangani kepercayaan pelanggan. Tujuan penelitian ini dilakukan untuk mengetahui manajemen krisis PDAM Tirta Siak dalam menangani kepercayaan pelanggan. Dalam penelitian ini metode penelitian adalah deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan dengan wawancara, observasi dan dokumentasi. Hasil penelitian ini adalah Humas PDAM Tirta Siak Pekanbaru melakukan 5 (lima) tahapan dalam mengelola krisis: (a) Melakukan identifikasi krisis secara cepat, yang diketahui krisis yang terjadi berasal dari keluhan pelanggan yaitu air nya kecil, terkadang mati, airnya keruh, bau dan pelanggan berhenti berlangganan. (b) Melakukan analisis krisis dengan cara membentuk tim manajemen krisis dan melakukan pengecekan lapangan terhadap keluhan pelanggan. dilakukan oleh bagian Kasubag Humas dan Kabag Hubungan Langganan. (c) Melakukan isolasi krisis dengan cara mendengarkan keluhan pelanggan kemudian melakukan perbaikan sistem dengan cara *one day one service* sebagai langkah awal dalam menangani keluhan pelanggan. (d) Pemilihan strategi, melakukan kerja sama dengan berbagai pihak terkait . (e) Program pengendalian, melakukan sosialisasi dengan tujuan agar masyarakat mengerti dan memahami persoalan yang ada, serta menjalin komunikasi yang baik antara pihak perusahaan dengan pelanggan.

Kata Kunci: Manajemen Krisis, Humas, Kepercayaan Pelanggan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ABSTRACT

Name : Nadia Rena Utami

Department : Communication

Title : The Management of Crisis of the Public Relations at *Perusahaan Daerah Air Minum* (Local Company of Drinking Water)

This research is motivated by the decline of the customers at the Tirta Siak local company of Drinking water in Pekanbaru recently. This is because the low quality of the water so that many customers complain it. The complaints will potentially decrease the customers' trust and threat the survival of the company if they are not handled well and fast. The formulation of problem in this research is low The Management of Crisis of the Public Relations at *Perusahaan Daerah Air Minum* (Local Company of Drinking Water) in Handling the Customers' Trust. Method used in this research is a descriptive-qualitative method. Data is collected from interview, observation, and documentation. This thesis finds that the public relations of the Tirta Siak PDAM conduct five stages in managing the crisis: (a) Identifying the crisis quickly. The crisis is actually started from the water problem in which is does not come out smoothly, even stop coming out and the water is bad. This sometimes causes the decline of the customers. (b) Analyzing the crisis by making a team of crisis management and checking the real condition in the field done by the head of the public relations section and head of the customer relations. (c) Isolating the crisis by hearing the customers' complaints then followed by the system improvement called one day one service as the first step in handling the customers' complaints. (d) Choosing the strategy by creating cooperation with several parties. (e) The controlling program by socializing the problems in the company so that the customers understand these problems and making a good communication between the company and its customers.

Keywords : Management of Crisis, Public Relations, Customers' Trust