

**PERAN *PUBLIC RELATIONS* DALAM MANAJEMEN KRISIS
PT. PERTAMINA (PERSERO) REFINERY UNIT IV CILACAP
(Studi Deskriptif Kualitatif Pada Divisi *Public Relations* PT. Pertamina
(Persero) Refinery Unit IV Cilacap dalam Peristiwa terbakarnya Tangki
Minyak Tahun 2011)**



SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi

Disusun Oleh:

Mertylina Yoga Pradhani Rochminta
NIM : 10730057

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
2014**

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama Mahasiswa : Mertylina Yoga PradhaniRochminta

Nomor Induk : 10730057

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : *Public Relations*

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi saya ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan skripsi saya ini adalah asli hasil karya / penelitian sendiri dan bukan plagiasi dari karya / penelitian orang lain.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya agar dapat diketahui oleh anggota dewan penguji.

Yogyakarta, 10 Januari 2014

Yang menyatakan,



Mertylina Yoga Pradhani R

NIM: 10730057



FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA

YOGYAKARTA

FM-UINSK-PBM-05-02/RO

NOTA DINAS PEMBIMBING

Hal : Skripsi

Kepada :
Yth Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
UIN Sunan Kalijaga
Di Yogyakarta

Assalamualaikum. Wr. Wb.

Setelah memeriksa, mengarahkan, dan mengadakan perbaikan seperlunya, maka selaku pembimbing saya menyatakan bahwa skripsi saudara :

Nama : Mertylina Yoga Pradhani Rochminta
NIM : 10730057
Prodi : Ilmu Komunikasi
Judul : PERAN *PUBLIC RELATIONS* DALAM MANAJEMEN KRISIS PT. PERTAMINA (PERSERO) REFINERY UNIT IV CILACAP (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Divisi *Public Relations* PT. Pertamina (Persero) Refinery Unit IV Cilacap dalam Peristiwa Terbakarnya Tangki Minyak Tahun 2011)

Telah dapat diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar sarjana strata satu ilmu komunikasi.

Harapan saya semoga saudara tersebut segera dipanggil untuk mempertanggungjawabkan skripsinya dalam sidang munaqosyah.

Demikian atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Wassalmualaikum. Wr. Wb.

Yogyakarta, 13 Januari 2014

Pembimbing,

Yani Tri Wijayanti M.Si
NIP 19800326 2008012 010



PENGESAHAN SKRIPSI

Nomor : UIN.02/DSH/PP.00.9/0227.a./2014

Skripsi/Tugas Akhir dengan judul : PERAN PUBLIC RELATIONS DALAM MANAJEMEN KRISIS PT. PERTAMINA (PERSERO) REFINERY UNIT IV CILACAP (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Divisi Public Relations PT. Pertamina (Persero) Refinery Unit IV Cilacap dalam Peristiwa Terbakarnya Tangki Minyak Tahun 2011)

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

Nama : Mertylina Yoga Pradhani Rochminta
NIM : 10730057

Telah dimunaqosyahkan pada : Selasa, tanggal: 21 Januari 2014
dengan nilai : 90 (A-)

Dan dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga

PANITIA UJIAN MUNAQOSYAH :

Ketua Sidang

Yani Tri Wijayanti, S.Sos.,M.Si
NIP. 19800326 200801 2 010

Penguji I

Drs. Siantari Rihartono, M.Si
NIP.19600323 199103 1 002

Penguji II

Mokh. Mahfud, S.Sos.I.,M.Si
NIP. 19770713 200604 1 002

Yogyakarta, 13-2-2014
UIN Sunan Kalijaga

Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
DEKAN



Prof. Dr. H. Dudung Abdurahman, M.Hum
NIP.19630306 198903 1 010

MOTTO

Dan carilah pada apa yang telah dianugerahkan Allah kepadamu (kebahagiaan) negeri akhirat, dan janganlah kamu melupakan kebahagiaanmu dari (kenikmatan) duniawi dan berbuat baiklah (kepada orang lain) sebagaimana Allah telah berbuat baik, kepadamu.

(QS. Al-Qashah 28:77)

**Bondho Bahu Pikir Lek Perlu Sak Nyawane Pisan
(Tri Murti Pondok Modern Darussalam Gontor)**

**When we do the best we can, we never know what
miracle is wrought in our life, or in the life of another
(Helen Keller)**

**Hiduplah seperti daun talas yang selalu kering
walau air membasahinya. Selalu rendah hati dalam
keadaan apapun
(Dhani)**

HALAMAN PERSEMBAHAN

Untuk:
ALLAH SWT Sang Pemilik Segalanya
Almamatel Jurusan Ilmu Komunikasi UIN Sunan Kalijaga
Yogyakarta
Bapak, Ibu, dan seluruh keluarga;
Sahabat-sahabat tercinta, yang darinya aku mengenal dunia.



KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الحمد لله رب العالمين وبه نستعين علي أمور الدنيا والدين والصلاة والسلام علي
أشرف الأنبياء والمرسلين سيدنا محمد وعلي أله وأصحابه أجمعين

Segala puja dan puji syukur bagi Allah SWT., Cahaya Langit dan Bumi,
Yang Menerangi hati dan pikiran hamba-Nya yang beriman. Shalawat serta salam
semoga terus mengalir keharibaan junjungan kita Rasulullah SAW., yang telah
membawa umat ini dari kegelapan menuju dunia yang benderang.

Atas rahmat Allah SWT, penelitian dan penyusunan skripsi ini dapat
terwujud dengan lancar dengan judul PERAN *PUBLIC RELATIONS* DALAM
MANAJEMEN KRISIS PT. PERTAMINA (PERSERO) REFINERY UNIT IV
CILACAP (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Divisi *Public Relations* PT.
Pertamina (Persero) Refinery Unit IV Cilacap dalam Peristiwa Terbakarnya
Tangki Minyak Tahun 2011), semoga karya yang sederhana ini dapat bermanfaat
bagi pembaca. Penelitian dan penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa
adanya bantuan dari berbagai pihak, baik secara moril maupun materiil sehingga
peneliti dapat menghadapi berbagai permasalahan dengan baik dan lancar. Untuk
itu dengan segala kerendahan hati peneliti mengucapkan rasa terima kasih kepada,

1. Prof. Dr. Dudung Abdurrahman, M.Hum selaku Dekan Fakultas Ilmu
Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Drs. Bono Setyo, M.Si. selaku Ketua Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas
Ilmu Sosial dan Humaniora.

3. Yani Tri Wijayanti, M.Si. selaku pembimbing skripsi dan dosen pembimbing akademik yang tidak henti dan tidak lelah membimbing saya.
4. Seluruh Dosen Prodi Ilmu Komunikasi beserta staf Tata Usaha Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora.
5. Seluruh keluarga besar *Public Relations* PT Pertamina (Persero) RU IV Cilacap. Pak Sundoro, Bu Era, Pak Yanto, Pak Bowo, Mas Adit, Mbak Syasa, Pak Abrori, Mbak Ike, Mbak Rahma, Mas Selamat, Mas Aji, Mas Sigit, Mas Hanif, Pak Wal, Pak Tarno, Pak Wartono. Terima kasih sekali atas bantuan, bimbingan dan dalam segala hal kepada peneliti selama melaksanakan penelitian.
6. Kedua denyut nadiku bapak, Sumindar, SPd. dan ibu, Pujining Rahayu, SPd. Kalianlah inspirasi terbesar, harapan, dan semangat saya. Terutama ibu, yang tak lelah menjadi malaikat di setiap harinya. Ibu adalah kekuatan, doa, dan segalanya.
7. Kedua adik-adikku tersayang Jevika Dwitasari Rochminta dan Melynda Rizkika Rochminta, tanpa kalian, tak akan ada canda, tangis, suka duka yang berlalu begitu indah. Teruslah menjadi pribadi kebanggaan orang tua dan diri sendiri.
8. Kepada seluruh sahabat, dan teman-teman Program Studi Ilmu Komunikasi angkatan 2010, khususnya untuk Ikom B *Community* Evania Mega, Monica Merly, Endah, Desi, Ety, Dhani, Johan, David, Ryan, Tibyan, Amri, Adin, Ghofur, Lailis, dll. Kalian adalah orang-orang inspiratif. Jadilah manusia-manusia hebat yang membanggakan. Dunia

kampus hanyalah awal kehidupan sesungguhnya. Sekaranglah saatnya, membuktikan kemampuan kita yang sesungguhnya.

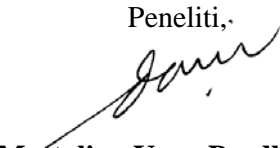
9. Teman-teman Veena La Veyzha Yogyakarta Farah, Vivi, Odie, Juanita, Imelda, Izul, Vita, Mega, Wilda, Ira, dan semua nama yang tak mungkin disebut satu persatu, dimanapun kalian berada, kalianlah sahabat, guru kehidupan, sekaligus kawan yang mengajarkan indahnya persahabatan. Semoga waktu tak cukup kuat menghapus kenangan-kenangan indah kita. Teruslah bermimpi dan berjuang. Bahkan dunia harus melihat semangat dan kekuatan kalian. Sungguh tanpa kalian apalah artinya.
10. Teman-teman KKN angkatan 80 di Suryodiningrat, Mantrijeron, Kodya Yogyakarta. Revi, Iil, Elsa, Alvin, Orin, Arif, Edi, Iin, Lina, dan Lika. Pertemuan yang hanya sesaat semoga tak pernah melunturkan jalinan ukhuwah kita.
11. Keluarga Besar PMY (Perhumas Muda Yogyakarta) pencetak bibit-bibit orang sukses, saksi semangat dan kerja kerasku yang mengajarku *teamwork*, tempat bertukar ilmu sekaligus sharing dengan praktisi-praktisi PR, Panggah, Aka terima kasih atas nasehat dan sarannya selama ini yang membuat aku tertantang untuk maju. Mega, Herni, Ade, Paska, Terry, Andre, Calvin, Yetri, dan Angie. *Always keep our spirit guys “WE DO GOOD PR”*.
12. Teman-teman Kost Putri Griya Sakinah untuk semua cerita dan kebersamaan kita. Nurul, Nia, Lisa, Desi, Luluk, Ova, selalu yakinkan diri

kalian untuk berusaha menggapai cita. Sampai berjumpa di puncak kesuksesan.

13. *Last but not least*, teman baik sekaligus calon pengusaha muda hebat dan calon ahli Ekonomi Islam yang mencurahkan seluruh energi, ilmu, nasehat, saran, kritik dan inspirasinya bagi peneliti, mas Herfi Pradana Ardi N. Yakin dan selalu optimis untuk menjadi insan yang berguna bagi Agama, Bangsa dan Negara.

Yogyakarta, 10 Januari 2014

Peneliti,



Mertylina Yoga Pradhani R
NIM 10730057

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	ii
HALAMAN NOTA DINAS PEMBIMBING	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR BAGAN	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
ABSTRACT	xv
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	7
E. Tinjauan Pustaka	7
F. Landasan Teori	11
G. Kerangka Pemikiran	21

BAB II : GAMBAR UMUM

A. Sejarah dan Profil PT. Pertamina (Persero)	26
B. Logo PT. Pertamina (Persero).....	33
C. Visi, Misi dan Motto PT. Pertamina (Persero).....	34
D. Profil PT. Pertamina (Persero) Refinery Unit IV Cilacap.....	35

BAB III : PEMBAHASAN

A. Peran <i>Public Relations</i> dalam Manajemen Krisis PT. Pertamina (Persero) Refinery Unit IV Cilacap.....	59
B. Manajemen Krisis PT. Pertamina (Persero) Refinery Unit IV Cilacap	75
C. Manajemen Strategis <i>Public Relations</i> PT. Pertamina (Persero) Refinery Unit IV Cilacap	97

BAB IV : PENUTUP

A. Kesimpulan	109
B. Saran.....	111
DAFTAR PUSTAKA	113
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	116

DAFTAR TABEL

Tabel 1 : Tabel Perbedaan dan Persamaan Penelitian dengan Penelitian Sebelumnya	10
Tabel 2 : Kronologi Terbakarnya Tangki Minyak PT. Pertamina (Persero) Refinery Unit IV Cilacap tahun 2011.....	79



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 : Logo PT. Pertamina (Persero).....	33
Gambar 2 : Struktur Organisasi <i>Public Relations</i>	51
Gambar 3 : Asap Kebakaran Tangki Semakin Tebal.....	77
Gambar 4 : Proses Pemadaman Api.....	78
Gambar 5 : Konferensi Pers oleh Direktur Utama PT. Pertamina (Persero) ...	85
Gambar 6 : Pengajian Akbar di Kelurahan Donan.....	106
Gambar 7 : Pengobatan Gratis Kepada Masyarakat	107
Gambar 8 : Bantaun Pembuatan MCK umum	108



DAFTAR BAGAN

Bagan 1 : Proses PR Empat Langkah.....	20
Bagan 2 : Kerangka Pemikiran	21
Bagan 3 : Skematik <i>Integrasi-Interkoneksi</i>	88
Bagan 4 : Proses Strategi <i>Public Relations</i> PT. Pertamina (Persero) Refinery Unit IV Cilacap Empat Langkah dalam Menghadapi Krisis	105



ABSTRACT

PT. Pertamina (Persero) Refinery Unit IV Cilacap is a mining and exploration company under the State Owned Enterprises (BUMN), which is one of the seven ranks in this country, which has the largest production capacity, which is 348,000 barrels / day, and complete facilities. The refinery is a strategic value because supply 34 % of the fuel (fuel oil) or 60 % of national fuel needs in Java. In addition, this oil refinery is the only refinery in the country today are producing bitumen and base oil for infrastructure needs in the homeland.

Public Relations has a very significant role in company or institution. Seen a very prominent role in crisis management. Crisis management is not a new thing in the field of Public Relations. Crisis often occur that happened. As Happened in the case of oil Tank the burning incident in 2011.

This research discusses the role of Public Relations in crisis management of PT. Pertamina (Persero) Refinery Unit IV in Cilacap handle oil tank the burning incident in 2011. The role of Public Relations in Crisis management is the first theory that researchers use to discuss this research. The second theory is Crisis Management. The third theory is Strategic Management.

This research resulted in findings that the role of Public Relations in crisis management dealing with oil tank the burning incident in 2011 that convey a message to the citizen, the media, and also to external public, explaining cause and effect of the crisis and what has been done to address it. This research resulted too in expected to contribute to the development and deepening of science communication, especially regarding the role of Public Relations in crisis management and post-crisis recovery in an enterprise.

Keywords : The role of Public Relations, Public Relations, Crisis Management.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan negara yang kaya akan sumber alam, salah satunya adalah sumber daya minyak dan gas bumi yang melimpah ruah di dalam bumi Indonesia. PT. Pertamina (Persero) merupakan perusahaan energi milik Negara yang memiliki beberapa cabang di Indonesia, dan salah satunya adalah PT. Pertamina (Persero) Refinery Unit IV Cilacap. PT. Pertamina (Persero) Refinery Unit IV Cilacap merupakan salah satu dari tujuh jajaran di tanah air, yang memiliki kapasitas produksi terbesar, yakni 348.000 barrel/hari, dan terlengkap fasilitasnya. Kilang ini bernilai strategis karena memasok 34% kebutuhan BBM (Bahan Bakar Minyak) nasional atau 60% kebutuhan BBM di Pulau Jawa. Selain itu, kilang minyak ini merupakan satu-satunya kilang di tanah air saat ini yang memproduksi aspal dan base oil untuk kebutuhan infrastruktur di tanah air.¹

Berbagai kegiatan penyediaan dan produksi minyak yang dikelola oleh PT. Pertamina (Persero) Refinery Unit IV Cilacap ini. Kegiatan perusahaan tersebut antara lain pengolahan BBM (Bahan Bakar Minyak), memproduksi NBM yaitu bahan dasar minyak pelumas (*lube oil base*) dan aspal.

PT. Pertamina (persero) Refinery Unit IV Cilacap memiliki beberapa tangki yang berisi bahan-bahan produksi BBM (bahan bakar minyak),

¹ <http://pertamina.co.id>, diakses tanggal 10 September 2013

diantaranya adalah: Premium, kerosene, ADO, IDO, IFO, avtur, LPG, minarex, lube base oil, slack wax, asphalt, parafin, naphta, paraxylene, shulphur, dan lain-lain.

Menurut data yang diperoleh Majalah IndoPetro edisi Mei 2011 menyebutkan bahwa jumlah tangki yang berada di dalam kompleks kilang PT. Pertamina (Persero) Refinery Unit IV Cilacap sebanyak 207 tangki. Tangki-tangki yang berada di kompleks kilang terdiri dari tangki komponen yaitu tangki yang menyimpan bahan-bahan yang akan diolah untuk menjadi produk Bahan Bakar Minyak (BBM).

Melihat berbagai peranan perusahaan PT. Pertamina (Persero) Refinery Unit IV Cilacap mempunyai peranan yang cukup penting dalam meningkatkan pendapatan dan devisa negara untuk meningkatkan kesejahteraan kepada siapa saja yang terlibat dalam proses kegiatan perminyakan. PT. Pertamina (Persero) unit IV cabang Cilacap ini mempunyai pengaruh yang besar dalam membantu perekonomian daerah serta masyarakat yang berada dalam wilayah Cilacap.

Peran *Public Relations* dalam sebuah perusahaan berkaitan dengan tujuan dan fungsi-fungsi manajemen perusahaan. Fungsi dasar manajemen tersebut merupakan suatu proses kegiatan atau pencapaian suatu tujuan pokok dari suatu perusahaan atau instansi yang pada umumnya berhubungan dengan pemanfaatan berbagai sumber daya yang dimiliki lembaga tersebut.

Krisis yang terjadi pada PT. Pertamina (Persero) Refinery Unit IV Cilacap membuat pihak perusahaan segera mengambil tindakan dalam

penanganan krisis. Pihak perusahaan membentuk tim krisis dan menunjuk *Public Relations* sebagai penanggung jawab dalam penyampaian pesan mengenai informasi terkait krisis. *Public Relations* menjadi moderator dan fasilitator komunikasi yang menjembatani perusahaan dengan publik internal, publik eksternal dan media. Dalam peristiwa ini pihak perusahaan menunjuk *Public Relations* sebagai penanggung jawab komunikasi, semua informasi yang masuk dan keluar disampaikan oleh *Public Relations*. Penunjukan penanggung jawab tidak dari pihak manajemen ataupun top manajemen, melainkan dari *Public Relations* sendiri, oleh karena itu *Public Relations* bertugas sesuai perannya.

Keberhasilan peran *Public Relations* dalam menunjang fungsi-fungsi manajemen perusahaan untuk mencapai tujuan bersama tergantung kepada kemampuan dalam memanfaatkan sumber daya yang dimiliki lembaga tersebut. Dengan demikian sebagai *Public Relations* dituntut mempunyai kemampuan dalam mengkoordinasi seluruh sumber daya yang ada.

Hampir seluruh perusahaan pernah mengalami suatu krisis, baik krisis keuangan, krisis akibat bencana alam, maupun krisis akibat *human error*. Seorang *Public Relations* mempunyai peranan penting dalam suatu perusahaan yakni merancang atau membuat strategi khusus dalam menghadapi krisis. Manajemen krisis yang dibuat akan bermanfaat bagi perusahaan yang mengalami krisis, hal itu dialami juga oleh PT. Pertamina (persero) Refinery Unit IV Cilacap yang mengalami krisis terbakarnya salah satu tangki minyak pada April 2011 yang lalu.

Pada tanggal 02 April 2011, PT. Pertamina (Persero) unit IV cabang Cilacap mengalami musibah yaitu salah satu tangki minyak mengalami kebakaran. Kebakaran terjadi di area 31 pada tangki T-2 yang berkapasitas sekitar 39.000 kiloliter. Tangki yang berdiameter 20-24 meter dengan tinggi 17 meter tersebut berisi bahan pencampur nilai oktan pada premium (HMOC), saat itu manajemen PT.²

Akibat peristiwa ini menimbulkan situasi yang sangat berpengaruh pada seluruh masyarakat wilayah Cilacap dan sekitarnya. Tidak ada korban jiwa dalam peristiwa terbakarnya tangki minyak ini. Masyarakat sekitar lokasi merasa trauma dan ketakutan, sehingga warga kelurahan Donan dan Lomanis yang berjarak kurang dari 500 meter terpaksa diungsikan. Warga yang diungsikan antara lain ibu-ibu dan anak-anak.³ Menurut Teguh salah satu warga yang diwawancarai oleh Tribunnews.com mengatakan bahwa kondisi kesehatan pengungsi relatif baik, hampir selama tiga jam berada di pengungsian, belum ada keluhan mengenai kesehatan dan kebanyakan masyarakat mengalami trauma. Jumlah total pengungsi akibat kebakaran tangki PT. Pertamina (Persero) Refinery Unit IV Cilacap mencapai sekitar 764 orang. Para pengungsi menginap di berbagai tempat penampungan, antara lain di kantor Polres Cilacap, kantor Satpol PP Cilacap, kompleks Holcim dan Masjid Nurul Manis.⁴

Tangki yang terbakar merupakan tangki 31 T-2, 31 T-3, dan 31 T-7 yang berisi NAPHTHA dan isi tangki berisi 90% hampir penuh sehingga api susah dipadamkan, dan bisa padam setelah tiga hari.⁵ Situasi ini dapat

² <http://kompas.com>, 02 April 2011. Diakses tanggal 09 September 2013

³ <http://news.detik.com>, 02 April 2011. Diakses tanggal 10 September 2013

⁴ <http://tribunnews.com>, 02 April 2011. Diakses tanggal 27 Desember 2013

⁵ Majalah Internal, Pertamina Media Lugas dan Informatif, 11 April 2011. Diakses tanggal 27 Desember 2013

dikatakan krisis bagi perusahaan yang bertanggungjawab menangani situasi ini secara langsung di lapangan. Suatu krisis dapat didefinisikan oleh berbagai aspek dari suatu situasi, yang mencakup suatu ancaman yang tinggi terhadap kehidupan keamanan atau eksistensi suatu organisasi dan tekanan waktu, yang berarti para pengambil keputusan harus bekerja dengan cepat untuk menanggulangi situasi. (Afdhal, 2004 : 68)

Krisis yang terjadi pada PT. Pertamina (persero) Refinery Unit IV Cilacap ini tidak membuat produksi BBM terganggu dan tidak mengalami kesulitan dalam pemasokan bahan bakar minyak. PT. Pertamina (Persero) Refinery Unit IV Cilacap memastikan tidak melakukan impor tambahan bahan bakar premium setelah peristiwa kebakaran tangki minyak, karena tangki sudah beroperasi 100%. Beberapa unit proses PT. Pertamina (Persero) Refinery Unit IV Cilacap yang sebelumnya sempat dimatikan atau dikurangi produksinya pada minimum rate.⁶

Krisis menciptakan perusahaan menjadi pusat perhatian masyarakat sehingga mempertanyakan kompetensi manajemen perusahaan, dan membuat *Public Relations* untuk bisa mengatasi krisis. *Public Relations* juga dituntut mampu menjelaskan kembali keinginan, kebijakan, dan harapan organisasi kepada publik. Dengan adanya komunikasi timbal balik ini dapat menciptakan saling pengertian, saling percaya, saling menghargai, saling mendukung, dan toleransi yang baik antara kedua belah pihak. Peran *Public Relations* dalam suatu organisasi salah satunya ialah menjadi fasilitator proses pemecahan

⁶ <http://tribunnews.com>, 11 April 2011. Diakses tanggal 27 Desember 2013

suatu masalah (*problem solving process fasilitator*) yang merupakan bagian dari manajemen (Nova. 2011 : 58)

Kesalahan dalam keputusan manajemen juga merupakan hal yang sangat penting dari penyebab suatu krisis, dalam artian manajemen tidak dapat mengambil keputusan yang tepat. Kebanyakan krisis yang berlarut-larut penyelesaiannya dikarenakan berada pada kategori yang terakhir. Berlarut-larutnya masalah karena strategi yang kurang tepat pada saat mengelola krisis, biasanya karena perusahaan tidak menyadari sebelumnya akan resiko krisis yang bisa terjadi kapan saja terhadap perusahaan. Sehingga banyak perusahaan yang tidak begitu memperhatikan pentingnya suatu perencanaan dalam menghadapi krisis yang dapat datang secara tiba-tiba. Maka maksud dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana peran *Public Relations* dalam manajemen krisis PT. Pertamina (Persero) Refinery Unit IV Cilacap dalam peristiwa terbakarnya tangki minyak pada tahun 2011.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: “Bagaimana peran *Public Relations* dalam manajemen krisis PT. Pertamina (persero) Refinery Unit IV Cilacap dalam peristiwa terbakarnya tangki minyak pada tahun 2011?”

C. Tujuan Dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian ini:

Untuk mengetahui peran *Public Relations* dalam manajemen krisis PT. Pertamina Refinery Unit IV Cilacap dalam peristiwa terbakarnya tangki minyak pada tahun 2011.

2. Manfaat Penelitian

a. Manfaat Akademis

- 1) Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan terhadap perkembangan dan pendalaman ilmu komunikasi, khususnya mengenai manajemen krisis pada suatu perusahaan.
- 2) Meningkatkan penelitian akan pengetahuan peran *Public Relations* dalam manajemen krisis yang dialami perusahaan yang bergerak dalam bidang pertambangan dan penggalian.

b. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi bagi PT. Pertamina (Persero) Refinery Unit IV dalam menunjang praktek peran *Public Relations* dalam manajemen krisis dalam peristiwa terbakarnya tangki minyak pada tahun 2011.

D. Tinjauan Pustaka

Beberapa penelitian sebelumnya yang membahas tentang “peran *Public Relations* dalam manajemen krisis” antara lain adalah penelitian yang dilakukan salah satu mahasiswa Universitas Indonesia. Agus Soedjono yang berjudul “**Peran Humas PT. Merpati Nusantara Airlines dalam Menjalankan Media Relations (Studi Kasus Humas dalam Menghadapi Krisis)**”. Dalam penelitian ini dijelaskan bahwa perusahaan mengalami krisis saat terjadi musibah kecelakaan pesawat dan ketika adanya pergantian direktur utama. Masalah yang ada pada penelitian ini adalah hubungan antara humas dengan media sebagai salah satu fungsi humas.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan penggalan data menggunakan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Adapun persamaan penelitian ini dengan penelitian yang peneliti lakukan adalah persamaan subjek yaitu humas atau *Public Relations*. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang peneliti lakukan adalah perbedaan objek. Pada penelitian ini PT. Merpati Nusantara Airlines sebagai objek penelitian, sedangkan dalam penelitian yang peneliti lakukan adalah di PT. Pertamina (Persero) Refinery Unit IV Cilacap. Perbedaan penelitian juga terdapat pada hasil penelitian, dalam penelitian yang dilakukan oleh saudara Agus lebih menonjolkan peran *Public Relations* yang berhubungan dengan media, namun dalam penelitian yang peneliti lakukan yaitu peran *Public Relations* yang mencakup publik internal, publik eksternal dan media.

Penelitian lainnya yakni penelitian yang dilakukan oleh salah satu mahasiswi Universitas Diponegoro Semarang, yang bernama Diana Dewi Surya tahun 2010 yang berjudul “**Peran Humas PT. Pertamina (Persero) BBM Retail Region IV dalam Menyelesaikan Kasus Kecelakaan Gas Elpiji 3 kg yang Terjadi di Wilayah Jateng & DIY**”. Dalam penelitian ini dijelaskan bahwa peran PR sangat berpengaruh terhadap manajemen krisis suatu perusahaan. Dalam penelitian ini membahas kasus kecelakaan gas elpiji 3 kg yang sering terjadi pada masyarakat. Persamaan penelitian ini hampir sama dengan penelitian sebelumnya, dan persamaan dengan penelitian yang peneliti lakukan adalah persamaan subjek yaitu *Public Relations*, metode penelitian yaitu kualitatif, dan teori tentang peran *Public Relations*. Adapun perbedaannya adalah objek penelitian.

Penelitian yang lainnya adalah penelitian yang dilakukan oleh salah satu mahasiswi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta yaitu Kirana Ambarwati tahun 2009 yang berjudul **“Peran dan Strategi Public Relations dalam Membangun Citra (Studi Deskriptif pada PT. (Persero) Angkasa Pura I Kantor Cabang Bandar Udara Internasional Adisutjipto”**. Dalam penelitian ini dijelaskan bahwa peran *Public Relations* sangat penting dalam manajemen krisis. Dalam penelitian ini persamaan dengan penelitian yang peneliti lakukan adalah subjek penelitian, yaitu *Public Relations* dan pembahasan. Perbedaannya adalah terletak pada bagian objek penelitian, dalam penelitian ini peneliti menggunakan objek PT. (Persero) Angkasa Pura I, sedangkan dalam penelitian yang peneliti lakukan adalah di PT. Pertamina (Persero) Refinery Unit IV Cilacap.



Tabel 1
Tabel Persamaan dan Perbedaan Penelitian dengan Penelitian Sebelumnya

No	Nama	Judul Penelitian	Teori	Metode	Persamaan	Perbedaan	Kritik
1	Agus Soedjono	“Peran Humas PT. Merpati Nusantara Airlines dalam Menjalankan Media Relations (Studi Kasus Humas dalam Menghadapi Krisis”	1. PR 2. Peran PR 3. Manajemen Krisis	Kualitatif	Teori Metodologi penelitian	Objek Teori Hasil penelitian	Peneliti lebih memperhatikan objek penelitian agar tidak terlalu luas pengkajiannya.
2	Diana Dewi Surya	“Peran Humas PT. Pertamina (Persero) BBM Retail Region IV dalam Menyelesaikan Kasus Kecelakaan Gas Elpiji 3 kg yang Terjadi di Wilayah Jateng & DIY”.	1. PR 2. Manajemen Krisis 3. Peran Humas Dalam Manajemen Krisis	Kualitatif	Sebagian teori Metodologi penelitian	Objek Penelitian Teori penelitian	Pihak PR seharusnya mempersiapkan semenjak dini untuk menghadapi krisis.
3	Kirana Ambarwati	“Peran dan Strategi Public Relations dalam Membangun Citra (Studi Deskriptif pada PT. (Persero) Angkasa Pura I Kantor Cabang Bandar Udara Internasional Adisutjipto”	Krisis Manajemen krisis PR dan krisis	Kualitatif	Teori sebagian Metodologi penelitian	Objek Teori penelitian	Sebaiknya manajemen Angkasa pura mempunyai perencanaan krisis. Menambahkan tinjauan pustaka dan teori

Sumber: Olahan Peneliti

E. Landasan Teori

Public Relations merupakan bagian terdepan pada setiap perusahaan ataupun instansi untuk menjembatani antara masyarakat dan perusahaan begitupun sebaliknya perusahaan dan masyarakat. Bukan hanya sebagai ujung tombak organisasi atau perusahaan untuk berbicara di depan publik, ruang lingkup *Public Relations* begitu besar dan luas, karena bukan hanya menangani pihak internal saja melainkan juga menangani pihak-pihak eksternal organisasi. Sekedar acuan dan untuk pemahaman bersama, berikut ini ada beberapa kutipan definisi *Public Relations* dari pakar *Public Relations* dan komunikasi. (Morissan, 2008 : 41)

1. *Public Relations* merupakan suatu upaya untuk membangun dan mempertahankan saling pengertian antara organisasi dan publiknya.
2. *Public Relations* merupakan upaya melakukan hal-hal baik sehingga mendapatkan kepercayaan
3. *Public Relations* merupakan seni dan ilmu sosial dalam menganalisis kecenderungan, memperkirakan akibat-akibat, memberikan saran kepada pimpinan perusahaan serta melaksanakan program tindakan terencana yang melayani baik kepentingan organisasi dan khalayaknya.

Sedangkan, menurut Frank Jefkins dalam bukunya menuliskan definisi

Public Relations, yaitu:

“Sesuatu yang merangkum keseluruhan komunikasi yang terencana, baik itu ke dalam maupun ke luar antara suatu organisasi dengan semua khalayaknya dalam rangka mencapai tujuan-tujuan spesifik yang berlandaskan pada saling pengertian”. (Jefkins, 2003 : 9)

Definisi *Public Relations* semakin berkembang dengan banyaknya perusahaan yang kompetitif. Definisi *Public Relations* menurut Cutlip, Center, dan Broom adalah Usaha terencana untuk mempengaruhi pandangan melalui karakter yang baik serta tindakan yang bertanggung jawab, didasarkan atas komunikasi dua arah yang saling memuaskan. (Morrisan, 2008 : 7)

Dari pendapat definisi diatas, menurut peneliti pengertian *Public Relations* merupakan fungsi manajemen yang berkelanjutan dalam menjembatani khalayak baik itu di dalam lingkungan organisasi maupun di luar lingkungan yang bertugas untuk memenangkan dan mempertahankan pengertian, dukungan dan simpati dari khalayak, dan kemudian dihubungkan dengan tingkah laku guna mendapatkan kerja sama yang lebih produktif dan lebih efektif untuk memenuhi kepentingan bersama.

Public Relations perusahaan ataupun instansi mempunyai peranan penting, salah satunya dalam menangani krisis perusahaan. Krisis merupakan ujian bagi eksistensi diri kita, baik perusahaan maupun instansi dan individu. Kita tidak bisa pernah tahu kapan krisis datang menghampiri. Akan tetapi kita dapat mempersiapkan diri menghadapi krisis dengan memahami prinsip-prinsip yang benar.

Krisis adalah suatu hal negatif yang terjadi pada perusahaan ataupun instansi yang datangnya tidak dapat diperkirakan. Krisis terjadi karena berbagai hal, bisa karena *human error*, bencana alam, dll. Suatu krisis dapat membuat citra perusahaan ataupun sebuah instansi menjadi bergeser dari citra

positif menjadi citra negatif. Oleh karena itu *Public Relations* harus siap menghadapi krisis dan strategi yang tepat untuk menghadapinya.

Krisis *Public Relations* adalah peristiwa, rumor, atau informasi yang membawa pengaruh buruk terhadap reputasi, citra, dan kredibilitas perusahaan. Banyak perusahaan berpikir bahwa krisis PR hanya akan menyerang perusahaan besar, padahal krisis dapat menyerang siapa saja, baik individu, organisasi, maupun perusahaan, kapan dan di mana saja. (Nova, 2011 : 67)

Penelitian ini peneliti akan menggunakan beberapa teori yang menjadi acuan peneliti untuk menganalisis dan interpretasi data. Diantaranya adalah :

1. Peran Humas Dalam Manajemen Krisis

Firsan Nova dalam bukunya yang berjudul “*Crisis Public Relations*” menjelaskan bahwa dalam menjalankan kegiatannya, *Public Relations* atau Humas berperan dalam (Nova. 2011 : 58) :

a. Penasehat Ahli (*Expert Precriber*)

Seorang *Public Relations* yang berpengalaman dan memiliki kemampuan tinggi dapat membantu mencarikan solusi dalam penyelesaian masalah hubungan dengan publiknya (*public relationship*). *Public Relations* dalam kegiatannya dapat membantu menjadi penasehat ahli dalam menyelesaikan suatu masalah yang terjadi dalam organisasi maupun instansi.

b. Fasilitator Komunikasi (*Communication Facilitator*)

Praktisi *Public Relations* bertindak sebagai komunikator atau mediator untuk membantu pihak manajemen dalam hal untuk mendengar apa yang diinginkan dan diharapkan oleh publiknya. Di pihak lain *Public Relations* juga dituntut mampu menjelaskan kembali keinginan, kebijakan, dan harapan organisasi kepada pihak publiknya. Sehingga komunikasi timbal balik yang terjadi dapat menciptakan kedua belah pihak saling pengertian dan menghargai.

c. Fasilitator Proses Pemecahan Masalah (*Problem Solving Process Facilitator*)

Dalam proses pemecahan masalah *Public Relations* merupakan bagian dari tim manajemen. Hal ini dimaksudkan untuk membantu pimpinan organisasi. Dalam menangani masalah biasanya manajemen dibentuk menjadi tim posko yang dikoordinasi praktisi ahli *Public Relations* dengan melibatkan berbagai departemen dan keahlian dalam satu tim khusus untuk membantu organisasi, perusahaan, dan produk.

d. Teknisi Komunikasi (*Communication Technician*)

Peranan *communication technician* ini menjadikan praktisis *Public Relations* sebagai *journalist in resident* yang hanya menyediakan layanan teknis komunikasi atau dikenal dengan *method of communication*.

Dengan peran-peran *Public Relations* yang telah dijelaskan diatas maka jelas bahwa kegiatan-kegiatan *Public Relations* banyak menyentuh aspek kemasyarakatan guna menciptakan dan memelihara citra positif organisasi atau instansi yang diwakili. Peran *Public Relations* berfokus pada kegiatan yang membantu organisasi dalam mengidentifikasi dan memecahkan masalah. Dalam hal ini peran *Public Relations* sangat penting dalam kegiatan organisasi maupun instansi.

2. Manajemen Krisis

Manajemen krisis selalu ditekankan pentingnya identifikasi permasalahan dan langkah untuk melakukan isolasi. Manajemen krisis menjadi penting bagi keefektifan organisasi karena semua organisasi dipengaruhi oleh beragam publik dan saling berhubungan dengan organisasi lain. Dalam hal ini, *Public Relations* tidak dapat dijalankan tanpa aktivitas yang sesuai. Tidak ada upaya komunikasi tanpa memperdulikan isi pesan dari media maupun publik yang persuasif, yang dapat menyelamatkan organisasi jika kerjanya kurang maksimal. Situasi ini dapat dikatakan sebagai krisis, terutama adalah krisis bagi perusahaan yang bertanggungjawab mengenai situasi ini secara langsung. Rata-rata perusahaan pernah mengalami krisis. Krisis didefinisikan oleh berbagai aspek dari suatu situasi, yang mencakup suatu ancaman yang tinggi terhadap kehidupan keamanan atau eksistensi suatu organisasi dan tekanan waktu, yang berarti para pengambil keputusan harus bekerja dengan cepat untuk menanggulangi situasi. (Afdhal, 2004 : 111)

Menurut peneliti manajemen krisis merupakan cara awal untuk menghadapi dan menyelesaikan krisis dengan mengidentifikasi krisis terlebih dahulu, pihak perusahaan khususnya *Public Relations* membuat strategi manajemen krisis yang tepat dan baik guna menghadapi krisis jika suatu saat krisis datang. Manajemen krisis hendaknya dipersiapkan secara baik dan matang oleh *Public Relations*.

Untuk menyelesaikan krisis, *Public Relations* harus memiliki *crisis management plans* yang dibuat secara teliti untuk menghadapi berbagai level krisis yang mungkin terjadi. Oleh karena itu, jika terjadi kondisi kritis, maka perusahaan dapat mendefinisikan dan merespon dengan baik.

Dalam Islam krisis merupakan suatu hal saat manusia mengalami kemunduran dalam artian Allah SWT memberikan cobaan kepada hamba-Nya, dan cobaan inilah yang dinamakan krisis. Namun, Allah tidak akan memberi cobaan yang berat kepada hamba-Nya, selama umat-Nya mampu menghadapi cobaan tersebut. Seperti yang dijelaskan dalam surat Al-Baqoroh ayat 286 sebagai berikut:

لَا يُكَلِّفُ اللَّهُ نَفْسًا إِلَّا وُسْعَهَا ۚ لَهَا مَا كَسَبَتْ وَعَلَيْهَا مَا اكْتَسَبَتْ ۗ
رَبَّنَا لَا تُؤَاخِذْنَا إِنْ نَسِينَا أَوْ أَخْطَأْنَا ۗ رَبَّنَا وَلَا تَحْمِلْ عَلَيْنَا إِكْرًا
كَمَا حَمَلْتَهُ عَلَى الَّذِينَ مِنْ قَبْلِنَا ۗ رَبَّنَا وَلَا تُحَمِّلْنَا مَا لَا طَاقَةَ لَنَا بِهِ ۗ
وَاعْفُ عَنَّا وَارْحَمْنَا ۗ أَنْتَ مَوْلَانَا فَانصُرْنَا عَلَى الْقَوْمِ الْكَافِرِينَ

Artinya:

Allah tidak membebani seseorang kecuali sesuai dengan kesanggupannya. Dia mendapat (pahala) dari (kebajikan) yang dikerjakannya dan dia mendapatkan (siksa) dari (kejahatan) yang diperbuatnya. (Mereka berdoa), “Ya Tuhan kami, janganlah Engkau hukum kami jika kami lupa atau melakukan kesalahan. Ya Tuhan kami janganlah Engkau bebani kami dengan beban yang berat sebagaimana Engkau bebani kepada orang-orang sebelum kami, dan rahmatilah kami. Engkaulah pelindung kami, maka tolonglah kami menghadapi orang-orang kafir”.⁷

Ayat di atas menjelaskan bahwa Allah SWT tidak akan memberi cobaan atau membebani umat-Nya melebihi kesanggupannya. Suatu permasalahan pastilah ada pemecahannya.

Krisis dalam kehidupan merupakan bagian dari takdir kehidupan, tetapi hanya terpaku bertawakal kepada Allah SWT tanpa memikirkan akar masalah dan solusinya. Dalam hal ini, maka setiap orang dituntut untuk bersikap bijak dan tepat dalam menghadapi krisis kehidupan, sama halnya dengan krisis yang terjadi pada PT. Pertamina (Persero) Refinery unit IV Cilacap dalam terbakarnya tangki minyak pada awal April 2011 lalu. Jika dikaitkan dengan ayat Al-Qur'an di atas jelas bahwa ini merupakan musibah yang dialami oleh perusahaan dan Allah memberi cobaan tersebut dengan melihat kemampuan perusahaan dalam menanganinya.

Mengantisipasi krisis dapat dilakukan dengan menggunakan perencanaan strategik dan manajemen resiko. Oleh karena itu dalam penelitian ini peneliti akan menggunakan manajemen strategik yang

⁷ *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Bandung, 2009), surat Al-Baqoroh, ayat 286.

ditawarkan oleh Cutlip dkk dalam bukunya *Effective Public Relations*, 2006 : 321 sebagai acuan teori.

3. Manajemen Strategis

Manajemen strategis lebih merepresentasikan pendekatan sistem terbuka terhadap PR. Perencanaan strategis dalam dunia *Public Relations* melibatkan pembuatan keputusan tentang tujuan dan sasaran program, mengidentifikasi masalah, menentukan kebijakan, dan menentukan strategi. (Cutlip dkk, 2006 : 356). Dalam menghadapi suatu krisis dibutuhkan strategi-strategi yang tepat untuk memecahkan masalah. *Public Relations* merupakan bagian proses perubahan dan pemecahan masalah di organisasi maupun di sebuah instansi yang dilakukan secara ilmiah.

Dalam buku yang berjudul *Effective Public Relations*, Cutlip dkk mengatakan bahwa praktisi *Public Relations* menggunakan teori dan bukti terbaik yang ada untuk melakukan proses empat langkah pemecahan *problem*. Diantaranya adalah :

a. Mendefinisikan Problem *Public Relations*

Langkah awal untuk mengidentifikasi suatu masalah dengan cara penyelidikan, pemantauan, opini, sikap, dan perilaku. Dalam tahap awal ini berfungsi untuk menentukan “Apa yang terjadi saat ini?”

b. Perencanaan dan Pemrograman

Langkah selanjutnya yaitu merencanakan atau memrogramkan suatu strategi untuk menangani suatu masalah yang terjadi. Langkah

kedua ini akan menjawab pertanyaan “Apa yang harus kita lakukan atau apa yang harus kita ubah, dan apa yang harus kita katakan?”

c. Mengambil Tindakan dan Berkomunikasi

Selanjutnya yaitu bagaimana mengimplementasikan program aksi dan komunikasi yang dibuat untuk mencapai tujuan spesifik untuk masing-masing publik dalam rangka mencapai tujuan program. Sedangkan pertanyaan untuk langkah ini adalah “Siapa yang harus melakukan dan menyampaikannya, dan kapan, dimana, dan bagaimana caranya?”

d. Mengevaluasi Program

Langkah terakhir dalam tahapan ini adalah melakukan penilaian atas persiapan, implementasi, dan hasil dari program. Program ini akan dilanjutkan atau dihentikan setelah menjawab pertanyaan “Bagaimana keadaan kita sekarang atau seberapa baik langkah yang telah kita lakukan?”.

Bagan 1



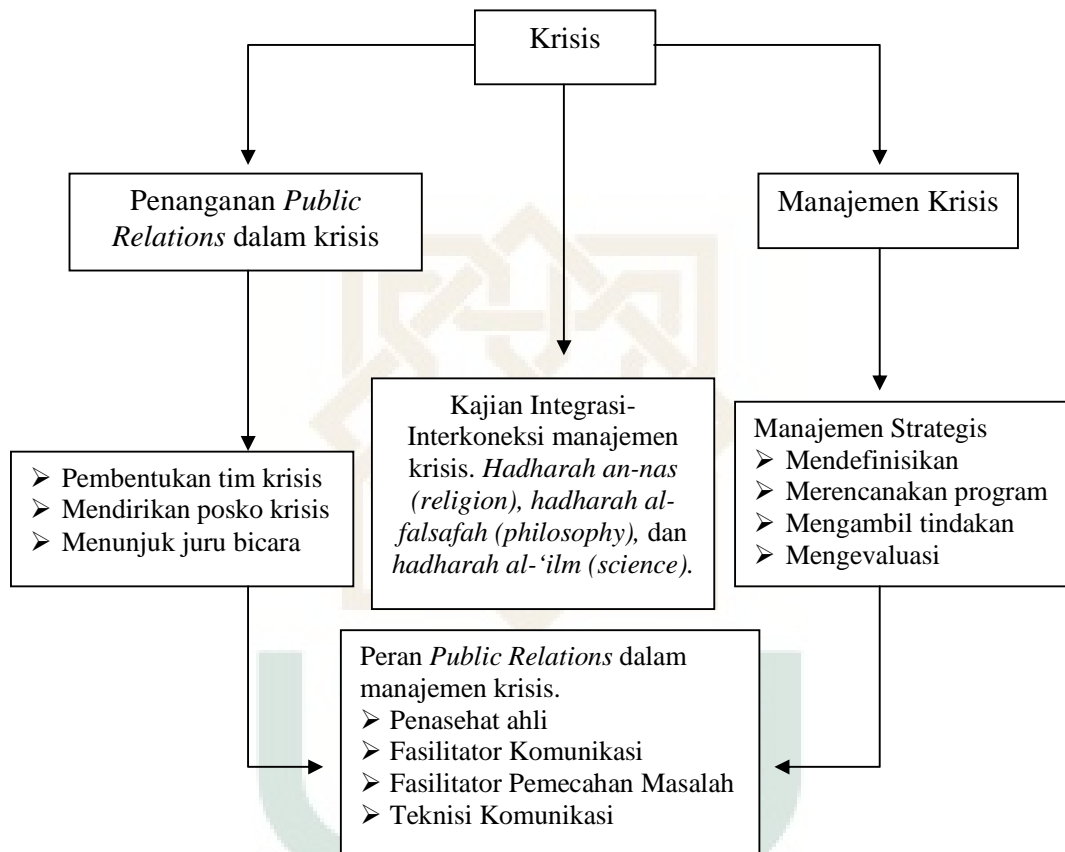
Sumber: Cutlip dkk. 2006. *Effective Public Relations*

Dalam penelitian ini, peneliti akan menggunakan proses PR empat langkah pemecahan problem atau masalah yang ditawarkan oleh Cutlip dkk, peneliti mengimplementasikan teori tersebut terhadap manajemen krisis yang dilakukan oleh PT. Pertamina (Persero) Refinery Unit IV Cilacap. Proses PR empat langkah yaitu dengan mengidentifikasi masalah yang ada, merencanakan dan memprogramkan, mengambil tindakan dan berkomunikasi, dan yang terakhir adalah mengevaluasi program.

F. Kerangka Pemikiran

Bagan 2

Kerangka Pemikiran



Sumber : Olahan Peneliti

Keterangan :

Kerangka pemikiran diatas dibuat untuk membatasi ruang lingkup penelitian, yaitu dengan adanya krisis dalam perusahaan PT. Pertamina (Persero) Refinery Unit IV Cilacap membuat peran *Public Relations* berfungsi sesuai dengan tugasnya, mengidentifikasi peran *Public Relations* dalam manajemen krisis yang dibahas dengan teori manajemen strategis yang

ditawarkan oleh Cutlip dkk dalam bukunya *Effective Public Relations*. Manajemen krisis yang terjadi pada PT. Pertamina (Persero) Refinery Unit IV Cilacap akan di kaji dengan teori Integrasi-Interkoneksi. Dalam makalah Waryani Fajar yang berjudul pendekatan Integrasi-Interkoneksi dalam penelitian menawarkan tiga aspek trialektis fundamental, yaitu aspek religy, aspek philosophy, dan aspek science.

G. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan oleh peneliti dalam melakukan penelitian adalah kualitatif. Penelitian ini merupakan studi deskriptif pada suatu perusahaan. *Qualitative research* (riset kualitatif) merupakan jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang tidak dapat dicapai dengan menggunakan prosedur *statistic* atau cara kuantifikasi lainnya Penelitian deskriptif kualitatif umumnya dilakukan pada penelitian studi kasus. Deskriptif kualitatif studi kasus tidak memiliki ciri seperti air (menyebar di permukaan), tetapi memusatkan diri pada suatu unit tertentu dari berbagai fenomena (Bungin, 2007 : 68)

2. Subjek dan Objek Penelitian

a. Subjek Penelitian

Subjek dari penelitian ini adalah divisi *Public Relations* PT. Pertamina (Persero) Refinery Unit IV Cilacap. Kedepannya peneliti akan mencari data dengan wawancara kepada *Public Relations* atau

pihak manajemen perusahaan tentang peran *Public Relations* dalam manajemen krisis terbakarnya tangki minyak yang dihadapi.

b. Objek Penelitian

Objek penelitiannya adalah peran *Public Relations* dalam manajemen krisis PT. Pertamina (Persero) Refinery Unit IV Cilacap dalam peristiwa terbakarnya tangki minyak tahun 2011.

3. Metode Pengumpulan Data

Metode yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini adalah:

- a. Observasi yaitu pengamatan atau peninjauan lokasi sebelum diadakannya penelitian.
- b. Wawancara mendalam kepada Bapak Tusin Wibowo selaku *officer relations* divisi *Public Relations* PT. Pertamina Refinery unit IV cabang Cilacap, wawancara kepada Bapak Sumardi selaku kepala kelurahan Donan, dan wawancara kepada Bapak Selamat Riyadi selaku bagian keamanan kelurahan Lomanis, Cilacap.
- c. Dokumentasi yaitu mencari data dengan mencari data-data yang terkait dengan penelitian pada dokumentasi, arsip perusahaan.

4. Metode Analisis Data

Dalam penelitian deskriptif ini, metode analisis data yang digunakan adalah analisis model Miles & Huberman menjelaskan dalam dalam buku Metode Penelitian Kualitatif (Moloeng, 2010 : 103) Diantaranya adalah:

a. Pengumpulan Data

Data dikumpulkan berdasarkan teknik pengumpulan data yang meliputi observasi, wawancara, mencatat dokumen dan studi pustaka.

b. Reduksi Data

Merupakan proses seleksi atau pemilihan data, menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu dan mengorganisasikan data dengan cara sedemikian rupa hingga kesimpulan dan verifikasi.

c. Penyajian Data

Dalam penyajian data ini seluruh data di lapangan yang berupa hasil wawancara dan dokumentasi akan dianalisis sesuai dengan teori yang telah dipaparkan sebelumnya.

d. Penarikan Kesimpulan

Kesimpulan merupakan hal penting sebagai upaya untuk melakukan justifikasi temuan peneliti. Justifikasi dilakukan dengan cara menarik hubungan dari latar belakang permasalahan dan tujuan penelitian untuk mencari jawaban hasil penelitian yang selanjutnya dianalisis. Dengan demikian, kesimpulan merupakan penegasan dari temuan penelitian yang telah dianalisis.

5. Metode Keabsahan Data

Metode yang digunakan dalam penelitian ini untuk memeriksa keabsahan data adalah dengan Triangulasi Data yang merupakan hal-hal yang berkenaan dengan penelitian yang menggunakan beragam sumber

data, seperti: mengumpulkan data dari kelompok, lokasi atau latar, atau waktu yang berbeda-beda sesuai dengan fakta autentik yang ada di lapangan.

Teknik triangulasi dengan sumber data, Patton beranggapan bahwa fakta tertentu dapat diperiksa derajat kepercayaannya dengan satu atau lebih teori yang disebutnya dengan penjelasan pembanding (Moloeng, 2010 : 178-179). Dalam konteks penelitian ini, uji validitas data yang digunakan adalah triangulasi sumber data, peneliti meminta pertimbangan pihak lain atas isu yang sedang diteliti. Adapun metode triangulasi yang digunakan adalah dengan memprioritaskan metode triangulasi dengan sumber yakni membandingkan data yang didapatkan oleh peneliti melalui sumber lain seperti media massa dan dokumen yang didapatkan oleh peneliti melalui observasi dan hasil wawancara dengan sumber yang berasal dari manajemen perusahaan PT. Pertamina (Persero) Refinery Unit IV Cilacap.

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Peran *Public Relations* dalam manajemen krisis PT. Pertamina (Persero) Refinery Unit IV Cilacap dalam peristiwa terbakarnya tangki minyak tahun 2011 yaitu: *Public Relations* dapat menyelesaikan kasus kebakaran tangki minyak pada 2011 yang lalu dengan baik, sesuai dengan Tata Kelola Organisasi (TKO) perusahaan. Dari penjelasan dalam bab pembahasan, dapat disimpulkan bahwa peran *Public Relations* yaitu sebagai penasehat ahli, fasilitator komunikasi, fasilitator pemecahan masalah, dan teknisi komunikasi memiliki peranan penting dalam manajemen krisis pada PT. Pertamina (Persero) Refinery Unit IV Cilacap dalam peristiwa terbakarnya tangki minyak pada tahun 2011. Hal ini dapat dijelaskan baik secara teori maupun secara teknis sebagai berikut:

1. Penasehat Ahli

Penasehat ahli dalam peran *Public Relations* merupakan sebagai *solving problem* dan sebagai penasehat dalam manajemen krisis yang terjadi pada PT. Pertamina (Persero) Refinery Unit IV Cilacap pada peristiwa terbakarnya tangki minyak pada tahun 2011 adalah berperan sebagai penasehat ahli yaitu menjadi pemimpin atau komando komunikasi yang dilakukan oleh perusahaan dengan menjadi mediator dalam rundingan antara perusahaan dengan masyarakat.

2. Fasilitator Komunikasi

Dalam peran *Public Relations* sebagai fasilitator komunikasi, peran *Public Relations* dalam manajemen krisis PT. Pertamina (Persero) Refinery Unit IV Cilacap dalam peristiwa terbakarnya tangki minyak pada tahun 2011 adalah sebagai mediator komunikasi antara perusahaan dengan publik internal dan publik eksternal, hal ini ditujukan dengan tujuan agar terjadi komunikasi timbal balik antara perusahaan dengan masyarakat sehingga akan menciptakan hubungan yang saling pengertian, menghargai, mendukung, dan adanya toleransi.

3. Fasilitator Proses Pemecahan Masalah

Fasilitator pemecahan masalah berperan sebagai pembantu pimpinan perusahaan dalam pemecahan masalah, yakni krisis yang terjadi akibat terbakarnya tangki minyak pada tahun 2011. Peran *Public Relations* sebagai fasilitator pemecahan masalah yaitu dengan cara mengevakuasi warga, memberi bantuan kepada warga, dan mengadakan pertemuan antara perusahaan dengan masyarakat guna membahas tuntutan-tuntutan masyarakat terkait krisis.

4. Teknisi Komunikasi

Peran *Public Relations* yang terakhir adalah sebagai teknisi komunikasi atau *method of communication in organization*. Dalam hal ini *Public Relations* bertugas untuk mempublikasikan kegiatan yang dilakukan melalui media internet internal yaitu SIMOPS. Adapun untuk

publik eksternal, *Public Relations* membuat *press release*, *leaflet*, *newsletter* dan mempublikasikannya.

Peran *Public Relations* menyelesaikan kasus kebakaran tangki minyak pada 2011 dengan baik, yaitu dengan cara bekerjasama dengan divisi lain seperti *Procurement*, Keuangan, dan HSE (*Health, Safety, Environment*) yang dibentuk menjadi Tim Krisis. Peran *Public Relations* memberikan informasi terkait kasus yang terjadi kepada masyarakat dan media sesuai dengan kenyataan yang ada.

Peran *Public Relations* bertanggung jawab atas tuntutan masyarakat dengan membuat kegiatan sosial yang dikemas dalam bentuk program CSR, yaitu pengajian akbar, pengobatan gratis, dan membantu perbaikan sarana dan prasarana masyarakat. Peran *Public Relations* sudah bertugas sesuai dengan peran dan fungsinya secara baik, mulai dari penasehat ahli, fasilitator komunikasi, fasilitator pemecahan masalah, dan teknisi komunikasi.

B. Saran

1. Perusahaan hendaknya melakukan koordinasi dengan masyarakat secara intens dengan cara melakukan komunikasi dalam forum secara rutin, agar masyarakat lebih simpati ketika perusahaan mengalami krisis dan cenderung berpihak kepada perusahaan.
2. Program-program CSR yang dilakukan paska krisis seperti pengobatan gratis, pengajian akbar, dan membantu perbaikan sarana prasarana

masyarakat hendaknya dilakukan secara berkelanjutan, tidak hanya saat krisis terjadi. Program CSR yang berkelanjutan bertujuan untuk menciptakan kehidupan masyarakat yang lebih mandiri dan sejahtera.

3. Tata Kelola Organisasi (TKO) perusahaan dalam mengatasi krisis sebaiknya diperbaharui setiap tahunnya, hal ini bertujuan agar perusahaan mempersiapkan dengan matang dalam menghadapi suatu krisis.



DAFTAR PUSTAKA

- Al-Qur'an dan Terjemahannya*. 2009. Diterjemahkan oleh Lajnah Pentashih Mushaf Al-Qur'an Departemen Agama Republik Indonesia. Bandung: Syaamil Al-Qur'an.
- Abdullah, M. Amin. 2006. *Islamic Studies di Perguruan Tinggi: Paradigma Integratif-Interkonektif*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Afdhal, Ahmad Fuad, 2004, *Tips dan Trik Pubic Relations*, Grasindo, Jakarta.
- Al Kandhalawi, M. Mohammad Yusuf. 2007. *Kitab Ta'lim Muntakhab Ahadits Firman Allah & Hadits-Hadist Pilihan Mengenai Sifat-Sifat Mulia Para Sahabat Nabi saw (alih bahasa: Musthafa Sayani)*. Bandung: Pustaka Ramadhan.
- Bungin, M Burhan. 2007. *Penelitian Kualitatif (Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik dan Ilmu Sosial lainnya)*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Cutlip, Scott M. Allen H. Center & Glen M. Broom, 2006, *Effective Public Relations. Alih Bahasa: Tri Wibowo*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Jekfins, Frank. 1998. *Public Relations (Disempurnakan oleh Daniel Yadin)*. Jakarta: Erlangga.
- Kasali, Rhenald. 2002. *Manajemen Public Relations: Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta: Grafiti
- Littlejohn, W. Stephen, Karen A. Foss. 2009. *Teori Komunikasi Edisi 9 (alih bahasa: Mohammad Yusuf Hamdan)*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Morissan. 2008, *Manajemen Public Relations*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Moloeng, Lexy J. 2010. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nova, Firsan, 2009, *Crisis Public Relations*, Gramedia Widiasarana Indonesia, Jakarta.
- Prayudi, 1998, *Strategi Komunikasi Organisasi dalam Menghadapi Krisis*, FISIP UPN "Veteran" Yogyakarta.

Rakhmat, Jalaludin, 1984, *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: Remaja Karya,

Ruslan, Rosady, 2003, *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*. Jakarta: Grafindo.

Quthb, Sayyid, 2001, *Tafsir Fi Zhilalil Qur'an*. Jakarta: Gema Insani.

Makalah

Waryani, F. 2012. *Pendekatan Integrasi-Interkoneksi Dalam Penelitian (Menawarkan Metode “SAH” Dalam Penulisan Skripsi, Tesis dan Disertasi)*. Yogyakarta: [t.p].

Sumber Skripsi:

Ambarwati, Kirana. “*Peran dan Strategi Public Relations dalam Membangun Citra (Studi Deskriptif pada PT. (Persero) Angkasa Pura I Kantor Cabang Bandar Udara Internasional Adisutjipto*”. Skripsi. Fakultas ISOSHUM. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Soedjono, Agus. 2010. “*Peran Humas PT. Merpati Nusantara Airlines dalam Menjalankan Media Relations (Studi Kasus Humas dalam Menghadapi Krisis)*”. Skripsi. Fakultas FISIP. Universitas Indonesia.

Surya, Diana. 2010. “*Peran Humas PT. Pertamina (Persero) BBM Retail Region IV dalam Menyelesaikan Kasus Kecelakaan Gas Elpiji 3 kg yang Terjadi di Wilayah Jateng & DIY*”. Skripsi. Fakultas FISIP. Universitas Diponegoro Semarang.

Dokumentasi:

Officer Data & Media PT. Pertamina (Persero) Refinery Unit IV Cilacap

Leaflet PT. Pertamina (Persero) Refinery Unit IV Cilacap.

Majalah:

Majalah Internal. *Pertamina Media Lugas dan Informatif*. Edisi 11 April 2011

Sumber Internet:

<http://pertamina.com>

<http://pertamina-up4.co.id>

<http://tribunnews.com>

<http://news.detik.com>

<http://membumikanlangit.blogspot.com/2009/05/review-ajining-diri-soko-lathi-ajining.html>.



Transkrip Wawancara

Nama Narasumber : Bapak Tusin Wibowo

Jabatan : *Officer Relations*

Waktu Wawancara : 09.00 WIB

Lokasi : Kantor *Public Relations* PT. Pertamina (Persero) Refinery

Unit IV Cilacap

Suasana : Santai, pewawancara duduk berhadapan dengan narasumber

Wawancara dengan *Officer Relations* :

1. Menurut Pak Bowo PR di Pertamina itu seperti apa?

Pertamina adalah perusahaan yang ditugaskan oleh pemerintah untuk mengolah minyak mentah menjadi BBM, pemerintah difokuskan untuk kebutuhan BBM masyarakat jadi bukan untuk mencari profit.

2. Menurut Bapak, Manajemen Krisis itu bagaimana?

Manajemen krisis itu adalah cara mengatasi situasi krisis yang terjadi di masyarakat dan perusahaan, bagaimana cara *Public Relations* dalam menghadapi krisis, mulai dari awal sampai hal evaluasi dalam menangani krisis, lalu juga membentuk tim dan bagaimana cara mengcover para wartawan.

3. Bagaimana manajemen krisis PT. Pertamina (Persero) Refinery Unit IV Cilacap dalam menghadapi krisis terbakarnya tangki minyak 2011 lalu?

Saat itu kami membentuk tim untuk mengatasi krisis ini lalu juga kami membuat crisis center dan posko di kantor. Kami membentuk tim tidak asal membentuk, namun perusahaan mempunyai Standar Operational Prosedur (SOP) untuk membentuk tim. Jadi awalnya kami membentuk tim yang terdiri dari *Public Relations, procurement*, keuangan, HSE (*Health, Safety, Environment*). lalu mengevakuasi warga sekitar ya karena warga merasa panik dan takut yang berlebihan, dalam pengevakuasian kami dibantu oleh aparat keamanan daerah, Polisi, dan Pemerintah. Setelah itu dari tim kami menganalisa dan mencari penyebab terbakarnya tangki itu kenapa, karena pada saat itu pertama muncul adalah percikan api lalu ledakan dan terjadi kebakaran, namun sampai saat ini belum diketahui pastinya penyebab kebakaran kenapa, mungkin karena ada kerusakan alat, atau kelalaian pekerja.

4. Peranan PR dalam manajemen krisis di PT. Pertamina (Persero) Refinery Unit IV Cilacap selama ini seperti apa Pak?

Peran PR sendiri cukup andil dalam menyelesaikan kasus ini, karena semua yang megang atau sebagai komando adalah dari *Public Relations*, walaupun hal ini kami dibantu oleh tim dan pemerintah, namun kami menjadi fasilitator dalam kasus ini.

5. Sesuai dengan dari apa yang saya baca di buku mengenai Peranan PR, peranan PR itu ada 4 yaitu sebagai penasehat ahli, fasilitator komunikasi, fasilitator pemecahan masalah, dan teknisi komunikasi. Menurut Bapak bagaimana peranan PR di Pertamina secara

keseluruhan, apakah sudah mencakup dari ke 4 peranan yg ada di buku?

Iya saya kira cukup mencakup keseluruhan, karena kami disini adalah tim bukan individu, jadi kami menjadi penasehat, fasilitator komunikasi, pemecahan masalah, dan teknisi komunikasi dalam kasus ini, khususnya peran kami dalam kasus ini kepada masyarakat. Namun ya ada beberapa hal yang tidak sempurna, setiap individu itu kan berbeda-beda, tapi ya kita selalu memaksimalkan semuanya.

6. Untuk masalah krisis yang terjadi saat terbakarnya tangki minyak 2011 lalu, peran PR apa yang dilakukan oleh Pertamina Pak?

Dalam krisis itu kami membentuk tim, dan melakukan survey terhadap masyarakat di pengungsian, dan menjadi fasilitator atau komando ya ini gimana, dan itu gimana itu semua oleh *Public Relations*, kami dipilih oleh tim untuk menjadi juru bicara dalam segala informasi yang ada terkait kasus ini, namun karena ini merupakan masalah yang kompleks dalam artian masalah nasional maka semua dikendalikan oleh Pertamina pusat.

7. Bagaimana awal terjadinya kebakaran tangki?

Pada saat itu pagi-pagi sekitar pukul 04.30 WIB ya, tiba-tiba ada percikan api, dan langsung ledakan keras sekali langsung api besar itu muncul, sat itu kan kantor sepi selain karena pagi hari juga hari sabtu kantor libur, tapi ya kantor tetap masuk walau sebagian karyawan ada yang takut, karena kan hawa yang panas, dan suara yang bergumuruh, ditakutkan kalau ada

apa-apa. Namun kami tetap masuk kantor ya untuk menyelesaikan kasus ini.

8. Penyebab kebakaran apa?

Sampai sekarang masih belum diketahui pastinya penyebab kebakaran kenapa, mungkin karena ada kerusakan pada alat atau kelalain pekerja. Namun kami sudah dibantu pihak polisi untuk mengetahui penyebab kebakaran ini kenapa.

9. Berapa tangki yang terbakar? Dan apa isi tangki yang terbakar?

Pertama itu cuma satu tangki, tapi hari berikutnya tangki sebelahnya, dan kemudian disusul tangki berikutnya, jadi proses kebakarannya itu bertahap bukan serentak begitu. Isi tangki itu adalah NAPHTA dan HOMC (*High Octane Mogas Component*) yang merupakan bahan mentah dan rencana akan dibuat pertamax.

10. Saat kejadian apa yang dilakukan pertama kali oleh PR?

Menghubungi pemerintah dan meminta bantuan dalam pengevakasian masyarakat sekitar perusahaan khususnya masyarakat yang ada Ring I dan Ring II yaitu masyarakat Donan, dan Lomanis. Setelah itu kami membentuk tim dan mendirikan *crisis center* atau posko.

11. Bagaimana cara memberikan informasi terkait kebakaran terhadap media dan masyarakat?

Kami hanya melakukan Press Release dan Konferensi Pers. Konferensi pers dilakukan dua kali yaitu saat kejadian kebaran berlangsung dan pasca kebakaran, setelah api padam. waktu konferensi pers juga langsung

dipimpin oleh Direktur Utama PT. Pertamina (Persero), Ibu Karen Agustawan dan di dampingi General Manager PT. Pertamina (Persero) Refinery Unit IV Cilacap.

12. Strategi apa yang dilakukan oleh PR dalam menghadapi krisis?

Strateginya ya itu pertama kami langsung menganalisa penyebab kasus ini apa, lalu membentuk tim dan posko, mengevakuasi masyarakat, menghubungi pemerintah, dan pastinya memberi informasi yang terjadi kepada Pertamina pusat.

13. Dalam buku yang saya pelajari ada Manajemen Strategis untuk menghadapi suatu krisis, diantaranya ada mengidentifikasi problem, program dan perencanaan, ambil tindakan dan berkomunikasi, dan evaluasi. Bagaimana pihak *Public Relations* PT. Pertamina (Persero) Refinery Unit IV Cilacap dalam mengaplikasikan manajemen strategis tersebut?

Iya semua itu sudah kami lakukan, yaitu mengidentifikasi krisis itu kenapa penyebab kebakaran, kemudian kami membuat tim dan posko krisis, dan mengamalkan tindakan dengan mengevakuasi masyarakat untuk kita ungsikan dan memberi kebutuhan konsumsi masyarakat, membuat dapur umum untuk masyarakat dan diadakan rundingan antara perusahaan dan masyarakat, nah di dalam rundingan ini masyarakat menyampaikan tuntutan-tuntutan kepada kami, ya rundingan ini cukup alot ya karena masyarakat waktu itu meminta tuntutan selama pengungsian masyarakat meminta uang Rp. 50.000,- /hari dengan alasan karena selama

pengungsian masyarakat tidak bekerja, namun kami belum menerima tuntutan itu karena belum ada dalam undang-undang dan aturan kami. Namun kami memberi kompensasi berupa kegiatan sosial dengan mengadakan pengobatan gratis, pengajian akbar dan membantu perbaikan sarana prasarana. Pertemuan tidak dilakukan sekali saja, kita mengadakan pertemuan rutin untuk menemukan kesepakatan bersama, dan selanjutnya adalah evaluasi.

14. Apa tindakan PR dalam mengembalikan citra perusahaan paska krisis Pak? Dan untuk apa pencitraan dilakukan oleh perusahaan?

Tindakan kami ya itu dengan cara peduli dan bertanggung jawab dalam kasus ini kepada masyarakat dengan mengunjungi masyarakat di pengungsian, menyediakan kebutuhan makanan, dan tentunya kami membuat program CSR paska kebakaran yang terjadi, salah satunya adalah karena tuntutan masyarakat juga, yaitu dengan diadakan pengajian, pengobatan gratis, dan pembuatan sarana prasana. Hal ini ditujukan untuk rasa peduli dan tanggungjawab perusahaan kepada masyarakat. Karena kami sadar bahwa perusahaan mengalami krisis maka kami melakukan perbaikan, pembenahan, dan meningkatkan kualitas diri dan perusahaan dengan memberikan informasi kepada publik tentang perusahaan dengan kejujuran dan apa adanya, sehingga menciptakan citra yang positif.

15. Menurut Bapak bagaimana seorang PR ketika menghadapi suatu krisis?

Seorang Public Relations itu harus tanggap dan cekatan dalam segala hal, apalagi dalam situasi krisis. PR harus mampu dalam penyelesaian krisis dan tidak langsung menentukan satu pihak, namun harus ada rundingan terlebih dahulu.

16. Dengan terjadinya krisis seperti itu sudah pasti mengancam citra perusahaan, menurut Bapak citra perusahaan Pertamina seperti apa?

Keseluruhan citra perusahaan sudah bagus

17. Dari kejadian krisis seperti itu ada dampak positif dan negatif yang berpengaruh terhadap citra Pertamina?

Dampak positifnya kami bertanggung jawab kepada masyarakat dan memenuhi kebutuhan makanan selama pengungsian, untuk negatifnya mungkin ada beberapa tuntutan masyarakat yang belum bisa kami realisasikan.

18. Sebagai PR apa pelajaran yang di ambil ketika menghadapi krisis?

Cepat tanggap, rasa bertanggung jawab dan menyampaikan apa yang ada kepada masyarakat

19. Apakah citra Pertamina kini telah pulih setelah kejadian krisis beberapa tahun yang lalu atau bahkan mengalami penurunan citra?

Citra Pertamina sudah memulih dan cukup baik karena kami selalu melakukan program CSR untuk kepedulian kami kepada masyarakat, dengan adanya program CSR itu citra Pertamina semakin baik.

20. Apakah dengan terjadinya krisis terbakarnya kilang itu berpengaruh terhadap citra atau reputasi Pertamina atau tidak?

Tentunya berpengaruh, masyarakat menjadi takut dan khawatir akibat kebakaran yang terjadi, pandangan masyarakat terhadap perusahaan menjadi negatif, namun karena kami bertanggung jawab dan peduli citra tersebut akan kami perbaiki sampai masyarakat menerimanya, seperti sekarang ini paska kejadian kebakaran 2011 lalu, citra perusahaan semakin baik di masyarakat.



Transkrip Wawancara

Nama Narasumber : Bapak Sumardi
Pekerjaan : Kepala Kelurahan Donan
Waktu wawancara : 06 Januari 2014
Lokasi : Kantor Kelurahan Donan
Suasana : Santai, pewawancara duduk berhadapan dengan informan

1. Bagaimana tanggapan bapak mengenai terbakarnya tangki minyak yang terjadi pada tahun 2011 lalu?

Ya sempat kaget dan takut, tapi ya kami merasa wajar ya kalau perusahaan itu mengalami musibah.

2. Tindakan apa yang dilakukan oleh warga dengan adanya krisis ini?

Takut, cemas, dan khawatir itu yang dirasakan oleh warga, saat kebakaran terjadi warga sini langsung dievakuasi untuk diungsikan oleh Pertamina ya dan dibantu oleh pemerintah. Titik pengungsian ada di beberapa tempat, ada di Polres, Masjid Agung, Pendopo Kelurahan, dan Pendopo Kabupaten.

3. Ada perbedaan gak pak sebelum dan sesudah kejadian terbakarnya tangki minyak 2011 lalu?

Ya sebelumnya masyarakat yang tidak tahu kebakaran itu menjadi takut, tapi ya kami menyadari karena kami tinggal di daerah yang dekat dengan perusahaan.

4. Lalu bagaimana tindakan pihak PT. Pertamina (Persero) Refinery Unit IV Cilacap kepada masyarakat ketika kebakaran itu berlangsung Pak?

Mengevakuasi warga, dan memberi kebutuhan makanan. Selain itu juga diadakan pertemuan antara perusahaan dan tokoh masyarakat dan diadakan rundingan-rundingan.

5. Apakah PT. Pertamina (Persero) Refinery Unit IV Cilacap memberi perlindungan kepada masyarakat sekitar kilang Pak?

Iya memberikan perlindungan dengan mengevakuasi warga untuk diunguikan dan menurut saya Pertamina sudah bertanggung jawab dalam kecelakaan ini.

6. Menurut bapak bagaimana citra PT. Pertamina (Persero) Refinery Unit IV Cilacap setelah kejadian terbakarnya tangki minyak 2011 lalu?

Baik, karena Pertamina kan punya program CSR itu ya, dan itu sangat bermanfaat untuk warga.

7. Menurut bapak apakah *public relations* PT. Pertamina (Persero) Refinery Unit IV Cilacap berhasil dalam menangani krisis tersebut?

Cukup berhasil

8. Menurut bapak apakah *public relations* PT. Pertamina (Persero) Refinery Unit IV Cilacap berhasil dalam mempertahankan citra perusahaan?

Kalau mempertahankan citra ya sudah berhasil karena faktor CSR yang dilakukan oleh Pertamina untuk masyarakat Donan khususnya.



Transkrip Wawancara

Nama Narasumber : Bapak Selamat Riyadi
Pekerjaan : Bagian Keamanan Kelurahan Lomanis
Waktu wawancara : 06 Januari 2014
Lokasi : Kantor Kelurahan Lomanis
Suasana : Santai, pewawancara duduk berhadapan dengan informan

1. Bagaimana tanggapan bapak mengenai terbakarnya tangki minyak yang terjadi pada tahun 2011 lalu?

Kebakaran 2011 lalu itu ya kecelakaan perusahaan ya, dan masyarakat saat itu keluar rumah semua karena mendengar ledakan yang keras sampai masyarakat takut dan diungsikan

2. Tindakan apa yang dilakukan oleh warga dengan adanya krisis ini?

Keluar rumah dan menunggu evakuasi oleh Pertamina

3. Ada perbedaan gak pak sebelum dan sesudah kejadian terbakarnya tangki minyak 2011 lalu?

Perbedaannya ya sebelumnya masyarakat menjalankan aktivitas seperti biasa, sesudahnya ya masyarakat jadi nggak bisa kerja karena masih di pengungsian.

4. Lalu bagaimana tindakan pihak PT. Pertamina (Persero) Refinery Unit IV Cilacap kepada masyarakat ketika kebakaran itu berlangsung Pak?

Megevakuasi masyarakat untuk diungsikan ke tempat pengungsian yang ada di Masjid agung, Polres, dan Pendopo Kabupaten.

5. Apakah PT. Pertamina (Persero) Refinery Unit IV Cilacap memberi perlindungan kepada masyarakat sekitar kilang Pak?

Cukup memberi, karena saat itu kan ada rundingan antara masyarakat dan Pertamina, ada beberapa tuntutan masyarakat yang tidak dipenuhi oleh Pertamina, seperti sebagian masyarakat meminta ganti rugi Rp. 50.000,- /hari selama pengungsian, ini karena sebagai ganti masyarakat yang tidak bekerja selama pengungsian.

6. Menurut bapak bagaimana citra PT. Pertamina (Persero) Refinery Unit IV Cilacap setelah kejadian terbakarnya tangki minyak 2011 lalu?

Cukup baik, karena Pertamina sudah bertanggung jawab dengan memberi makan pengungsi dan pengobatan gratis, namun kalau bisa pengobatan gratis kan program CSR ya dilakukan terus menerus dan berkelanjutan tidak hanya saat krisis terjadi. Kejadian kebakaran itu juga mempengaruhi proper dari Badan Lingkungan Hidup, setelah kejadian kami langsung dapat proper emas.

7. Menurut bapak apakah *public relations* PT. Pertamina (Persero) Refinery Unit IV Cilacap berhasil dalam menangani krisis tersebut?

Ya cukup berhasil, karena api itu bisa padam sampai masyarakat di pulangkan ke rumah itu sekitar semingguan.

8. Menurut bapak apakah *public relations* PT. Pertamina (Persero) Refinery Unit IV Cilacap berhasil dalam mempertahankan citra perusahaan?

Cukup berhasil



SURAT KETERANGAN

No. 314 /K13030/2013-S8

Yang bertanda tangan di bawah ini, HR Area Manager PT PERTAMINA (PERSERO) RU IV CILACAP menerangkan bahwa mahasiswa dengan data sebagai berikut :

Nama : Merlyina Yoga Pradhani Rochminta
Nrp/Nim : 10730057
Jurusan / Program Studi : Ilmu Komunikasi
Universitas : Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga

Telah melaksanakan Kerja Praktek pada tanggal 1 November s.d. 11 Desember 2013, dan menyusun Laporan dengan judul :

“AKTIVITAS PUBLIC RELATIONS DI PT PERTAMINA (PERSERO) RU IV CILACAP”

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Cilacap, 11 Desember 2013

PT Pertamina (Persero) RU IV Cilacap
Pjs. HR Area Manager.


Mustafa


MERTYLINA YOGA PRADHANI ROCHMINTA
Jl. Bimasakti GK 1 no 403 RT 22/7 Sapen, Yogyakarta
Email : pradhaniy@yahoo.com
Telp/hp : 081 903 703 429/085 329 428 191

CURRICULUM VITAE



Personal Detail

- Full Name : Mertylina Yoga Pradhani Rochminta
- Nick Name : Dhani
- Place and Date of Birth : Blora, 29 Maret 1991
- Age : 22
- Sex : Female
- Marital Status : Single
- Nationality : Indonesian
- Religion : Moslem
- Hobby : Reading Books, Travelling, Sports, Watching Movies

Formal Education

- | School | Place | |
|----------------------|--|-------------|
| • University | : Faculty Of Social and Humaniora, Science Of Communication (Public Relations) | (2010-2014) |
| • Senior High School | : Boarding School Darussalam Gontor For Girl | (2006-2009) |
| • Junior High School | : Boarding School Darussalam Gontor For Girl | (2003-2006) |
| • Elementary School | : SDN 03 Mendenrejo, Blora | (1997-2003) |

MERTYLINA YOGA PRADHANI ROCHMINTA
Jl. Bimasakti GK 1 no 403 RT 22/7 Sapen, Yogyakarta
Email : pradhaniy@yahoo.com
Telp/hp : 081 903 703 429/085 329 428 191

Informal Education

- English Course at Ninik's Private (2000-2003)
- Training Information and Communication Technology (2010)
- Advance Lecture Base of Scout
- Table Manner Course by Rich Sahid Hotel
- Training of Language Skill (2008)

Working Experience

- Internship at PT. Pertamina (Persero) Refinery Unit IV Cilacap, Public Relations Section.
- Private teaching conversation lesson

Other Activities

Organizational Experience

- Public Relations of Perhumas Muda Yogyakarta
- Public Relations of Indonesian Young Sociopreneurs Yogyakarta
- Gemanik Public Relations Consultant in the course of Cyber PR
- Gendhis Event Organizer in the course of Event Management
- Head of division at Gathering of Jogja PR Days 2013
- student organization of modern boarding school Darussalam

achievement

- 30 finalists Putra-Putri Muslim Yogyakarta 2012
- Finalists contest fashion show Fakultas Dakwah
- Finalists contest fashion show Kompas Muda Semarang
- Finalist Zoya Model Search
- 2nd debate competition Arabic
- 2nd Arabic speech contest

MERTYLINA YOGA PRADHANI ROCHMINTA
Jl. Bimasakti GK 1 no 403 RT 22/7 Sapen, Yogyakarta
Email : pradhaniy@yahoo.com
Telp/hp : 081 903 703 429/085 329 428 191

Technical Skill and Capabilities

Technical Skills

- Computer Skill : Good at using Ms. Office, Excel For Windows, iMac, Minitab
- Language Skill : English (oral and written)
Arabic (oral and written)

