

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
KONSENTRASI ADVERTISING**

Tri Arti

20010530106

**Customer Relations PDAM Kota Yogyakarta
(Studi Deskriptif Upaya PDAM Tirtamarta Kota Yogyakarta Dalam
Menangani Keluhan Pelanggan)**

Tahun Skripsi : 2008. xviii + 100 hal + 10 tabel + 2 gambar + 8 lampiran

**Daftar Kepustakaan : 20 buku (1989 – 2007) + 1 sumber website + 7 sumber
wawancara**

ABSTRAKSI

Penelitian ini berusaha menganalisis tentang upaya *customer relations* di PDAM Tirtamarta Kota Yogyakarta dalam menangani keluhan pelanggan. Tujuan dari penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui apa saja upaya yang dilakukan PDAM Tirtamarta dalam menangani keluhan pelanggan, dan faktor-faktor pendukung serta penghambat dalam kegiatan *customer relations* di PDAM Tirtamarta Kota Yogyakarta. Kerangka teori dalam penelitian ini melihat bahwa *Customer relations* merupakan salah satu bagian penting dalam menjalankan strategi humas. Fungsi humas dalam *customer relations* yaitu mengatur dan memelihara hubungan dengan para *customer*. *Customer relations* dibina agar terjalin kerjasama yang baik untuk pencapaian tujuan akhir perusahaan. Metodologi yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis deskriptif kualitatif. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa PDAM Tirtamarta Kota Yogyakarta sudah menjalankan fungsi *Public Relations* (PR) dan *Customer Service* dengan baik, meskipun belum ada Bagian Humas secara khusus di Bagian Pelanggan. Hal ini ditandai dengan dibentuknya Satuan Pengawas Intern (SPI) untuk mengatasi keluhan pelanggan. Untuk menyampaikan keluhan maupun untuk mendapatkan informasi, pelanggan akan ditangani terlebih dahulu dengan Bagian Humas. Kemudian Bagian Humas akan memproses dan meneruskan ke Bagian terkait untuk penyelesaian. Oleh karena itu, sebagai perusahaan pelayanan jasa, PDAM Tirtamarta Kota Yogyakarta yang mendapat kepercayaan oleh masyarakat untuk lebih meningkatkan pelayanan terhadap keluhan pelanggan. Sebaiknya perlu dibentuknya *public relations* atau Bagian Humas khusus yang menangani keluhan pelanggan, karena bagian tersebut merupakan bagian yang vital yang berfungsi sebagai mediator dalam menangani keluhan pelanggan.

**MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA UNIVERSITY
FACULTY OF SOCIAL AND POLITICS SCIENCE
COMMUNICATION SCIENCE MAJOR
ADVERTISING CONCENTRATION FIELD**

**Tri Arti
20010530106**

**Customer Relations In PDAM Yogyakarta
(Descriptive Study of PDAM Tirtamarta Yogyakarta Effort In Handling
Customer Complaint)**

**Year : 2008. xviii + 100 pages + 10 tables + 2 picture + 8 enclosures
Literature : 20 books (1989 – 2007) + 1website + 7 interview**

ABSTRACT

This research try to analyze efforts of customer relationsin PDAM Tirtamarta Yogyakarta in handling cutomer's complaint. The purposes of this research are to know about PDAM's Tirtamarta Yogyakarta effort what they do in handling customer's complaint, supporting factors and also obstacles in customer relations activities in PDAM Tirtamarta Yogyakarta. Framework theory in this research sees that customer relations is one of the important part in doing human relation's strategy function of customer relations it self is to arrange and maintain good relations with the customer's. Customer relations constructed to make good cooperation to reach the final goals of the company. Methodology of research which is used is descriptive kualitative. Result of this research shows that PDAM Tirtamarta Yogyakarta already performed Public Relations and Customer service function as well though there has no specific customer division yet in the organization structure. This is signed by forming Intern Supervision Unit (SPI) to handle customer's complaint. To confex the complaints or to get the informations, customer will be handled first by Human Relations division. And then they will proceed to related department to follow up. That's why as meritorious service company, PDAM Tirtamarta Yogyakarta which gets trust from the society can increase their service for handling customer's complaint. It will be better to form Public Relations or special Human Relations