

**STRATEGI *COMMUNITY RELATIONS* DALAM PROGRAM
CSR PT PERTAMINA PATRA NIAGA**

**(STUDI KASUS CSR “PEMBERDAYAAN EKONOMI KEWIRAUSAHAAN
KELUARGA AMT” TBBM PULMPANG, JAKARTA)**

TUGAS AKHIR

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu
Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie**



CITRA NABILLA AGUSTIEN

1151003039

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE**

JAKARTA

2019

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

**Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri,
dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk
telah saya nyatakan dengan benar.**

Nama : Citra Nabilla Agustien

NIM : 1151003039

Tanda Tangan : 

Tanggal : 14 Agustus 2019

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh :

Nama : Citra Nabilla Agustien

NIM : 1151003039

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial

Judul Skripsi : Strategi *Community Relations* dalam Program CSR PT Pertamina

Patra Niaga (Studi Kasus CSR Program Pemberdayaan Ekonomi
Kewirausahaan Keluarga AMT)

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian dari persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi dan Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

Dewan Penguji

Pembimbing : Dianingtyas M. Putri, S.Sos, M.Si, ()

Penguji 1 : Dr. Vivid F. Argarini ()

Penguji 2 : Suharyanti, M.S.M ()

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 14 Agustus 2019

UNGKAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur peneliti panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmatNya, peneliti dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini. Penelitian Tugas Akhir ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan Tugas Akhir ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Miss Dian Murtanti Putri, M.si

Terima kasih banyak peneliti sampaikan kepada Miss Dian Putri, yang senantiasa selalu meluangkan waktunya untuk memberikan masukan dan bimbingannya terkait skripsi ini. Miss Dian bukan hanya sebagai dosen pembimbing bagi peneliti melainkan sudah peneliti anggap seperti teman, *role model*, bahkan seperti keluarga sendiri bagi peneliti, kasih sayang, perhatian, serta bimbingannya yang tiada henti diberikan selama pembuatan Tugas Akhir ini akan selalu peneliti kenang.

2. PT Pertamina Patra Niaga

Terima kasih kepada PT Pertamina Patra Niaga yang telah bersedia menjadi objek pada penelitian ini serta terimakasih kepada Mas Agung Anggara selaku *CSR Officer* yang telah sabar membimbing dan memberikan banyak pelajaran serta ilmu terkait dengan CSR Perusahaan dan memberikan banyak data dan informasi terkait kebutuhan tugas akhir ini, sehingga peneliti mendapatkan banyak pengalaman dalam bidang CSR. Terima kasih kepada Mba Nisya selaku *License Officer* yang senantiasa mengajak peneliti untuk mengikuti berbagai kegiatan internal perusahaan dan memberikan banyak informasi terkait *stakeholder* perusahaan. Terima kasih kepada Ibu Ayulia selaku *Manager CSR & Corporate Communications* dept yang telah mengizinkan peneliti untuk

bergabung dan bekerja pada divisi CSR dan *Corporate Communications*. Yang terakhir peneliti ingin sampaikan terima kasih kepada Mbak Evy selaku Media & *Corporate Communication* yang telah membantu peneliti memberikan informasi terkait isu-isu yang dialami perusahaan.

3. CSR Division, PT Adaro Energy Tbk

Tidak luput juga peneliti mengungkapkan terimakasih kepada pihak CSR Division PT Adaro Energy Tbk, terutama kepada bapak Ghufro Solihin sebagai Senior *Manager* CSR PT Adaro Energy, Tbk yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk menjadi informan triangulator pada penelitian ini, masukan serta informasi yang telah diberikan sangat menginspirasi peneliti untuk menambah khasanah ilmu dan konsep terkait CSR dan *Community Relations*. Lalu tak luput juga peneliti sampaikan terimakasih kepada Ibu Okty Damayanti selaku CSR Division Head yang telah mengizinkan peneliti untuk mengetahui dan belajar proses pemograman CSR di PT Adaro Energy dan memberikan semangat kepada peneliti untuk menyelesaikan penelitian ini.

Serta terimakasih kepada ibu Zuraida Hamdie selaku *Manager* CSR PT Adaro Energy, yang memberikan berbagai pengalamannya kepada peneliti dalam proses program CSR PT Adaro Tbk. Terimakasih peneliti sampaikan kepada Pak Aji selaku BOD CSR Division yang telah memotivasi peneliti untuk terus menjadi pribadi yang lebih baik dan berkembang dalam mengejar visi misi kehidupan peneliti. Serta terimakasih banyak kepada seluruh staff, Mba Putri, Mba Tika, Mas Alfi, Mas Damar, Mas Albert, Mba Vivi yang telah mendukung peneliti dari perizinan dan kebutuhan wawancara penelitian ini. Terakhir peneliti sampaikan terimakasih banyak kepada Nugie, Naufal, Afie selaku kawan peneliti yang selalu mensupport dan menghibur peneliti dikala lelah menulis, terimakasih banyak kepada seluruh pihak PT Adaro CSR Division atas segala bentuk dukungannya

4. Orang Tua serta Keluarga

Terutama peneliti ingin mengucapkan terimakasih kepada Mama Kulsum, wanita hebat yang pernah peneliti kenal berkat dukungan materi maupun doa yang diberikannya alhamdulillah selalu menyertai langkah peneliti dalam menulis tugas akhir ini. Terimakasih kepada kaka-kaka tercinta Ka Monik, dan Ka Mega atas semangat dan dukungannya kepada peneliti agar selalu semangat untuk melakukan yang terbaik. Terimakasih kepada adik tersayang, Rajaa atas keceriaan dan candaan yang selalu hadir menghibur hati peneliti. Terima kasih Papih Masudi, yang selalu mendoakan serta mengingatkan untuk selalu berdoa dan semangat menjalani hari-hari peneliti. Terimakasih kepada Ka Sutan atas bantuan dan dukungannya serta Baby Zidan yang sangat peneliti sayangi. Terimakasih kepada keluarga Eyang Ibu, Mama Eyang, Om Asep, dan Om Ajat yang telah mendoakan serta memberi dukungan penuh atas perkembangan peneliti. Terakhir terima kasih kepada keluarga Mami Ida, Ka Ana, Ka Ari yang telah memberikan doa serta dukungannya tak lupa juga terima kasih kepada Mas Helmy yang telah membantu peneliti sebagai penghubung dengan perusahaan.

5. Winda Monika Nabillya, S.E

Tak luput juga peneliti sampaikan terima kasih kepada Ka Monika atau biasa peneliti sebut Munny sebagai kaka kandung peneliti tetapi sudah peneliti anggap sebagai teman hidup, yang tak pernah lelah memberikan guyonan yang membuat peneliti ceria dan terhibur serta memberikan semangat tinggi kepada peneliti untuk menyelesaikan Tugas Akhir ini.

6. Dessy Jumaisni

Terimakasih kepada Dessy Jumaisni sahabat tercinta peneliti yang tiada lelah selalu menemani hari-hari peneliti selama masa perkuliahan, yang selalu mendengarkan keluh kesah peneliti, membantu dan memberi dukungan penuh dalam melewati masa-masa kesenangan, kesedihan, serta

kesusahan hidup peneliti. Terimakasih Dessy telah menunjukkan kepada peneliti arti sahabat yang sesungguhnya.

7. M. Hafiz Aditya

Terimakasih kepada Hafiz Aditya yang peneliti sayangi, selalu setia menemani dan mendampingi disetiap momen kehidupan peneliti, serta selalu sedia sebagai bahu bersandar peneliti dikala lelah. Perjuangan yang tiada henti diberikannya dalam mendukung, serta memotivasi peneliti agar selalu kuat dalam menghadapi masa depan. Terimakasih Hafis atas perhatian dan kasih sayangnya yang selalu mengisi hati dalam mewarnai kehidupan peneliti.

8. Sahabat Dekat Peneliti

Terimakasih peneliti sampaikan kepada seluruh sahabat dekat peneliti, terimakasih kepada Mira yang tak pernah lelah selalu mengingatkan peneliti untuk terus berjuang dan semangat menulis tugas akhir ini. Terimakasih kepada Kika yang selalu menghibur peneliti dikala peneliti sedang jenuh, dan sedih. Terimakasih kepada Marina yang selalu melakukan guyonan dan candaan sehingga peneliti selalu tertawa. Terima kasih juga kepada Evan, BFF peneliti yang selalu memberi masukan serta kritikan mengenai Tugas Akhir ini.

9. Teman-teman *Corporate Communication* Universitas Bakrie 2015

Terimakasih peneliti sampaikan kepada seluruh teman-teman *Corporate Communications* Universitas Bakrie angkatan 2015, yang selama ini telah menemani keseruan belajar di dalam kelas khususnya pada seluruh mata kuliah *Corporate Communications*, terimakasih atas dukungan dan pengalamannya selama belajar di kampus. Keseruan, canda dan tawa kalian tak akan peneliti lupakan.

Jakarta, 23 Juli 2019

Citra Nabilla Agustien

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai civitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Citra Nabilla Agustien
NIM : 1151003039
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir : Karya Ilmiah/ Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“STRATEGI COMMUNITY RELATIONS DALAM PROGRAM CSR PT PERTAMINA PATRA NIAGA”

**(STUDI KASUS PROGRAM PEMBERDAYAAN EKONOMI KEWIRAUSAHAAN
KELUARGA AMT, TBBM PLUMPANG, JAKARTA)**

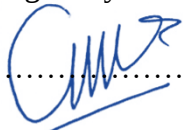
Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini, Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai peneliti/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 15 Agustus 2019

Yang menyatakan,

()

CITRA NABILLA AGUSTIEN

STRATEGI *COMMUNITY RELATIONS* DALAM PROGRAM CSR PT PERTAMINA PATRA NIAGA

(STUDI KASUS CSR “PEMBERDAYAAN EKONOMI KEWIRAUSAHAAN
KELUARGA AMT” TBBM PULMPANG, JAKARTA)

CITRA NABILLA AGUSTIEN

ABSTRAK

Keberhasilan perusahaan tidak hanya melalui dukungan pihak internal perusahaan saja, melainkan juga komunitas yang berada di sekeliling wilayah perusahaan. PT Pertamina Patra Niaga (PPN) percaya bahwa kesuksesan usaha tidak hanya diukur dari performa bisnis perusahaan, namun juga dari kemampuan untuk memberikan kontribusi bagi komunitas. Awak Mobil Tangki (AMT) sebagai mitra dalam mendistribusikan BBM dan LPG keseluruh konsumen memegang peranan penting untuk dibina. Sebagai apresiasi dan kepercayaan perusahaan terhadap kelancaran aktivitas operasional PPN ingin mewujudkan kemandirian perekonomian keluarga AMT terpilih melalui program CSR sebagai bentuk strategi *Community Relations*. Namun menjalani prosesnya tidaklah mudah, melainkan terdapat beberapa kendala dan hambatan yang dialami PPN dalam mewujudkan komunitas yang mandiri. Untuk itu, penelitian ini bertujuan untuk melihat strategi *Community Relations* melalui tahapan Pengumpulan Fakta, Perumusan Masalah, Perencanaan & Pemograman, Aksi & Komunikasi dan Evaluasi menurut *Cutlip, Centre, Broom* (2010). Selain itu, penelitian ini melihat bagaimana pendekatan CSR berdasarkan Sikap Obstruktif, Defensif, Akomodatif, atau Proaktif menurut *Widjaja* (2010) yang merepresentasikan tujuan *Community Relations*. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif melalui pendekatan studi kasus. Teknik pengumpulan data dengan cara observasi, *deep interview* dan studi pustaka. Uji keabsahan data dilakukan dengan menggunakan triangulasi sumber data. Hasil dari penelitian ini menunjukkan PPN melakukan 4 dari 5 tahapan *Community Relations* yaitu Pengumpulan Fakta dengan 10 fakta permasalahan AMT, Perumusan Masalah dengan menciptakan pemberdayaan ekonomi, Perencanaan & Pemograman dengan 2 tahap program CSR, dan Aksi pelaksanaan yang sesuai. Namun pada tahap Komunikasi dan Evaluasi belum terlaksana dengan baik yang disebabkan oleh beberapa hambatan yang terjadi. Sehingga dapat dilihat jenis sikap pendekatan CSR yang terbentuk adalah Sikap Akomodatif.

Kata Kunci : *Community Relations*, CSR, , Awak Mobil Tangki, PT. Pertamina

**COMMUNITY RELATIONS STRATEGY IN PT PERTAMINA PATRA
NIAGA CSR PROGRAM**

**(CASE STUDY " ECONOMIC EMPOWERMENT ENTREPREUNERSHIP AT
AMT FAMILY " TBBM PLUMPANG, JAKARTA)**

CITRA NABILLA AGUSTIEN

ABSTRACT

The success of a company does not only depend on the support of the company's internal parties but also the surrounding communities. PT Pertamina Patra Niaga (PPN) believes that the success of a business is not only measured by the company's business performance, but also from the ability to contribute to society. Awak Mobil Tangki (AMT) as a partner in distributing BBM and LPG holds an important role in the company to maintain a good relationships. As the company's appreciation and trust in the smooth operation of its activities, AMT wants to realize the economic independence of the selected AMT family through entrepreneurship programs as a form of Community Relations Strategy. However, undergoing the process is not easy, because there are some obstacles, both internally and externally, in realizing the economic independence of the AMT family. For this reason, this research to find out how the Community Relations strategy is through the stages of Fact Collection, Problem Formulation, Planning & Programming, Action & Communication, and Evaluation by Cutlip, Centre, and Broom (2010). Then, this research finds out how the CSR approach is based on the obstructive, defensive, accommodative, or proactive attitudes by Widjaja (2010) which represents the goal of Community Relations. This research uses qualitative methods through a case study approach, and data collection techniques using observation, deep interview, and literature study. The validity test of the data is done by using a data source triangulation. So, the results of this research indicate that PPN do 4 of the 5 stages of Community Relations, namely the Collection of Facts with 10 facts of AMT problems, Formulation of Problems by creating economic empowerment, Planning & Programming with 2 stages of CSR programs, and appropriate action actions. However, the Communication and Evaluation stage has not been implemented properly due to several obstacles that occur. So that it can be seen the type of attitude of the CSR approach that is formed is the Accommodative Attitude.

Keywords : *Community Relations, CSR, Tank Car Crew, PT. Pertamina,*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
UNGKAPAN TERIMA KASIH	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	viii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR TABEL	xvi
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Peneltian.....	11
1.4.1 Manfaat Akademis.....	11
1.4.2 Manfaat Praktis.....	11
BAB II.....	12
KERANGKA PEMIKIRAN	12
2.1 Studi Pustaka Terkait Dengan Penelitian Sebelumnya.....	12
2.2 Tinjauan Pustaka Terkait Dengan Kerangka Pemikiran.....	30
2.2.1 <i>Public Relations</i> (PR)	30
2.2.2 <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)	34

2.2.3 <i>Community Relations</i>	36
2.2.4 Peran Komunitas Bagi Keberhasilan Organisasi.....	46
2.3 Kerangka Pemikiran	51
BAB III.....	53
METODE PENELITIAN.....	53
3.1 Metode Penelitian.....	53
3.2 Objek dan Lokasi Penelitian	54
3.2.1 Objek Penelitian	54
3.2.2 Lokasi Penelitian	56
3.3 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data	57
3.3.1 Sumber Data	57
3.3.2 Teknik Pengumpulan Data	58
3.4 Definisi Konseptual dan Operasionalisasi Konsep	63
3.5 Teknik Analisis Data	67
3.6 Teknik Pengujian Keabsahan Data.....	69
BAB IV	71
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	71
4.1 Gambaran Umum PT Pertamina Patra Niaga, Tbk.	71
4.1.1 Pofil PT Pertamina Patra Niaga.....	72
4.1.2 Visi dan Misi PT Pertamina Patra Niaga	73
4.1.3 Nilai Budaya Kerja PT Pertamina Patra Niaga.	74
4.1.4 Logo PT Pertamina Patra Niaga.	75
4.1.5 Struktur Organisasi PT Pertamina Patra Niaga	76
4.1.6 Bidang Usaha PPN	77
4.1.7 Lokasi Penelitian	79

4.2	Gambaran Umum Subjek Penelitian	81
4.2.1	<i>Manager of CSR and Corporate Communications PT Pertamina Patra Niaga</i>	81
4.2.2	<i>CSR Officer PT Pertamina Patra Niaga</i>	81
4.2.3	AMT TBBM Plumpang	82
4.2.4	Peserta Program CSR (Istri AMT)	82
4.2.5	Pakar Di Bidang CSR dan <i>Community Relations</i> (Triangulator)....	82
4.3	Hasil Penelitian	84
4.3.1	Pedoman Program CSR PPN	84
4.3.2	Implementasi <i>Community Relations</i> Melalui Program CSR PPN...	94
4.3.3	Pendekatan Tanggung Jawab PPN Terhadap AMT Sebagai Komunitas	124
4.4	Pembahasan.....	128
4.4.1	Komitmen Tanggung Jawab Sosial PPN Kepada AMT Sebagai Komunitas	129
4.4.2	Strategi <i>Community Relations</i> Menurut Cutlip& Centre, Broom (Iriantara 2010:80) dalam Program CSR Pemberdayaan Ekonomi Kewirausahaan Keluarga AMT Tahap 1 & 2 PPN	132
4.4.3	Pendekatan Tanggung Jawab Sosial PPN Kepada AMT Sebagai Strategi <i>Community Relations</i>	150
4.5	Hasil Temuan Baru Penelitian	158
4.6	Keterbatasan Penelitian	162
BAB V		164
PENUTUP		164
5.1	Simpulan	164
5.2	Saran	168

5.2.1 Saran Teoritis	168
5.2.2 Saran Praktis	169
DAFTAR PUSTAKA	174
LAMPIRAN 1 TRANSKRIP WAWANCARA	178
LAMPIRAN 2 DOKUMENTASI	197

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Aksi Unjuk Rasa AMT dan FBTPI 31 Mei 2017	8
Gambar 1. 2 Aktivitas Pencurian Bensin oleh Warga disekitar	8
Gambar 2. 1 Triple Bottom Line (Planet, Profit, People).....	36
Gambar 2. 2 Proses PR Empat Tahapan	43
Gambar 2. 3 Keterlibatan Komunitas Organisasi	49
Gambar 2. 4 Kerangka Pemikiran	52
Gambar 3. 1 Data Sekuriti Fuel Losses Berdasarkan Wilayah TBBM pada tahun 2015-2017.....	56
Gambar 3. 2 Alur Interactive Models Of Analysis Miles Dan Huberman	68
Gambar 4. 1 Logo Pertamina Patra Niaga.....	75
Gambar 4. 2 Struktur Organisasi Pertamina Patra Niaga.....	76
Gambar 4. 3 Struktur Organisasi Fungsi Divisi Corporate Secretary PT Pertamina Patra Niaga	77
Gambar 4. 4 Struktur Kepemilikan Saham Pertamina Patra Niaga	78
Gambar 4. 5 Data Sekuriti Fuel Losses Berdasarkan Wilayah TBBM tahun 2015- 2017.....	80
Gambar 4. 6 Tiga Wilayah Utama Program CSR Pertamina Patra Niaga	85
Gambar 4. 7 Pedoman Cetak Biru Program CSR PPN.....	91
Gambar 4. 8 Alur Eksekusi Program CSR PPN	93
Gambar 4. 9 Tahapan program ekonomi mandiri Pertamina Patra Niaga.	107
Gambar 4. 10 Contoh Booth/ Etalase Produk Kreasi Jamur AMT	122
Gambar 4. 11 Brosur Program Digital Marketing tahap II	123
Gambar 4. 12 Bagan Evaluasi Pelaksanaan Program <i>Community Relations</i>	161

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Sebelum Terkait Tinjauan Pustaka	29
Tabel 3. 1 Kriteria Informan.....	62
Tabel 3. 2 Definisi Konseptual dan Operasionalisasi Konsep	67
Tabel 4. 1 Identifikasi Kelompok Pemangku Kepentingan (<i>Stakeholder Mapping</i>)	87
Tabel 4. 2 Data Kasus Sekuriti jenis fraud yang terjadi di TBBM Pertamina Patra Niaga	98
Tabel 4. 3 Data Survei Jenis Pengembangan Keterampilan.....	115
Tabel 4. 4 Daftar Peserta CSR Program Tahap 1	115
Tabel 4. 5 Rencana Kegiatan Program CSR Tahap 1	117
Tabel 4. 6 Rencana Kegiatan Program CSR Tahap II	119
Tabel 4. 7 Tabel Rangkuman Strategi Implementasi Tahapan Community Relations.....	157