

SKRIPSI

**MANAJEMEN KOMUNIKASI KRISIS DIVISI KOMUNIKASI
PT. PERTAMINA (PERSERO) JAKARTA PADA KASUS KELANGKAAN
BBM NASIONAL PERIODE MEI – JULI 2005**



Disusun oleh :

Anthonius Dari Padua Rumung Lela

NPM: 02 09 01923 / Kom

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

2008

HALAMAN PERSETUJUAN

**MANAJEMEN KOMUNIKASI KRISIS DIVISI KOMUNIKASI
PT. PERTAMINA (PERSERO) JAKARTA PADA KASUS KELANGKAAN
BBM NASIONAL PERIODE MEI – JULI 2005**

SKRIPSI

Disusun Oleh:

Anthonius Dari Padua Rumung Lela

NPM: 02 09 01923 / Kom

Disetujui Oleh:

Dosen Pembimbing

Drs. Setio Budi HH. M.Si

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
2008**

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Manajemen Komunikasi Krisis Divisi Komunikasi PT. Pertamina
(Persero) Jakarta Pada Kasus Kelangkaan BBM Nasional Periode
Mei – Juli 2005

Penyusun : Anthonius Dari Padua Rumung Lela

NPM : 02 09 01923 / Kom

Telah diuji dan dipertahankan pada sidang ujian skripsi yang diselenggarakan
pada :

Hari / Tanggal : Jumat, 28 November 2008

Pukul : 12.30 WIB

Tempat : Ruang Ujian

TIM PENGUJI :

Prof. Andre A. Hardjana Ph.d

.....

Penguji Utama

Drs. Setio Budi HH. M.Si

.....

Penguji I

Dr. Yudi Perhawaningsih M.Si

.....

Penguji II

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Saya yang bertanda tangan di bawah ini,

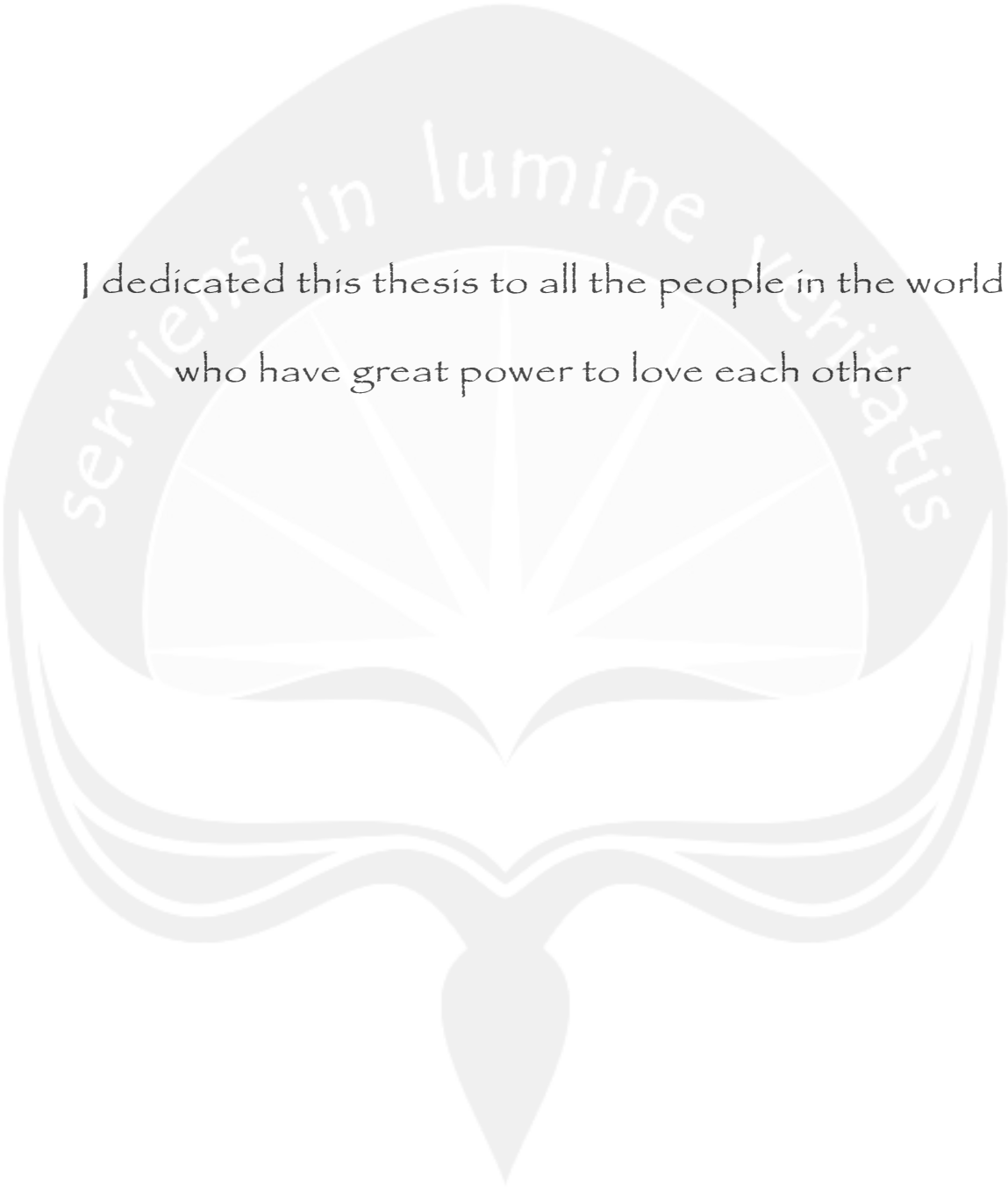
Nama : Anthonius Dari Padua Rumung Lela
Nomor Mahasiswa : 02 09 01923
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Karya Tulis : Manajemen Komunikasi Krisis Divisi Komunikasi PT.
Pertamina (Persero) Jakarta Pada Kasus Kelangkaan BBM
Nasional Periode Mei – Juli 2005

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya tulis tugas akhir ini benar-benar saya kerjakan sendiri. Karya tulis tugas akhir ini bukan merupakan *plagiarisme*, pencurian hasil karya milik orang lain, hasil kerja orang lain untuk kepentingan saya karena hubungan material dan non material, ataupun segala kemungkinan lain yang pada hakikatnya bukan merupakan karya tulis tugas akhir saya secara *orisinil* dan *otentik*. Bila dikemudian hari diduga kuat ada ketidaksesuaian antara fakta dengan pernyataan ini, saya bersedia di proses oleh tim Fakultas yang dibentuk untuk melakukan *verifikasi*, dengan sanksi berupa pembatalan kelulusan / keserjanaan. Pernyataan ini saya buat dengan kesadaran sendiri dan tidak atas tekanan ataupun paksaan dari pihak manapun demi menegakkan integritas akademik di institusi ini.

Yogyakarta, 18 November 2008

Anthonius Dari Padua Rumung Lela

02 09 01923 / Kom



I dedicated this thesis to all the people in the world
who have great power to love each other

Aku berkata kepadamu, apa saja yang kamu minta dan doakan, percayalah
bahwa kamu telah menerimanya. Maka, hal itu akan diberikan kepadamu
(Markus 11:24)

Andai aku dapat memohon agar hidupku sempurna..
Kemungkinan ini sangat menggiurkan. Tapi aku akan merasa hampa,
karena hidup tak lagi mengajarku apapun
(Allyson Jones)

Be thankful for the difficult times
during those times you grow
Be thankful for your limitations
because they gave you opportunities for improvement
Be thankful for each new challenge
because it will build you strenght and character
Be thankful for your mistakes
they will teach you valuable lessons
(pravsworld.com)

KATA PENGANTAR

Puji syukur, penulis haturkan ke hadirat Tritunggal Maha Kudus dan Bunda Maria yang setia menuntun dan membimbing penulis dari awal hingga akhir penulisan skripsi ini. Kasih dan penyertaan-Mu yang tulus dan tiada batas itulah yang menjadi kekuatan bagiku untuk terus melangkah, walau terpaan badai dan gelombang rintangan terus menghalau, memperlambat, dan bahkan menghentikan langkahku. Segala cobaan dan aral yang menyertai prose penulisan skripsi ini semakin memperkuat keyakinanku bahwa Engkau sungguh mencintaiku. Pada akhirnya, Engkau sendirilah yang menyadarkanku bahwa rencana-Mu pasti indah pada waktunya.

Selama proses penulisan skripsi banyak pelajaran yang penulis peroleh, baik yang berhubungan dengan substansi penelitian maupun yang berupa petuah-petuah, pola pikir, sikap, dan mentalitas hidup. Kesemuanya itu sungguh merupakan pelajaran dan pengalaman berharga bagi kehidupan penulis di masa mendatang. Lika-liku dan dinamika dalam proses penulisan skripsi ini juga secara langsung mengajarkan banyak hal mengenai ketekunan, kesabaran, harapan, dan doa, yang secara rohaniyah membawa penulis untuk semakin dekat dengan Yang Maha Kuasa.

Akhirnya, dengan segenap kemampuan penulis serta dukungan dan doa dari keluarga, sahabat dan kerabat, skripsi yang berjudul **Manajemen Komunikasi Krisis Divisi Komunikasi PT. Pertamina (Persero) Jakarta Pada Kasus Kelangkaan BBM Nasional Periode Mei – Juli 2005** dapat diselesaikan dengan baik. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang konstruktif tentunya akan sangat berguna bagi perbaikan dan pengembangan skripsi ini di masa mendatang.

Dalam proses penulisan skripsi ini, penulis banyak dibantu dengan masukan-masukan yang substantif maupun dukungan dan doa-doa dari keluarga, sahabat, kerabat, dan komunitas yang membuat penulis semakin kuat dan tabah menghadapi segala aral dan rintangan selama penulisan skripsi ini. Untuk itu, penulis ingin mengucapkan limpah terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu, mendukung, dan mendoakan penulis sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.

1. Tritunggal Maha Kudus dan Bunda Maria sebagai penuntun, pembimbing, dan penyelamat di dalam setiap fase kehidupanku.
2. Santo Anthonius Dari Padua : pujangga Gereja dan bapak orang-orang kehilangan. Tetaplah menjadi pelindungku yang setia.
3. Kedua Orang Tuaku Tercinta : Leonardus Lela dan Albina Ngindang, serta adik tunggalku tersayang Dionisius Rumung Lela. Terima kasih untuk doa yang tak pernah henti dan kesabaran yang tak kunjung padam.
4. Dosen pembimbingku Drs. Setio Budi HH. M.Si. Terima kasih untuk segala saran dan bantuan bapak selama proses bimbingan skripsi ini.
5. Petinggi-petinggi PT. Pertamina (Persero) : Bapak Wisnuntoro selaku Kepala Divisi Komunikasi, Bapak Adiatma Sardjito selaku General Manager Public Relations, dan Bapak Julian Iskandar Muda selaku Media Relations Officer PT. Pertamina (Persero). Terima kasih karena telah memberikan kesempatan kepada saya untuk melakukan penelitian di Divisi Komunikasi PT. Pertamina (Persero). Terima kasih secara khusus juga saya haturkan kepada Bapak Suwardi selaku Kepala Perpustakaan PT. Pertamina (Persero) untuk segala bantuan, masukan, dan kemudahan-kemudahan selama proses penelitian berlangsung.

6. Teman-temanku selama penelitian di PT. Pertamina (Persero) : Isma, Debby, Yovis, dan Merry. Terima kasih untuk segala kebersamaan dan canda tawa selama kita menunaikan tugas di PT. Pertamina (Persero). Sukses untuk kalian semua.
7. Ibu Gregoria Arum Yudarwati yang “berjuang” bersama saya pada saat penelitian di PT. Pertamina (Persero). Terima kasih untuk setiap traktiran makan siang. Semoga sukses untuk disertasinya.
8. Teman-teman Komunikasi (Public Relations) Atma Jaya Yogyakarta 2002 : Nonnie, Nancy, Momon, Thalita, Sanny, Ako, dan Wismi. Tim debat PR Week 2005 : Anita, Ayu, Krisna, dan Linda. Terima kasih untuk dukungan, doa, segala canda tawa dan kebersamaan selama masa-masa kuliah. Sukses selalu untuk kalian semua. Tuhan memberkati.
9. Keluarga Om Marcel Sira Demon, Tante Lily, Adrian, dan Susi yang sudah banyak membantu dengan perhatian, pelayanan, dan akomodasi selama di Jakarta. Terima kasih tak terhingga kuhaturkan kepada kalian untuk segala kebaikan yang telah kalian curahkan kepadaku selama di Jakarta. Untuk semua kebaikan itu, aku yakin Tuhan pasti akan memberikan pahala yang setimpal.
10. Om Edho Pabha. Terima kasih untuk luang waktu yang diberikan, terutama pada tahap-tahap awal penelitian. Tanpa bantuan Om Edho, kejelasan itu pasti lebih lamban menampakkan diri.
11. Saudara-saudaraku di Jakarta : Richardus “The Rendit” Setia Gunawan, Petrus Hartomo, dan Benyamin Wuarmasuk. Terima kasih tiada henti untuk setiap peran spesifik dan momentum yang unik selama aku di Jakarta.

12. Keluarga besar Pakde Paulinus Petor : Bude Lusia Sukatiyah, Agustinus Dian Leo Putra (Bob). Maria Kurnisari (Mia)., dan Johanes Agung Patriawan (Johan). Terima kasih berlimpah untuk kasih sayang dan perhatian yang diberikan kepada saya selama menempuh pendidikan tinggi di Jogja. Semoga kita sekeluarga selalu dapat menjunjung tinggi nilai-nilai persaudaraan yang mempersatukan kita.
13. Emanuel Pringgodani Choir In Conduction By Adriano dos Santos : Sopran (Susi, Hanny, Selvy, Henny, Fanny, Rini), Alto (Mba' Titi, Reza, Ira, Nancy), Tenor (Viktor Christian, Aryo Dewo, Andy, Rey, Marco, Sorong, Aires, Rano dan Rino Rodriguez), Bass (Mas Riwi, Kaino, Nius, Frans, Primus, Adjie, Arie). Terima kasih dan proficiat untuk kebersamaan, canda tawa, konflik, dan masa-masa indah yang terlampau panjang untuk diurutkan satu per satu. Untuk setiap masa-masa pahit dan manis yang telah, sedang, dan akan dialami, tetaplah berkomitmen untuk selalu bersatu dalam sorak-sorai dan puji-pujian kepada Tuhan. "*Qui Bene Cantat Bis Orat*" (Siapa bernyanyi baik, berdoa dua kali). Bravo Emanuel Pringgodani Choir!
14. Anak-anak kost Kolobendono 14 : Ichad, Ucha, Sarap, Billy, Andy, Esmu, Hafizh, dan Montox. Terima kasih yang tak terhingga untuk kebaikan, dukungan, doa, canda tawa, tangis, dan semua perasaan yang pernah ada selama hidup bersama satu atap. Dimanapun kalian berada sekarang, tetaplah saling berkomunikasi satu sama lain. Sukses untuk kalian semua.
15. Untuk teman, sahabat, saudara, Arie Wibowo atas kesetiaannya mendampingiku selama masa-masa sakit beberapa saat menjelang pendadaran dan saat persiapan hingga selesai pendadaran.

Terima kasih tak terhingga untuk semua bantuan dan uluran tanganmu yang tulus pada saat-saat dimana tubuh kokohku tergeletak lunglai tak berdaya di pembaringan. Jangan pernah berhenti menabur benih kebaikan di mana saja kita berada, walau godaan untuk berbuat jahat akan terus menghantui. Semoga Tuhan membalas semua kebaikanmu dengan pahala yang setimpal. Sukses selalu. Tuhan memberkati.

16. Beo Community : Rano, Rino, Denny, Fritz (dan Freny serta Vino), Bobby, Tommy, Dayak, Adi, Hendra, Daniel (dan Nina), Rudi (dan Lia), Aires, Juan, Charles, Yudi, Cobra, dan siapapun simpatisan Beo Community dimana saja kalian berada.

Terima kasih untuk canda tawa dan kebersamaan yang indah, baik di lapangan hijau maupun di forum gosip dan curhat. Khusus untuk duo kembar tingkatkan terus kualitas ngelawak dan menggossip karena di bidang itulah Tuhan memberikan talenta yang lebih pada kalian berdua. Ya, daripada bersusah payah mengembangkan talenta mengolah si kulit bundar yang sangat tidak mungkin untuk dikembangkan lagi alias sudah mentok. Sukses selalu untuk semua anggota dan simpatisan Beo Community. Tuhan memberkati.

17. Trio ISI : Ivo Nathalia Purba (Ivo), Ni Made Dwi Sista Komala (Sista), dan Sri Rahayu (Iie). “Persahabatan bukanlah mengenai siapa yang mengenal kamu lebih lama, melainkan siapa yang datang dan tidak pernah pergi darimu baik di saat suka maupun duka”. Semoga kita tidak ditakdirkan datang untuk pergi, bertemu untuk berpisah, menyatu untuk bercerai, dan mengasihi untuk membenci. Setiap adegan kehidupan yang telah kita lalui bersama, sungguh indah dan takkan pernah pergi dari hati dan ingatanku.

Semoga kita saling menetap dan tidak pernah pergi dari hati dan ingatan masing-masing kita, walau terpisah ruang dan waktu. Sukses untuk semua yang kalian impi dan cita-citakan. Berkat Tuhan selalu menyertai dimanapun kalian berada.

18. Untuk semua yang merasa tersakiti oleh keberadaan, sikap, tutur kata, dan perilaku saya. Mohon maaf dari lubuk hati yang terdalam jikalau dalam interaksi kita selama ini, ada sikap, tutur kata, dan perilaku saya yang secara langsung maupun tidak langsung, sengaja maupun tidak sengaja telah melukai dan menyakiti hati dan perasaan kalian. Kata maaf yang tulus dari kalian sangat berarti bagi saya untuk memulai fase baru dan melanjutkan ziarah kehidupan saya selanjutnya.

19. Untuk semua nama dan pribadi yang secara langsung maupun tidak langsung memiliki peran dan kontribusi yang berarti dalam perjalanan hidupku selama ini. Semoga kalian menuai buah kebaikan dari benih-benih kebaikan yang telah kalian tabur. Tuhan memberkati.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
HALAMAN MOTTO	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR BAGAN	xix
DAFTAR GAMBAR	xx
DAFTAR LAMPIRAN.....	xxi
ABSTRAKSI	xxii
 BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	9
D. Kerangka Teori	9
E. Kerangka Konseptual	44
F. Metodologi Penelitian	53
1. Metode Penelitian	53
2. Lokasi Penelitian	55
3. Objek Penelitian	55
4. Metode Pengumpulan Data	55
5. Analisis Data	58

BAB II DESKRIPSI OBJEK DAN LOKASI PENELITIAN

A. GAMBARAN UMUM PT. PERTAMINA (PERSERO) JAKARTA

1. Sejarah PT. Pertamina (Persero)	60
2. Kronologis Terbentuknya PT. Pertamina (Persero).....	62
3. Visi, Misi dan Tata Nilai PT. Pertamina (Persero)	66
4. Tujuan PT. Pertamina (Persero).....	67
5. Tugas Pokok PT. Pertamina (Persero).....	68
6. Logo PT. Pertamina (Persero)	68
7. Struktur Organisasi PT. Pertamina (Persero)	71
8. Bisnis dan Produk PT. Pertamina (Persero)	74

B. OBJEK PENELITIAN	80
1. Gambaran Umum Divisi Komunikasi PT. Pertamina (Persero)	80
2. Kronologis Kasus Kelangkaan BBM Nasional	99

BAB III DESKRIPSI HASIL PENELITIAN

A. Konsep krisis menurut PT. Pertamina (Persero)	118
B. Pandangan Divisi Komunikasi PT. Pertamina (Persero) terhadap kasus kelangkaan BBM Nasional Periode Mei-Juli 2005	124
C. Manajemen komunikasi krisis Divisi Komunikasi PT. Pertamina (Persero) pada kasus kelangkaan BBM Nasional Periode Mei – Juli 2005.....	132

BAB IV ANALISIS

A. Analisis konsep krisis PT. Pertamina (Persero)	183
B. Analisis manajemen komunikasi krisis Divisi Komunikasi PT. Pertamina (Persero) pada kasus kelangkaan BBM nasional periode Mei – Juli 2005.....	190

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	274
B. Saran	281

DAFTAR PUSTAKA	289
----------------------	-----

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

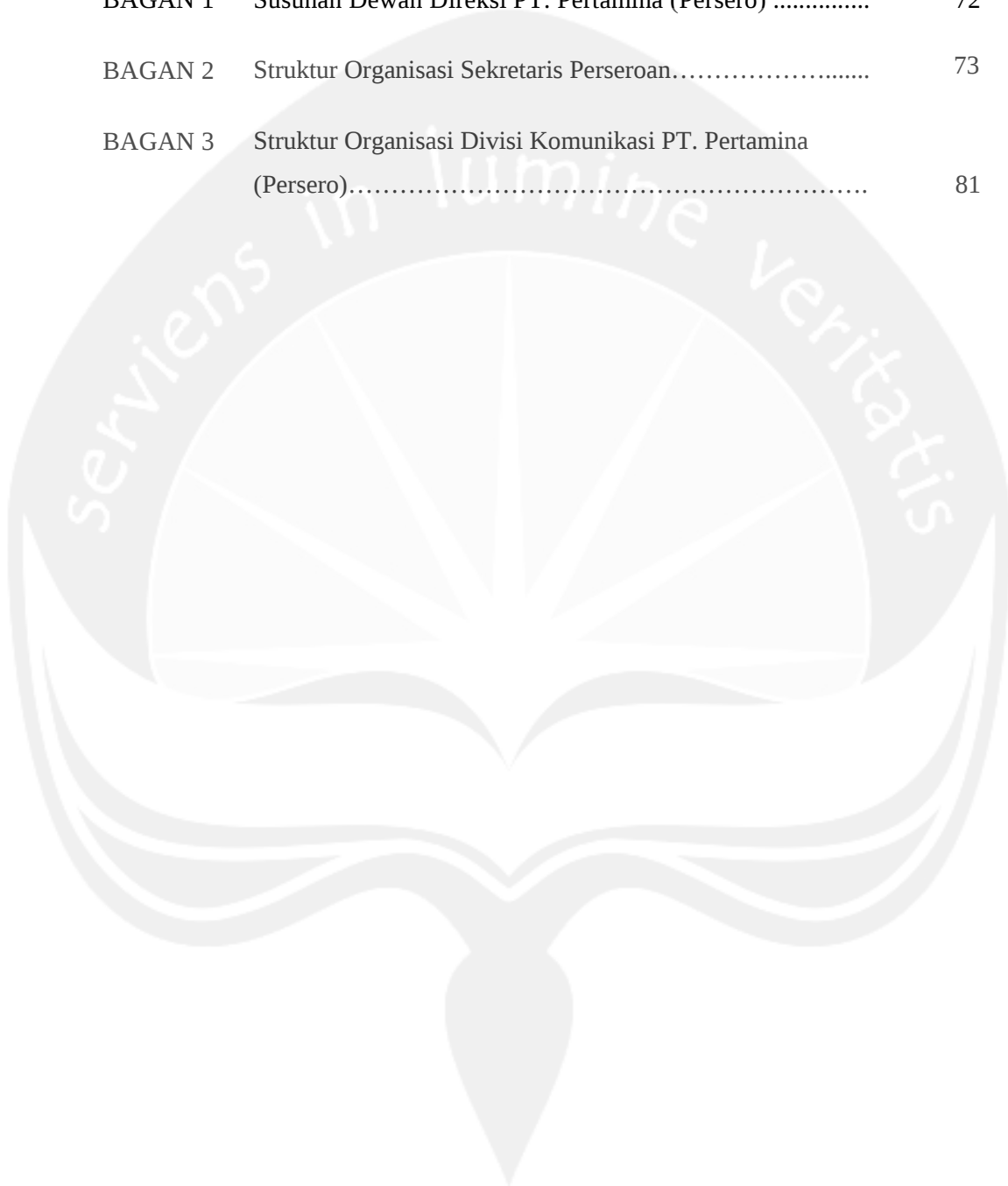
TABEL 1	Tipologi Krisis	16
TABEL 2	Komponen dalam <i>Crisis Management Plan</i> (CMP)	21
TABEL 3	Kriteria <i>Crisis Management Team</i> (CMT)	22
TABEL 4	Anggota <i>Crisis Management Team</i> (CMT)	23
TABEL 5	Kriteria <i>Spokesperson</i>	25
TABEL 6	Indikator Pelaksanaan Manajemen Komunikasi Krisis	49
TABEL 7	Jalur Pemasaran BBM dan Mitra Usaha	79
TABEL 8	Kronologis Terjadinya Kelangkaan BBM	100
TABEL 9	Posisi Stok BBM Nasional Per 11 Mei 2005	102
TABEL 10	Penanganan Secara Substansial Terhadap Kelangkaan BBM Nasional Periode Mei – Juli 2005	134
TABEL 11	Kuota dan Konsumsi BBM Nasional dan UPMS III PT. Pertamina (Persero)	140
TABEL 12	Tata Kerja Organisasi (TKO) Mengenai Koordinasi Penyampaian Informasi Publik	145
TABEL 13	Tahapan Manajemen Komunikasi Krisis Divisi Komunikasi PT. Pertamina (Persero)	147

TABEL 14	Posisi Stok BBM Nasional Per 11 Mei 2005	150
TABEL 15	Kuota dan Konsumsi BBM Nasional dan UPMS III	150
TABEL 16	Daftar Wartawan Kelompok Migas Tahun 2005	161
TABEL 17	Krisis Menurut Fearn-Banks dan Barton	186
TABEL 18	Komponen Pembentuk Pengertian Krisis dan Perpaduannya	188
TABEL 19	Tipologi Krisis	193
TABEL 20	Perbandingan Identifikasi Krisis Antara Teori Para Ahli dan PT. Pertamina (Persero).....	196
TABEL 21	Tiga Langkah dalam Proses Identifikasi Krisis Yang Tidak dilakukan Oleh PT. Pertamina (Persero).....	197
TABEL 22	Kriteria <i>Crisis Management Team</i>	198
TABEL 23	Perbandingan Kriteria Anggota CMT Menurut Para Ahli dan PT. Pertamina (Persero).....	199
TABEL 24	Komponen-komponen dalam Crisis Management Plan (CMP)	202
TABEL 25	Komponen CMP Divisi Komunikasi PT, Pertamina (Persero).....	203
TABEL 26	Perbandingan Langkah-Langkah Dalam Tahap Isolasi Krisis Menurut Miranty Abidin dan Divisi Komunikasi PT. Pertamina (Persero).....	207
TABEL 27	Perbandingan Infrastruktur Komunikasi Menurut Coobs dan Divisi Komunikasi PT. Pertamina (Persero)	208
TABEL 28	Perbandingan Kriteria Spokesperson Menurut Fearn-Banks, Coombs dan Divisi Komunikasi PT. Pertamina (Persero) ...	213

TABEL 29	Perbandingan Strategi Komunikasi Krisis Menurut Rhenald Kasali dan Divisi Komunikasi PT. Pertamina (Persero)	214
TABEL 30	Perbandingan Jenis Respon Pertama Dalam Menangani Krisis Menurut Stocker dan Divisi Komunikasi PT. Pertamina (Persero).....	220
TABEL 31	Perbandingan hal-hal yang perlu dilakukan organisasi ketika memberikan respon pertama terhadap krisis menurut Coombs dan Divisi Komunikasi PT. Pertamina (Persero).....	225
TABEL 32	Perbandingan Strategi Komunikasi Krisis Menurut Coombs dan Strategi Komunikasi Krisis Yang Dilakukan Divisi Komunikasi PT. Pertamina (Persero)	232
TABEL 33	Perkembangan <i>Follow-Up</i> Informasi Divisi Komunikasi PT. Pertamina (Persero)	242
TABEL 34	Perbandingan prinsip-prinsip dalam menghadapi media menurut Coombs dan Divisi Komunikasi PT. Pertamina (Persero).....	245
TABEL 35	Perbandingan antara persiapan yang dilakukan agar informasi yang diberikan bisa diterima menurut Coombs dan Divisi Komunikasi PT. Pertamina (Persero).....	252
TABEL 36	Perbandingan alat komunikasi yang lazim digunakan menurut Barton dan alat komunikasi yang digunakan Divisi Komunikasi PT. Pertamina (Persero)	257
TABEL 37	Perbandingan Evaluasi Krisis Menurut Coombs dan Divisi Komunikasi PT. Pertamina (Persero).....	260
TABEL 38	Indikator Pelaksanaan Manajemen Komunikasi Krisis Divisi Komunikasi PT. Pertamina (Persero).....	265

DAFTAR BAGAN

BAGAN 1	Susunan Dewan Direksi PT. Pertamina (Persero)	72
BAGAN 2	Struktur Organisasi Sekretaris Perseroan.....	73
BAGAN 3	Struktur Organisasi Divisi Komunikasi PT. Pertamina (Persero).....	81



DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 1	Konsep Krisis Menurut PT. Pertamina (Persero)	121
GAMBAR 2	Penjelasan Kelangkaan BBM Nasional Periode Mei – Juli 2005 Sebagai Suatu Krisis Bagi PT. Pertamina (Persero).....	123
GAMBAR 3	Pola Distribusi Premium dan Solar.....	137
GAMBAR 4	Pola Distribusi Minyak Tanah.....	138
GAMBAR 5	Proses Evaluasi Komunikasi Krisis Divisi Komunikasi PT. Pertamina (Persero)	171
GAMBAR 6	Matriks Hasil Audit Citra PT. Pertamina (Persero).....	178
GAMBAR 7	Program Transformasi PT. Pertamina (Persero).....	180
GAMBAR 8	Perbandingan Pengertian Krisis Menurut Fearn-Banks dan Barton.....	185
GAMBAR 9	Perbandingan Konsep Krisis Menurut Fearn-Banks, Barton dan PT. Pertamina (Persero)	187
GAMBAR 10	Penjelasan Mengenai Kasus Kelangkaan BBM Nasional Periode Mei- Juli 2005 Sebagai Suatu Krisis.....	189
GAMBAR 11	Langkah-langkah dalam Menjalankan CMP oleh Divisi Komunikasi PT. Pertamina (Persero).....	204
GAMBAR 12	Matriks Program Transformasi PT. Pertamina (Persero)	263

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1	<i>Interview Guide</i>
LAMPIRAN 2	Surat Keterangan Penelitian
LAMPIRAN 3	Transkrip Hasil Wawancara
LAMPIRAN 4	Tata Kerja Organisasi Mengenai Koordinasi Penyampaian Informasi Publik
LAMPIRAN 5	Kliping Pemberitaan Media Massa Mengenai Kasus Kelangkaan BBM Nasional Periode Mei – Juli 2005



ABSTRAKSI

Kelangkaan BBM yang terjadi pada periode Mei – Juli 2005 disebabkan oleh keterlambatan pembayaran subsidi untuk membeli BBM oleh Departemen Keuangan kepada PT. Pertamina (Persero). Keterlambatan pembayaran subsidi untuk pembelian BBM tersebut mengakibatkan PT. Pertamina (Persero) tidak dapat membeli BBM untuk memenuhi kebutuhan nasional. Dengan kondisi keuangan atau *cash flow* PT. Pertamina (Persero) yang sudah sangat ketat, PT. Pertamina (Persero) tidak memiliki alternatif lain untuk mencari sumber dana kecuali meminta Departemen Keuangan untuk segera membayar subsidi tersebut. Pemberitaan media massa marak mengupas tentang kelangkaan BBM dan berbagai dinamika yang melingkupinya. PT. Pertamina (Persero) sebagai penyedia BBM bagi masyarakat juga harus menanggung resiko semakin memburuknya citra dan reputasi di mata publik. Walaupun beberapa kalangan menilai kelangkaan BBM nasional adalah merupakan kegagalan pemerintah dalam koordinasi menyikapi persoalan BBM, PT. Pertamina (Persero) juga terkena dampaknya. Ada kalangan yang menilai manajemen PT. Pertamina (Persero) bobrok dan oleh karenanya harus diaudit. Citra dan reputasi PT. Pertamina yang memang sudah terlanjur buruk semakin diperparah dengan adanya kasus kelangkaan BBM tersebut. Kelangkaan BBM periode Mei – Juli 2005 merupakan krisis bagi PT. Pertamina (Persero) karena memiliki dampak yang negatif terhadap citra dan reputasi perusahaan. Untuk menangani krisis tersebut PT. Pertamina (Persero) melalui Divisi Komunikasi melakukan beberapa langkah-langkah komunikasi publik yang bertujuan untuk menyelamatkan perusahaan dari citra dan reputasi yang buruk. Langkah-langkah komunikasi publik yang dilakukan oleh Divisi Komunikasi PT. Pertamina (Persero) dalam menangani krisis itulah yang menjadi fokus utama dalam penelitian ini. Sifat penelitian ini adalah kualitatif deskriptif dengan menggunakan teknik penelitian studi kasus. Studi kasus adalah prosedur pemecahan masalah yang diselidiki dengan menggambarkan atau melukiskan keadaan objek penelitian pada saat sekarang berdasarkan fakta-fakta yang tampak atau sebagaimana adanya. Berdasarkan analisis yang didukung dengan berbagai kepustakaan akan diperoleh hasil penelitian yang meliputi sejumlah langkah komunikasi publik yang dilakukan Divisi Komunikasi PT. Pertamina (Persero) serta berbagai kelebihan dan kekurangannya jika dikomparasikan dengan berbagai teori mengenai manajemen komunikasi krisis yang dikemukakan para ahli. Ada beberapa langkah manajemen komunikasi krisis yang dilakukan Divisi Komunikasi PT. Pertamina (Persero) dalam menangani kasus kelangkaan BBM nasional periode Mei – Juli 2005 yakni : identifikasi masalah, mengadakan rapat koordinasi, menentukan strategi komunikasi publik, melakukan komunikasi publik, mengevaluasi komunikasi publik, dan melakukan pemulihan citra. Langkah-langkah diatas didasarkan pada pemahaman Divisi Komunikasi PT. Pertamina (Persero) terhadap konsep krisis yang diistilahkan sebagai suatu kondisi darurat (*emergency*) yang mana terdapat pada Tata Kerja Organisasi (TKO) Penyampaian Informasi Publik. Dalam konteks kehumasan ada 3 langkah utama dalam manajemen komunikasi krisis sebagaimana dikemukakan Ruslan yakni : identifikasi krisis, isolasi krisis, dan penanganan krisis. Berdasarkan serangkaian teori yang dikemukakan oleh para ahli diketahui bahwa secara keseluruhan langkah-langkah komunikasi publik yang dilakukan oleh Divisi Komunikasi PT. Pertamina (Persero) sudah cukup baik. Dari segi alur prosesnya langkah komunikasi publik Divisi Komunikasi PT. Pertamina (Persero) sudah memenuhi kriteria manajemen komunikasi krisis yang dikemukakan para ahli. Hanya saja kelemahannya adalah kualitas dari tiap-tiap langkah tersebut yang memang masih jauh dari kaidah normatif yang dikemukakan para ahli. Ada beberapa aspek yang harus dibenahi Divisi Komunikasi PT. Pertamina (Persero) dalam melakukan manajemen komunikasi krisis di waktu-waktu mendatang, yakni mengenai manual krisis (*crisis manual*) dan rekam krisis (*crisis record*). Kedua aspek diatas merupakan hal penting yang harus benar-benar diperhatikan dalam melakukan manajemen komunikasi krisis yang efektif dan efisien dalam upaya mempertahankan dan memperbaiki citra dan reputasi PT. Pertamina (Persero) jika terjadi krisis pada masa-masa mendatang.

Kata kunci : *Krisis, Manajemen Komunikasi Krisis, Media, Citra, Reputasi*

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Baker, Gail F. 2001. *Race and Reputation: Restoring Image Beyond the Crisis*. Robert L. Heath (ed). *Handbook of Public Relations*. Thousand Oaks, California: Sage Publications, Inc.
- Barton, Laurence. 1993. *Crisis in Organization: Managing and Communicating in the Heat of Chaos*. New York: Harper Collins Publishers.
- Coombs, W. Timothy. 1999. *Ongoing Crisis Communication: Planning, Managing, and Responding*. Thousand Oaks, California: Sage Publications, Inc.
- Cutlip, Scott M., Allen H. Center dan Glen M. Broom. 1999. *Effective Public Relations*. Eighth Edition. Upper Saddle River, New Jersey: Prentice Hall.
- Faisal, Sanapiah. 1990. *Penelitian Kualitatif Dasar-dasar dan Aplikasi*. Malang: Yayasan Asah Asih Asuh.
- Fearn-Banks, Kathleen. 1996. *Crisis Communications: A Case Book Approach*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates Publishers.
- Iriantara, Yosol. 2005. *Media Relations: Konsep, Pendekatan, dan Praktik*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Jakowski, Nicholas W. dan Fred Wester. 1991. *The Qualitative Tradition in Social Science Inquiry: Contributions to Mass Communication Research*. Klaus Bruhn Jensen (ed). *A Handbook of Qualitative Methodologies for Mass Communication Research*. London: Routledge.
- Kasali, Rhenald, 2005. *Manajemen Public Relations Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta: Graffiti.
- Moleong, Lexy. 1989. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remadja Rosdakarya.
- Nazir, Moh. 1988. *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Putra, I Gusti Ngurah. 1999. *Manajemen Hubungan Masyarakat*. Yogyakarta: Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
- Rakhmat, Jalaludin. 1991. *Metode Penelitian*. Edisi Kedua. Bandung: PT Rosda Karya.

Ruslan, Rosady. 1999. *Praktik dan Solusi Public Relations dalam Situasi Krisis dan Pemulihan Citra*. Jakarta: Ghalia Indonesia.

Seeger, Matthew W., Timothy L. Sellnow dan Robert R. Ulmer. 2001. *Public Relations and Crisis Communication: Organizing and Chaos*. Robert L. Heath (ed). *Handbook of Public Relations*. Thousand Oaks, California: Sage Publications, Inc.

Seitel P. Fraser. 2004. *Practice Public Relations*. Ninth Edition. New Jersey: Prentice Hall.

Soleh, Soemirat dan Ardianto Elvinaro. 2004. *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Stocker, Kurt P., 1997. *A Strategic Approach to Crisis Management*. Clarke L. Caywood (ed). *The Handbook of Strategic Public Relations and Integrated Communications*. New York: McGraw – Hill.

Surahmad, Winarno. 1972. *Dasar dan Teknik Research Pengantar Metodologi Ilmiah*. Bandung: Tarsito.

Wasesa, Silih Agung. 2005. *Strategi Public Relations: Bagaimana Strategi Public Relations dari 36 Merek Global dan Lokal Membangun Citra, Mengendalikan Krisis, dan Merebut Hati Konsumen*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

White, J. 1991. *How to Understand and Manage Public Relations*. London: Business Book Limited.

TULISAN TAK DITERBITKAN

Abidin, Miranty. 1996. *Peranan Manajemen Krisis dan Manfaatnya bagi Perusahaan*. Makalah Seminar 'Manajemen Krisis'. Yogyakarta, 10 Agustus 1996.

Mulyono, Kasan. 2004. *Pengalaman Newmont dalam Menangani Krisis PR 'Kasus Buyat'*. Makalah Seminar 'Crisis Management' dalam Munas Perhumas. Yogyakarta, 18 – 19 Desember 2004.

Shrivastava, Paul dan Ian I. Mitroff. 1995. *Strategic Management of Corporate Crisis*. Gusti N Putra (ed). *Public Relations and Crisis Management*. Kumpulan Karangan. Canberra: University of Canberra.

