



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

Skripsi

**Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk untuk memperoleh
Gelar Sarjana Strata Satu (S-1)**

Disusun Oleh :

ROTUA PURBA

44207120038

**JURUSAN PUBLIC RELATIONS
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA**

2010



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA

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.



**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
HUBUNGAN MASYARAKAT**

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Rotua Purba

NIM : 44207120038

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Hubungan Masyarakat

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

Mengetahui

Pembimbing I

(Irmulan Sati. T, SH, M.Si)



**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
HUBUNGAN MASYARAKAT**

LEMBAR LULUS SIDANG SKRIPSI

Nama : Rotua Purba

NIM : 44207120038

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Hubungan Masyarakat

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

Jakarta, 29 May 2010

Ketua Sidang

Penguji Ahli

(Drs. Hardiyanto, M.Si)

(Drs. A. Rahman, MM, M.Si)

Pembimbing I

(Irmulan Sati. T, SH, M.Si)



**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
HUBUNGAN MASYARAKAT**

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Nama : Rotua Purba

NIM : 44207120038

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Hubungan Masyarakat

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

Jakarta, 26 Juni 2010

Disetujui dan Diterima oleh:

Pembimbing I

(Irmulan Sati. T, SH, M.Si)

Mengetahui

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Bidang Studi Humas

(Dra. Diah Wardhani, M.Si)

(Irmulan Sati T, SH, M.Si)

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis ucapkan kepada Tuhan Yesus Kristus atas Cinta dan Kasih-NYA yang sudah boleh membimbing penulis dari awal hingga pada akhir skripsi ini selesai.

Adapun tujuan skripsi ini penulis buat adalah sebagai salah satu aplikasi kemampuan penulis dari ilmu kejuruan yaitu Ilmu Komunikasi konsentrasi Public Relation (PR) dan sebagai salah satu syarat kelulusan Program Pendidikan Ilmu Komunikasi Jurusan Public Relation (PR).

Dalam pembuatan skripsi ini, penulis banyak menerima bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Pembimbing, **Ibu Irmulan Sati** atas kesediaannya untuk mau menjadi pembimbing penulis ditengah kesibukkannya yang padat (*Go Madame, keep be a professionalism*)
2. **Bapak Hardiyanto** selaku Ketua Sidang dan **Bapak. Rachman** selaku Dewan Penguji Ahli terima kasih atas nasihat, saran dan masukan yang positif sehingga karya tulisan ilmiah ini boleh terbentuk (for Pak Har, you know a lots about Batak culture than me; it's great and really appreciate it!)
3. **Bapak – Ibu Dosen** Universitas Mercubuana – Menteng atas bimbingannya selama dua tahun mengemban pendidikan Public Relation

4. **Staff Perpustakaan** Universitas Mercubuana – Menteng atas kesediaannya dalam beoperasi dari Senin s/d Minggu atas buku-buku yang boleh mendukung setiap proses penulisan skripsi.
5. Para narasumber yang terhormat dan terkasih; **Ibu Mardiani** (terima kasih untuk wawancaranya ditengah kesibukkan, melihat anda mengingatkanku pada ibuku...), **Ibu Fetty** (untuk rasa emphatimu yang begitu besar terhadap aku, sepertinya anda tahu apa yang kumau dan saat itu aku belajar dari ketulusanmu, perhatianmu dan emphatimu. Menurutku you're so beautiful and perfectionist!!) **Bpk.Zulkarnain**, atas kesediaan waktunya dalam menjawab setiap sesi wawancara disela-sela kesibukkannya, Terima Kasih banyak!
6. **PT Pertamina**, khususnya **Divisi Hupmas & Divisi Compliance** yang bersedia menjadi objek penelitian dari apa yang penulis teliti.
7. **Orang tua**, Ayah dan Ibu penulis atas segala bentuk dukungannya baik dari segi moril ataupun materiil hingga setiap proses waktu demi waktu selalu dibimbing dengan Cinta, Nasihat dan Doa.
8. **Kakak-kakak serta adik** dari bagian keluarga penulis dalam setiap canda-tawa, dan juga kekesalan, kemarahan yang seringkali menghinggapinya suasana.
9. **Perusahaan** tempat dimana aku bekerja, ladang dimana aku bisa mencari sesuap nasi, ladang dimana aku bisa mengaplikasikan segala apa yang kubisa kerjakan untuk memberi yang terbaik.
10. Terakhir untuk **teman-teman** yang penulis cintai yang sering melengkapi kekosongan penulis hari lepas hari baik hanya untuk sekedar sharing, hang out, tertawa, kerja kelompok dan banyak aktivitas lainnya. (Thank you so much friends!!)

Berharap dan berdoa selalu supaya penulis bisa memberikan penelitian dengan hasil yang baik dan maksimal sehingga bisa membanggakan **Tuhan, Orang Tua, Para Dosen, Perusahaan, serta Orang lain** baik sebagai seorang Sekretaris sekaligus Public Relation dan Communicator yang handal. Terus bermimpi untuk bisa mengubahnya menjadi sebuah kenyataan yang membanggakan.

Penulis juga menerima saran dan kritik yang bersifat membangun. Penulis berharap bahwa Skripsi ini bisa memberikan manfaat dan menambah informasi pembaca dalam proses berkampanye khususnya untuk dunia *Public Relation* (PR).

Jakarta, Juni 2010

Penulis,

DAFTAR ISI:

COVER

ABSTRAKSI.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
LEMBAR LULUS SIDANG SKRIPSI.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	viii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Kegunaan Penelitian.....	9

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Komunikasi	
2.1.1 Definisi Komunikasi.....	11
2.1.2 Komunikasi Efektif.....	12
2.2 Public Relation	
2.2.1 Definisi Public Relation.....	14
2.2.2 Fungsi dan Tujuan Public Relation.....	17
2.3 Kampanye	
2.3.1 Definisi Kampanye.....	18
2.3.2 Jenis-Jenis Kampanye.....	20
2.3.3 Tehnik Berkampanye.....	21
2.3.4 Tahapan Kampanye Public Relations.....	23

2.4 Khalayak Humas.....	29
2.4.1 Publik Internal.....	30

BAB III METODELOGI PENELITIAN

3.1 Sifat Penelitian.....	32
3.2 Metode Penelitian.....	33
3.3 Subyek Penelitian	33
3.4 Tehnik Pengumpulan Data.....	34
3.5 Definisi Konsep.....	35
3.6 Fokus Penelitian.....	36
3.7 Tehnik Analisis Data.....	37

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Obyek Penelitian	
4.1.1 Sejarah PT Pertamina (Persero).....	39
4.1.2 Visi, Misi dan Tata Nilai Organisasi PT Pertamina.....	40
4.1.3 Struktur Organisasi dan Uraian Tugas.....	42
4.1.4 Kedudukan Hupmas & Compliance.....	44
4.1.5 Program Pertamina Clean	50
4.2 Hasil Penelitian.....	55
4.2.1 Analisis Masalah.....	57
4.2.2 Penyusunan Tujuan.....	60
4.2.3 Identifikasi dan Segmentasi Sasaran.....	64
4.2.4 Menentukan Pesan.....	65
4.2.5 Strategi.....	68
4.2.6 Taktik.....	69
4.2.7 Alokasi Waktu.....	70
4.2.8 Sumber Daya.....	73
4.2.9 Evaluasi dan Tinjauan.....	75

4.3 Pembahasan.....	78
4.3.1 Analisis Masalah.....	78
4.3.2 Penyusunan Tujuan.....	83
4.3.3 Identifikasi dan Segmentasi Sasaran.....	84
4.3.4 Menentukan Pesan.....	86
4.3.5 Strategi.....	88
4.3.6 Taktik.....	89
4.3.7 Alokasi Waktu.....	90
4.3.8 Sumber Daya.....	91
4.3.9 Evaluasi dan Tinjauan.....	93

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	94
5.2 Saran.....	95

DAFTAR PUSTAKA

DRAFT WAWANCARA

LAMPIRAN-LAMPIRAN