



PERAN PUBLIK RELATIONS DALAM ISU DAN KRISIS PT. PERTAMINA (PERSERO)

Diah Widiargun¹, Prisca Dwi Puspa K², Eka Wulandari³, Abdul Rafi J⁴, Isniyunisyafna Diah Delima⁵

*2001030146@students.unis.ac.id¹, 2101030158@students.unis.ac.id²,
2001030073@students.unis.ac.id³, 2001030005@students.unis.ac.id⁴, isni@unis.ac.id⁵
Program Studi Ilmu Komunikasi^{1,2,3,4,5} Universitas Islam Syekh Yusuf Tangerang*

Abstract

Crises that hit a company always come unplanned. Therefore a company must have competent public relations practitioners. Which if there is a crisis the company will be ready to handle and resolve it as well as crisis prevention measures for the company. In this study, the authors used qualitative research methods with descriptive research types. This type of descriptive research is research that uses methods by describing a result of the research. The aim is to provide an explanation, and validation of the phenomena that occur in the field. To overcome a crisis and issue that must be done by a PR in a company is to introduce and validate a penetration in the design and practice of corporate management with the aim to at least manage corporate public issues as well or even better than the traditional management of operations that only think about profit. just. Issues management is applied both opportunistically and offensively, evolving from being a reactive crisis prevention tool to maintaining a strategic management discipline. Attention from stakeholders and other interested public- advocacy organizations, non-governmental organizations, government departments and agencies, news media and opinion leaders is bringing these issues onto the public agenda. Issues management strategies and tactics have long been tools of organized labour, governments and even activists, not just corporations.

Keywords: *Public Relations, Issues, Crisis, PT. Pertamina*

PENDAHULUAN

Permasalahan akibat manajemen krisis seringkali menjadi peristiwa yang mengancam bagi perusahaan, organisasi, atau sebuah lembaga sehingga sangat dihindari. Ancaman krisis yang mungkin terjadi secara tiba-tiba perlu ditangani dengan bijak oleh seluruh elemen pemangku perusahaan, organisasi, atau lembaga terkait. Hal ini menandakan adanya dampak secara langsung dari sebuah krisis yang dapat dirasakan oleh perusahaan, organisasi, atau lembaga dalam hal operasional yang cenderung merugikan. Dengan demikian, perusahaan atau lembaga yang mengalami krisis harus mencari solusi paling tepat seperti memainkan peran praktisi Public Relations dalam perusahaan. Fungsi seorang praktisi Public Relations dalam perusahaan yaitu menjadi ujung tombak keberhasilan dalam pencarian solusi terbaik pada permasalahan krisis yang sedang dihadapi. Tidak hanya itu, seorang praktisi Public Relations juga bertujuan untuk menjaga nama baik perusahaan, menjunjung tinggi citra positif perusahaan pada jajaran *stakeholder*, dan memperbaiki



permasalahan yang ada agar tidak berdampak negatif pada citra perusahaan dan menimbulkan penurunan keuntungan atau kerusakan lainnya.

Permasalahan terkait krisis dalam manajemen sebuah perusahaan, organisasi, atau lembaga tidak dapat diprediksi kapan kedatangannya. Oleh karena itu, dibutuhkan praktisi Public Relations yang kompeten di bidangnya untuk membantu mengantisipasi krisis dan mencari solusi terbaik bagi perusahaan. Adanya praktisi Public Relations dalam perusahaan menjadi tanda kesiapan perusahaan untuk menghadapi dan menangani, atau mencegah krisis yang dapat menimpa perusahaan kapan pun waktunya. Kewajiban seorang praktisi Public Relations dalam sebuah perusahaan sangatlah besar, karena harus memastikan seluruh elemen masyarakat atau public sudah mendapatkan pelayanan terbaik dari perusahaan.

Sebuah perusahaan, organisasi, atau lembaga mempunyai tantangan untuk beradaptasi dengan lingkungan sekitar berkaitan dengan kebudayaan, kondisi masyarakat, atau daerah tertentu. Perusahaan yang didirikan pada lingkungan masyarakat dengan kebudayaan heterogen memerlukan tingkat kepedulian dan kepekaan tinggi untuk dapat menjalin komunikasi dengan masyarakat sekitar. Proses komunikasi tersebut penting diperhatikan, karena perusahaan dan masyarakat hidup berdampingan yang mengharuskan kuatnya rasa saling mengerti antara satu sama lain. Dengan demikian, pihak manajemen perusahaan wajib mempunyai tingkat kepekaan tinggi pada potensi masalah yang dapat timbul di masyarakat. Permasalahan masyarakat yang menyangkut perusahaan perlu ditangani secara tepat, untuk mencegah munculnya masalah baru yang semakin merugikan perusahaan atau masyarakat itu sendiri.

Munculnya sebuah isu yang menyebar di kalangan masyarakat berpotensi untuk menjadi krisis ketika tidak mendapatkan penanganan langsung. Saat sebuah isu sudah masuk ke dalam perusahaan, alangkah lebih baiknya apabila pihak manajemen dapat menangani isu tersebut secara cepat agar tidak menjadi ancaman krisis bagi perusahaan. Apabila pihak manajemen justru membiarkan isu tersebut semakin meluas, maka dapat menjadi krisis perusahaan yang sangat fatal. Walaupun memang beberapa jenis krisis tidak disebabkan oleh adanya sebuah isu seperti peristiwa bencana alam. Ketepatan dalam menentukan tindakan atau solusi untuk menangani sebuah isu tidaklah mudah bagi pihak manajemen perusahaan. Oleh karena itu, pihak manajemen harus mempunyai pengetahuan yang cukup dan keterampilan melihat kondisi atau situasi masyarakat agar mampu menemukan solusi paling tepat. Hal tersebut penting diperhatikan, karena kesalahan dalam proses mengelola sebuah isu justru menimbulkan krisis perusahaan.

Potensi isu dalam sebuah perusahaan memang akan selalu terjadi, terutama pada perusahaan yang berpengaruh besar pada keberlangsungan hidup masyarakat. Pihak manajemen perusahaan diharapkan dapat menganalisis isu tersebut menjadi potensi atau peluang yang bermanfaat bagi perkembangan perusahaan. Salah satu perusahaan di Indonesia yang mempunyai pengaruh besar bagi masyarakat sekitar adalah PT Pertamina. Perusahaan tersebut menjalankan bidang distribusi minyak dan gas yang menjadi bagian dari BUMN (Badan Usaha Milik Negara). Artinya, kepemilikan atas PT Pertamina dipegang oleh pemerintah Indonesia yang selanjutnya akan menjalankan peran penting dalam memenuhi kebutuhan masyarakat. Aktivitas masyarakat dalam kehidupan sehari-hari, khususnya pada moda transportasi membutuhkan BBM (Bahan Bakar Minyak) agar kendaraan dapat



digunakan sebagai mana mestinya. Dengan demikian, PT Pertamina berusaha untuk memenuhi salah satu kebutuhan masyarakat Indonesia yang dibutuhkan terus-menerus. Akan tetapi, terdapat perkembangan isu di masyarakat Indonesia mengenai kelangkaan BBM yang dikelola oleh PT Pertamina.

Adanya isu tersebut menjadi tantangan dan kendala bagi perkembangan PT Pertamina, terutama saat proses mengatasi keluhan masyarakat akibat kelangkaan BBM. Keluhan dari masyarakat yang mengharapkan segera tersedianya BBM menjadi kesulitan tersendiri, karena terjadinya kelangkaan menimbulkan terhambatnya BBM untuk masuk ke tangki kendaraan masyarakat. Kebutuhan masyarakat atas BBM yang semakin meningkat menyebabkan pendistribusian terhambat, karena pengoperasian transportasi pesawat terbang, truk, bus, atau kendaraan umum lainnya juga besar. Hal tersebut terjadi karena proses distribusi barang dan jasa menggunakan bahan bakar setiap harinya. Dengan demikian, sebuah isu dalam masyarakat harus dapat dianalisis dengan tepat. Adapun beberapa jenis isu yaitu isu fakta, isu nilai, isu definisi, dan isu kebijakan. Menurut jenisnya, isu kelangkaan BBM digolongkan dalam isu fakta yang tidak dapat dipertentangkan kebenarannya. Adanya isu kelangkaan BBM benar adanya, karena dialami oleh sebagian masyarakat yang membutuhkan kendaraan untuk menunjang aktivitas sehari-hari.

METODOLOGI PENELITIAN

Metode penelitian kualitatif digunakan untuk menganalisis data hasil temuan berupa kata-kata, tulisan, gambar dari orang-orang yang dapat diamati menjadi suatu kemungkinan dari sebuah penelitian. Penulis berusaha memahami fenomena yang terjadi mengenai Peran Publik Relations dalam Isu dan Krisis PT. Pertamina (Persero) dengan melakukan pengambilan data melalui wawancara, observasi, dokumentasi, atau catatan lapangan. Penelitian kualitatif bersifat alamiah, sehingga data yang didapatkan di lapangan dituliskan apa adanya sesuai kondisi dan situasi tanpa manipulasi.

Pada penelitian ini, pendekatan kualitatif deskriptif dipilih oleh penulis untuk menyajikan data temuan secara rinci. Jenis penelitian deskriptif adalah penelitian yang menggunakan metode dengan cara menggambarkan suatu hasil dari penelitian. Tujuannya untuk memberikan penjelasan, dan validasi dari fenomena yang terjadi di lapangan. Pada penelitian deskriptif ini, masalah dan tujuan yang ingin diteliti bersifat merinci atau berfokus pada satu topik saja sesuai dengan rumusan masalah. Oleh karena itu, data yang dihasilkan bersifat fakta bukan sebuah opini yang tidak kredibel atau jelas kebenarannya.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Manajemen Risiko PT. Pertamina (Persero)

PT .Pertamina EP Lirik Field adalah salah satu perusahaan di Indonesia yang bergerak di bidang eksplorasi pengolahan minyak dan gas bumi dengan tingkat risiko tinggi. Selama berjalannya kegiatan dalam perusahaan baik pada aktivitas bisnis yang sedang berlangsung atau tahap perencanaan, sistem manajemen risiko sudah ditegakkan secara efektif dan efisien sesuai kesepakatan dan komitmen perusahaan. Hal ini bertujuan untuk mencapai tata kelola perusahaan sesuai dengan Keputusan Menteri BUMN No. PER-09/MBU/2002 Tentang Penerapan Praktik Good Corporate Governance pada Badan Usaha Milik Negara (BUMN). Kewenangan tersebut juga didasari oleh kebijakan Surat Keputusan President Director &



CEO PT Pertamina (Persero) No. Kpts- 52/C00000/2011 S0 tanggal 27 September 2011 tentang Pemberlakuan Sistem Tata Kerja (STK) Enterprise Risk Management.

PT Pertamina (Persero), sebelumnya singkatan dari Perusahaan Pertambangan Minyak dan Gas Bumi Negara (lit. State Oil and Natural Gas Mining Company merupakan perusahaan milik negara Indonesia yang didirikan pada Agustus 1968. Saat itu, terjadi penggabungan antara perusahaan Pertamina (tahun 1961) dan Permina (tahun 1957) yang akhirnya membentuk PT Pertamina. Perusahaan ini menempati urutan ketiga sebagai produsen minyak mentah terbesar di Indonesia pada tahun 2020 di bawah perusahaan AS Exxon Mobil Cepu Ltd dan Chevron Pacific Indonesia. Pertamina juga menduduki peringkat ke-122 dalam daftar Fortune Global 500 perusahaan di tahun 2013 yang mencapai pendapatan sebesar \$70,9 miliar. Tidak hanya itu, Pertamina mampu mempertahankan posisinya menjadi satu-satunya perusahaan Indonesia yang masuk dalam deretan Fortune Global tahun 2020.

Dalam pelaksanaan kinerja PT Pertamina, terdapat Departemen Relation yang bertugas untuk menyusun, mengumpulkan, dan melaksanakan program tanggung jawab sosial dan lingkungan wilayah sekitar perusahaan. Hal ini menandakan bahwa Pertamina berusaha untuk memastikan tercapainya keberhasilan perusahaan melalui penugasan Departemen Relation sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku agar dapat membangun citra positif perusahaan dan menjalin hubungan yang efektif dengan seluruh *stakeholders*.

Adapun tanggung jawab Departemen Relations sebagai berikut:

1. Tanggung Jawab Utama

- a. Menggali, menghimpun, merumuskan, dan menyampaikan informasi atau data mengenai pelaksanaan kegiatan pemetaan sosial sebagai wujud nyata program tanggung jawab sosial dan lingkungan secara tepat.
- b. Menjalankan hasil pemetaan sosial dengan mengatur dan merekomendasikan seluruh rencana program tanggung jawab sosial dan lingkungan sesuai hasil pemetaan sosial.
- c. Merumuskan dan menyampaikan pendapat mengenai rencana strategis program tanggung jawab sosial dan lingkungan setiap 5 tahun agar aspek penilaian lingkungan perusahaan tercapai dengan baik sesuai hasil dokumentasi program yang telah dilakukan.
- d. Menyelenggarakan FGD's dengan masyarakat, pemerintah wilayah setempat, dan jajaran *stakeholders* untuk memperoleh pandangan atau pendapat sesuai kebutuhan pelaksanaan program tanggung jawab sosial dan lingkungan.
- e. Merealisasikan dan mengawasi pelaksanaan program tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan lingkungan sesuai nilai-nilai pada perundang-undangan yang berlaku.
- f. Melakukan pengecekan dan memberitakan rangkaian kegiatan program tanggung jawab sosial dan lingkungan yang sudah dilaksanakan untuk memastikan kesesuaian dengan peraturan perusahaan bersama pihak ketiga di wilayah kerja.
- g. Menghimpun dan menyusun informasi atau data mengenai pelaksanaan kegiatan tanggung jawab sosial dan lingkungan sampai proses evaluasi dalam bentuk laporan.



Hal ini didukung oleh hasil wawancara kepada informan dengan hasil sebagai berikut:

- a. Tiap tahun di tentukan KPI (*Key Performance Indicator*) pada setiap fungsi
 - b. Dari KPI tersebut diturunkan menjadi berapa angka target yang akan dipenuhi pada tahun tersebut
 - c. Penyusunan program kerja untuk mencapai kinerja tersebut
 - d. Evaluasi periodik atau semester untuk controlling sudah sejauh mana target tercapai
 - e. Evaluasi setiap bulannya, apakah sudah mencapai semua target atau belum yang nantinya memungkinkan untuk perbaikan sehingga dapat tercapai target periodik yang sudah ditentukan.
2. Tanggung Jawab Generik (spesifik)
- a. Memutuskan, merealisasikan, dan mengontrol perkembangan sumberdaya manusia di lingkungan sub fungsi Humas agar produktivitas dan kompetensi praktisi perusahaan meningkat.
 - b. Mengatur dan memandu pelaksanaan kegiatan sub fungsi Humas untuk memenuhi kaidah HSSE, sistem tata kerja, kaidah keteknikan yang baik dan peraturan perundangan yang berlaku.
 - c. Memfokuskan pelaksanaan kegiatan sub fungsi Humas untuk mendapatkan usulan dari berbagai pihak yang sesuai dengan strategi dan tujuan perusahaan.
 - d. Membimbing sekaligus mengatur proses evaluasi pada rangkaian kegiatan sub fungsi Humas agar kinerja dan produktivitas terjaga.
 - e. Mengatur dan mendiskusikan segala bentuk kegiatan mitigasi risiko pada sub fungsi Humas.

Departemen Relations mempunyai tanggung jawab secara umum dan spesifik yang mencakup seluruh hubungan kerja internal, hubungan kerja eksternal, dan fungsi dalam PT Pertamina. Tanggung jawab dalam hubungan kerja internal berlaku untuk mengatur dan menghimpun segala bentuk pendapat terkait program *Corporate Social Responsibility* (CSR) untuk membantu pelaksanaan operasi perusahaan. Berbeda dengan tanggung jawab hubungan kerja eksternal yang mengharuskan masyarakat untuk bekerja sama secara aktif dalam pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Tidak hanya itu, Departemen Relations juga ditugaskan untuk menjalin hubungan kerja eksternal dengan pihak PT Pertamina (Persero) untuk menunjang keberhasilan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan dengan pihak SKK Migas untuk mendapatkan persetujuan dan arahan mengenai WP&B. Departemen Relations membangun kerja sama eksternal dengan LSM atau lembaga pendidikan untuk memperoleh pendampingan saat pelaksanaan program *Corporate Social Responsibility* (CSR). Terakhir, Departemen Relations menjalin kerja sama eksternal dengan para konsultan komunikasi agar proses pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) berlangsung secara optimal sesuai tujuan perusahaan.

Dapat diketahui, bahwa perusahaan Pertamina atau departemen lain seringkali menjalin kerja sama dengan perusahaan di luar atau di dalam BUMN melalui pelaksanaan FGD atau meeting secara formal. Kerja sama yang dilakukan secara informal bergantung pada kebutuhan perusahaan, biasanya dilakukan dengan kegiatan luar kantor seperti makan bersama, olahraga, entertainment, atau melakukan kegiatan sesuai minat dan hobi.



Adapun beberapa tantangan yang harus dihadapi oleh Departemen Relation selama melaksanakan tanggungjawab perusahaan, yaitu:

1. Perbedaan kebijakan petinggi daerah dan karakteristik masyarakat yang heterogen.
2. Adanya tuntutan dari pemangku kebijakan lokal dalam pelaksanaan program tanggung jawab sosial dan lingkungan berdasarkan keinginan pribadi bukan kebutuhan bersama.
3. Banyak elemen perusahaan yang membutuhkan data *Corporate Social Responsibility* (CSR), sehingga perlu adanya pengambilan keputusan dan persiapan data yang maksimal oleh para pemangku jabatan.

Manajemen isu dalam PR merupakan alat perusahaan yang berfungsi untuk mencari, mengelola, dan menganalisis isu dalam masyarakat dengan perubahan yang tanpa henti. Selain itu, manajemen isu PR juga diharuskan menjadi lebih peka terhadap isu-isu yang mungkin akan terjadi sebelum masyarakat mengetahui. Untuk mengatasi sebuah krisis dan isu yang harus di lakukan oleh seorang PR dalam sebuah perusahaan yaitu menginformasikan dan memvalidasikan terobosan baru dari praktik dan desain manajemen perusahaan. Hal ini dapat dilakukan untuk menganalisis isu masyarakat yang berhubungan langsung dengan perusahaan, sehingga tidak hanya memikirkan keuntungan operasional perusahaan saja.

Kebutuhan BBM di negeri ini semakin meningkat, Pertamina mengalami permasalahan atau krisis dalam department yang sama yaitu kekurangan BBM. PT. Pertamina (Persero) menawarkan kerja sama kepada KKKS (Kontraktor Kontrak Kerjasama) untuk memberikan minyak mentah kepada Pertamina. Hal ini dilakukan karena Pertamina bersedia mengolah seluruh minyak mentah yang ada di dalam negeri. Upaya tersebut dilakukan untuk memperoleh dukungan dari BPMIGAS, namun masih diperlukan pengelolaan dan pengaturan terkait regulasi tersebut agar KKKS bersedia menjual minyak mentah mereka untuk memasok kebutuhan masyarakat. Pertamina sudah mengerahkan seluruh tenaga dengan mengirimkan surat permintaan kepada KKKS mengenai pembelian minyak mentah agar pihak KKKS tidak mengeksport minyak kepada luar negeri.

Pembelian minyak yang dilakukan oleh Pertamina dengan menghimpun dari para pemilik minyak domestic dianggap menguntungkan negara, karena meningkatkan pendapatan dan mampu mempertahankan harga minyak Indonesia secara kompetitif di level tinggi. Semua minyak mentah produksi Pertamina dan Pemerintah Indonesia telah dioleh pada kilang-kilang Pertamina sampai angka 534 ribu barel per hari (bph). Meskipun kapasitas kilang minyak Pertamina hanya sebesar satu juta bph, namun Pertamina tetap membeli minyak mentah dari KKKS sebanyak 3.500 bph. Tidak berhenti sampai itu, Pertamina masih berusaha untuk membeli seluruh bagian minyak mentah KKKS yang beroperasi di Indonesia. Dengan demikian, total minyak mentah dari hasil ekspor KKKS mencapai 210 ribu bph.

Pertamina juga telah menyiapkan peta jalan bagi upaya peningkatan ketahanan BBM nasional dengan rencana upgrading dan juga pembangunan kilang baru hingga 2018. Beberapa proyek seperti refurbishment Plaju, Kerro Treater Dumai-BLPP, RFCC Cilacap-Program Langit Biru Cilacap, Bottom Upgrading BLPP, revamping Dumai dan pembangunan dua kilang baru di Balongan, Jawa Barat dan Tuban Jawa Timur, akan meningkatkan produksi BBM nasional dari 40,6 juta KL per tahun saat ini menjadi 66,7 juta KL per tahun pada 2018.



Pada tahun 2011, Pertamina berhasil mencapai target untuk memenuhi kelangkaan BBM dalam negeri dengan melakukan penghematan sekitar US\$280 juta. Penghematan tersebut dihitung melalui selisih harga pembelian BBM Pertamina dengan BBM harga pasar dalam tahun tersebut. Solusi yang dilakukan Pertamina untuk memangkas kelangkaan BBM di wilayah Papua dan sekitarnya yaitu dengan membangun Kilang BBM Kasim. Pembangunan Kilang BBM Kasim bertujuan untuk mengurangi biaya transportasi, karena sebelumnya kilang BBM berasal dari Balikpapan, Kalimantan Timur. Selain itu, Pertamina ingin meningkatkan Security of Supply dan mendorong kawasan pembangunan di wilayah Timur negeri ini.

Kilang BBM Kasim aktif beroperasi sejak Juli 1997 sampai sekarang dengan luas kurang lebih 80 HA dan berlokasi di Desa Malabam, Kecamatan Seget, Kabupaten Sorong Papua. Lokasi kilang BBM Kasim kurang lebih terletak di sebelah selatan Kota Sorong dekat dengan Kasim Marine Terminal (KMT) Petro China. Kilang Kasim dioperasikan oleh Pertamina untuk mengelola Crude (minyak mentah), Walio (60%), dan Salawati (40%) dalam kapasitas 10.000 barrel per hari. Produk yang dihasilkan oleh Kilang Kasim antara lain: 1) Ado (Solar) sebanyak 2.348 barrel per hari, 2) Kerosene sebanyak 1.831 barrel per hari, 3) Fuel Gas sebanyak 969 barrel per hari, 4) Premium sebanyak 1.987 barrel per hari, dan 5) Residue sebanyak 3.390 barrel per hari.

Produksi tersebut mampu menunjang sebanyak 15% kebutuhan masyarakat Maluku dan Irian Jaya yang dapat dilakukan oleh BBM RU VII. Akan tetapi, permasalahan terkait pemeliharaan lingkungan sekitar kilang-kilang minyak menjadi sorotan penting bagi seluruh staff lapangan dan departemen perusahaan. Retaknya hubungan antara PT Pertamina EP Asset 4 Field Cepu dengan masyarakat di Kelurahan Ngelo, Kecamatan Cepu, Kabupaten Blora menimbulkan sebuah krisis. Lokasi kilang-kilang minyak PT Pertamina EP Asset 4 Field Cepu yang berdekatan dengan pemukiman masyarakat menimbulkan permasalahan, karena terjadi pencemaran lingkungan di PPP (Pusat Penampung Produksi) akibat operasi perusahaan. Kegiatan penampungan minyak yang dibawa dari Lapangan Tiung Biru membawa bau tidak sedap, karena mengandung senyawa H₂S yang menjadi faktor pemicu pencemaran lingkungan. Masyarakat juga mengeluhkan kondisi lingkungan sekitar mereka yang penuh debu dan kebisingan, sehingga menuntut perusahaan untuk mengambil solusi terbaik bagi masyarakat. Masyarakat Desa Ngelo melakukan berbagai aksi protes, demo, dan memberikan tuntutan kepada PT Pertamina yang berada di Cepu untuk mengedepankan kehidupan masyarakat dengan mengurangi pencemaran lingkungan.

Langkah berikutnya, PT Pertamina EP Asset 4 Field Cepu bekerjasama dengan BLH (Badan Lingkungan Hidup) Blora untuk melakukan pengecekan di lapangan PPP (Pusat Penampung Produksi) Menggung. Komunikasi dengan pemerintah daerah setempat (Kepala Kelurahan Ngelo) juga dibangun oleh PT Pertamina EP Asset 4 Field Cepu. Perusahaan berusaha membangun interaksi dan kerja sama dengan pemerintah Kelurahan Ngelo dan masyarakat untuk memberikan informasi mengenai pencemaran lingkungan yang dirasakan warga secara detail. Kemudian, perusahaan memberikan solusi terbaik untuk mengurangi dampak dari keberadaan kilang-kilang minyak di pemukiman masyarakat dan meningkatkan citra positif masyarakat kepada PT Pertamina.



PT Pertamina EP Asset 4 Field Cepu melaksanakan program - program CSR (Corporate Social Responsibility) di bidang kesehatan, lingkungan, pendidikan, pemberdayaan, ekonomi, dan infrastuktur yang berfokus pada kebutuhan masyarakat. Tindakan yang diambil oleh PT Pertamina dinilai sudah selaras dengan proses manajemen krisis yang dijalankan Herfordshire Oil Storage Limited (HOSL). Walaupun begitu, terdapat beberapa poin dari proses manajemen krisis PT Pertamina yang berbeda dengan HOSL. Selain itu, PT Pertamina EP Asset 4 Field Cepu dinilai kurang peka terhadap dampak negatif yang dirasakan masyarakat, sehingga keterlambatan tanggapan dan penanganan terjadi. Seharusnya, PT Pertamina EP Asset 4 Field Cepu menjalin hubungan yang baik dengan masyarakat agar lebih mudah mengumpulkan informasi, apabila masyarakat lebih terbuka maka dapat memudahkan kegiatan operasional perusahaan.

PT Pertamina EP Asset 4 Field Cepu melakukan strategi pemindaian lingkungan dengan menghimpun data atau informasi dari masyarakat Desa Ngelo secara langsung. Proses tersebut dilakukan untuk mengetahui dampak yang dirasakan oleh masyarakat, sehingga konflik akibat pencemaran lingkungan dapat diatasi setelah diadakannya pertemuan untuk membahas solusi penanganan yang paling tepat. Pertamina bersama masyarakat juga melakukan *social mapping* agar seluruh bagian desa yang terdampak PPP (Pusat Penampung Produksi) Menggung dapat diketahui secara mendalam.

Analisis terhadap tipe publik berdasarkan perilaku komunikasi dan persepsi situasional juga dilakukan untuk mengidentifikasi masyarakat Kelurahan Ngelo yang menjadi publik dari terjadinya krisis akibat pencemaran lingkungan kawasan Pertamina. Dengan demikian, masyarakat Kelurahan Ngelo termasuk ke dalam golongan tipe publik aktif dimana tingkat problem recognition tinggi, constraint recognition rendah, dan level of involvement tinggi untuk menjadi informan seeking atau keaktifan publik dalam mencari informasi. Karakteristik tipe publik aktif cenderung aktif menyampaikan opini, melakukan aksi sosial seperti demo atau unjuk rasa, dan berkenan melakukan diskusi untuk mendapatkan tanggapan dan solusi dari permasalahan yang terjadi.

Upaya mengatasi krisis yang dapat dilakukan oleh seluruh perusahaan yaitu melakukan kerja sama dengan para akademisi atau praktisi yang dapat memberikan masukan dan saran secara efektif sesuai harapan para *stakeholders*. Fokus tanggung jawab ini juga dipegang oleh praktisi manajemen krisis dalam sebuah perusahaan yang dapat berperan aktif dalam melihat celah isu masyarakat, mencari informasi dengan tepat, menghindari masalah, atau menyelesaikan masalah apabila isu sudah menyebar di masyarakat. Sekarang ini, manajemen isu dalam sebuah perusahaan perlu menjalani pemeliharaan disiplin manajemen strategis agar dapat meninjau permasalahan secara mendalam. Tugas manajemen isu juga berlaku untuk menjalin kerja sama dan memperoleh informasi dari tatanan *stakeholders*, organisasi publik advokasi, organisasi non pemerintah, instansi atau departemen pemerintah, media massa, atau berita agar tidak terjadi isu-isu yang masuk ke dalam agenda publik. Dengan demikian, praktisi manajemen isu berfokus menjadi ujung tombak perusahaan yang secara terorganisir berhubungan langsung dengan seluruh pihak di luar perusahaan.

KESIMPULAN

Untuk mengatasi sebuah krisis dan isu yang harus dilakukan oleh seorang PR dalam sebuah perusahaan adalah dengan memperkenalkan dan memvalidasikan suatu penetrasi dalam desain dan praktek manajemen korporat dengan tujuan untuk setidaknya mengelola issue



publik korporat sebaik atau bahkan lebih baik dibandingkan manajemen tradisional dari operasional yang hanya memikirkan keuntungan saja.

Departemen Relation bertujuan untuk menghimpun, menyusun, menjalankan program perusahaan terkait tanggung jawab sosial & lingkungan perusahaan pada wilayah lingkungan sekitar sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku agar dapat mendorong proses komunikasi yang baik dengan para *stakeholder* dan citra positif mengenai perusahaan. Ketepatan penanganan terkait permasalahan yang melibatkan PT. Pertamina perlu diperhatikan agar tidak menimbulkan kerusakan alam atau masalah baru lainnya, karena kegiatan perusahaan dilakukan di lingkungan pemukiman masyarakat.

Peran Publik Relations dalam isu dan krisis pada PT. Pertamina sangat penting guna memetakan setiap permasalahan dan tantangan secara internal maupun eksternal. Hambatan-hambatan yang terjadi bukan sesuatu yang berarti bagi PT.Pertamina untuk mengatasi berbagai macam isu yang ada di dalam Department.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, M. Ibnu. (2020). *Manajemen Krisis: Kepemimpinan Dalam Menghadapi Situasi Krisis Covid-19*. Leadership: Jurnal Mahasiswa Manajemen Pendidikan Islam, 1.2 (2020).
- Akbar, M. Fikri, dkk. (2021). *Public Relations*. Bantul: Penerbit Ikatan Guru Indonesia.
- Aldhily, Ridho. (2020). *101 Amazing Public Relation Idea*. Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia.
- Angelia, Filda, dkk. (2021). *Public Relations di Era Digital*. Aceh: Syiah Kuala University Press.
- Aprianto, Iwan, dkk. (2021). *Manajemen Public Relation Analisis Citra Perguruan Tinggi Keagamaan Islam*. Klaten: Lakeisha.
- Ariani, Reny. (2016). *Peran Public Relations Dalam Manajemen Isu di UGM (Studi Kasus Peran Humas UGM Dalam Mengelola Isu Relokasi Kantin Humaniora Mandiri UGM)* [Tesis]. Yogyakarta (ID). Universitas Gajah Mada.
- Deitiana, Tita. (2011). *Manajemen Humas (Public Relations) di Lembaga Pendidikan*. Dalam MEDIA BISNIS. Vol. 3, No. 2:1-7.
- Dewi, Ratih Kumala. (2021). *Manajemen Gawat Darurat dan Bencana*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Ham, C. D., Hong, H., & Cameron, G. T. (2018). *Same Crisis, Different Responses: Case Studies Of How Multiple Competing Corporations Responded To The Same*



Explosion-Related Crises. International Journal of Business and Social Science, 3(20), 19–31. Researchgate.

Kriyantono, R. (2019). *Measuring A Company Reputation In A Crisis Situation: An Ethnography Approach On The Situational Crisis Communication Theory*. International Journal of Business and Social Science, 3(9), 214–223.

Murni, Yanti dan Fauzia, Yulika. (2019). *Pengaruh kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Membeli Air Minum Dalam Kemasan Merek Sms Pada Masyarakat Vii Koto Sungai Sarik Kabupaten Padang Pariaman*. Padang: LPPM UMSB.

Prafitri, Imas Ayu. (2019). *Strategi Manajemen Krisis Humasda Pt Kereta Api (Persero) Daop I Jakarta (Studi Deskriptif Kualitatif tentang Manajemen Krisis di PT Kereta Api (Persero) Daop I Jakarta dalam Kecelakaan KRL Pakuan Ekspres 221 dengan KRL Ekonomi 549 di Bogor Agustus 2009)* [Tesis]. Surakarta. Universitas Sebelas Maret

Prastya, Narayana Mahendra. (2017). *Peran Humas Perguruan Tinggi Dalam Manajemen Krisis Organisasi*. Dalam Prosiding Seminar Nasional Seri 8. Prastya, Narayana Mahendra. (2018). *Arti Penting Sense of Crisis bagi Humas dan Pimpinan Perguruan Tinggi*. Jurnal Ilmu Komunikasi. Volume 12, Nomor 2, April 2018.

Salma, Aqida Nuril. (2017). *Kebijakan Komunikasi Krisis Berbasis Internet Bidang Komunikasi Korporat (Studi Kasus Program Emergency Response Plan PT. Garuda Indonesia Persero Tbk)* [Tesis]. Yogyakarta (ID). Universitas Gajah Mada.

Setyanto, Yugih, Paula T. Anggarina. (2015). *Humas Pada Perguruan Tinggi (Hubungan Dengan Media Pada Institusi Pendidikan)*. Jakarta. Univeritas Tarumanegara.
Sulistyaningtyas, Ike Devi. (2017). *Peran Strategis Public Relations di Perguruan Tinggi*. Dalam Jurnal Ilmu Komunikasi. Vol. 4, No. 2:131-144.