



**PENGARUH KOMUNIKASI KRISIS TERHADAP
KEPERCAYAAN PELANGGAN PRODUK PERTAMAX
PT PERTAMINA (PERSERO)**

(Survei terhadap Masyarakat Pengguna Pertamax di Tangerang Selatan)

TUGAS AKHIR

SKRIPSI

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

**Disusun Oleh :
SYARIFAH ALAWIYAH**

44222010183

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA**

2026



**PENGARUH KOMUNIKASI KRISIS TERHADAP
KEPERCAYAAN PELANGGAN PRODUK PERTAMAX
PT PERTAMINA (PERSERO)**

(Survei terhadap Masyarakat Pengguna Pertamax di Tangerang Selatan)

TUGAS AKHIR

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana

Disusun Oleh:

SYARIFAH ALAWIYAH

44222010183

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2026

HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Syarifah Alawiyah
NIM : 44222010183
Fakultas/Program Studi : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa Tugas Akhir berjudul:

“ Pengaruh Komunikasi Krisis Terhadap Kepercayaan Pelanggan Produk Pertamina PT Pertamina (PERSERO)” adalah hasil karya saya sendiri, tidak mengandung unsur plagiarisme, pelanggaran hak cipta, atau konten ilegal dalam bentuk apapun dan tidak melanggar hukum atau hak pihak manapun.

Apabila di kemudian hari ditemukan pelanggaran terhadap pernyataan ini, saya bersedia menanggung seluruh konsekuensi hukum dan membebaskan Universitas Mercu Buana dari segala bentuk tuntutan hukum dan saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk digunakan sebagaimana mestinya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 02 Februari 2026



Syarifah Alawiyah

PERNYATAAN *SIMILARITY CHECK*

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan, bahwa karya ilmiah yang ditulis oleh

Nama : Syarifah Alawiyah
NIM : 44222010183
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Public Relations

Dengan judul “ Pengaruh Komunikasi Krisis Terhadap Kepercayaan Pelanggan Produk Pertamina PT Pertamina (Persero) (Survei Terhadap Masyarakat Pengguna Pertamina di Tangerang Selatan)”, telah dilakukan pengecekan similarity dengan sistem Turnitin pada tanggal 25 Februari 2026 ,didapatkan nilai persentase sebesar 27%

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 25 Februari 2026
Administrator Turnitin



Rizki Agustin. S.Kom

KAMPUS MENARA BHAKTI

Jl. Raya Meruya Selatan No. 01, Kembangan, Jakarta Barat 11650
Telp. 021-5840815 / 021-5840816 (Hunting), Fax. 021-584 0813
<http://www.mercubuana.ac.id>, e-mail: umb@mercubuana.ac.id

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Syarifah Alawiyah
NIM : 44222010183
Fakultas/Program Studi : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi
Judul Tugas Akhir : "Pengaruh Komunikasi Krisis Terhadap Kepercayaan Pelanggan Produk Pertamina PT Pertamina (PERSERO)(Survei terhadap masyarakat pengguna pertamax di Tangerang Selatan)"

Telah berhasil dipertahankan pada sidang tanggal 02 Febuari 2026 dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:

Pembimbing



Dr. Ervan Ismail, M.Si

NIDN/NUPTK:0312017103

Jakarta 16 Febuari 2026

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



(Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)
NIDN/NUPTK:0318116602.



(Dr. Farid Hamid Umarella, M.Si)
NIDN/NUPTK:0301117301

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT yang masih memberikan Rahmat, karunia dan kesehatan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik dan tepat waktu.

Penelitian kuantitatif dengan judul **“Pengaruh Komunikasi Krisis Terhadap Kepercayaan Pelanggan Produk Pertamina Pt Pertamina (PERSERO) (Survei Terhadap Masyarakat Pengguna Pertamina Di Tangerang Selatan)”**. disusun sebagai salah satu syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi.

Adapun tujuan dari penulisan penelitian kuantitatif adalah untuk Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi. Dalam penyusunan penelitian kuantitatif ini, penulis mendapat banyak bantuan dalam bentuk bantuan dan dukungan dari berbagai pihak baik dukungan material maupun non material sehingga penulis ingin memberikan ucapan terima kasih kepada pihak yang turut mendukung dalam proses penyusunan skripsi ini. Terkhusus penulis memberikan ucapan terima kasih kepada :

1. Dr. Ervan Ismail M.si Selaku Dosen Pembimbing Yang Telah Memberikan Bimbingan, Petunjuk Dan Masukan Kepada Penulis Sehingga Dapat Menyelesaikan Tugas Akhir Ini.
2. Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si sebagai Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana
3. Dr. Farid Hamid Umarella, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana
4. Ibu Siti Muslichatul Mahmudah, S.Ikom, M.Ikom dan Ibu Novi Erlita S.Sos, M.A selaku Sekretaris Program Studi Public Relations.
5. Seluruh Dosen di Fakultas Program Studi Public Relations Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
6. Kepada Kedua orang tua penulis Ibunda Saya Tercinta Saanah Dan Ayahanda Sutar Umar yang telah mendukung, memberi saran, doa serta motivasi dalam proses penyusunan skripsi ini. Terima kasih Ayah karena selalu berjuang

7. tanpa mengenal kata lelah dan menyerah demi mengupayakan yang terbaik untuk kehidupan penulis. Terima kasih Ibu yang selalu menjadi alasan untuk penulis tetap semangat melanjutkan pendidikan setinggi mungkin. Gelar ini penulis berikan khusus untuk kedua *support system* yang bisa mendampingi hingga saat ini.
8. Kepada Kakak-Kakak Saya Suwanah, Nurjanah, Siti Aisah Sejak Lahir Engkau Telah Menjadi Pendukungku Terima Kasih Atas Dukungan, Kasih Sayang, Dan Doanya.
9. Terima Kasih Kepada Keluarga saya Genk Cengdem Sandra, Nazma, Davi, Fikri, Tiara, Om yuri, Om Iki, Ayah, Bibi Ria, Ka Syifa, Ma Aji, Atas Waktu, Nasihat, Dan Dukungannya Hingga Saat Ini.
10. Teman-Teman Seperjuangan Saya Yang Selalu Memberikan Support, Dhia dan Almira Terimakasih Atas Dukungan Dan Bantuannya Selama Mengerjakan Tugas Akhir Skripsi.
11. Sahabat-Sahabat Saya Nuha, Deby, Zahra, Elsa, Zahwa, Nazwa, Aulia, Eva. Terimakasih Telah Memotivasi Dan Mendukung Penulis Dengan Kasih Sayang.
12. Kepada Seluruh Anggota HIMA PR Yang Selalu Membantu Saya Berkembang Selama Ini.
13. Teman – teman *Public Relations* 2022 Yang Senantiasa Menjadi Teman Seperjuangan Selama Masa Perkuliahan Ini.
14. Kepada yang tidak bisa penulis sebutkan namanya, terima kasih karena telah berusaha untuk menemani disaat penulis jenuh dan selalu menjadi pengingat bahwa penulis sudah melangkah sejauh ini.
15. Kepada seluruh pihak yang turut memberikan dukungan namun tidak dapat disebutkan satu-persatu.

Peneliti menyadari tanpa bantuan dari semua pihak, tidak akan mungkin tugas ini dapat diselesaikan. Semoga bantuan terhadap peneliti dalam menyusun tugas ini mendapat ridho dan pahala dari Allah SWT, semoga tulisan ini dapat bermanfaat bagi pembaca.

Tangerang Selatan, Januari 2026

Syarifah Alawiyah

44222010183



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR DI REPOSITORI UMB

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Syarifah Alawiyah
NIM : 44222010183
Fakultas/Program Studi : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi
Judul Tugas Akhir : "Pengaruh Komunikasi Krisis Terhadap Kepercayaan Pelanggan Produk Pertamina PT Pertamina (PERSERO)(Survei terhadap masyarakat pengguna pertamax di Tangerang Selatan)"

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Tugas Akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 16 Febuari 2026

Yang menyatakan,



(Syarifah Alawiyah)

ABSTRAK

Nama : Syarifah Alawiyah
NIM : 44222010183
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Pengaruh Komunikasi Krisis Terhadap Kepercayaan Pelanggan Produk Pertamina (Persero) di Kalangan Masyarakat Pengguna Pertamina di Kota Tangerang Selatan
Pembimbing : Dr. Ervan Ismail, M.Si

Fenomena isu dugaan pengoplosan BBM Pertamina yang berkembang di media massa dan media sosial menimbulkan polemik publik serta berpotensi menurunkan kepercayaan pelanggan terhadap PT Pertamina (Persero). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh komunikasi krisis terhadap kepercayaan pelanggan produk Pertamina di Kota Tangerang Selatan.

Penelitian menggunakan Teori *Stimulus–Organism–Response* (S-O-R), dengan komunikasi krisis sebagai stimulus, masyarakat pengguna Pertamina sebagai organism, dan kepercayaan pelanggan sebagai response. Konsep komunikasi krisis merujuk pada *Situational Crisis Communication Theory* (SCCT) dari Coombs, sedangkan kepercayaan pelanggan mencakup dimensi keandalan, integritas, dan kredibilitas.

Metode yang digunakan adalah survei kuantitatif terhadap 100 responden dengan teknik *Accidental Sampling*. Analisis data menggunakan IBM SPSS 27 melalui uji validitas, reliabilitas, regresi linier sederhana, korelasi Pearson, koefisien determinasi, dan uji t.

Hasil penelitian menunjukkan nilai t hitung (15,977) > t tabel (1,660) dengan signifikansi $0,000 < 0,05$, sehingga terdapat pengaruh positif dan signifikan antara komunikasi krisis dan kepercayaan pelanggan. Koefisien korelasi sebesar 0,736 menunjukkan hubungan sangat kuat, dengan R square 72,3%.

Penelitian ini memberikan manfaat akademis dalam pengembangan kajian komunikasi krisis serta manfaat praktis sebagai bahan evaluasi strategi komunikasi PT Pertamina (Persero) dalam menjaga dan memulihkan kepercayaan pelanggan.

Kata Kunci: Komunikasi Krisis, Kepercayaan Pelanggan, Pertamina, PT Pertamina (Persero)

ABSTRACT

Name : Syarifah Alawiyah
Student ID : 44222010183
Study Program : Communication Science
Thesis Title : The Effect of Crisis Communication on Customer Trust in
Pertamax Products of PT Pertamina (Persero) Among Pertamax
Users in South Tangerang City
Advisor : Dr. Ervan Ismail, M.Si.

The phenomenon of alleged fuel adulteration of Pertamax circulating in mass media and social media has created public controversy and potentially decreased customer trust in PT Pertamina (Persero). This study aims to analyze the effect of crisis communication on customer trust in Pertamax products in South Tangerang City.

This research applies the Stimulus–Organism–Response (S-O-R) Theory, positioning crisis communication as the stimulus, Pertamax users as the organism, and customer trust as the response. The concept of crisis communication refers to Coombs' Situational Crisis Communication Theory (SCCT), which emphasizes the importance of fast, transparent, and responsible responses during a crisis. Meanwhile, customer trust includes the dimensions of reliability, integrity, and corporate credibility.

The method used is a quantitative survey involving 100 respondents selected through Accidental Sampling. Data were analyzed using IBM SPSS version 27, including validity and reliability tests, simple linear regression, Pearson correlation, coefficient of determination, and hypothesis testing (t-test).

The results show that the calculated t-value (15.977) is greater than the t-table value (1.660) with a significance level of $0.000 < 0.05$, indicating a positive and significant effect of crisis communication on customer trust. The correlation coefficient of 0.736 indicates a very strong relationship, while the R square value of 72.3% suggests that crisis communication accounts for 72.3% of the variance in customer trust, with the remainder influenced by other factors outside this study.

This study provides academic contributions to the development of crisis communication research and practical benefits as an evaluation material for PT Pertamina (Persero)'s communication strategies in maintaining and restoring customer trust.

Keywords: *Crisis Communication, Customer Trust, Pertamax, PT Pertamina (Persero)*

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	0
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI.....	ii
PERNYATAAN SIMILARITY CHECK.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR DI REPOSITORI UMB.....	viii
ABSTRAK	ix
<i>ABSTRACT</i>	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.4.1 Manfaat Akademis.....	8
1.4.2 Manfaat Praktis.....	8
BAB II TINJAUAN PUSAKA	10
2.1 Penelitian Terdahulu	10
2.2 Kajian Teoritis	16
2.2.1 Teori Stimulus–Organism–Response (S-O-R).....	16
2.3 Komunikasi Krisis.....	18
2.3.1 Tujuan Komunikasi Krisis	19
2.3.2 Situational Crisis Communication Theory (SCCT).....	20
2.3.3 Kepercayaan Pelanggan.....	22
2.3.3.1Faktor-Faktor yang mempengaruhi Kepercayaan Pelanggan.....	23

2.3.3.2 Kepercayaan Pelanggan dalam Situasi Komunikasi Krisis	24
2.3.4 Dimensi Indikator Kepercayaan Pelanggan.....	24
2.4 Hubungan Komunikasi Krisis dan Kepercayaan Pelanggan	26
2.5 Hipotesis Teori	27
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	29
3.1 Paradigma Penelitian	29
3.2 Metode Penelitian	30
3.3 Populasi dan Sampel	31
3.3.1 Populasi.....	31
3.3.2 Sampel	32
3.3.3 Teknik Pernarikan Sampel.....	33
3.4 Definisi Konsep dan Operasionalisasi Konsep	35
3.4.1 Definisi Konsep.....	35
3.4.2 Operasionalisasi Konsep.....	36
3.5 Teknik Pengumpulan Data	39
3.5.1 Data Primer.....	39
3.5.2 Data Sekunder.....	40
3.6 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	41
3.6.1 Uji Validitas.....	41
3.6.2 Uji Reliabilitas.....	43
3.7 Teknik Analisa Data	45
3.7.1 Uji Regresi Linier Sederhana.....	45
3.7.2 Korelasi Pearson Product Moment	46
3.7.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	47
3.7.4 Uji T.....	47
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	49
4.1 Gambaran Umum dan Objek Penelitian	49
4.1.1 Sejarah Perusahaan	49
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	51
4.1.2.1 Visi PT Pertamina (Persero).....	51
4.1.2.2 Misi.....	51

4.2 Hasil Penelitian	51
4.2.1 Karakteristik Responden.....	52
4.2.1.1 Usia	52
4.2.1.2 Pendidikan Terakhir	53
4.2.1.3 Pekerjaan.....	54
4.2.1.4 Berapa kali mengisi bensin dalam seminggu.....	56
4.2.1.5 Apakah anda menggunakan produk Pertamina.....	57
4.2.1.6 Masalah pada Pertamina saat mengisi bahan bakar di pom bensin	57
4.2.2 Analisis Variabel X (Komunikasi Krisis)	58
4.2.3 Analisis Variabel Y (Kepercayaan Pelanggan)	75
4.3 Teknik Analisis Data	81
4.3.1 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana	81
4.3.2 Hasil Analisa Korelasi	82
4.3.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	83
4.3.4 Hasil Uji T	84
4.4 Pembahasan	85
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	89
5.1 Kesimpulan	89
5.2 Saran	90
5.2.1 Saran Akademis	90
5.2.2 Saran Praktis.....	90
DAFTAR PUSAKA	92
LAMPIRAN	96

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Pertamina: Penambahan zat aditif pada Pertamina untuk performa mesin.....	4
Gambar 1. 2 Pemberitaan media ANTARA terkait kisruh dugaan Pertamina oplosan.....	5
Gambar 1. 3 Klarifikasi resmi PT Pertamina terkait kualitas produk Pertamina.....	6
Gambar 4. 1. Logo PT Pertamina (Persero).....	49



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1. Penelitian Terdahulu	13
Tabel 3. 1. Operasional Konsep	37
Tabel 4. 1 Usia Responden.....	52
Tabel 4. 2 Pendidikan Terakhir Responden	53
Tabel 4. 3. Pekerjaan Responden	55
Tabel 4. 4 Responden Menggunakan Bensin Dalam Seminggu	56
Tabel 4. 5 Responden Menggunakan Pertamina	57
Tabel 4. 6 Responden Menggunakan Pertamina	58
Tabel 4. 7 Mengetahui adanya isu atau krisis (Pertamina Oplosan) yang berkaitan dengan produk Pertamina	59
Tabel 4. 8 Krisis yang menimpa produk Pertamina menarik perhatian sebagai konsumen	60
Tabel 4. 9 Mengikuti perkembangan informasi terkait krisis produk Pertamina ...	61
Tabel 4. 10. Merasa perlu mencari informasi lebih lanjut mengenai krisis produk Pertamina.....	62
Tabel 4. 11. Krisis produk Pertamina menjadi hal yang penting dan mempengaruhi penilaian saya terhadap merek Pertamina	63
Tabel 4. 12. Pertamina menyampaikan permintaan maaf dan menunjukkan tanggung jawab atas krisis yang terjadi.....	64
Tabel 4. 13. Pertamina memberikan solusi atau langkah pemulihan yang jelas kepada publik akibat krisis tersebut	65
Tabel 4. 14. Pertamina mampu mengurangi kekhawatiran dan dampak negatif krisis di mata public	66
Tabel 4. 15. Pertamina menegaskan kembali komitmen dan reputasi positifnya dalam menangani krisis	67
Tabel 4. 16. Klarifikasi Pertamina membuat saya memahami bahwa dampak krisis tidak separah yang diberitakan.....	68
Tabel 4. 17. Saya mengetahui bahwa Pertamina ini pernah mengalami krisis sebelumnya (Seperti Kebakaran Depo Plumpang 2023).....	69

Tabel 4. 18. Cara Pertamina menangani krisis sebelumnya memengaruhi kepercayaan saya pada komunikasi Pertamina saat ini.....	70
Tabel 4. 19. Membandingkan krisis saat ini dengan krisis Pertamina yang pernah terjadi sebelumnya.....	71
Tabel 4. 20. Akumulasi Nilai Variabel X (Komunikasi Krisis).....	72
Tabel 4. 21. Saya yakin Pertamina selalu menjaga keandalan produknya.....	75
Tabel 4. 22. Saya percaya Pertamina menyampaikan informasi terkait krisis secara jujur	76
Tabel 4. 23. Pertamina bersikap terbuka dalam menjelaskan kondisi krisis kepada publik.....	77
Tabel 4. 24. Dalam persepsi saya Pertamina memiliki niat baik berupa kepedulian terhadap kepentingan dan keselamatan publik.....	78
Tabel 4. 25. Pertamina bertanggung jawab dalam menangani dampak krisis	79
Tabel 4. 26. Akumulasi Nilai Variabel Y (Kepercayaan Pelanggan)	80



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian	96
Lampiran 2 Hasil Kuisisioner	101
Lampiran 3 Uji Validitas Variabel X	103
Lampiran 4 Uji Validitas Variabel Y	104
Lampiran 5 Uji Reliabilitas Variabel X	105
Lampiran 6 Uji Reliabilitas Variabel Y	106
Lampiran 7 Uji Regresi Linier Sederhana	107
Lampiran 8 Uji Analisa Korelasi Pearson Product	108
Lampiran 9 Uji Koefisien Determinasi	109
Lampiran 10 Uji Hipotesis (T)	110
Lampiran 11 Curriculum Vitae (CV)	111

