

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB I PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Sumber daya alam adalah kekayaan bumi yang berasal dari alam, dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan hidup manusia. Sumber daya alam ini tergolong dari dua komponen yaitu komponen biotik dan komponen abiotik. Sumber daya alam biotik adalah semua kekayaan alam berupa hewan, tumbuhan dan *mikroorganisme*. Sedangkan sumber daya alam abiotik adalah kekayaan alam yang dimanfaatkan berupa benda mati seperti minyak bumi. Pada saat sekarang ini, minyak bumi masih merupakan sumber daya alam yang paling utama dalam memenuhi kebutuhan energi dunia.<sup>1</sup>

Pada umumnya, sumber daya alam berdasarkan sifatnya dapat digolongkan menjadi sumber daya alam (SDA) yang dapat diperbaharui dan sumber daya alam (SDA) yang tidak dapat diperbaharui. Sumber daya alam (SDA) yang dapat diperbaharui adalah kekayaan alam yang masih terus ada selama penggunaannya tidak dieksplotasi secara berlebihan. Tumbuhan, hewan, *mikroorganisme*, sinar matahari, angin dan air merupakan beberapa contoh dari SDA yang terbaharukan. Walaupun jumlahnya sangat berlimpah, namun penggunaannya tetap harus dibatas dan dijaga untuk dapat terus berkelanjutan. Sedangkan, SDA yang tidak dapat diperbaharui adalah SDA yang jumlahnya terbatas karena penggunaannya lebih cepat daripada proses pembentukannya dan apabila digunakan secara terus-menerus akan habis.

Air merupakan senyawa kimia yang sangat penting bagi sumber kehidupan manusia bahkan manusia tidak bisa hidup tanpa adanya air. Air bersih merupakan kebutuhan dasar yang selalu diperlukan setiap saat. Mulai dari kebutuhan dasar untuk mandi, mencuci, dan adalah sumber kehidupan dan manusia tidak bisa hidup tanpa adanya air. Air bersih merupakan kebutuhan dasar yang selalu diperlukan setiap saat. Mulai dari kebutuhan

---

<sup>1</sup>[Http://id.m.wikipedia.org/wiki/Sumber\\_daya\\_alam](http://id.m.wikipedia.org/wiki/Sumber_daya_alam)

dasar untuk mandi, mencuci, dan memasak, sampai kebutuhan sekunder untuk menyiram tanaman dan mencuci kendaraan.<sup>2</sup>

Perkembangan teknologi yang semakin pesat, dapat mengubah pola pikir dan gaya hidup masyarakat menjadi semakin sehat. Untuk itu, masyarakat dapat memilih menggunakan air bersih sebagai salah satu kebutuhan hidup. Masyarakat tidak lagi kesulitan dalam memperoleh air bersih, karena Pemerintah Kota Pekanbaru telah mendirikan Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM). Dengan adanya Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Tirta Siak Kota Pekanbaru tentu saja sangat membantu masyarakat mendapatkan air bersih yang berkualitas, higienis dan dengan harga terjangkau. Hal yang menyebabkan Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Tirta Siak Kota Pekanbaru menjadi salah satu gantungan harapan masyarakat dalam memenuhi kebutuhan air bersih.

Untuk itu dibutuhkan peranan Humas dalam memberikan informasi kepada publik atau masyarakat. Karena humas pada dasarnya merupakan usaha untuk membangun dan mempertahankan reputasi, citra dan komunikasi yang baik antara organisasi dan masyarakat. Sedangkan, Komunikasi adalah suatu proses penyampaian pesan (ide, gagasan) dari satu pihak kepada pihak lain agar terjalin saling mempengaruhi diantara keduanya. Melalui komunikasi sikap dan perasaan seseorang atau kelompok orang serta dapat dipahami oleh pihak lain.<sup>3</sup>

Namun tidak jarang perusahaan mengalami krisis. krisis adalah masa gawat atau genting, dimana situasi tersebut dapat merupakan titik baik atau sebaliknya. Namun perusahaan tentu mengantisipasi agar krisis tidak terjadi. Hal ini disebut *Preventive Public Relations*, yakni usaha untuk mengantisipasinya dengan melakukan perencanaan menangani krisis dengan membuat Rencana Aksi yang dapat dilakukan dalam waktu cepat dan efektif. Ada dua hal pokok yang harus dilakukan: (1) menghubungi pejabat pemerintah yang bersangkutan karena mereka dapat membantu; (2)

<sup>2</sup> Pdamtirtasiak.blogspot.com/20

<sup>3</sup> Mardhiah Rubani, *Psikologi Komunika*s, UR Press, 2010, 11.

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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.

menghubungi wartawan atau media karena mereka mampu menyiarkannya untuk publik luas.<sup>4</sup>

Berdasarkan hasil observasi pra riset lapangan, penulis menemukan bahwa salah satu pelanggan PDAM komplain kepada pihak perusahaan mengenai kebocoran pipa air, namun setelah diamati permasalahan kebocoran pipa air bukan kali pertama terjadi melainkan sudah beberapa kali mengalami permasalahan sehingga menyebabkan pelanggan komplain. Namun pihak perusahaan membenarkan bahwa permasalahan tersebut sering terjadi di PDAM.

Penurunan kepercayaan pelanggan ini diakibatkan oleh keluhan pelanggan yang terjadi selama beberapa tahun terakhir, hal ini disebabkan oleh beberapa permasalahan yang terjadi yaitu, kebocoran pipa, air yang keluar kecil, berbau, dan keruh. Permasalahan yang muncul mengakibatkan penurunan jumlah pelanggan hingga 80 %. Hingga saat ini jumlah pelanggan PDAM terhitung hingga maret 2017 pelanggan PDAM berkisar menjadi 2000 pelanggan. Pada tahun 2012, jumlah pelanggan PDAM berkisar hingga 13.218, namun pada saat ini menjadi 2000 pelanggan yang tersisa.

Hal ini tentu menjadi ancaman bagi perusahaan, apabila tidak diatasi dengan cepat, ini termasuk salah satu krisis yang terjadi karena produk yang kurang sempurna. Sehingga menimbulkan keluhan pada pelanggan.

Oleh karena itu, berdasarkan latar belakang masalah diatas penulis tertarik ingin mengetahui bagaimana pihak perusahaan dalam menangani krisis yang disebabkan oleh keluhan pelanggan. Adapun judulnya adalah ‘Manajemen Krisis Humas Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Tirta Siak Kota Pekanbaru dalam Menangani Kepercayaan Pelanggan’.

## B. Penegasan Istilah

Untuk menghindari kesalahan makna dan kerancuan penafsiran, maka penulis memandang perlu adanya penjelasan judul sehingga maksud yang

<sup>4</sup> Soleh Soemirat, Elbinaro Ardianto, *Dasar-Dasar Public Relations*, (Bandung: Remaja Rodaskarya, 2004), 181.

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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.

terkandung dalam penelitian ini akan memberikan batasan. Batasan dan bahasan yang dimaksud yaitu:

### 1. Manajemen

Manajemen berasal dari kata *manage* (bahasa latin: *manus*) yang berarti: memimpin, menangani, mengatur atau membimbing. George R. Terry, mendefinisikan manajemen sebagai “sebuah proses yang khas dan terdiri dari tindakan-tindakan seperti perencanaan, pengorganisasian dan pengawasan yang dilakukan untuk menentukan serta mencapai sasaran-sasaran yang telah ditetapkan melalui pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber-sumber lainnya<sup>5</sup>.”

### 2. Krisis

Kata krisis berasal dari bahasa Yunani krisis (*krisis*), yang berarti “keputusan”. Ketika terjadi krisis perusahaan harus memutuskan apa yang harus dilakukan.<sup>6</sup>

Krisis dalam bahasa Cina, diucapkan dengan *wei-ji* dan mempunyai dua arti, yaitu “bahaya” dan “peluang”. *Two side in the same coin*.<sup>7</sup>

### 3. Manajemen Krisis

Menurut Devlin mengatakan “*crisis management is special measures taken to solve problems caused by a crisis*”. Istilah ‘*solve*’ pada definisi di atas dapat diartikan bahwa upaya mengatasi krisis pada dasarnya merupakan proses bertahap (*step by step*) dan melalui rangkaian aktivitas<sup>8</sup>.

### 4. Humas

Dr. Rex Harlow mengatakan public relation adalah fungsi manajemen yang khas dan mendukung pembinaan, pemeliharaan jalur bersama antara organisasi dengan publiknya, menyangkut aktivitas

<sup>5</sup> H.B Siswanto, *Pengantar Manajemen*, (Jakarta: PTR. Bumi Aksara, 2006), 5.

<sup>6</sup> Frisan Nova, *Krisis Public Relation: Bagaimana Strategi PR Menghadapi Krisis, Pembangunan Citra dan Reputasi Perusahaan*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2011), 67.

<sup>7</sup> Ibid, Hal 67.

<sup>8</sup> Rachmat Kriyanto, *Public Relation & Crisis Management Pendekatan Critical Public Relation, Etnografi Krisis & Kualitatif*, (Jakarta, Kencana Prenada Media Group, 2012), 180.

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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.

komunikasi, pengertian, penerimaan, dan kerja sama; melibatkan manajemen dalam menghadapi persoalan/permasalahan, membantu manajemen untuk mampu menanggapi opini publik; mendukung manajemen dalam mengikuti dan memanfaatkan perubahan secara efektif; bertindak sebagai sistem peringatan dini dalam mengantisipasi kecenderungan penggunaan penelitian serta teknik komunikasi yang sehat dan etis sebagai sarana utama.<sup>9</sup>

#### 5. Kepercayaan Pelanggan

Menurut Rotter mengatakan bahwa kepercayaan sebagai sebuah harapan yang dipegang oleh seorang individu atau sebuah kelompok ketika perkataan, janji, pernyataan lisan atau tulisan dari seorang individu atau kelompok lainnya dapat diwujudkan.<sup>10</sup>

### C. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah dipaparkan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah "Bagaimana Manajemen Krisis Humas Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Tirta Kota Pekanbaru Dalam Menangani Kepercayaan Pelanggan?"

### D. Batasan Masalah

Agar tidak terjadi perluasan masalah dalam penelitian ini, maka penulis membatasi permasalahan. Adapun batasan dalam penelitian, yaitu:

1. Keluhan Pelanggan PDAM.
2. Penurunan Kualitas Air.
3. Penurunan Jumlah Pelanggan.

### E. Tujuan Penelitian

<sup>9</sup> Rosady Ruslan, *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi*, (Jakarta: Rajagrafindo Persada, 1998), 15.

<sup>10</sup> Rismi Soman, Donni Juni Priansa, *Manajemen Komunikasi*, (Bandung: Alfabeta, 2014), 105.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Manajemen Krisis Humas Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Tirta Siak Kota Pekanbaru dalam Menangani Kepercayaan Pelanggan.

## F. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan penelitian yang penulis maksud dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

### 1) Secara Teoritis

Sebagai sarana pembelajaran bagi penulis untuk meningkatkan pengetahuan khususnya mengenai Manajemen Krisis Humas Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Tirta Kota Pekanbaru Dalam Menangani Kepercayaan Pelanggan.

### 2) Secara Praktis

Untuk memenuhi persyaratan sebagai tugas akhir perkuliahan guna memperoleh gelar Sarjana srata satu (S1) pada jurusan Komunikasi di UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## G. Sistematika Penulisan

### BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini merupakan bab pendahuluan yang terdiri dari : Latar belakang masalah, penegasan istilah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian dan sistematika penulisan.

### BAB II : KAJIAN TEORI DAN KERANGKA PIKIR

Bab ini menjelaskan tentang landasan teori yang berkaitan dengan pembahasan masalah yang diteliti. Termasuk di dalamnya kajian teori, kajian terdahulu, dan kerangka pikir.

### BAB III : METODELOGI PENELITIAN

Bab ini berisi tentang pendekatan penelitian, lokasi dan waktu penelitian, sumber data, informan penelitian, teknik pengumpulan data, validitas data, dan teknik analisis data.

### BAB IV : GAMBARAN UMUM

Bab ini berisikan gambaran umum tentang objek yang akan diteliti dan tempat dimana akan dilakukannya penelitian.

### BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini berisikan uraian secara umum tentang hasil penelitian dan pembahasan.

### BAB VI : PENUTUP

Pada bab ini berisikan kesimpulan dari hasil penelitian dan saran yang membangun bagi objek penelitian agar bisa lebih baik lagi untuk kedepannya.

### DAFTAR PUSTAKA