

STRATEGI KOMUNIKASI KORPORAT HUMAS PT SUZUKI INDOMOBIL SALES DALAM MENGATASI KELUHAN PELANGGAN

FARID ATHABILLYA

ABSTRAK

Penanganan isu dan pemberitaan negatif menjadi aspek penting dalam menjaga citra dan reputasi perusahaan. Ketika isu negatif muncul, perusahaan sering menghadapi beragam dampak buruk, seperti keluhan pelanggan yang diekspos berlebihan, penurunan kepercayaan pemangku kepentingan, dan hilangnya peluang bisnis. Penelitian ini berfokus pada strategi komunikasi korporat yang diterapkan oleh PT Suzuki Indomobil Sales (PT SIS) dalam mengatasi keluhan pelanggan dan pemberitaan negatif. Melalui pendekatan komunikasi yang efektif dan membangun hubungan baik dengan media, PT SIS berupaya mengontrol narasi publik dan meredam dampak negatif. Strategi ini melibatkan komunikasi cepat, jelas, dan responsif terhadap isu yang muncul, serta penanganan media yang tepat untuk memastikan informasi yang akurat dan positif tersebar luas. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi ini efektif dalam mengurangi kebocoran keluhan pelanggan yang dapat menjadi berita negatif. Saran praktis bagi PT SIS termasuk memperkuat hubungan dengan media, menggunakan saluran komunikasi yang ada untuk memperkuat hubungan dengan masyarakat, dan secara berkala mengevaluasi permasalahan pelanggan. Selain itu, penulis menyarankan penelitian lebih lanjut pada departemen lain yang beririsan dengan PR untuk mendapatkan gambaran lebih luas tentang penanganan keluhan pelanggan di PT SIS.

Kata Kunci: Komunikasi Organisasi, Keluhan Pelanggan, Suzuki

Farid Athabillya, 2024

*STRATEGI KOMUNIKASI KORPORAT HUMAS PT SUZUKI INDOMOBIL SALES DALAM UPAYA MENGATASI
KEBOCORAN KELUHAN PELANGGAN*

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, S1 Ilmu Komunikasi
[www.upnvj.ac.id-www.library.upnvj.ac.id-www.repository.upnvj.ac.id]

**CORPORATE COMMUNICATION STRATEGY OF PUBLIC RELATIONS
OF PT SUZUKI INDOMOBIL SALES IN OVERCOMING CUSTOMER
COMPLAINTS**

FARID ATHABILLYA

ABSTRACT

Handling issues and negative news is an important aspect in maintaining the company's image and reputation. When negative issues arise, companies often face various adverse impacts, such as overexposed customer complaints, decreased stakeholder trust, and lost business opportunities. This research focuses on the corporate communication strategy implemented by PT Suzuki Indomobil Sales (PT SIS) in overcoming customer complaints and negative news. Through an effective communication approach and building good relations with the media, PT SIS seeks to control the public narrative and reduce negative impacts. This strategy involves fast, clear, and responsive communication to emerging issues, as well as appropriate media handling to ensure accurate and positive information is widely disseminated. The results of the study show that this strategy is effective in reducing the leakage of customer complaints that can become negative news. Practical advice for PT SIS includes strengthening relationships with the media, using existing communication channels to strengthen relationships with the community, and periodically evaluating customer issues. In addition, the author suggests further research on other departments that intersect with PR to get a broader picture of the handling of customer complaints at PT SIS.

Keywords: *Organizational Communication, Customer Complaints, Suzuki*

Farid Athabillya, 2024

**STRATEGI KOMUNIKASI KORPORAT HUMAS PT SUZUKI INDOMOBIL SALES DALAM UPAYA MENGATASI
KEBOCORAN KELUHAN PELANGGAN**

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, S1 Ilmu Komunikasi
[www.upnvj.ac.id-www.library.upnvj.ac.id-www.repository.upnvj.ac.id]