



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCUBUANA

Rotua Purba (44207120038)

**KAMPANYE PERTAMINA CLEAN MELALUI WHISTLE BLOWING SYSTEM (WBS)
UNTUK KALANGAN INTERNAL**

X + 92; 9 Lampiran, Bibliografi: 19 Buku (2000-2008)

ABSTRAKSI

PT Pertamina (Persero) merupakan perusahaan powerhouse di Indonesia. Untuk mengenal Pertamina dewasa ini, diperlukan pemahaman dalam konteks yang lebih mendalam. Melalui program-program transformasi yang dilaksanakan fungsi Compliance dan fungsi Hupmas bekerjasama membuat program Pertamina Clean melalui sebuah kampanye.

Kampanye adalah kegiatan komunikasi yang dilakukan secara terlembaga dan terorganisir, dimana penyelenggara kampanye umumnya bukanlah personal melainkan lembaga atau organisasi. Kampanye yang dilakukan di PT Pertamina bersifat *Ideological or Cause – Oriented Campaigns*, jenis kampanye ini berorientasi yang bertujuan bersifat khusus dan berdimensi perubahan social (*social changes*). Menurut **Anne Gregory** (1996:52-53) terdapat sepuluh proses tahapan kampanye Public, yaitu *Analysis, Objectives, Public, Messages, Strategy, Tactics, Timescales, Resources, Evaluations dan Review*.

Dalam penelitian ini yang digunakan adalah tipe penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif evaluative. Tipe ini hanya terbatas pada bahasan untuk menggambarkan suatu masalah, keadaan, atau peristiwa secara obyektif, sistematis dan cermat. Metode yang digunakan pada penulisan ini adalah metode penelitian deskriptif kualitatif, sedangkan teknik pengambilan data dilakukan dengan wawancara dan dokumentasi.

Hasil penelitian penulis menunjukkan bahwa program kampanye dilakukan secara bertahap; dari tahun 2007 - Pembangunan System, tahun 2008 – *Whistle Blowing*, tahun 2009 – Kampanye/Sosialisasi, yang menjadi khalayak sasaran adalah seluruh karyawan PT Pertamina.

Dari pembahasan hasil penelitian maka dapat disimpulkan bahwa pelaksanaan kampanye lebih menggunakan teknik **Partisipasi**; tehnik yang mengikutsertakan atau peran serta komunikasi atau audiensi yang memancing minat atau perhatian yang sama kedalam suatu kegiatan kampanye dengan tujuan untuk menumbuhkan saling pengertian, menghargai, kerjasama dan toleransi.