

**ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI PT PERTAMINA EP CEPU DALAM
MENANGANI KRISIS UNTUK MEMPERTAHANKAN CITRA
(Studi Kasus: Harga Gas Naik Proyek Jambaran Tiung Biru Terhambat)**

TUGAS AKHIR

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana (S1)

Ilmu Komunikasi



ULFAH AFIFAH

1161003340

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

2020

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas Akhir ini adalah hasil karya milik saya sendiri, dan semua sumber baik yang diikuti maupun dirujuk telah saya nyatakan benar

Nama : Ulfah Afifah

NIM : 1161003340

Tanda Tangan : 

Tanggal : 27 Agustus 2020

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh :

Nama : Ulfah Afifah

NIM : 1161003340

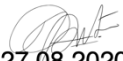
Program Studi : Ilmu Komunikasi

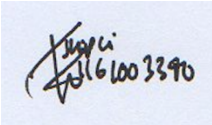
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial

Judul Skripsi : Analisis Strategi Komunikasi PT Pertamina EP Cepu Dalam Menangani Krisis Untuk Mempertahankan Citra (Studi Kasus: Harga Gas Naik Proyek Jambaran Tiung biru Terhambat)

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 ( 27.08.2020)

Penguji 1 : Mochammad Kresna Noer, M.Si.,Dr. ()

Penguji 2 : Mirana Hanastasia, MMediaPrac ()

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 27 Agustus 2020

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji Syukur Kehadirat Allah SWT karena dengan segala kebaikan rahmat dan nikmat yang diberikan-nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian Tugas Akhir untuk memperoleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) pada program studi Ilmu Komunikasi di Universitas Bakrie dengan judul **ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI PT PERTAMINA EP CEPU DALAM MENANGANI KRISIS UNTUK MEMPERTAHANKAN CITRA (studi kasus: Harga Gas Naik Proyek Jambaran Tiung Biru Terhambat)** ini dengan baik. Penyusunan Tugas Akhir ini disusun dalam rangka untuk memenuhi syarat dan sebagai tanda telah menyaksikan masa Pendidikan Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie. Dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini, penulis membutuhkan waktu sekitar empat bulan yang penulis manfaatkan untuk melakukan pengumpulan data yang dibutuhkan, melakukan studi pustaka yang sesuai dengan topik yang diangkat dalam penelitian ini, melengkapi formulir yang dibutuhkan serta melakukan bimbingan konsultasi dengan dosen pembimbing Tugas Akhir. Dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini penulis menemukan berbagai halangan dan rintangan, baik itu faktor internal maupun faktor eksternal. Namun dengan segala dorongan, dukungan serta motivasi serta pertolongan dari yang Maha Kuasa, akhirnya penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini.

Pada kesempatan kali ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah mendukung terlaksananya program magang dan penyusunan laporan magang ini hingga selesai, di antaranya penulis ingin mengucapkan ucapan terima kasih kepada:

1. Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, karena berkat rahmat ridho dan karunia-Nya, penulis diberi kekuatan, kesabaran, kesehatan, dan umur yang Panjang sehingga dapat menuntaskan Tugas Akhir dengan baik dan tepat waktu.

2. Ayah, Mama, Anis, Luqman

Terima kasih kepada keluarga inti penulis Ayah, Mama, Anis, dan Luqman yang selalu memberikan dukungan dan motivasi agar tetap kuat dalam setiap langkah yang dilewati setiap hari. Terima kasih juga selalu mendoakan penulis

untuk tetap berusaha dengan keras dan tetap tidak lupa ibadah disaat menyusun Tugas Akhir ini. Mereka yang paling berharga dan berarti dalam hal ini, semua untuk mereka.

3. Dianingtyas Murtanti Putri, M.Si

Terima kasih banyak peneliti sampaikan kepada Miss Dian Putri yang senantiasa selalu meluangkan waktunya untuk memberikan masukan serta bimbingannya terkait skripsi ini. Miss Dian bukan hanya sebagai dosen pembimbing bagi peneliti melainkan sudah peneliti anggap seperti sahabat, *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 ingat dan kenang. Beliau selalu memotivasi dan memberikan penulis semangat dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini. terima kasih Guruku, engkau pahlawan tanpa tanda jasa.

4. Dosen Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie

Terima kasih kepada seluruh dosen Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie yang telah memberikan ilmu dan mengajarkan penulis dengan semangat, ikhlas dan rasa sabar. Terima kasih telah menjadi guru sekaligus orang tua untuk saya. Terima kasih kepada Ibu Suharyanti selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie, Ibu Mirana, Ibu Mirana, Miss Holli, Miss Roro, Mbak Hanny, Ibu Indah Soekotjo, dll yang sudah memberikan ilmu serta pengalaman berharganya terkait mata kuliah yang diajarkan kepada peneliti.

5. Fungsi *Public Government Affairs*

Terima kasih kepada Mba Ratih, Mas Bayu, Mba Nensi, Mba Felli, Mba Wulan dll yang bersedia membantu penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir ditengah kesibukan pekerjaan penulis, dan selalu memberikan motivasi untuk bisa menyelesaikan Tugas Akhir ini kepada penulis .

6. Taqi Syauqi Naufal, A.P

Terima kasih kepada Taqi Syauqi Naufal yang peneliti sayangi, selalu setia menemani dan mendampingi dari jauh di setiap momen kehidupan peneliti, serta selalu sedia menerima peneliti di saat peneliti Lelah. Perjuangan yang tiada henti diberikannya dalam mendukung, serta memotivasi peneliti agar selalu kuat dalam

menghadapi masa depan. Terima kasih Taqi atas perhatian dan kasih sayangnya yang selalu mengisi hati dalam mewarnai kehidupan peneliti.

7. Chika dan Farah

Terima kasih kepada Chika dan Farah yang selalu setia mendengarkan keluh kesah penulis, dan temen seperjuangan menyelesaikan Tugas Akhir ini dan selalu menghibur dan sangat mengerti segala aktivitasku.

8. Wulan, Fifi, dan Lena

Terima kasih kepada Wulan, Fifi dan Lena yang selalu memberikan masukan dan mendukung penulis untuk melakukan yang terbaik. Terima kasih atas semua dukungan yang diberikan, dan selalu menginspirasi penulis untuk menjadi seseorang yang lebih baik untuk kedepannya kelak.

9. Temen-temen Ilmu Komunikasi 2016

Terima kasih telah sama-sama berjuang dari tahun pertama dan selalu memberikan warna kehidupan selama penulis menjalani perkuliahan dan mendukung penulis agar segera menyelesaikan Tugas Akhir ini, Wisuda bareng !

10. Teman-teman Public Relations 2016

Terima kasih telah sama-sama berjuang dari tahun pertama dan selalu memberikan warna kehidupan selama penulis menjalani perkuliahan dan mendukung penulis agar segera menyelesaikan Tugas Akhir ini.

11. Seluruh pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu, terima kasih untuk membantu penulis menyelesaikan Tugas Akhir ini.

Demikian ungkapan terima kasih penulis kepada semua pihak yang telah membantu baik secara moril maupun materil. Semoga penelitian ini dapat bermanfaat baik secara prkatis maupun teoritis.

Jakarta, 31 Agustus 2020

Penulis,



Ulfah Afifah

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

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

Nama : Ulfah Afifah
NIM : 1161003340
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 Noneklusif** (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**“ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI PT PERTAMINA EP CEPU DALAM
MENANGANI KRISIS UNTUK MEMPERTAHANKAN CITRA”
(STUDI KASUS HARGA GAS NAIK PROYEK JAMBARAN TIUNG BIRU
TERHAMBAT)**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneklusif 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 : 31 Agustus 2020

Yang Menyatakan,



(.....)

ULFAH AFIFAH

**ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI PT PERTAMINA EP CEPU DALAM
MENANGANI KRISIS UNTUK MEMPERTAHANKAN CITRA
(Studi kasus: Harga Gas Naik Proyek Jambaran Tiung Biru Terhambat)**

ULFAH AFIFAH

ABSTRAK

Krisis merupakan suatu kondisi yang keseimbangannya kurang berjalan semestinya, krisis dapat terjadi dalam beragam aspek baik aspek kehidupan, perusahaan atau organisasi, serta sifatnya tidak dapat terelakkan. Dibutuhkan penanganan yang tepat dalam menghadapi krisis tersebut, salah satu caranya adalah pada strategi komunikasi yang dilakukannya. Jika, penanganannya tidak tepat maka akan memberikan efek pada citra perusahaan. Dengan demikian, penelitian ini ingin membahas mengenai bagaimana strategi komunikasi pihak PT Pertamina EP Cepu (PEPC) dalam menangani krisis terkait harga gas naik proyek Jambaran Tiung Biru terhambat. Selanjutnya, dianalisis menggunakan pengelolaan krisis oleh Kasali, dan teori citra oleh Kotler dan Keller. Metode penelitian ini adalah studi kasus dengan pendekatan kualitatif. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa pihak PEPC dalam penanganan krisis ini ditemukan kurang optimal, identifikasi krisis telah dilakukan namun pada saat eksekusinya yang menangani hanya pihak internal. Jika krisis yang ditangani besar dan memiliki dampak jangka Panjang disarankan untuk melibatkan pihak ketiga. Selanjutnya, PEPC memiliki metode ODOR (*One Day One Release*), namun ketika pada tahapan isolasi krisis dalam pencegahannya yang bersangkutan terlambat mengeluarkan *release* tentang harga gas naik, dimana seharusnya disampaikan terlebih dahulu bahwa akan adanya kecenderungan harga gas naik, dan disampaikan apa yang menjadi faktor kecenderungan tersebut. Oleh karenanya, ada tiga strategi yang harus dilakukan ketika menghadapinya yakni strategi defensif, strategi adaptif, dan strategi dinamis. Sehingga, pada program pengendalian terdapat langkah-langkah cepat dan tepat yang harus diambil sesuai dengan situasi dan kondisi di lapangan. Jadi, jika ODOR ini kurang optimal dilakukan, maka akan memengaruhi citra perusahaan itu sendiri, dimana dalam proses pembentukan citra dibutuhkan waktu yang tidak singkat. Kotler dan Keller menyampaikan tiga aspek ini yang paling penting adalah memberikan kekurangan emosional yang lebih dari sekedar citra mental, yakni interaksi secara proaktif dalam menangani situasi masalah, dimana PEPC harus melakukan evaluasi kembali terkait dengan melibatkan pihak-pihak yang mumpuni dan bisa diajak koordinasi.

Kata Kunci: strategi komunikasi, PEPC, citra perusahaan, ODOR, pengelolaan krisis

**PT PERTAMINA EP CEPU COMMUNICATION STRATEGY ANALYSIS IN
HANDLING CRISIS TO MAINTENANCE IMAGE
(Case study: Gas Prices Increase, Tiung Biru Jambaran Project is hampered)**

ULFAH AFIFAH

ABSTRACT

A crisis is a condition where the balance is not working properly, crises can occur in various aspects of life, company or organization, and are inevitable. It takes proper handling in dealing with the crisis, one way is in the communication strategy it does. If the handling is not right, it will have an effect on the company's image. Thus, this study intends to discuss how the communication strategy of PT Pertamina EP Cepu (PEPC) in dealing with the crisis related to rising gas prices for the Jambaran Tiung Biru project is hampered. Furthermore, it is analysed using crisis management by Kasali, and image theory by Kotler and Keller. This research method is a case study with a qualitative approach. The results of the study showed that in handling this crisis it was found that PEPC was less than optimal, crisis identification was carried out but at the time of its execution it was only handled by the internal party. If the crisis being handled is large and has a long-term impact, it is advisable to involve a third party. Furthermore, PEPC has the ODOR (One Day One Release) method, but when it was during the crisis isolation stage in its prevention the party concerned was late in issuing a release on rising gas prices, where it should have been stated in advance that there would be a tendency for gas prices to rise, and tell what the trend factors were. Therefore, there are three strategies that must be done when dealing with it, namely defensive strategy, adaptive strategy, and dynamic strategy. So, in the control program, there are quick and precise steps that must be taken according to the situation and conditions in the field. So, if ODOR is not done optimally, it will affect the company's image itself, where the process of image formation takes a long time. Kotler and Keller convey these three aspects, the most important of which is to provide emotional deficiencies that are more than just mental images, namely proactive interaction in handling problem situations, where PEPC must conduct a re-evaluation related to the involvement of qualified and coordinated parties.

Keywords: communication strategy, PEPC, company's image, ODOR, crisis management

DAFTAR ISI

ABSTRAK	ii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR GAMBAR.....	vii
DAFTAR TABEL	viii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Manfaat Penelitian	11
2.1.1 Manfaat Teoritis	11
2.1.2 Manfaat Praktis.....	11
BAB II KERANGKA PEMIKIRAN.....	12
2.1 Tinjauan Pustaka Terkait Dengan Penelitian Sebelumnya	12
2.2 Tinjauan Pustaka.....	35
2.2.1 <i>Public Relations</i> (PR).....	35
2.2.2 Strategi Komunikasi.....	37
2.2.3 Krisis	39
2.2.4 Strategi Komunikasi Krisis	42
2.2.5 Citra	44
2.2 Kerangka Pemikiran	46
BAB III METEDOLOGI PENELITIAN.....	49
3.1 Metode Penelitian	49
3.2 Objek dan Subjek Penelitian.....	49
3.3 Sumber Data Teknik Pengumpulan Data.....	50
3.3.1 Sumber Data	50
3.3.2 Teknik Pengumpulan Data	51
3.4 Definisi Konseptual dan Operasional Konsep	54
3.5 Teknik Analisis Data	56
3.6 Teknik Pengujian Keabsahan Data	57
3.7 Keterbatasan Penelitian	59

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	62
4.1 Profile PT Pertamina EP Cepu	62
4.4.1 Profile Perusahaan PT Pertamina EP Cepu.....	62
4.1.2 Sejarah PT Pertamina EP Cepu	63
4.1.3 Visi Misi PT Pertamina EP Cepu.....	71
4.1.4 Logo PT Pertamina EP Cepu.....	71
4.1.5 Struktur Organisasi PT Pertamina EP Cepu.....	72
4.1.6 Tata Nilai Perusahaan.....	72
4.1.7 Good Corporate Governance (GCG).....	73
4.2 Gambaran Umum Subjek Penelitian	74
4.2.1 Manager Commercial PT Pertamina EP Cepu.....	74
4.2.2 Fungsi <i>Public Government Affairs</i>	74
4.2.3 Pengelolaan <i>One Day One Release</i>	76
4.2.4 Pakar <i>Public Relations</i>	77
4.3 Hasil Penelitian	78
4.3.1 Pengelolaan Krisis PT Pertamina EP Cepu	78
4.3.2 Strategi Komunikasi PT Pertamina EP Cepu	91
4.3.3 Citra PT Pertamina EP Cepu	97
4.4 Pembahasan	103
4.4.1 Pengelolaan Krisis	104
4.4.1.1 Identifikasi	105
4.4.1.2 Analisa Krisis.....	110
4.4.1.3 Isolasi Krisis.....	113
4.4.1.4 Pilihan Strategi	115
4.4.1.5 Program Pengendalian	116
4.4.2 Strategi Komunikasi Krisis.....	118
4.4.3 Citra	118
4.4.3.1 Memperkuat Karakter Produk dan Usulan Nilainya	119
4.4.3.1 Menyampaikan Karakter Lewat Cara yang Berbeda.....	123
4.4.3.1 Memberi Kekuatan Emosional	125
4.5 Hasil Temuan Baru	125

4.5 Hasil Temuan Baru	125
4.6 Keterbatasan Penelitian	127
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	128
5.1 Kesimpulan	128
5.2 Saran	130
5.2.1 Saran Teoritis	130
5.2.2 Saran Praktis	130
DAFTAR PUSTAKA.....	131
LAMPIRAN	134

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Hambatan Proyek Gas	8
Gambar 2.1 Bagan Kerangka Pemikiran	48
Gambar 4.1 Logo PT Pertamina EP Cepu	71
Gambar 4.2 Struktur Organisasi PT Pertamina EP Cepu	72
Gambar 4.3 Manager Commercial	75
Gambar 4.4 Fungsi <i>public government affairs</i>	75
Gambar 4.5 Fungsi <i>public government affairs</i>	76
Gambar 4.6 Pengelola <i>one day one release</i>	77
Gambar 4.7 Pakar Praktisi PR	78
Gambar 4.8 Tone pemberitaan	82
Gambar 4.9 Berita Fakta	84
Gambar 5.0 Bukri Instagram baru	100
Gambar 5.1 Tone Pemberitaan	107
Gambar 5.2 Berita Fakta	110
Gambar 5.3 Instagram PT Pertamina EP Cepu	121

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Sebelum Terkait Tinjauan Pustaka.....	19
Tabel 3.1 Kriteria Informasi	52
Tabel 3.2 Definisi Konseptual dan Operasional Konsep.....	54