



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

**STRATEGI *PUBLIC RELATIONS* PT. PERTAMINA  
HULU INDONESIA UNTUK MEMBANGUN  
HUBUNGAN POSITIF DENGAN PARA  
*STAKEHOLDER* PERUSAHAAN**



**MUHAMMAD SYAMIL ALMUSAWA**

**NIM: 21053111097**

**LAPORAN TUGAS AKHIR**

**HASIL PRAKTIK KERJA LAPANGAN**

Diajukan untuk memenuhi persyaratan Diploma III Politeknik

**PROGRAM STUDI DIPLOMA III ADMINISTRASI BISNIS  
JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA  
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA**

**2024**

**Hak Cipta :**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



**POLITEKNIK NEGERI JAKARTA**  
**JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA**  
**PROGRAM STUDI DIPLOMA III ADMINISTRASI**

**LEMBAR PERSETUJUAN**

Nama : Muhammad Syamil Almusawa  
NIM : 2105311097  
Program Studi : Diploma III Administrasi Bisnis  
Judul Laporan Tugas Akhir : Strategi *Public Relations* PT. Pertamina Hulu  
Indonesia Untuk Membangun Hubungan Positif  
dengan Para *Stakeholder* Perusahaan

Depok, 15 Agustus 2024

Pembimbing 1

**Risya Zahrotul Firdaus, M.Si.**  
NIP. 198609082020122006

Pembimbing 2

**Dr., M. Ikhsan, M.Si**  
NIP. 196309131988031002

Mengetahui,

Ketua Jurusan Administrasi Niaga



**Dr. Dra. Iis Mariani, M.Si.**  
NIP. 196501311989032001

- Hak Cipta :**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
  2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



**POLITEKNIK NEGERI JAKARTA**  
**JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA**  
**PROGRAM STUDI DIPLOMA III ADMINISTRASI**

**LEMBAR PENGESAHAN**

Nama : Muhammad Syamil Almusawa  
NIM : 2105311097  
Program Studi : Diploma III Administrasi Bisnis  
Judul Laporan Tugas Akhir : Strategi *Public Relations* PT.Pertamina Hulu  
Indonesia Untuk Membangun Hubungan Positif  
dengan Para *Stakeholder* Perusahaan

Telah berhasil dipertahankan di hadapan tim penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Ahli Madya (A.Md) pada Program Studi Diploma III Administrasi Bisnis, Jurusan Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Jakarta, pada:

Hari : Rabu  
Tanggal : 21 Agustus 2024  
Waktu : 13.00 – 14.00

**TIM PENGUJI**

Ketua Sidang : Risyah Zahrotul Firdaus, M.Si.

NIP : 198609082020122006

Penguji I : Imam Syafganti, M.Si.Ph.D

NIP : 197510122008121001

Penguji II : Drs., Anwar Mustofa, M.Hum.

NIP : 196410161991031003

  
(.....)  
  
(.....)  
  
(.....)

- Hak Cipta :**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
  2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah S.W.T atas segala Rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir yang berjudul “Strategi *Public Relations* PT.Pertamina Hulu Indonesia Untuk Membangun Hubungan Positif dengan Para *Stakeholder* Perusahaan.” Tugas akhir ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Ahli Madya (A.Md.) pada Program Studi Diploma III (D-III) Administrasi Bisnis, Jurusan Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Jakarta. Penyusunan laporan tugas akhir ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Syamsurizal, S.E., M.M., selaku Direktur Politeknik Negeri Jakarta.
2. Dr. Dra. Iis Mariam M.Si., selaku Ketua Jurusan Administrasi Niaga.
3. Taufik Akbar SE., M.SM., selaku Koordinator Program Studi Diploma III Administrasi Bisnis Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Jakarta.
4. Risya Zahrotul Firdaus, M.Si. selaku Dosen Pembimbing Materi Tugas Akhir yang dengan sabar telah meluangkan waktu, pikiran, tenaga dan perhatian untuk membimbing, memeriksa dan memberikan saran dalam penulisan laporan tugas akhir ini.
5. Dr., M. Ikhsan, M.Si selaku dosen pembimbing teknik penulisan yang dengan sabar dan telah meluangkan waktu, pikiran, tenaga dan perhatian untuk membimbing, memeriksa dan memberikan saran dalam penulisan laporan tugas akhir.
6. Bapak dan Ibu Dosen beserta Staf Administrasi Jurusan Administrasi Niaga yang telah memberikan ilmunya kepada penulis selama proses perkuliahan di Politeknik Negeri Jakarta.
7. Ibu Yusivadhethi Norman dan Bapak Raden Rully Wicaksono selaku Pembimbing Praktek Kerja Lapangan pada Bagian *Human Capital* di PT Pertamina Power Indonesia yang telah membantu, mempercayakan penulis dan memberikan pengarahan kepada penulis selama masa pelaksanaan kegiatan Praktek Kerja Lapangan (PKL) berlangsung.

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



**Hak Cipta :**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

8. Ayahanda Nadir Almusawa dan Ibunda Najema Shahab selaku orang tua penulis, serta seluruh keluarga yang selalu memberikan dukungan, nasehat, semangat dan doa untuk kesuksesan penulis dalam menyelesaikan penyusunan tugas akhir ini.
9. Sahabat serta teman-teman AB5D, teman seperjuangan AB 2021.

Penulis menyadari dalam penyusunan laporan tugas akhir ini tidak masuk dari kata sempurna dan banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran yang mendukung agar laporan tugas ini menjadi lebih baik lagi. Semoga penulisan tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi penulis dan pembaca, akhir kata penulis mengucapkan terima kasih.

Depok, 13 Agustus 2024

Muhammad Syamil Almusawa

**POLITEKNIK  
NEGERI  
JAKARTA**



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

## DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN.....	i
LEMBAR PENGESAHAN .....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI .....	v
DAFTAR GAMBAR .....	vii
DAFTAR LAMPIRAN .....	viii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Ruang Lingkup.....	3
1.3 Tujuan Penulisan .....	4
1.4 Manfaat Penulisan .....	4
1.5 Metode Pengumpulan Data .....	5
BAB II LANDASAN TEORI .....	7
2.1 Strategi .....	7
2.2 Public Relation .....	9
2.2.1 Unsur-Unsur Filsafah <i>Public Relation</i> .....	9
2.2.2 Fungsi Public Relation .....	9
2.2.3 Tugas Public Relation .....	9
2.2.4 Tujuan Public Relation.....	10
2.2.5 Kegiatan Dan Sasaran <i>Public Relation</i> .....	10
2.3 <i>Stakeholder</i> .....	11
2.3.1 Pengertian <i>Stakeholder</i> .....	11
2.3.2 Karakteristik <i>Stakeholder</i> .....	13
2.3.2 Jenis-Jenis <i>Stakeholder</i> .....	14
BAB III Gambaran Perusahaan .....	14
3.1 Sejarah Perusahaan.....	15



- Hak Cipta :**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

3.2	Visi Dan Misi Perusahaan .....	16
3.2.1	Visi Perusahaan .....	16
3.2.2	Misi Perusahaan .....	16
3.3	Lokasi Perusahaan.....	17
3.4	Aktivitas Perusahaan .....	18
3.5	Logo Perusahaan .....	20
3.6	Nilai-Nilai Perusahaan .....	21
3.7	Struktur Organisasi Perusahaan .....	22
BAB IV PEMBAHASAN.....		25
4.1	Strategi Public Relations .....	25
4.1.1	Perencanaan Strategi <i>Public Relation</i> .....	25
4.1.2	<i>Stakeholders</i> Pertamina Hulu Indonesia .....	34
4.1.3	Stakeholder Engagement Activities .....	36
4.1.4	Stakeholder Mapping Matrix .....	37
4.1.5	Strategi memperbaiki hubungan positif dengan.....	39
4.2	Faktor-Faktor yang mempengaruhi keberhasilan terhadap isu lingkungan .....	50
4.2.1	Faktor Keberhasilan .....	51
4.2.1	Faktor Kendala .....	52
4.3	Dampak dari strategi Public Relations yang dilakukan terhadap citra dan persepsi publik terhadap PT. Pertamina Hulu Indonesia .....	53
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		58
5.1	Kesimpulan.....	58
5.2	Saran.....	59
DAFTAR PUSTAKA .....		60
LAMPIRAN .....		62



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Stakeholder Analysis .....	2
Gambar 3. 1 Wilayah Kerja Pertamina Hulu Indonesia .....	17
Gambar 3. 2 Portofolio Produk .....	19
Gambar 3. 3 Logo Pertamina Hulu Indonesia .....	20
Gambar 3. 4 Struktur Organisasi Perusahaan .....	22
Gambar 3. 5 Struktur Organisasi Communication Relations & CID .....	22
Gambar 4. 1 Strategic Stakeholders Business Plan .....	28
Gambar 4. 2 Long Strategy Public Relations .....	30
Gambar 4. 3 Stakeholder Management Strategy mapping .....	32
Gambar 4. 4 National Stakeholders .....	35
Gambar 4. 5 Local Stakeholders .....	36
Gambar 4. 6 Stakeholder Maapping Matrix .....	37
Gambar 4. 7 UMKM KUB .....	40
Gambar 4. 8 Petani Maju 4.0 .....	41
Gambar 4. 9 Sekolah Rawa Hutan .....	42
Gambar 4. 10 Rumah Literasi Kreatif Bunga Kertas .....	42
Gambar 4. 11 Pencegahan Stunting .....	43
Gambar 4. 12 Water Supply System .....	44
Gambar 4. 13 Program Berkah Air Dondang .....	45
Gambar 4. 14 Revitalisasi Mangrove .....	45
Gambar 4. 15 Program Jaga Pesisir .....	46
Gambar 4. 16 Juragan Sampah .....	47
Gambar 4. 17 Program Penanggulangan Bencana .....	48
Gambar 4. 18 Lingkungan Wilayah Kerja .....	49
Gambar 4. 19 Realisasi dan Kinerja Program 2022-2023 .....	54

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### 2.1 Strategi

"Strategi" berasal dari kata Yunani "strategeia", yang berarti "seni" atau "ilmu" menjadi seorang jenderal. Konsep ini terkait dengan masa lalu yang penuh dengan peperangan, di mana jenderal harus memimpin pasukan untuk memenangkan perang.

Menurut Watson (2014:45), ide tentang strategi militer sering digunakan dalam dunia bisnis. Di dunia bisnis, strategi menunjukkan jalan bisnis menuju lingkungan tertentu dan berfungsi sebagai pedoman untuk membagi sumber daya dan upaya organisasi.

Setiap organisasi harus memiliki strategi, menurut Jain (2014:45), "untuk menghadapi situasi seperti persaingan yang ketat, perubahan lingkungan luar, dan kebutuhan untuk memanfaatkan peluang dan mengatasi ancaman". Situasi seperti ini termasuk:

- a. Terdapat ketidakpastian mengenai kekuatan kompetitif organisasi.
- b. Komitmen terhadap sumber daya tidak bisa diubah lagi.
- c. Keputusan-keputusan harus dikoordinasikan antar bagian sepanjang waktu.
- d. Terdapat ketidakpastian mengenai pengendalian inisiatif.

Sementara definisi strategi,

Menurut Dewi (2024:31), strategi adalah serangkaian tindakan yang terkoordinasi dan terencana yang dilakukan oleh perusahaan untuk mencapai tujuan jangka panjangnya. Strategi melibatkan pengalokasian sumber daya dan aktivitas yang dirancang untuk memperoleh keunggulan kompetitif di pasar dan memenuhi ekspektasi *stakeholder*.

Dari definisi tersebut, penulis menyimpulkan bahwa strategi adalah hal-hal yang ingin dilakukan perusahaan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya. Rangkuti (2013:2) mengutip pendapat beberapa ahli mengenai strategi dalam bukunya, "Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis," antara lain:

- a. Chandler: Strategi berfungsi sebagai alat untuk mencapai tujuan



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

perusahaan yang berkaitan dengan prioritas alokasi sumber daya, tujuan jangka panjang, dan rencana tindak lanjut.

- b. Dipelajari, Christensen, Andrews, dan Guth: Strategi adalah alat untuk membangun keunggulan. Akibatnya, menentukan keberadaan perusahaan merupakan salah satu fokus strategi.
- c. Argyris, Mintzberg, Steiner, dan Miner: Strategi adalah respons yang terus-menerus atau adaptif terhadap peluang dan ancaman eksternal serta kekuatan dan kelemahan internal yang dapat memengaruhi organisasi.
- d. Porter: strategi adalah alat yang sangat penting untuk mencapai keunggulan bersaing.
- e. Menurut Andrews dan Chaffe: strategi adalah kekuatan untuk mendorong pemangku kepentingan yang menerima keuntungan atau biaya, seperti pemegang saham, pemegang utang, manajer, karyawan, konsumen, komunitas, pemerintah, dan lainnya
- f. Hamel dan Prahalad: Strategi didasarkan pada prediksi masa depan pelanggan dan bersifat *incremental* (senantiasa meningkat). Oleh karena itu, perencanaan strategi hampir selalu dimulai dari "apa yang dapat terjadi" daripada "apa yang terjadi". Perusahaan harus mencari kompetensi inti dalam bisnis mereka sendiri karena mereka perlu berkembang dengan cepat di pasar baru dan mengubah cara konsumen berpikir.

Dari definisi-definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa strategi adalah alat untuk mencapai tujuan atau keunggulan bersaing dengan mempertimbangkan faktor eksternal dan internal perusahaan. Perusahaan melakukan tindakan yang dapat memberikan keuntungan bagi perusahaan maupun pihak lain yang terkait dengan perusahaan.

Menurut Rahayu (2011:45) strategi diperlukan untuk:

- a. Memberikan arahan yang jelas kepada jajaran manajemen perusahaan secara keseluruhan.
- b. Membantu manajer berpikir jauh ke depan dengan cara yang kreatif (bukan hanya memikirkan hal-hal biasa dan melupakan jangka panjang).
- c. Memaksa manajer untuk mengantisipasi dan meramalkan unsur-unsur eksternal yang rumit dan tidak pasti.
- d. Mendorong komunikasi yang jelas antara manajer. Strategi dapat menggabungkan perspektif dari semua manajer dan departemen perusahaan.
- e. Menghadapi situasi yang melibatkan persaingan Perusahaan akan tertinggal dari para pesaingnya jika tidak dapat mengantisipasi apa yang akan terjadi di masa depan.



**Hak Cipta :**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

## 2.2 *Public Relation*

Menurut Cutlip dan Allen (2004:6), *public relations* adalah fungsi manajemen yang mengawasi sikap publik, menemukan kebijakan dan prosedur organisasi yang bermanfaat bagi publik, dan merencanakan kegiatan dan program komunikasi untuk mendapatkan pemahaman dan dukungan publik.

### 2.2.1 Unsur-Unsur Filsafah *Public Relation*

Menurut Zainal (2015:20), buku "*Management Public Relations*" mengandung empat elemen falsafah *public relations*:

- a. *Public relations* sebagai upaya untuk mengubah pilihan masing-masing individu. Menargetkan kelompok atau masyarakat untuk mendorong pemerintah untuk mengubah opini publik secara keseluruhan.
- b. *Public relations* berusaha mendorong bisnis ekonomi.
- c. Pers dapat mencapai tujuan dengan pengetahuan yang luas dan bijaksana.
- d. *Public relations* harus dikomunikasikan dengan masyarakat dan sesuai dengan kebutuhan publik.

### 2.2.2 Fungsi *Public Relation*

Menurut Mukarom (2015:55), *public relations* berfungsi untuk:

- a. Melayani kepentingan umum.
- b. Memelihara komunikasi yang baik.
- c. Menekankan pentingnya moral dan perilaku yang baik.

### 2.2.3 Tugas *Public Relation*

Menurut Cutlip (2010:85), tugas *public relations* perusahaan meliputi:

- a. Mengupayakan solusi untuk mengatasi kesalahpahaman antara instansi dan publik.
- b. Meningkatkan penjualan produk atau layanan.
- c. Mengoptimalkan kegiatan perusahaan yang berhubungan dengan aktivitas masyarakat sehari-hari.
- d. Mencegah peralihan preferensi konsumen terhadap produk atau

layanan sejenis dari pesaing.

Selain itu, terdapat dua tugas tambahan yang dimiliki *public relations* dalam suatu organisasi atau perusahaan, yaitu:

- a. Mengelola hubungan internal (*public internal*). *Public internal* adalah individu yang menjadi bagian dari unit atau badan dalam perusahaan atau organisasi. Seorang *public relations* harus mampu mengidentifikasi potensi masalah yang dapat menimbulkan kesan negatif di masyarakat sebelum kegiatan tersebut dilakukan oleh organisasi.
- b. Mengelola hubungan eksternal (*public eksternal*). *Public eksternal* adalah masyarakat umum. Tugasnya adalah menciptakan sikap dan persepsi positif dari publik terhadap lembaga yang diwakilinya.

#### 2.2.4 Tujuan *Public Relation*

Menurut Frida Kusumastuti (2015:55), tujuan *public relations* adalah sebagai berikut:

- a. Memelihara hubungan antara perusahaan dengan para klien.
- b. Menjaga dan membangun kepercayaan.
- c. Menciptakan dan memelihara kerjasama.
- d. Membentuk citra perusahaan serta menciptakan reputasi yang positif di mata publik.

#### 2.2.5 Kegiatan Dan Sasaran *Public Relation*

Menurut Ruslan (2014:23), beberapa kegiatan dan sasaran *public relations* meliputi:

- a. Membangun identitas dan citra perusahaan.
- b. Menciptakan identitas dan citra perusahaan yang positif.
- c. Mendukung komunikasi dua arah dengan berbagai pihak.
- d. Mengelola krisis.



#### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

- e. Menangani keluhan dan krisis dengan membentuk manajemen krisis serta melakukan pemulihan citra untuk memperbaiki kerusakan dan kehilangan citra.
- f. Mempromosikan kegiatan kemasyarakatan.
- g. Mengadvokasi kepentingan publik.

Berdasarkan uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa *community development* dan *community relations* sangat terkait dengan CSR, karena tujuan akhir dari setiap elemen CSR adalah untuk *community development* dan *community relations*.

Seorang praktisi *public relations* harus mampu menyampaikan pesan dengan jelas sehingga tercipta hubungan saling menguntungkan antara kedua belah pihak. Dengan demikian, masyarakat akan mendapatkan kesan positif tentang organisasi. *Public relations* juga memungkinkan adanya umpan balik dari publik, sehingga masyarakat dapat menerima pesan dari organisasi dan menyampaikan keinginan serta keluhan mereka. *Public relations* perlu terus menerus melakukan evaluasi untuk mengontrol opini publik dengan baik. Dengan cara ini, *Public relations* mengarahkan organisasi untuk mendapatkan pengakuan dari publik dan berusaha membentuk opini publik yang menguntungkan organisasi sehingga citra positif dapat terbentuk dengan sendirinya.

## 2.3 Stakeholder

### 2.3.1 Pengertian Stakeholder

Dalam berbagai konteks, seperti manajemen bisnis, ilmu komunikasi, pengelolaan sumber daya alam, dan sosiologi, istilah "*stakeholder*" telah menjadi sangat populer. Institusi publik juga sering menggunakan istilah ini dalam proses pengambilan dan pelaksanaan keputusan.

Nani dan Lina (2022:40) mengatakan bahwa "*stakeholder* adalah orang, kelompok, komunitas, atau masyarakat yang memiliki hubungan dan



#### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



**Hak Cipta :**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

kepentingan dengan perusahaan, baik secara keseluruhan maupun sebagian”.

Febria Lina dan Setiyanto (2021:55) mengatakan bahwa “orang, kelompok, komunitas, atau masyarakat dapat dianggap sebagai *stakeholder* jika mereka memiliki karakteristik seperti kekuasaan, legitimasi, dan kepentingan terhadap perusahaan”.

*Stakeholder* disebutkan sebagai berikut oleh beberapa ahli:

- a. Menurut Hitt & Hoskisson (2013:74), pemangku kepentingan adalah individu, kelompok, dan organisasi yang memiliki kemampuan untuk mempengaruhi visi dan misi perusahaan. Mereka juga dipengaruhi oleh keputusan strategis dan memiliki tuntutan terhadap kinerja perusahaan.
- b. Menurut Wheelen dan Hunger (2018:63), *stakeholder* adalah kelompok orang yang memiliki kepentingan terhadap aktivitas bisnis perusahaan. Kegiatan perusahaan yang bertujuan untuk memenuhi tanggung jawab lingkungan mempengaruhi dan mempengaruhi *stakeholder*.
- c. Menurut Pearce dan Robinson (2013:90), *stakeholder* adalah pihak luar yang terkena dampak tindakan perusahaan.
- d. Menurut Hitt et al. (2013:75), pemangku kepentingan adalah individu, kelompok, dan organisasi yang mempengaruhi perusahaan dan memiliki tuntutan terhadap kinerja perusahaan karena keputusan strategis yang dibuat.

*Stakeholder* adalah semua orang, kelompok, komunitas, atau masyarakat yang memiliki hubungan dan kepentingan dengan perusahaan. Ini termasuk pemasok, konsumen, karyawan, pemegang saham, komunitas, dan lingkungan yang terkait dengan semua aspek operasi perusahaan.

Seiring dengan kemajuan teknologi informasi, termasuk jaringan internet dan televisi yang memungkinkan penyebaran informasi secara cepat, pasar global mengalami transformasi yang cepat.

Menurut Eskerod (2016:18) Kritikus bisnis kini memiliki akses yang lebih baik ke informasi melalui internet dan komunikasi global, dan pelanggan dan konsumen menjadi lebih terdidik tentang hak dan kekuatan mereka dalam mempengaruhi perilaku bisnis.

Perubahan pasar global saat ini tidak hanya menawarkan peluang bagi bisnis, tetapi juga menghadirkan tantangan. Perusahaan harus secara bijaksana melihat peluang untuk meraih keuntungan lebih besar dengan



**Hak Cipta :**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

bersinergi dengan lingkungan sosialnya. Perkembangan industri dan teknologi yang pesat menuntut kontribusi positif terhadap lingkungan sekitar. Dalam industri saat ini, perusahaan dipaksa memperbaiki sistem operasi mereka untuk menjadi lebih peduli dan bertanggung jawab secara sosial. Jika ada tekanan dari *stakeholder* yang signifikan, perusahaan akan bertindak dengan cara yang memenuhi keinginan *stakeholder*.

### 2.3.2 Karakteristik *Stakeholder*

Menurut Freeman (2014:55), menyatakan bahwa karakteristik utama *stakeholder* meliputi:

a. **Beragam Kepentingan:**

- 1) *Stakeholder* memiliki berbagai kepentingan yang mungkin saling bertentangan. Misalnya, pemegang saham mungkin menginginkan peningkatan profit, sedangkan komunitas lokal mungkin lebih fokus pada tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan.
- 2) Kepentingan ini bisa bersifat ekonomi, sosial, politik, atau lingkungan.

b. **Pengaruh Signifikan:**

- 1) *Stakeholder* memiliki pengaruh besar terhadap keberhasilan atau kegagalan organisasi. Misalnya, pelanggan mempengaruhi pendapatan melalui pembelian produk, sementara pemerintah dapat mengatur izin operasi melalui peraturan.
- 2) Pengaruh ini bisa bersifat langsung (seperti keputusan pembelian oleh pelanggan) atau tidak langsung (seperti opini publik yang dibentuk oleh media).

c. **Interdependensi:**

- 1) Hubungan antara organisasi dan *stakeholder* bersifat saling ketergantungan. Organisasi membutuhkan dukungan *stakeholder* untuk mencapai tujuannya, sementara *stakeholder* juga membutuhkan organisasi untuk memenuhi kepentingan mereka.
- 2) Contohnya, perusahaan membutuhkan komunitas lokal untuk dukungan operasional, sedangkan komunitas membutuhkan perusahaan untuk peluang kerja dan kontribusi sosial.

d. **Dinamis:**

- 1) Kepentingan dan pengaruh *stakeholder* dapat berubah seiring waktu dan situasi. Misalnya, kepentingan karyawan dapat berubah sesuai dengan kondisi ekonomi atau kebijakan internal perusahaan.

- 2) Dinamika ini menuntut perusahaan untuk terus-menerus meninjau dan menyesuaikan strategi komunikasi dan manajemennya.

### 2.3.2 Jenis-Jenis *Stakeholder*

Menurut Peng (2020:11), jenis-jenis *stakeholder* dapat dibagi menjadi empat jenis yaitu:

- a. *Internal Stakeholder* adalah individu atau kelompok yang berada dalam organisasi, seperti karyawan, manajemen, dan pemegang saham, yang terlibat langsung dalam operasional perusahaan. Mereka memiliki kepentingan besar dalam keberhasilan perusahaan karena keberhasilan tersebut secara langsung mempengaruhi mereka.
- b. *External Stakeholder* adalah individu atau kelompok di luar organisasi yang memiliki kepentingan atau dapat dipengaruhi oleh keputusan dan aktivitas perusahaan, seperti pelanggan, pemasok, komunitas, dan pemerintah. Mereka tidak terlibat langsung dalam operasi sehari-hari tetapi memiliki dampak signifikan pada kesuksesan perusahaan.
- c. *National Stakeholder* adalah entitas atau kelompok yang beroperasi di tingkat nasional dan memiliki kepentingan dalam aktivitas perusahaan yang berpengaruh secara luas di seluruh negara. Ini termasuk pemerintah pusat, regulator industri, dan asosiasi bisnis nasional.
- d. *Local Stakeholder* adalah individu atau kelompok yang beroperasi di tingkat lokal, seperti pemerintah daerah, komunitas setempat, dan organisasi non-pemerintah lokal. Mereka dipengaruhi langsung oleh kegiatan perusahaan di wilayah tertentu dan memiliki kepentingan dalam bagaimana perusahaan beroperasi secara lokal.



#### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

## BAB III

### GAMBARAN PERUSAHAAN

#### 3.1 Sejarah Perusahaan

PT. Pertamina Hulu Indonesia didirikan pada tanggal 28 Desember 2015 sebagai anak perusahaan PT. Pertamina (Persero) menurut peraturan perundang-undangan Indonesia. Sejak 1 April 2021, PT. Pertamina Hulu Indonesia bergabung dengan *subholding upstream* Pertamina dan bertanggung jawab atas seluruh aset dan kegiatan usaha hulu migas Pertamina di Kalimantan Timur. Perusahaan ini mengelola berbagai operasi onshore dan offshore migas di wilayah tersebut.

PT. Pertamina Hulu Indonesia (PHI) membantu PT. Pertamina (Persero) dalam menyediakan energi yang diperlukan untuk pertumbuhan dan kemajuan ekonomi Indonesia dengan berfokus pada produksi minyak bumi dan gas alam melalui kegiatan eksplorasi dan produksi. Salah satu entitas di bawah *subholding upstream* Pertamina, PT. Pertamina Hulu Indonesia mengelola aset hulu migas di Regional 3 Kalimantan. PT. Pertamina Hulu Indonesia menghasilkan minyak dan gas dari sumber onshore dan offshore. PT. Pertamina Hulu Indonesia menggunakan perusahaan seperti PT. Pertamina Hulu Mahakam, PT. Pertamina Hulu Sanga Sanga, PT. Pertamina Hulu Kalimantan Timur, PT. Pertamina Hulu West Ganai, dan PT. Pertamina EP di lautan di Kalimantan Timur, Kalimantan Selatan, dan Kalimantan Utara.

PT. Pertamina Hulu Indonesia terus mencari dan mengembangkan lapangan migas baru untuk mencapai target produksi migas nasional. Meskipun PT. Pertamina Hulu Indonesia menghadapi tantangan bisnis dan operasional yang semakin kompleks, PT. Pertamina Hulu Indonesia terus meningkatkan efisiensi, efektivitas, dan daya saing dalam menjalankan operasi migas yang aman, patuh, dan ramah lingkungan. PT. Pertamina Hulu Indonesia juga berkomitmen untuk meningkatkan masyarakat di sekitar bisnis PT. Pertamina Hulu Indonesia melalui program tanggung jawab sosial. PT. Pertamina Hulu Indonesia berharap dapat mengubah masyarakat Indonesia menjadi lebih maju dan mandiri.



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumikan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Lebih dari 2.500 karyawan PT. Pertamina Hulu Indonesia yang berdedikasi, memiliki pengalaman global, dan kinerja yang luar biasa, serta memegang teguh nilai-nilai perusahaan PT. Pertamina Hulu Indonesia: Amanah, Kompeten, Harmonis, Loyal, Adaptif, dan Kolaboratif (AKHLAK) adalah kunci keberhasilan PT. Pertamina Hulu Indonesia. Tujuan PT. Pertamina Hulu Indonesia adalah menjadi perusahaan minyak dan gas bumi terkemuka di dunia. Produksi minyak dan gas Pertamina mencapai rata-rata 62,2 ribu barel minyak per hari (MBOPD) dan 710 juta standar kaki kubik gas per hari (MMSCFD) pada tahun 2023, yang setara dengan sekitar 11% dan 26% dari total produksi Pertamina.

Lebih dari 2.500 karyawan dengan pengalaman internasional dan kinerja unggul terus berkomitmen untuk melakukan inovasi teknologi, inisiatif efisiensi, dan bekerja sama dan bekerja sama dengan anak perusahaan Pertamina lainnya. Tujuan dari upaya ini adalah untuk menghasilkan nilai bagi seluruh pemangku kepentingan, khususnya pemerintah dan rakyat Indonesia.

### 3.2 Visi Dan Misi Perusahaan

Adapun Visi Dan Misi PT Pertamina Hulu Indonesia adalah:

#### 3.2.1 Visi Perusahaan

Menjadi Perusahaan Minyak dan Gas Bumi Kelas Dunia.

#### 3.2.2 Misi Perusahaan

Melaksanakan pengelolaan aktivitas minyak dan gas bumi dengan mengedepankan langkah untuk menciptakan nilai tambah bagi pemangku kepentingan melalui paradigma industri energi kelas dunia, meliputi: inovasi teknologi, fundamental bisnis yang kuat dan keunggulan operasional.



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

### 3.3 Lokasi Perusahaan

Wilayah Kerja (WK) migas di Kalimantan Timur, Kalimantan Selatan, dan Kalimantan Utara dikelola oleh PT. Pertamina Hulu Indonesia. Sebagian besar WK migas adalah bekas terminasi, yang berarti lapangan telah berkembang dan beroperasi selama bertahun-tahun.

Gambar 3. 1 Wilayah Kerja Pertamina Hulu Indonesia



Sumber : PT. Pertamina Hulu Indonesia

Untuk lokasi head office berada di **Graha Elnusa** Lantai 16,. Jl. TB Simatupang Kav. 1B,. Jakarta 12560.



**Hak Cipta :**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

### 3.4 Aktivitas Perusahaan

PT Pertamina Hulu Indonesia bergerak didalam industri minyak bumi dan gas alam,

a. Operasi Minyak

PT. Pertamina Hulu Indonesia (PHI) secara aktif terus menghasilkan minyak bumi dari berbagai lapangan *on-shore* dan *off-shore* di Kalimantan guna memenuhi kebutuhan energi nasional. Berbagai inisiatif strategis dalam kegiatan pemboran, baik untuk eksploitasi maupun eksplorasi, pemeliharaan fasilitas produksi, serta penerapan teknologi inovatif dalam operasional, dan sinergi dengan anak perusahaan Pertamina lainnya, telah berhasil menjaga stabilitas produksi minyak yang mencapai puluhan ribu barel per hari untuk Indonesia.

Langkah-langkah strategis untuk mengembangkan produksi minyak meliputi optimasi pengembangan cadangan minyak yang ada guna meningkatkan produksi secara efisien, serta eksplorasi untuk menemukan cadangan baru melalui pengembangan lapangan baru. Selain itu, PT. Pertamina Hulu Indonesia juga fokus pada efisiensi biaya investasi dan operasional, serta pengelolaan komersial dan kontrak yang menyeluruh.

b. Operasi Gas

PT. Pertamina Hulu Indonesia berhasil memproduksi ratusan juta standar kaki kubik gas per hari, yang menempatkan PT. Pertamina Hulu Indonesia di posisi sepuluh besar produsen gas di Indonesia. Pada tahun 2018, produksi gas PT. Pertamina Hulu Indonesia pernah mendekati satu miliar standar kaki kubik per hari. Dalam operasional dan produksi gas, PT. Pertamina Hulu Indonesia menerapkan strategi untuk memperlambat penurunan produksi alami dari lapangan-lapangan yang sudah matang. Strategi ini efektif menurunkan tingkat penurunan produksi gas hingga hanya 12%, jauh lebih rendah dari tingkat



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

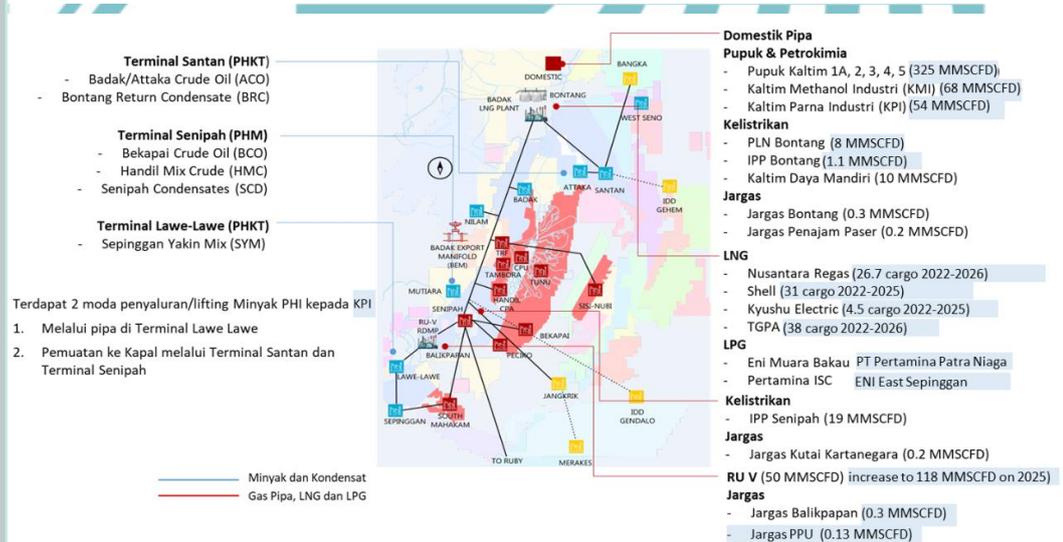
### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumikan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

penurunan produksi gas alami sebesar 49%. Komersialisasi hasil produksi gas bumi PT. Pertamina Hulu Indonesia dilakukan melalui berbagai saluran penjualan, termasuk gas pipa domestik, Liquefied Natural Gas (LNG), dan Liquefied Petroleum Gas (LPG).

Pemasaran LPG untuk kebutuhan domestik oleh PT. Pertamina Hulu Indonesia tidak hanya meningkatkan nilai komersial dari produksi gas PT. Pertamina Hulu Indonesia, tetapi juga mengurangi ketergantungan pada impor LPG, sehingga menghemat devisa negara. Berikut merupakan Portofolio Produk Minyak, Kondensat, Gas Pipa, LNG, dan LPG, Berikut merupakan Portofolio Produk Minyak, Kondensat, Gas Pipa, LNG, dan LPG,

Gambar 3. 2 Portofolio Produk



Sumber : PT. Pertamina Hulu Indonesia

PT. Pertamina Hulu Indonesia Memastikan untuk aktifitas lingkungan dikalimantan harus berjalan sesuai prinsip *public relations* untuk memenuhi pertumbuhan kemandirian masyarakat dan kelestarian lingkungan di wilayah kerja, oleh karena itu PT. Pertamina Hulu Indonesia memenuhi aktifitas lingkungan yang diantara lain,

- a. Mendorong Pembangunan Ekonomi dan Kemandirian Komunitas, Menggalakkan pertumbuhan ekonomi dan meningkatkan kemandirian komunitas melalui berbagai program dan inisiatif.
- b. Investasi dalam Pendidikan dan Pengembangan Sumber Daya Manusia,



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

- Menanamkan modal pada sektor pendidikan dan pengembangan kompetensi sumber daya manusia untuk mendukung kemajuan yang berkelanjutan.
- c. Mendukung Kesehatan Publik untuk Masa Depan yang Lebih Baik, Memberikan dukungan terhadap kesehatan masyarakat guna memastikan masa depan yang lebih sehat dan berkelanjutan.
  - d. Melindungi Keanekaragaman Hayati dan Meningkatkan Kesadaran Lingkungan, Menjaga keanekaragaman spesies serta meningkatkan kesadaran dan kepedulian terhadap lingkungan.
  - e. Memberikan Bantuan dalam Program Penanggulangan Bencana, Terlibat dalam upaya penanggulangan bencana untuk membantu mereka yang terkena dampak.
  - f. Melaksanakan Operasional Migas yang Ramah Lingkungan, Menjalankan kegiatan usaha migas dengan prinsip-prinsip yang memperhatikan keberlanjutan lingkungan.

### 3.5 Logo Perusahaan

*Gambar 3. 3 Logo Pertamina Hulu Indonesia*



Sumber : PT. Pertamina Hulu Indonesia

Makna dari logo Pertamina dapat dijelaskan sebagai berikut: warna biru melambangkan keandalan, kepercayaan, dan tanggung jawab; warna hijau mencerminkan energi yang berfokus pada keberlanjutan lingkungan; sedangkan



**Hak Cipta :**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

warna merah menandakan ketahanan, ketegasan, dan keberanian dalam menghadapi berbagai tantangan.

### 3.6 Nilai-Nilai Perusahaan

Nilai-nilai Pertamina Hulu Indonesia mengacu pada tata nilai AKHLAK BUMN yang meliputi:

#### AMANAHA

- a. Menjaga kepercayaan sesama
- b. Bertanggung jawab dengan apa yang sudah ditugaskan
- c. Berpegang dengan keyakinan dan optimis

#### KOMPETEN

- a. Meningkatkan keahlian dan disiplin
- b. Membantu sesama manusia
- c. Menyelesaikan tugas dengan hasil yang memuaskan

#### HARMONIS

- a. Menghargai setiap perbedaan yang ada
- b. Suka menolong antar sesama
- c. Membangun habitat kerja yang baik

#### LOYAL

- a. Menjaga nama baik sesama pekerja diperusahaan
- b. Rela berkorban demi meraih impian
- c. Patuh kepada pimpinan dengan hal yang positif

#### ADAPTIF

- a. Cepat beradaptasi dengan lingkungan kerja
- b. Terus-menerus meningkatkan keahlian
- c. Bertindak proaktif



**KOLABORATIF**

- a. Memberi kesempatan antar sesama
- b. Terbuka untuk melakukan kerjasama

**3.7 Struktur Organisasi Perusahaan**

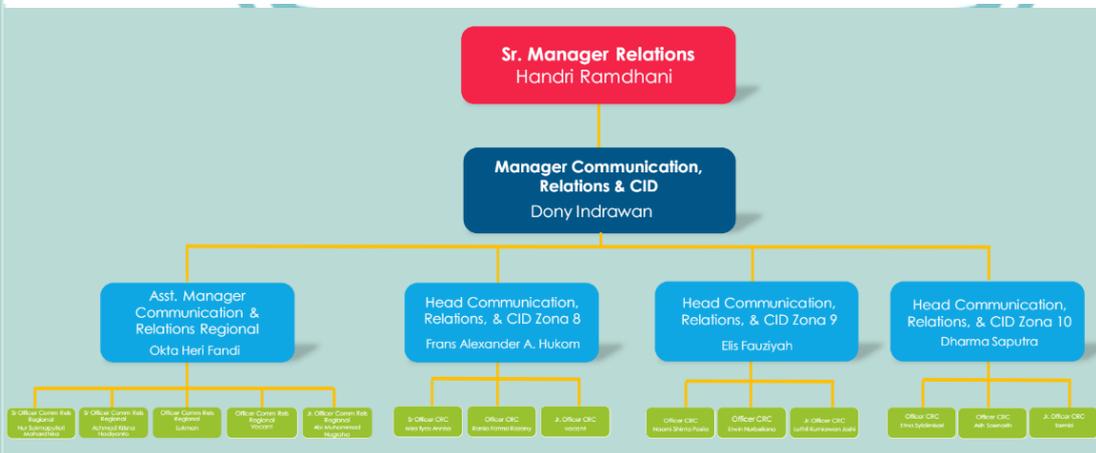
PT Pertamina Hulu Indonesia menggunakan struktur organisasi fungsional dalam mengatur tugas, wewenang dan tanggung jawab perusahaan. Struktur ini terdiri dari orang-orang dengan kemampuan, kompetensi, keterampilan dalam menjalankan tugas sesuai dengan keterampilan mereka, dimana manajer menjalankan tugas, wewenangnya oleh pimpinan perusahaan.

Gambar 3. 4 Struktur Organisasi Perusahaan



Sumber : PT. Pertamina Hulu Indonesia

Gambar 3. 5 Struktur Organisasi Communication Relations & CID



**Hak Cipta :**  
 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta  
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Sumber : PT. Pertamina Hulu Indonesia

Selama kerja praktik di PT. Pertamina Hulu Indonesia (PHI), penulis berkesempatan untuk terlibat dalam berbagai proyek yang mendukung strategi Public Relations (PR) perusahaan. Kegiatan ini bertujuan untuk membangun hubungan positif dengan stakeholder dan memastikan komunikasi yang efektif.

Sebagai *Communication Relations & CID* penulis memiliki beberapa tanggung jawab diantaranya, merancang konsep feeds dan highlight Instagram untuk akun PT. Pertamina Hulu Indonesia, yang melibatkan perencanaan konten dan menentukan highlight yang mencerminkan bisnis dan budaya perusahaan. Penulis juga mendesain logo dan poster untuk program CSR, seperti Beasiswa Sobat Bumi Kalimantan, untuk mencerminkan nilai-nilai CSR serta identitas Kalimantan. Selain itu, penulis menghasilkan konten menarik untuk Instagram PT. Pertamina Hulu Indonesia dan merancang situs web PT. Pertamina Hulu Indonesia agar responsif dan informatif. Dalam mendukung komunikasi internal, penulis menyusun ide-ide untuk tabloid perusahaan yang menyoroti pencapaian dan inovasi. Penulis juga menyusun *press release* dan rencana *rejuvenation* untuk tahun 2024, serta mengumpulkan informasi lengkap tentang stakeholder utama perusahaan.

Kreativitas multimedia menjadi fokus lain, dengan partisipasi dalam brainstorming ide-ide konten video dan animasi. Penulis membuat database lokasi pertemuan dengan stakeholder dan menyusun tata letak duduk untuk pertemuan direksi. Penulis juga menyusun media holding statement untuk situasi darurat dan menganalisis profil serta isu terkait Kepala SKK Migas.

Dalam program CSR, penulis merancang flyer untuk program di Zona 10 Kalimantan dan menyusun peta program eksisting. Penulis menyiapkan Q&A terkait Pertamina dan berpartisipasi dalam acara-acara dengan SKK Migas. Penulis juga mendukung persiapan galeri UMKM, menjadi pembawa acara dalam TownHall Meeting, dan merancang poster untuk produk UMKM.

Pengalaman ini mengajarkan penulis bagaimana PT. Pertamina Hulu Indonesia membangun hubungan dengan stakeholder melalui komunikasi yang

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

efektif dan transparan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mengevaluasi strategi PR yang diterapkan oleh PT. Pertamina Hulu Indonesia serta memberikan rekomendasi untuk peningkatan di masa depan.



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

## BAB IV

### PEMBAHASAN

#### 4.1 Strategi Public Relations yang diimplementasikan oleh Pertamina Hulu Dalam Membangun Hubungan Dengan Stakeholder

##### 4.1.1 Perencanaan Strategi *Public Relation*

Strategi *Public Relations* yang diimplementasikan oleh PT. Pertamina Hulu Indonesia dalam membangun hubungan positif dengan para stakeholder menganut apa yang sudah dijelaskan Scott dan Cutlip (2013:4), bahwa *public relations* adalah fungsi manajemen yang melihat sikap publik, mengidentifikasi kebijaksanaan dan tata cara organisasi demi kepentingan publiknya, serta merencanakan suatu program kegiatan dan komunikasi untuk memperoleh pengertian dan dukungan publiknya mencakup berbagai inisiatif komunikasi yang efektif dan program tanggung jawab sosial perusahaan.

PT. Pertamina Hulu Indonesia memastikan bahwa informasi penting terkait operasional, kebijakan, dan perkembangan perusahaan disampaikan kepada stakeholder secara jelas dan tepat waktu. Hal ini termasuk penyebaran informasi melalui berbagai saluran komunikasi seperti laporan tahunan, situs web perusahaan, media sosial, dan pertemuan langsung dengan stakeholder.

Strategi *Public Relation* Di PT. Pertamina Hulu Indonesia dimulai dengan analisis situasi untuk memahami persepsi publik dan stakeholder terhadap perusahaan. Menurut Hunt (2010:22) “model komunikasi dua arah simetris sangat penting dalam membangun hubungan positif dengan stakeholder”.



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Langkah yang harus kita ketahui adalah isu-isu yang akan kita rumuskan untuk memperoleh solusi yang efisien. Diantara isu-isu tersebut antara lain:

- a. Produksi Minyak dan Gas di Bawah Target, Menurunkan pendapatan dan mempengaruhi pemenuhan kebutuhan energi nasional.
- b. Tidak Tercapainya Target Penambahan Cadangan, Mengurangi kepercayaan investor dan mempengaruhi keberlanjutan operasi.
- c. Kendala Pengelolaan Pendanaan: Menghambat operasional dan mempengaruhi stabilitas keuangan perusahaan.
- d. Peningkatan Biaya Operasi, Mengurangi profitabilitas dan berpotensi meningkatkan harga produk.
- e. Tidak Tercapainya Target Investasi, Menunda proyek strategis yang penting bagi pertumbuhan perusahaan.
- f. Gangguan Transportasi ke Fasilitas, Mengakibatkan keterlambatan pengiriman dan mengganggu rantai pasokan energi.
- g. Kendala Penyediaan Lahan, Menyebabkan penundaan proyek dan potensi konflik dengan masyarakat lokal.
- h. Gangguan Keamanan Aset, Risiko kehilangan aset dan kerugian finansial akibat penyerobotan lahan.
- i. Risiko Insiden Lingkungan dan Aging Facilities, Meningkatkan potensi sanksi lingkungan dan biaya peremajaan fasilitas.
- j. Peningkatan Permintaan Dukungan Politik, Menambah beban operasional dan keuangan perusahaan.

Setelah mengetahui isu-isu yang terjadi pada PT. Pertamina Hulu Indonesia. Lalu, PT. Pertamina Hulu Indonesia (PHI) menerapkan teori *stakeholder* dengan memperhatikan dan berinteraksi dengan berbagai kelompok *stakeholder* di wilayah operasinya. Ini terlihat dari berbagai program CSR yang mereka lakukan untuk memberdayakan masyarakat lokal, seperti program pengembangan UMKM dan Petani Maju 4.0. Dalam konteks PT. Pertamina Hulu Indonesia (PHI), strategi mencakup perencanaan jangka panjang yang berfokus pada tujuan organisasi serta langkah-langkah yang diperlukan untuk mencapainya. Strategi di PT.



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Pertamina Hulu Indonesia bukan hanya tentang reaksi terhadap lingkungan eksternal, tetapi juga melibatkan perencanaan proaktif untuk menciptakan peluang dan mengatasi tantangan. Hal ini sangat relevan dalam membangun hubungan positif dengan stakeholder, karena strategi yang komprehensif dan fleksibel diperlukan untuk beradaptasi dengan perubahan kebutuhan dan ekspektasi stakeholder. Strategi yang diterapkan oleh PT. Pertamina Hulu Indonesia mencakup strategi korporat untuk mengelola portofolio bisnis dan alokasi sumber daya, strategi bisnis untuk mengembangkan keunggulan kompetitif di sektor energi, dan strategi fungsional untuk mengelola fungsi spesifik seperti PR, pemasaran, dan operasi.

Menurut Freeman dan Mcvea (2015) menekankan bahwa “manajemen *stakeholder* dalam menjaga keseimbangan kepentingan berbagai pihak yang terlibat”. Penulisan ini menguatkan argumen tersebut dengan data yang menunjukkan PT. Pertamina Hulu Indonesia mengidentifikasi dan memprioritaskan kebutuhan *stakeholder* untuk meningkatkan reputasi perusahaan. Dalam konteks PT. Pertamina Hulu Indonesia, PR memainkan peran penting dalam menciptakan dan memelihara citra positif perusahaan di mata publik dan *stakeholder* lainnya. Karakteristik utama PR meliputi komunikasi terencana, yang berarti PR melibatkan komunikasi yang direncanakan dengan tujuan spesifik, seperti menjaga transparansi operasi dan tanggung jawab sosial perusahaan. PR juga berfokus pada hubungan jangka panjang, berusaha membangun dan memelihara hubungan yang berkelanjutan dengan stakeholder utama seperti pemerintah, komunitas lokal, dan media. Selain itu, PR bersifat proaktif dan reaktif, artinya PR berfungsi untuk menciptakan citra positif dan mengelola krisis atau isu negatif yang mungkin timbul. Di PT. Pertamina Hulu Indonesia, jenis-jenis PR yang diterapkan termasuk PR korporat yang berfokus pada pencitraan perusahaan secara keseluruhan, PR krisis yang mengelola dan memitigasi dampak krisis terhadap perusahaan, dan PR komunitas yang membangun hubungan baik dengan komunitas lokal di sekitar wilayah operasinya.

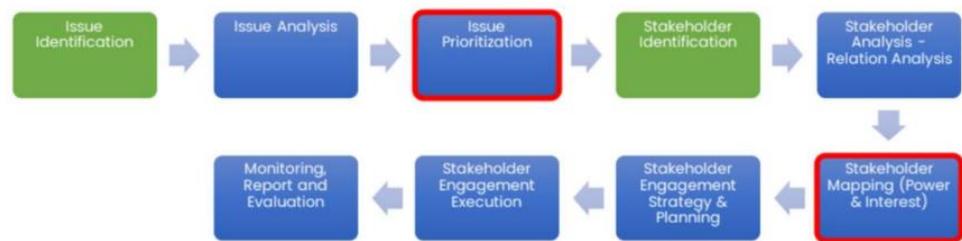


**Hak Cipta :**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumpulkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Selain itu, perusahaan secara aktif melibatkan *stakeholder* dalam proses pengambilan keputusan dan mendengarkan masukan mereka. Pertemuan rutin, diskusi, dan forum konsultasi diadakan untuk mendapatkan feedback dari stakeholder dan memastikan bahwa kepentingan mereka diperhatikan. Berikut gambar 4.1 merupakan *Strategic Stakeholders Business Plan* yang dijalankan oleh PT. Pertamina Hulu Indonesia:

Gambar 4. 1 *Strategic Stakeholders Business Plan*



Sumber : PT. Pertamina Hulu Indonesia

Gambar 4.1 menggambarkan alur proses manajemen hubungan dengan stakeholder dalam organisasi, yang terdiri dari beberapa tahapan penting. Setiap tahapan memainkan peran krusial dalam memastikan bahwa isu-isu yang relevan diidentifikasi dan diatasi secara efektif serta hubungan dengan *stakeholder* dikelola dengan baik.

- a. Identifikasi Isu (*Issue Identification*): Tahap awal ini melibatkan proses mengidentifikasi isu-isu yang relevan dan signifikan bagi organisasi. Isu-isu ini bisa berkaitan dengan berbagai aspek, termasuk operasional, lingkungan, sosial, atau regulasi. Tujuan dari tahap ini adalah untuk mengenali semua masalah yang mungkin berdampak pada organisasi dan stakeholder-nya.
- b. Analisis Isu (*Issue Analysis*): Setelah isu diidentifikasi, langkah berikutnya adalah melakukan analisis mendalam untuk memahami dampak potensial dari setiap isu terhadap organisasi dan stakeholder. Proses ini melibatkan pengumpulan data dan informasi

yang relevan untuk mendapatkan gambaran yang jelas tentang masing-masing isu.

- c. *Prioritas Isu (Issue Prioritization)*: Isu-isu yang telah dianalisis kemudian diprioritaskan berdasarkan tingkat urgensi dan dampaknya. Tahap ini membantu organisasi menentukan isu-isu mana yang memerlukan perhatian segera dan sumber daya yang lebih besar. Prioritas ini memungkinkan organisasi untuk fokus pada masalah yang paling kritis.
- d. *Identifikasi Stakeholder (Stakeholder Identification)*: Dalam tahap ini, stakeholder yang terkait dengan isu-isu yang telah diprioritaskan diidentifikasi. *Stakeholder* dapat berupa individu, kelompok, atau organisasi yang memiliki kepentingan atau yang dapat dipengaruhi oleh isu tersebut. Identifikasi ini penting untuk memahami siapa saja yang harus dilibatkan dalam proses penyelesaian isu.
- e. *Analisis Hubungan Stakeholder (Stakeholder Analysis – Relation Analysis)*: Setelah *stakeholder* diidentifikasi, analisis hubungan dilakukan untuk memahami dinamika kepentingan dan pengaruh setiap stakeholder terhadap organisasi. Analisis ini membantu organisasi untuk memahami bagaimana isu tertentu dapat mempengaruhi *stakeholder* dan sebaliknya, bagaimana *stakeholder* dapat mempengaruhi organisasi.
- f. *Pemetaan Stakeholder (Stakeholder Mapping – Power & Interest)*: *Stakeholder* yang telah dianalisis kemudian dipetakan dalam matriks berdasarkan kekuatan (*power*) dan kepentingan (*interest*) mereka. Pemetaan ini membantu dalam menentukan strategi pendekatan dan komunikasi yang tepat untuk setiap kelompok stakeholder, memastikan bahwa setiap pihak diperlakukan sesuai dengan pengaruh dan kepentingan mereka.
- g. *Strategi & Perencanaan Keterlibatan Stakeholder (Stakeholder Engagement Strategy & Planning)*: Berdasarkan hasil pemetaan, strategi dan rencana keterlibatan stakeholder dikembangkan. Ini mencakup pendekatan dan taktik yang akan digunakan untuk



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

berkomunikasi, berinteraksi, dan bekerja sama dengan stakeholder. Perencanaan ini memastikan bahwa semua langkah keterlibatan dilakukan secara sistematis dan efektif.

- h. Pelaksanaan Keterlibatan *Stakeholder (Stakeholder Engagement Execution)*: Rencana keterlibatan yang telah disusun kemudian dieksekusi. Ini melibatkan implementasi program, kegiatan, atau inisiatif yang telah direncanakan untuk melibatkan stakeholder secara efektif. Pelaksanaan ini harus dilakukan dengan cermat untuk mencapai hasil yang diinginkan.
- i. Pemantauan, Pelaporan, dan Evaluasi (*Monitoring, Report and Evaluation*): Tahap terakhir dalam proses ini adalah pemantauan, pelaporan, dan evaluasi efektivitas keterlibatan *stakeholder*. Organisasi perlu mengumpulkan feedback dari *stakeholder*, menganalisis hasil keterlibatan, dan membuat penyesuaian strategi jika diperlukan. Evaluasi ini penting untuk memastikan bahwa hubungan dengan *stakeholder* tetap baik dan isu-isu yang muncul dapat ditangani dengan tepat.

Gambar 4. 2 Long Strategy Public Relations



Sumber : PT. Pertamina Hulu Indonesia

Gambar 4.2 merupakan strategi jangka panjang PT. Pertamina Hulu Indonesia di tahun 2024. PT. Pertamina Hulu Indonesia fokus pada program komunikasi, hubungan, dan CSR terpilih yang memberikan dampak lebih besar pada reputasi perusahaan dan kinerja ESG. Terapkan pendekatan "Lakukan Lebih Sedikit, Dapatkan Dampak Lebih Besar." Dalam konteks strategi *public relations* (PR) dan *corporate social responsibility* (CSR), PT



**Hak Cipta :**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Pertamina Hulu Indonesia (PHI) berupaya untuk lebih fokus pada program-program komunikasi, hubungan, dan CSR yang dipilih dengan cermat dan memiliki potensi memberikan dampak yang lebih besar terhadap reputasi perusahaan dan kinerja ESG (*Environmental, Social, and Governance*). Pendekatan ini berarti bahwa perusahaan tidak perlu menjalankan banyak program yang tersebar, melainkan memilih beberapa program kunci yang bisa memberikan manfaat maksimal.

Selain itu, Septyaldi (2015:2) menjelaskan pentingnya citra perusahaan dalam keberhasilan strategi public relations. PT. Pertamina Hulu Indonesia, Strategi melalui program-program CSR dan keterlibatan komunitas, berhasil membangun citra positif yang konsisten dengan nilai-nilai perusahaan, seperti yang dibahas dalam pembahasan ini. PT. Pertamina Hulu Indonesia mengimplementasikan berbagai program tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) yang dirancang untuk memberikan manfaat nyata bagi masyarakat dan lingkungan sekitar operasional perusahaan. Contoh program CSR yang dijalankan termasuk program beasiswa pendidikan, inisiatif lingkungan, dan dukungan untuk usaha kecil dan menengah (UMKM). Program-program ini tidak hanya membantu meningkatkan kualitas hidup masyarakat tetapi juga membangun citra positif perusahaan di mata publik. Selain itu, perusahaan juga berusaha memastikan penyebaran informasi yang akurat dan positif tentang perusahaan dengan bekerja sama secara erat dengan media. Hal ini melibatkan penyediaan press release, briefing media, dan mengundang wartawan untuk meliput berbagai kegiatan perusahaan. Melalui upaya ini, PT. Pertamina Hulu Indonesia berkomitmen untuk mencapai target yang diberikan oleh PT. Pertamina Hulu Energi sebagai *Sub-Holding*, Berikut gambar 4.3 Merupakan *Stakeholder Management Strategy mapping*:

Gambar 4. 3 Stakeholder Management Strategy mapping



Sumber : PT. Pertamina Hulu Indonesia

Gambar 4.3 menggambarkan kerangka kerja yang dirancang untuk mengelola hubungan dengan stakeholder di organisasi PT. Pertamina Hulu Indonesia. Kerangka kerja ini terdiri dari tiga komponen utama, tujuan (*purpose*), sasaran (*objectives*), dan strategi (*strategies*). Setiap komponen saling terkait dan bertujuan untuk menciptakan rencana dan strategi yang jelas, konsisten, dan terintegrasi untuk semua program dan kegiatan manajemen *stakeholder* di organisasi tersebut.

- Tujuan (*Purpose*): Komponen pertama, yaitu tujuan, menekankan pentingnya memiliki rencana dan strategi yang jelas, konsisten, dan terintegrasi untuk semua program dan kegiatan manajemen stakeholder di seluruh organisasi PT. Pertamina Hulu Indonesia-Regional 3 Kalimantan. Tujuan ini bertujuan untuk memastikan bahwa semua upaya yang dilakukan dalam berinteraksi dengan *stakeholder* memiliki arah yang jelas dan terkoordinasi dengan baik, sehingga dapat mendukung pencapaian tujuan organisasi secara keseluruhan.
- Sasaran (*Objectives*): Komponen kedua adalah sasaran, yang menekankan pada pentingnya membangun hubungan yang positif dan kuat antara perusahaan dan *stakeholder*-nya. Hubungan yang kuat ini diharapkan dapat mendukung perusahaan dalam memperoleh penerimaan, dukungan, dan persetujuan yang diperlukan dalam



Hak Cipta :

- Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
- Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



**Hak Cipta :**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

menjalankan bisnis dan operasinya. Dengan membangun hubungan yang baik, perusahaan dapat memastikan bahwa *stakeholder* merasa terlibat dan mendukung inisiatif perusahaan, yang pada gilirannya akan mempermudah perusahaan dalam mencapai tujuan bisnisnya.

c. Strategi (*Strategies*): Komponen ketiga adalah strategi, yang mencakup pendekatan-pendekatan spesifik yang akan digunakan untuk mencapai tujuan dan sasaran yang telah ditetapkan. Strategi ini mencakup tiga pendekatan utama:

- 1) Pendekatan Proaktif dalam Membangun Hubungan: Menggunakan pendekatan yang proaktif untuk membangun dan memelihara hubungan dengan stakeholder. Ini berarti perusahaan secara aktif mencari cara untuk terlibat dan berinteraksi dengan stakeholder, bukan hanya merespons ketika ada masalah.
- 2) Secara Aktif Mencari Masukan dari Stakeholder: Mencari umpan balik dan masukan dari stakeholder untuk memahami harapan mereka sepenuhnya. Dengan memahami kebutuhan dan harapan stakeholder, perusahaan dapat merancang program dan kegiatan yang lebih efektif dan relevan.
- 3) Mencari Peluang untuk Membangun Program atau Kegiatan Kolaboratif: Mencari peluang untuk bekerja sama dengan stakeholder dalam membangun program atau kegiatan yang memiliki tujuan bersama. Kolaborasi ini diharapkan dapat menghasilkan manfaat yang lebih besar bagi kedua belah pihak.

Secara keseluruhan, kerangka kerja ini menekankan pentingnya pendekatan yang terencana dan sistematis dalam mengelola hubungan dengan stakeholder. Dengan memiliki tujuan yang jelas, sasaran yang terfokus, dan strategi yang efektif, organisasi dapat membangun hubungan yang kuat dan positif dengan stakeholder, yang pada gilirannya akan mendukung keberhasilan operasional dan bisnis perusahaan.

PT. Pertamina Hulu Indonesia memiliki strategi pengelolaan krisis yang kuat untuk menangani situasi yang dapat merusak reputasi perusahaan.



**Hak Cipta :**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Dengan adanya tim PR yang terlatih, perusahaan dapat merespons secara cepat dan efektif terhadap insiden yang terjadi, serta memberikan informasi yang jelas dan transparan kepada *stakeholder*. Selain itu, PT. Pertamina Hulu Indonesia menjalankan target perusahaan yang bertumpu pada arahan dan regulasi dari SKK Migas serta DPR Komisi VII. Melalui kombinasi dari inisiatif komunikasi yang efektif, program CSR yang berdampak, dan kepatuhan terhadap regulasi, PT. Pertamina Hulu Indonesia berhasil membangun dan memelihara hubungan yang positif dengan berbagai *stakeholder*-nya, termasuk pemegang saham, komunitas lokal, pemerintah, dan mitra bisnis. Strategi ini tidak hanya membantu perusahaan mencapai tujuan bisnisnya tetapi juga memperkuat reputasi dan kepercayaan publik terhadap PT. Pertamina Hulu Indonesia.

Untuk membangun hubungan yang baik, PT. Pertamina Hulu Indonesia menerapkan pendekatan proaktif dengan secara aktif mendekati pemangku kepentingan. Perusahaan secara aktif mencari masukan dari pemangku kepentingan untuk memahami sepenuhnya harapan mereka. Selain itu, perusahaan juga mencari peluang untuk membangun program atau kegiatan kolaboratif yang bertujuan mencapai tujuan bersama.

#### 4.1.2 Stakeholders Pertamina Hulu Indonesia

##### *Internal Stakeholders*

- a. Pemegang Saham (PHI, PHE, PEP)
- b. Pemegang Saham AP PHI
- c. Dewan Komisaris (PHI, PHE, PEP)
- d. Direksi dan Manajemen (PHI, PHE, PEP)
- e. Manajemen Anak Perusahaan PHI (PHM, PHSS dan PHKT)
- f. Pekerja (PHI, PHE, PEP)
- g. Pekerja AP PHI (PHM, PHSS, PHKT)
- h. Serikat Pekerja (PHI, PHM, PHSS, PHKT, PHE, PEP)
- i. Pemegang Saham Pertamina (Persero)
- j. Dewan Komisaris Pertamina (Persero)



**Hak Cipta :**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

- k. Direksi Pertamina (Persero)
  1. Manajemen dan Pekerja Mitra Kerja di lingkungan PHI-Regional 3 Kalimantan

*National Stakeholders*

Gambar 4. 4 National Stakeholders

**National Stakeholders**

- |   |   |
|---|---|
| 1. Kepala SKK Migas   | 18. Direktur Jenderal Planologi & Tata Lingkungan KLHK                              |
| 2. Deputi Dukungan Bisnis SKK Migas                                       | 19. Direktur Jenderal Penegakan Hukum KLHK  |
| 3. Deputi Operasi SKK Migas   | 20. Direktur Jenderal Pengelolaan Daerah Aliran Sungai (DAS) dan Hutan Lindung KLHK |
| 4. Deputi Eksplorasi, Pengembangan, dan Manajemen Wilayah Kerja SKK Migas | 21. Komisi VII DPR RI   |
| 5. Deputi Eksploitasi SKK Migas   | 22. Kepala PUPR   |
| 6. Menteri Program dan Komunikasi SKK Migas                               | 23. Direktur Jenderal Kekayaan Negara (DJKN)  |
| 7. Menteri ESDM   | 24. Direktur Pengelolaan Kekayaan Negara (PKN)                                      |
| 8. Direktur Jenderal Migas  | 25. Kepala Lembaga Manajemen Aset Negara (LMAN)                                     |
| 9. Direktur Teknik dan Lingkungan Migas                                   | 26. Menteri Agraria dan Tata Ruang/Badan Pertanahan Nasional (BPN)                  |
| 10. Direktur Pembinaan Usaha Hulu Migas                                   | 27. Direktur Jenderal Bina Marga  |
| 11. Menteri Keuangan  | 28. Direksi dan Manajemen PT Pertamina (Persero)                                    |
| 12. Direktur Jenderal Pajak   | 29. Direksi dan Manajemen Subholding Upstream                                       |
| 13. Menteri BUMN  | 30. Asset Manajemen PT Pertamina (Persero)  |
| 14. Staf Ahli Menteri BUMN  | 31. PT Pertamina Drilling Services Indonesia (PDSI)                                 |
| 15. Wakil Menteri BUMN  | 32. PT Kilang Pertamina Internasional   |
| 16. Menteri KLHK  | 33. PT Elnusa Tbk   |
| 17. Direktur Jenderal PPLK KLHK   | 34. PT Apexindo   |

Sumber : PT. Pertamina Hulu Indonesia

*National Stakeholder's Expectations* mencakup pelaksanaan operasi sesuai dengan peraturan dan perundangan yang berlaku, pemenuhan syarat perizinan secara konsisten, pencapaian target produksi minyak dan gas, target penerimaan negara dari migas termasuk pajak, pencapaian target eksplorasi dan pengeboran, peningkatan inovasi untuk mendorong produksi dengan biaya rendah, realisasi ABI (Anggaran Biaya Investasi) dan ABO (Anggaran Biaya Operasi), sinergi yang optimal antara anak perusahaan dan afiliasi Pertamina, optimalisasi biaya operasi, penggunaan tenaga kerja lokal secara maksimal, pencapaian target TKDN dan pemanfaatan bisnis lokal, pengurusan dan sertifikasi lahan Barang Milik Negara atau aset lainnya, peningkatan penerimaan daerah dari bagi hasil migas, pelaksanaan program CSR di wilayah operasi perusahaan, pengelolaan operasi migas yang ramah lingkungan, pemenuhan kewajiban PPKH, serta pelaksanaan program yang mendukung mitigasi perubahan iklim.



## Local Stakeholders

Gambar 4.5 Local Stakeholders

Local Stakeholders			
1. Gubernur Kaltim	21. Kapolresta Balikpapan	41. Pemilik Lahan	61. Camat Sambaja
2. Gubernur Kaltara	22. Komandan Pangkalan AL	42. Ketua DPRD Provinsi Kaltim	62. Camat Bunyu
3. Bupati Kukar	23. Kepala KSOP Samarinda	43. Ketua DPRD Bulungan	63. Camat Tanjung
4. Bupati PPU	24. Kepala KSOP Tarakan	44. Ketua DPRD Tarakan	64. Walikota Balikpapan
5. Bupati Bulungan	25. Kepala KSOP Bontang	45. Ketua DPRD PPU	65. Tokoh Masyarakat (H. Kanang)
6. Kepala Balai Taman Nasional Kutai (TNK)	26. Kepala KSOP Balikpapan	46. Ketua DPRD Kukar	66. Kades Sepatin (Bapak Djuanda)
7. Kepala Dinas Lingkungan Hidup Provinsi (DLH)	27. Kepala KUPP Kuala Sambaja	47. Kepala BUMD PT MMP (Ibu Poniti)	67. Ketua LPM (Bapak Bandu)
8. Kepala Dinas Lingkungan Hidup & Kehutanan Kukar (DLHK)	28. Kepala KUPP Tanjung Santan	48. Pemegang PI PHM	68. Kepala BUMD PT MMP (Ibu Poniti)
9. Kepala Dinas Lingkungan Hidup PPU (DLH)	29. Camat Anggana	49. Pemegang PI PHKT	69. Tokoh Masyarakat (H. Kanang)
10. Kepala Dinas Lingkungan Hidup Bulungan (DLH)	30. Sekda Kaltim	50. Pemegang PI PHSS	70. Kades Sepatin (Bapak Bandu)
11. Kepala SKK Migas Perwakilan Wilayah Kalsul	31. Sekda Kaltara	51. Bharat Petro Resources Limited (BPRL)	71. Ketua LPM (Bapak Bandu)
12. Senior Manager Operasi SKK Migas Kalsul	32. Sekda Kab. Kukar	52. Camat Sangasanga	72. Kepala BUMD PT MMP (Ibu Poniti)
13. Kepala Departemen Formalitas dan Komunikasi SKK Migas Kalsul	33. Sekda Kab. Tarakan	53. Kepala DPMP TSP Provinsi	73. Bharat Petro Resources Limited (BPRL)
14. Kapolda Kaltim	34. Sekda Kab. Bulungan	54. Kepala Dinas ESDM Provinsi	74. Kontraktor Barge
15. Kapolda Kaltara	35. Sekda Kab. Nunukan	55. Kepala Dinas Kehutanan Provinsi	75. Perusahaan tambang, perkebunan dan kehutanan
16. Dirpamprovit Polda Kaltim	36. Sekda Kab. PPU	56. Kepala Dinas Navigasi Provinsi	76. Warga Sekitar
17. Dirpamprovit Polda Kaltara	37. Sekda Kota Balikpapan	57. Kepala Kanwil ATR/BPN	77. Area Manager CommRels & CSR SH C&T Reg. Kal.
18. Kapolres Bulungan	38. Tokoh Masyarakat	58. Camat Marangkayu	
19. Kapolres PPU	39. Kades Sepatin (Bapak Djuanda)	59. Camat Muara Badak	
20. Kapolres Kukar	40. Ketua LPM (Bapak Bandu)	60. Camat Muara Jawa	

Sumber : PT. Pertamina Hulu Indonesia

*Local Stakeholder's Expectations* mencakup pelaksanaan operasi sesuai dengan peraturan daerah, pemenuhan syarat perizinan secara konsisten melalui dinas terkait, pencapaian target penerimaan PAD dari migas termasuk pajak daerah, proses pembebasan lahan yang saling menguntungkan, penggunaan tenaga kerja lokal secara optimal, dukungan peningkatan kapasitas pemuda dan masyarakat lokal, pencapaian target TKDN dan pemanfaatan bisnis lokal, peningkatan penerimaan daerah dari bagi hasil migas, pelaksanaan program CSR di wilayah operasi perusahaan, peningkatan jumlah penerima manfaat program CSR, replikasi program CSR unggulan di wilayah lain termasuk di Ring 2 dan 3, kemitraan dengan LSM dan Bumdes, pengelolaan operasi migas yang ramah lingkungan, pemenuhan kewajiban PPKH dengan melibatkan *stakeholder* dan mitra lokal, serta pelaksanaan program yang mendukung mitigasi perubahan iklim.

### 4.1.3 Stakeholder Engagement Activities

- a. Keterlibatan Langsung, Pertemuan Formal Dan Informal, Upaya Lobi Untuk Badan Pengatur, Upaya Advokasi, Surat, Pidato, Konferensi, Dan

**Hak Cipta :**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Presentasi Publik, Kelompok Fokus Diskusi, Rapat Umum, Lokakarya, Kolektif Perundingan Dengan Pekerja Melalui Serikat Pekerja.

b. Keterlibatan Tidak Langsung,

Upaya Advokasi Melalui Media, Situs Web, Buletin, Brosur, Laporan, Survei, Laporan Bekas Mungkin Melalui Wawancara Tertarget, Kemitraan Pemerintah-Swasta, Inisiatif Pembiayaan Swasta, Pemberian Hibah (CSR), Pemasaran Terkait Gerakan.

#### 4.1.4 Stakeholder Mapping Matrix

Gambar 4. 6 Stakeholder Mapping Matrix

manage closely | keep satisfied | keep informed | monitor

Sumber : PT. Pertamina Hulu Indonesia

Gambar 4.6 mengacu pada sistem di PT. Pertamina Hulu Indonesia, yaitu menggunakan stakeholder mapping matrix untuk mengelompokkan stakeholder berdasarkan tingkat kepentingan dan pengaruh perusahaan. PT. Pertamina Hulu Indonesia mengelola *stakeholder* dengan strategi komunikasi yang berbeda, seperti menjaga hubungan dekat dengan *stakeholder* yang memiliki pengaruh tinggi dan kepentingan tinggi, serta memantau *stakeholder* dengan pengaruh dan kepentingan rendah .

Rogers (2013:5) mengajukan teori difusi inovasi yang relevan dengan adopsi teknologi dan pendekatan baru dalam komunikasi. Implementasi teknologi digital oleh PT. Pertamina Hulu Indonesia untuk meningkatkan interaksi dengan *stakeholder* mencerminkan penerapan teori ini, menunjukkan adaptasi perusahaan terhadap perkembangan teknologi komunikasi yang lebih efektif. Matriks pemetaan *stakeholder* yang biasanya digunakan dalam manajemen proyek atau strategi komunikasi untuk mengklasifikasikan *stakeholder* berdasarkan tingkat kepentingan dan pengaruh mereka terhadap proyek atau organisasi. Berikut penjelasan dari masing-masing kategori dalam bagan tersebut:



#### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

- a. Kelola dengan Dekat (*Manage Closely*), *stakeholder* yang masuk dalam kategori ini memiliki tingkat kepentingan dan pengaruh yang tinggi terhadap proyek atau organisasi. Mereka harus dikelola dengan sangat dekat dan dilibatkan secara aktif dalam pengambilan keputusan. Contoh *stakeholder* ini bisa termasuk eksekutif senior, regulator utama, atau mitra strategis. Keterlibatan mereka sangat penting untuk keberhasilan proyek karena keputusan mereka bisa mempengaruhi arah dan hasil proyek secara signifikan.
- b. Jaga Kepuasan (*Keep Satisfied*), *stakeholder* dalam kategori ini memiliki pengaruh tinggi tetapi tingkat kepentingan yang lebih rendah. Mereka harus tetap dipuaskan untuk memastikan dukungan mereka terhadap proyek atau organisasi. Meskipun mereka tidak perlu dilibatkan dalam detail sehari-hari, penting untuk memberikan perhatian pada kebutuhan dan harapan mereka untuk mencegah mereka menjadi penghalang potensial. Contoh dari kategori ini bisa termasuk sponsor proyek atau pejabat tinggi pemerintah.
- c. Jaga Agar Tetap Terinformasi (*Keep Informed*), *stakeholder* yang memiliki kepentingan tinggi tetapi pengaruhnya lebih rendah termasuk dalam kategori ini. Mereka harus tetap diberi informasi mengenai perkembangan proyek atau organisasi, sehingga mereka merasa terlibat dan dihargai. Meskipun mereka mungkin tidak memiliki kekuatan untuk mempengaruhi hasil secara langsung, mereka bisa menjadi pendukung berharga dan menyebarkan informasi positif. Contohnya termasuk pelanggan utama, karyawan, atau komunitas lokal.
- d. Pantau (*Monitor*), *stakeholder* dalam kategori ini memiliki kepentingan dan pengaruh yang rendah. Mereka perlu dipantau tetapi tidak memerlukan perhatian intensif. Pemantauan diperlukan untuk memastikan bahwa mereka tidak berubah menjadi penghalang atau melewati perubahan yang dapat meningkatkan kepentingan atau pengaruh mereka. Contoh dari kategori ini bisa termasuk pihak yang

terpengaruh secara tidak langsung oleh proyek atau media dengan minat terbatas.

Setiap kategori ini membutuhkan strategi komunikasi dan manajemen yang berbeda untuk memastikan bahwa hubungan dengan setiap kelompok *stakeholder* dikelola secara efektif dan mendukung tujuan keseluruhan proyek atau organisasi.

#### 4.1.5 Strategi memperbaiki hubungan positif dengan masyarakat di PT. Pertamina Hulu Indonesia

Sesuai dengan pembahasan yang ingin penulis lakukan dalam menghadapi isu lingkungan, PT. Pertamina Hulu Indonesia menerapkan transparansi komunikasi dan berkomitmen untuk operasi yang ramah lingkungan. Ini termasuk upaya untuk meminimalkan dampak negatif terhadap lingkungan dan beroperasi sesuai dengan regulasi yang ada. Komitmen ini mendukung keberhasilan strategi PR mereka dalam membangun citra positif perusahaan

Dengan bekerja sama dengan pemerintah dan masyarakat di wilayah Kalimantan, PT. Pertamina Hulu Indonesia telah berhasil mendorong kemajuan masyarakat melalui program tanggung jawab sosial dan lingkungannya. PT. Pertamina Hulu Indonesia percaya bahwa keberlangsungan bisnis harus sejalan dengan peningkatan kemandirian masyarakat dan kelestarian lingkungan di setiap lokasi di mana PT. Pertamina Hulu Indonesia beroperasi. diantaranya ialah:

- a. Mendorong Pengembangan Ekonomi dan Kemandirian Masyarakat: PT. Pertamina Hulu Indonesia percaya bahwa kemajuan ekonomi dan kemandirian masyarakat dapat mendukung keberlanjutan bisnis Perusahaan. oleh karena itu, PT. Pertamina Hulu Indonesia mendukung rencana program pemerintah dalam penentasan kemiskinan, mendorong pertumbuhan ekonomi berbasis kewirausahaan masyarakat, dan penguatan institusi masyarakat



#### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

lokal. Beberapa program PT. Pertamina Hulu Indonesia termasuk:

1) Pengembangan UMKM KUB Bersama

Program TJSL PT. Pertamina Hulu Indonesia berfokus pada pemanfaatan sumber daya alam yang berasal dari wilayah perairan, seperti rawa, pantai, dan laut, untuk meningkatkan ekonomi masyarakat.

Gambar 4. 7 UMKM KUB



Sumber : PT. Pertamina Hulu Indonesia

2) Petani Maju 4.0

PT. Pertamina Hulu Indonesia melaksanakan program Petani Maju 4.0 dengan kelompok petani di sekitar wilayah operasi Perusahaan. Program ini mencakup pemberdayaan petani, penyediaan sarana dan prasarana yang mendukung usaha pertanian, pembentukan kelompok tani,



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

peningkatan kapasitas petani, dan pelibatan lembaga pemerintah.

Gambar 4. 8 Petani Maju 4.0



Sumber : PT. Pertamina Hulu Indonesia

- b. Berinvestasi dalam Pendidikan dan Pengembangan Sumber Daya Manusia: Pendidikan adalah pilar penting dalam membangun masyarakat yang mandiri dan berwawasan luas. PT. Pertamina Hulu Indonesia meyakini pentingnya investasi dalam pendidikan melalui program TJSL Perusahaan yang PT. Pertamina Hulu Indonesia kembangkan bersama-sama dengan pemerintah daerah dan masyarakat. Beberapa program PT. Pertamina Hulu Indonesia meliputi:

1) Sekolah Rawa Hutan

Pak Darta dan Ibu Indriati, pasangan guru, telah mengabdikan diri sebagai guru di daerah terpencil dan sulit dijangkau sejak tahun 1994. Sampai sekolah Rawa Hutan mendapatkan berbagai penghargaan, dedikasi dan komitmen mengajar Pak Darta dan Ibu Indriati adalah berkah bagi warga sekitar. Mereka hadir untuk mengabdikan dan memberikan contoh yang baik bagi anak didik Sekolah Rawa Hutan.



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



**Hak Cipta :**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Gambar 4. 9 Sekolah Rawa Hutan



Sumber : PT. Pertamina Hulu Indonesia

2) Rumah Literasi Kreatif Bunga Kertas

PT. Pertamina Hulu Indonesia percaya bahwa menumbuhkan minat baca anak adalah bagian penting dari peningkatan pendidikan dan kualitas sumber daya manusia. Untuk memulai, PT. Pertamina Hulu Indonesia menawarkan dukungan dan perhatian kepada "Hero Lokal", seorang pemerhati minat baca anak yang baru saja membuka Taman Bacaan Masyarakat (TBM) "Bunga Kertas". Pada awalnya, dia membuat taman bacaan di halaman rumahnya dengan memakai koleksi bukunya sendiri. Kemudian, dia mulai terlibat dalam kegiatan lain, seperti melukis, membuat kaligrafi, memberikan kelas bahasa Inggris, dan menari.

Gambar 4. 10 Rumah Literasi Kreatif Bunga Kertas



Sumber : PT. Pertamina Hulu Indonesia



**Hak Cipta :**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

- c. Mendukung Kesehatan Masyarakat Demi Masa Depan Yang Lebih Baik: Kesehatan ibu dan anak sangat penting untuk membuat masyarakat sehat dan masa depan yang lebih baik. Oleh karena itu, PT. Pertamina Hulu Indonesia melakukan berbagai program TJSL (Tanggung jawab Sosial Lingkungan) di bidang kesehatan untuk meningkatkan kualitas kesehatan ibu dan anak.

- 1) Program Pencegahan Stunting Terintegrasi

Stunting adalah salah satu masalah kesehatan yang paling umum di sebagian besar area operasi. PT. Pertamina Hulu Indonesia melakukan program TJSL, Revitalisasi Posyandu, melalui berbagai kegiatan yang bekerja sama dengan masyarakat, pemerintah, dan organisasi bisnis untuk mencegah angka stunting terus meningkat.

*Gambar 4. 11 Pencegahan Stunting*



Sumber : PT. Pertamina Hulu Indonesia

## 2) *Water Supply System*

Ketersediaan air bersih yang layak dikonsumsi memengaruhi kesehatan masyarakat. PT. Pertamina Hulu Indonesia, bersama dengan perangkat desa dan masyarakat setempat, berkonsentrasi pada pengembangan sistem pasokan air.

*Gambar 4. 12 Water Supply System*



Sumber : PT. Pertamina Hulu Indonesia

## 3) *Program Berkah Air Dondang*

Masyarakat masih bergantung pada air hujan dan sumur resapan untuk mendapatkan air bersih, tetapi pada musim kemarau mereka harus membeli air bersih yang mahal. Ini adalah masalah utama air bersih. Dengan demikian, perusahaan bermitra dengan masyarakat mengembangkan program CSR Berkah Air Dondang, yang berhasil mengatasi masalah struktural dengan membantu membangun pipanisasi, pompa air, bak penampung, sumur bor, dan lainnya.



### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



**Hak Cipta :**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

*Gambar 4. 13 Program Berkah Air Dondang*



Sumber : PT. Pertamina Hulu Indonesia

- d. Tujuan program lingkungan PT. Pertamina Hulu Indonesia adalah untuk meningkatkan atau memperbaiki fungsi lingkungan, mendukung konservasi dan kelestarian lingkungan, rehabilitasi, mitigasi dan adaptasi perubahan iklim, mendukung pengembangan energi alternatif, dan mengolah limbah yang dihasilkan oleh operasi perusahaan.

1) **Revitalisasi Mangrove**

Ekosistem mangrove merupakan salah satu dasar dari ekosistem pesisir, bersama dengan terumbu karang dan padang lamun, memanfaatkan kekayaan alam ekosistem mangrove harus diiringi dengan upaya menjaga kelestarian ekosistem mangrove.

*Gambar 4. 14 Revitalisasi Mangrove*



Sumber : PT.Pertamina Hulu Indonesia



**Hak Cipta :**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

## 2) Program Jaga Pesisir

PT. Pertamina Hulu Indonesia percaya bahwa sumber daya alam di wilayah operasinya, terutama di pesisir, sangat potensial untuk dimanfaatkan oleh masyarakat sebagai sumber pendapatan, sehingga penting untuk menjaga keberadaannya, termasuk terumbu karang. Dengan bekerja sama dengan Jejak Pesisir, PT. Pertamina Hulu Indonesia membuat Program Jaga Pesisir untuk memberi tahu masyarakat tentang pentingnya pelestarian lingkungan di desa-desa dan institusi pendidikan.

*Gambar 4. 15 Program Jaga Pesisir*



Sumber : PT.Pertamina Hulu Indonesia

## 3) Juragan Sampah

Sampah dan cara membuatnya memiliki nilai ekonomi juga merupakan masalah lingkungan yang signifikan. PT. Pertamina Hulu Indonesia memulai program Juragan Sampah sebagai bagian dari upaya untuk mengatasi masalah sampah. Program ini berfokus pada pemberdayaan kelompok unit Bank Sampah yang dikelola oleh perempuan dan memanfaatkan berbagai sarana dan prasarana untuk

mendukung program tersebut. Program ini juga membangun jaringan pengelolaan sampah lintas wilayah, melakukan kampanye pola hidup bersih dan sehat.

Gambar 4. 16 Juragan Sampah



Sumber : PT.Pertamina Hulu Indonesia

- e. Membantu Sesama Melalui Program Penanggulangan Bencana: PT.Pertamina Hulu Indonesia bertindak sebagai anggota masyarakat yang baik dengan membantu dan mendukung pemerintah dan masyarakat dalam keadaan darurat dan bencana untuk menjaga keselamatan dan martabat manusia. PT. Pertamina Hulu Indonesia ikut memberikan bantuan obat-obatan, bahan makanan, pakaian, dan tenda saat gempa Lombok pada tahun 2018 lalu. Selain itu, saat gempa, tsunami, dan likuefaksi melanda wilayah Sulawesi bagian utara, seperti Kabupaten Donggala, Kota Palu, Kabupaten Parigi Moutong, Kabupaten Sigi, Kabupaten Poso, Kabupaten Tolitoli, dan Kabupaten Mamuju, PT. Pertamina Hulu Indonesia ikut memberikan bantuan oleh Tim *Support* dan *Logistic*. PT. Pertamina Hulu Indonesia juga membantu korban tsunami yang terjadi akibat letusan Anak Krakatau di Selat Sunda pada akhir 2018 yang menghantam wilayah pesisir Banten dan Lampung. PT. Pertamina Hulu



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Indonesia memberikan bantuan senilai Rp2,7 miliar untuk kedua musibah tersebut. Melalui program PT. Pertamina Hulu Indonesia Peduli, PT. Pertamina Hulu Indonesia memberikan bantuan berupa sarana air bersih, pakaian, dan tenda untuk pemulihan bencana.

Gambar 4. 17 Program Penanggulangan Bencana



Sumber : PT. Pertamina Hulu Indonesia

- f. Melakukan Bisnis Migas yang Selamat, Patuh, dan Ramah Lingkungan: PT. Pertamina Hulu Indonesia menjalankan operasi dan bisnis migas dengan cara yang selamat, patuh, dan ramah lingkungan. Untuk mendukung keberlangsungan dan pertumbuhan bisnis Perusahaan, PT. Pertamina Hulu Indonesia menerapkan komitmen ini di seluruh wilayah operasi. Operasi migas PT. Pertamina Hulu Indonesia, baik di daratan, rawa maupun lepas pantai, merupakan kegiatan yang berisiko tinggi dan menuntut kemampuan operasi yang aman, efektif, efisien, dan ramah



**Hak Cipta :**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

lingkungan. Akibatnya, PT. Pertamina Hulu Indonesia berkomitmen untuk beroperasi dengan mengurangi dampak negatif pada masyarakat dan lingkungan dengan terus melakukan perbaikan berkelanjutan.

Gambar 4. 18 Lingkungan Wilayah Kerja



Sumber : PT. Pertamina Hulu Indonesia

Strategi PR di PT. Pertamina Hulu Indonesia dirancang dengan mempertimbangkan visi, misi, dan nilai-nilai perusahaan. Strategi ini berfokus pada membangun dan mempertahankan citra positif perusahaan di mata publik dan stakeholder. Perencanaan strategi PR melibatkan beberapa tahap, termasuk analisis situasi, penentuan tujuan komunikasi, identifikasi target audience, pengembangan pesan utama, dan pemilihan saluran komunikasi.

Berdasarkan wawancara dengan manajer PR di PT. Pertamina Hulu Indonesia, perencanaan strategi PR dimulai dengan analisis situasi untuk memahami persepsi publik dan stakeholder terhadap perusahaan. Informasi ini dikumpulkan melalui survei, fokus grup, dan analisis media. Hasil analisis situasi ini kemudian digunakan untuk merumuskan tujuan komunikasi yang spesifik, terukur, dapat dicapai, relevan, dan berbatas waktu (SMART).

- a. Strategi *public relations* yang diimplementasikan oleh Pertamina Hulu Indonesia dalam membangun hubungan positif dengan stakeholder-nya



#### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritis atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



- Hak Cipta :**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
  2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

mencakup berbagai inisiatif komunikasi yang efektif dan program tanggung jawab sosial perusahaan.

- b. Faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan atau kegagalan strategi *public relations* tersebut meliputi transparansi komunikasi dan respons terhadap isu lingkungan.
- c. Dampak dari strategi *public relations* yang dilakukan terhadap citra dan persepsi publik terhadap Pertamina Hulu Indonesia.

#### 4.2 Faktor-Faktor yang mempengaruhi keberhasilan atau kegagalan strategi *Public Relations* tersebut meliputi transparansi komunikasi dan respons terhadap isu lingkungan

Faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan atau kegagalan strategi *public relations* di PT. Pertamina Hulu Indonesia sangat berkaitan erat dengan transparansi komunikasi dan respons terhadap isu lingkungan yang ada. Dalam konteks ini, beberapa masalah kritis yang dihadapi oleh perusahaan termasuk produksi minyak dan gas yang berada di bawah target yang ditetapkan serta tidak tercapainya target penambahan cadangan. Hal ini menunjukkan pentingnya komunikasi yang transparan dengan *stakeholder* untuk memberikan pemahaman yang jelas mengenai tantangan dan langkah-langkah yang diambil oleh perusahaan untuk mengatasinya.

Selain itu, kendala dalam pengelolaan pendanaan biaya operasi dan capital serta peningkatan biaya operasi juga memerlukan komunikasi yang efektif dan terbuka. *Stakeholder* perlu diberikan informasi yang komprehensif mengenai alasan di balik peningkatan biaya operasi dan upaya yang dilakukan perusahaan untuk mengoptimalkan pengelolaan dana. Dengan demikian, transparansi dalam pengelolaan keuangan dapat membantu membangun kepercayaan dan dukungan dari *stakeholder*.

Tidak tercapainya target realisasi investasi dan terganggunya transportasi ke fasilitas *loading/sales point* juga menjadi isu penting yang mempengaruhi strategi



**Hak Cipta :**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

*public relations*. Kendala dalam penyediaan lahan untuk keperluan pengeboran, operasi, dan produksi serta terganggunya keselamatan dan keamanan aset akibat penyerobotan lahan menuntut perusahaan untuk responsif terhadap masalah ini. Potensi insiden lingkungan dan kebutuhan investasi peremajaan fasilitas yang tinggi karena aging facilities menunjukkan perlunya respons cepat dan tepat dari perusahaan. Dengan respons yang baik terhadap isu lingkungan, perusahaan dapat menunjukkan komitmennya terhadap tanggung jawab sosial dan lingkungan, yang pada akhirnya akan memperkuat citra perusahaan.

Selain itu, peningkatan permintaan dukungan terkait tahun politik 2023-2024 menambah kompleksitas dalam mengelola hubungan dengan stakeholder. Perusahaan perlu tetap menjaga transparansi dan komunikasi yang terbuka untuk memastikan bahwa setiap tindakan yang diambil selaras dengan kepentingan semua pihak yang terlibat. Dengan strategi komunikasi yang baik dan respons yang tepat terhadap isu-isu lingkungan, PT. Pertamina Hulu Indonesia dapat membangun hubungan yang positif dengan stakeholder dan memastikan keberhasilan strategi *public relations* mereka.

#### 4.2.1 Faktor Keberhasilan

- a. **Transparansi dalam Komunikasi:** Memberikan informasi yang jelas dan komprehensif tentang tantangan dan langkah-langkah yang diambil untuk mengatasi produksi minyak dan gas yang di bawah target serta masalah lain yang dihadapi.
- b. **Responsif terhadap Isu Lingkungan:** Menunjukkan komitmen perusahaan terhadap tanggung jawab sosial dan lingkungan melalui tindakan cepat dan tepat dalam menangani potensi insiden lingkungan dan peremajaan fasilitas.
- c. **Pengelolaan Keuangan yang Baik:** Menjelaskan secara transparan pengelolaan pendanaan biaya operasi dan capital serta langkah-langkah untuk mengoptimalkan pengelolaan dana.
- d. **Kolaborasi dengan Stakeholder:** Mengembangkan program kolaboratif dengan komunitas lokal, pemerintah, dan organisasi

terkait untuk mengatasi kendala penyediaan lahan dan memastikan keselamatan serta keamanan aset.

- e. Komunikasi yang Efektif: Menjaga komunikasi yang terbuka dan efektif dengan stakeholder, terutama terkait peningkatan biaya operasi dan realisasi investasi.
- f. Tanggung Jawab Sosial: Melaksanakan program CSR yang relevan dan berdampak positif di wilayah operasi, serta memenuhi kewajiban PPKH dengan melibatkan stakeholder dan mitra lokal.

#### 4.2.1 Faktor Kendala

- a. Produksi Minyak dan Gas di Bawah Target: Gagal mencapai target produksi yang ditetapkan dapat menurunkan kepercayaan stakeholder dan investor.
- b. Kendala Penambahan Cadangan: Ketidakmampuan mencapai target penambahan cadangan dapat menghambat pertumbuhan jangka panjang perusahaan.
- c. Pengelolaan Pendanaan yang Kurang Efektif: Kesulitan dalam mengelola biaya operasi dan capital dapat menyebabkan peningkatan biaya operasi dan mengurangi efisiensi.
- d. Peningkatan Biaya Operasi: Biaya operasi yang meningkat tanpa peningkatan hasil yang sesuai dapat membebani keuangan perusahaan dan mempengaruhi profitabilitas.
- e. Realisasi Investasi yang Tidak Tercapai: Gagal mencapai target realisasi investasi dapat menghambat proyek pengembangan dan peningkatan kapasitas produksi.
- f. Gangguan Transportasi: Masalah transportasi ke fasilitas loading/sales point dapat mengganggu rantai pasokan dan distribusi produk.
- g. Kendala Penyediaan Lahan: Kesulitan dalam memperoleh lahan untuk pengeboran, operasi, dan produksi dapat menghambat kelancaran operasi perusahaan.



#### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritis atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



**Hak Cipta :**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

- h. Keamanan Aset: Penyerobotan lahan dan gangguan keamanan aset dapat menimbulkan risiko operasional dan legal bagi perusahaan.
- i. Insiden Lingkungan: Potensi insiden lingkungan yang tinggi karena aging facilities memerlukan investasi besar untuk peremajaan, yang bisa membebani keuangan perusahaan.
- j. Permintaan Dukungan Politik: Peningkatan permintaan dukungan terkait tahun politik 2023-2024 dapat menciptakan tekanan tambahan pada perusahaan dan mempengaruhi fokus operasionalnya.

Dengan memahami dan mengelola faktor-faktor keberhasilan dan gangguan ini, PT. Pertamina Hulu Indonesia dapat memperkuat strategi *public relations* mereka untuk membangun hubungan yang positif dengan *stakeholder* dan memastikan kelangsungan serta keberhasilan operasional perusahaan.

### 4.3 Dampak dari strategi Public Relations yang dilakukan terhadap citra dan persepsi publik terhadap PT. Pertamina Hulu Indonesia

Dampak dari strategi *public relations* (PR) yang diimplementasikan oleh PT. Pertamina Hulu Indonesia (PHI) dapat dilihat dari beberapa aspek berikut:

- a. Pengelolaan Pemangku Kepentingan Stakeholder:  
PT. Pertamina Hulu Indonesia berupaya membangun hubungan positif dengan pemangku kepentingan di tingkat lokal dan nasional. Efektivitas strategi ini terlihat dari peningkatan jumlah program manajemen pemangku kepentingan, yaitu 113 program di tingkat nasional dan 410 program di tingkat lokal.
- b. Penanganan Keluhan dan Klaim:  
Kemampuan PT. Pertamina Hulu Indonesia dalam menangani keluhan dan klaim menunjukkan dampak positif dari strategi PR PT. Pertamina Hulu Indonesia telah menangani 274 keluhan dan klaim serta melaksanakan 497 kegiatan terkait operasional dan 797 kegiatan penanganan keluhan dan klaim. Ini mencerminkan respons proaktif dan



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

komitmen perusahaan dalam menjaga hubungan baik dengan stakeholder.

c. Komunikasi Eksternal dan Internal:

Dalam hal komunikasi, PT. Pertamina Hulu Indonesia mengelola 300 saluran program dan produk komunikasi eksternal serta 389 program komunikasi eksternal. Di sisi internal, terdapat pengelolaan 441 saluran dan produk komunikasi serta 926 program komunikasi internal. Hal ini menunjukkan strategi yang kuat dalam menjalin komunikasi efektif dengan publik dan stakeholder eksternal maupun internal.

d. Program dan Anggaran CSR:

Program Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan bagian penting dari strategi PR PT. Pertamina Hulu Indonesia. Dengan alokasi dana yang signifikan dan peningkatan dalam realisasi program CSR, hal ini menunjukkan dedikasi perusahaan dalam berkontribusi kepada masyarakat dan lingkungan sekitar.

e. Aktivitas Media Relations dan Branding:

PT. Pertamina Hulu Indonesia juga fokus pada pengelolaan program dan aktivitas Media Relations serta branding. Jumlah program dan aktivitas *media relations* meningkat secara konsisten, yang membantu memperkuat citra perusahaan di mata publik.

Secara keseluruhan, strategi *public relations* yang diterapkan oleh PT. Pertamina Hulu Indonesia telah memberikan dampak positif terhadap citra dan persepsi publik. Peningkatan kepercayaan dan loyalitas stakeholder serta penguatan

Gambar 4. 19 Realisasi dan Kinerja Program 2022-2023



reputasi perusahaan di mata publik merupakan indikasi keberhasilan dari strategi itu sendiri.



**Hak Cipta :**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

a. Pengelolaan Pemangku Kepentingan

PT. Pertamina Hulu Indonesia (PHI) berupaya membangun hubungan positif dengan pemangku kepentingan baik di tingkat lokal maupun nasional. Gambar di atas menunjukkan jumlah pemangku kepentingan yang terlibat, yaitu 34 pemangku kepentingan di tingkat nasional dan 77 di tingkat lokal. Strategi yang efektif dalam mengelola hubungan ini telah terbukti melalui peningkatan dalam pelaksanaan manajemen pemangku kepentingan, dengan 113 program di tingkat nasional dan 410 program di tingkat lokal. Ini menunjukkan bahwa PT. Pertamina Hulu Indonesia telah berhasil menjangkau berbagai pemangku kepentingan secara luas dan konsisten.

b. Penanganan Keluhan dan Klaim

Salah satu indikator penting dari dampak strategi *public relations* adalah kemampuan perusahaan dalam menangani keluhan dan klaim. PT. Pertamina Hulu Indonesia telah menangani 274 keluhan dan klaim, menunjukkan respons proaktif terhadap masukan dari pemangku kepentingan. Pengelolaan ini mencakup penanganan operasional dan dukungan, dengan 497 kegiatan terkait operasional dan 797 kegiatan penanganan keluhan dan klaim yang menunjukkan peningkatan yang signifikan. Hal ini mencerminkan komitmen perusahaan dalam menjaga hubungan yang baik dan memperhatikan kepentingan stakeholder.

c. Komunikasi Eksternal dan Internal

Dalam aspek komunikasi, PT. Pertamina Hulu Indonesia telah mengelola 300 saluran, program, dan produk komunikasi eksternal serta 389 program komunikasi eksternal. Ini mencerminkan strategi yang kuat dalam menjalin komunikasi efektif dengan publik dan stakeholder eksternal. Di sisi internal, PT. Pertamina Hulu Indonesia juga menunjukkan komitmen tinggi dengan mengelola 441 saluran dan produk komunikasi internal serta 926 program komunikasi internal, yang semuanya menunjukkan peningkatan. Pengelolaan komunikasi



internal yang baik membantu memastikan bahwa semua anggota organisasi terinformasi dengan baik dan dapat bekerja secara efektif.

d. Program dan Anggaran CSR

Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan bagian penting dari strategi *public relations* PT. Pertamina Hulu Indonesia. Gambar menunjukkan pengelolaan program dan anggaran CSR dengan alokasi dana sebesar 127 miliar dan 122 miliar, serta penggunaan anggaran sebesar 38,5 miliar dan 50,1 miliar. Hal ini menunjukkan dedikasi perusahaan dalam berkontribusi kepada masyarakat dan lingkungan sekitar melalui berbagai inisiatif CSR yang signifikan.

e. Aktivitas Media Relations dan *Branding*

PT. Pertamina Hulu Indonesia juga fokus pada pengelolaan program dan aktivitas *media relations* dengan 97 program dan 337 aktivitas yang menunjukkan peningkatan yang konsisten. Selain itu, pengelolaan branding dan corporate events seperti *town hall meetings*, acara dengan Direktur Utama dan GM, serta berbagai upacara telah mencapai 66 program dengan peningkatan menjadi 78 program. Ini menunjukkan bahwa PT. Pertamina Hulu Indonesia tidak hanya berkomunikasi dengan baik secara internal dan eksternal, tetapi juga secara aktif membangun citra positif perusahaan melalui berbagai kegiatan.

Dengan memahami pengertian, karakteristik, dan jenis-jenis *stakeholder*, penelitian ini dapat memberikan wawasan yang komprehensif tentang bagaimana PT. Pertamina Hulu Indonesia menerapkan strategi PR untuk membangun hubungan positif dengan stakeholder mereka. Pengetahuan ini penting karena memberikan dasar yang kuat bagi perusahaan untuk merancang dan menerapkan strategi komunikasi yang efektif, yang pada gilirannya akan membantu mereka mencapai tujuan bisnis dan membangun hubungan yang kokoh dengan berbagai pemangku kepentingan. Hal ini terutama penting dalam konteks industri energi yang sangat sensitif terhadap isu-isu lingkungan dan sosial, di mana hubungan

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

positif dengan stakeholder dapat menjadi faktor kunci dalam keberlanjutan operasional dan reputasi perusahaan.

Secara keseluruhan, gambar di atas mengilustrasikan dampak positif dari strategi *public relations* yang diterapkan oleh PT. Pertamina Hulu Indonesia. Melalui berbagai inisiatif dan program yang terstruktur, perusahaan mampu membangun dan mempertahankan hubungan yang positif dengan pemangku kepentingan, menangani keluhan dan klaim secara efektif, dan mengelola komunikasi serta aktivitas CSR dengan baik. Semua upaya ini berkontribusi terhadap reputasi perusahaan yang lebih baik dan persepsi publik yang positif terhadap PT. Pertamina Hulu Indonesia.



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

