

KURNIASTUTI KUSUMA

04202-111

STRATEGI PUBLIC RELATIONS PERTAMINA DALAM MENGELOLA REPUTASI PERUSAHAAN TERHADAP KASUS PENYELUNDUPAN MINYAK MENTAH (*CRUDE OIL*) DAN BAHAN BAKAR MINYAK (BBM) DI TERMINAL LAWE-LAWE, KALIMANTAN TIMUR PERIODE SEPTEMBER 2005

xiii + 125 halaman + 1 tabel + 13 lampiran + 39 Referensi + Bibliografi (1990-2005)

ABSTRAKSI

Reputasi merupakan aset yang sangat berharga serta tidak nyata (*intangible*) namun sangat penting bagi organisasi. Reputasi bukanlah suatu yang tetap. Ada kalanya pasang dan ada kalanya surut. Untuk itu diperlukan upaya-upaya pemeliharaan reputasi. Dalam dunia Public Relations, dikenal istilah manajemen reputasi. Seorang Public Relations profesional harus bisa melakukan pengelolaan reputasi yang baik agar perusahaan yang dinaunginya selalu memiliki reputasi yang baik pula.

Penelitian yang dilakukan ini bertujuan untuk mengetahui strategi Public Relations Pertamina dalam mengelola reputasi perusahaan terhadap kasus penyelundupan minyak mentah (*crude oil*) dan bahan bakar minyak di Terminal Lawe-lawe, Kalimantan Timur periode September 2005. Strategi yang dijalankan mulai dari perencanaan hingga akhir pelaksanaan yaitu, analisis.

Sebagai acuan berpikir penulis menggunakan kerangka pemikiran dari strategi reputasi Osborne yang terdiri dari analisis reputasi (mengetahui sasaran *stakeholders*, mengkaji *stakeholders* mendukung dan mengkritik organisasi, mengidentifikasi isu, tantangan-tantangan dan peluang organisasi), perencanaan strategis (mengidentifikasi ancaman, kekuatan dan kelemahan organisasi), *stakeholders relations*, pemantauan media, pelatihan media, materi komunikasi, *media relations*, *government relations*, manajemen krisis.

Metode penelitian yang dilakukan adalah metode studi kasus yang bersifat deskriptif. Data-data yang *valid* diperoleh dari hasil pengamatan selama peneliti magang di Pertamina dan wawancara dengan narasumber yang berkompeten. Selanjutnya, seluruh data akan dideskripsikan secara kualitatif.

Kasus Lawe-lawe yang terjadi pada bulan September 2005 menjadi pusat perhatian media cetak lokal maupun Nasional karena menyangkut penyelundupan minyak yang tidak sedikit. Pemberitaan yang cenderung negatif pun selalu mengarah ke Pertamina. Masyarakat maupun media menilai bahwa ada keterlibatan dari pejabat dan pekerja Pertamina yang melakukan penyelundupan itu. Tapi, Public Relations Pertamina sendiri menekankan bahwa yang melakukan itu adalah oknum Pertamina, bukan korporasi dan juga oknum pihak lain.

Hasil penelitian yang diperoleh menunjukkan bahwa Hupmas Pertamina sebagai Public Relations Pertamina melakukan suatu strategi reputasi untuk mengelola reputasi perusahaan yang lebih menekankan pada kegiatan *media relations* seperti, *press visit*, *press conference*, *media monitoring*, materi presentasi, wawancara pers, *cybernews*, *press release*, media internal dan eksternal.

