

## ABSTRAK

### MANAJEMEN KRISIS PT. KERETA API INDONESIA (PERSERO) DAERAH OPERASI 1 JAKARTA DALAM MENANGANI KELUHAN PELANGGAN

Oleh : Pauziah

(5 bab + 105 hal + 9 lampiran + 33 (2011 - 2017) )

Sebagai salah satu jasa transportasi darat, tentu PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Daerah Operasi 1 Jakarta selalu berupaya dalam menangani keluhan pelanggan tentu PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Daerah Operasi 1 Jakarta agar dapat terus meningkatkan citra yang baik tentunya terutama pada masyarakat khususnya pada pengguna jasa tentu PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Daerah Operasi 1 Jakarta. Hal ini mengingat bahwa persaingan akan jasa transportasi lainnya semakin besar dan bagus. Sehingga saat terjadinya krisis diperusahaan harus cepat tanggapi, dalam hal ini dibutuhkan peran Humas PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Daerah Operasi 1 Jakarta. Humas PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Daerah Operasi 1 Jakarta dapat membantu untuk menganalisa serta menggunakan keahliannya untuk menangani krisis agar permasalahan yang muncul segera terselesaikan dalam menangani keluhan pelanggan.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana manajemen krisis humas tentu PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Daerah Operasi 1 Jakarta dalam menangani keluhan pelanggan. Model yang digunakan dalam penelitian ini adalah model Prayudi adapun alasan memilih model dari Prayudi sebagai acuan adalah dikarenakan, peneliti menganggap model ini merupakan model yang sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai oleh peneliti manajemen krisis. Metode yang digunakan adalah Metode kualitatif deskriptif, dimana subjek penelitiannya terdiri dari 1 *key informan* dan 3 *informan*. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, studi kepustakaan, dokumentasi. Teknik analisa data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Teknik analisa data Model Miles dan Huberman

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa manajemen krisis yang digunakan oleh Humas dilakukan dengan cepat. Humas membentuk manajemen krisis setelah menyadari bahwa keadaan perusahaan tidak baik, diawali dengan mengumpulkan data lapangan. Membuat tahapan manajemen krisis yang dibagi menjadi mekanisme membentuk krisis, pengidentifikasian khalayak yang terpengaruh, prosedur yang diikuti selama krisis, rencana kontingensi untuk melanjutkan aktivitas selama krisis, pengangkatan dan pelatihan, rencana komunikasi krisis, evaluasi.

***Kata kunci : Manajemen Krisis, Humas, Keluhan Pelanggan.***

## **ABSTRACT**

### **CRISIS MANAGEMENT PT. KERETA API INDONESIA (PERSERO) DAERAH OPERASI 1 JAKARTA IN HANDLING CUSTOMER COMPLAINTS**

**By: Pauziah**

(5 chapters + pages 105+ attachments 9 + 33 bibl (2011 - 2017) )

As one of the land transportation services, of course PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Daerah Operasi 1 Jakarta always strives to handle customer complaints, of course PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Operation Area 1 Jakarta in order to continue to improve a good image, of course, especially in the community, especially in service users, of course PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Operation Area 1 Jakarta. This is because the competition for other transportation services is getting bigger and better. So that when a crisis occurs in the company must respond quickly, in this case the role of Public Relations of PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Operation Area 1 Jakarta. Public Relations of PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Operational Region 1 Jakarta can help to analyze and use their skills to handle crises so that problems that arise can be resolved immediately in handling customer complaints.

The purpose of this study was to determine how the public relations crisis management of PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Daerah Operasi 1 Jakarta in handling customer complaints. The model used in this research is Prayudi's model. The reason for choosing Prayudi's model as a reference is because the researcher considers this model to be a model in accordance with the objectives of crisis management researchers. The method used is descriptive qualitative method, where the research subjects consist of 1 key informant and 3 informants. The data collection technique is done through in-depth interviews, literature study, documentation. The data analysis technique used in this study was the Miles and Huberman Model data analysis technique.

The results of this study indicate that the crisis management used by PR is carried out quickly. Public relations formed crisis management after realizing that the company was not doing well, starting with collecting data in the field. Create a crisis management stage that is divided into crisis shaping mechanisms, identification of affected audiences, procedures to be followed during a crisis, contingency plans for continuing activities during a crisis, appointments and training, crisis communication plans, evaluation.

***Keywords: Crisis Management, Public Relations, Customer Complain.***

