Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

Team project ©2017
Dony Pratidana S. Hum | Bima Agus Setyawan S. IIP

BAB 2
GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1. Gambaran Umum PT Pertamina (Persero)

2.1.1 Profil dan Sejarah PT Pertamina (Persero)

Menurut *website* www.pertamina.com , Pertamina adalah perusahaan minyak dan gas bumi yang dimiliki Pemerintah Indonesia (*National Oil Company).* Pertamina berdiri sejak tanggal 10 Desember 1957 dan pada awalnya bernama PT Permina. Pada tahun 1961 perusahaan ini berganti nama menjadi PN Permina dan setelah merger dengan PN Pertamin di tahun 1968 namanya berubah menjadi PN Pertamina. Dengan adanya UU No. 8 Tahun 1971 akhirnya nama perusahaan menjadi Pertamina. Nama ini dipakai setelah Pertamina berubah status hukumnya menjadi PT Pertamina (Persero) pada tanggal 17 September 2003 berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 22 tahun 2001 pada tanggal 23 November 2001 tentang Minyak dan Gas Bumi.

Sebelum UU No. 22 Tahun 2001, Pertamina mempunyai status khusus sebagai regulator migas. Setelah Undang-Undang tersebut berlaku, kebijakan umum untuk industri menjadi wewenang Ditjen Migas. Kemudian pengaturan dan pengawasan berbagai entitas bisnis dilakukan oleh badan-badan pelaksana yaitu: BP Migas di *sektor* Hulu, dan BPH Migas di *sektor* Hilir.

Pertamina memonopoli pengelolaan industri migas di Indonesia. Di *sektor* Hilir sebagai operator tunggal dan di *sektor* Hulu melakukan kontrak dengan berbagai perusahaan lain melalui kontrak bagi hasil (*Production Sharing).* Setelah UU No. 22 Tahun 2001, terdapat perubahan pada *sektor* Hilir menjadi terbuka bagi operator manapun yang memperoleh lisensi dari pemerintah dan *sektor* Hulu terbuka bagi berbagai operator yang memperoleh kontrak dengan pemerintah.

Perubahan Hukum dan Regulasi lainnya yang didasari oleh UU No. 22 Tahun 2001 adalah Pertamina berperan sebagai pengelola sumber daya alam dengan mengambil nilai ekonomis (*rents*) dari sumber migas sebagai representasi dari pemerintah. Sedangkan setelahnya, peran sebagai pengelola sumber daya dialihkan ke badan-badan pelaksana.

Aktivitas media relations..., Timothy Gerard Z. Kurniawan, FIKOM UMN, 2013

Selain menjalankan usahanya, PT Pertamina (Persero) juga memiliki lebih dari lima belas anak perusahaan. Diantaranya adalah PT Pertamina EP, PT Patra Jasa, PT Pelita Air Service, PT Pertamina Bina Medika, PT Elnusa, dan beberapa anak perusahaan lainnya.

2.2 Visi, Misi, dan Nilai Perusahaan PT Pertamina (Persero)

2.1.2 Visi Perusahaan

Visi dari PT Pertamina (Persero) adalah Menjadi Perusahaan Energi Nasional Kelas Dunia.

2.1.3 Misi Perusahaan

Adapun misi dari PT Pertamina (Persero) adalah Menjalankan usaha minyak, gas, serta energi baru dan terbarukan secara terintegrasi, berdasarkan prinsip-prinsip komersial yang kuat.

2.1.4 Tata Nilai PT Pertamina (Persero)

1. ***Clean***

   Dikelola secara profesional, menghindari benturan kepentingan, tidak menoleransi suap, menjunjung tinggi kepercayaan dan integritas. Berpedoman pada asas-asas tata kelola korporasi yang baik.

2. ***Confident***

   Berperan dalam pembangunan ekonomi nasional, menjadi pelopor dalam reformasi BUMN, dan membangun kebanggaan bangsa.

3. ***Competitive***

   Mampu berkompetisi dalam skala regional maupun internasional, mendorong pertumbuhan melalui investasi, membangun budaya sadar biaya dan menghargai kinerja.

4. ***Customer Focus***

   Berorientasi pada kepentingan pelanggan, dan berkomitmen untuk memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan.

Aktivitas media relations..., Timothy Gerard Z. Kurniawan, FIKOM UMN, 2013

5. ***Commercial***

   Menciptakan nilai tambah dengan orientasi komersial, mengambil keputusan berdasarkan prinsip-prinsip bisnis yang sehat.

6. ***Capable***

   Dikelola oleh Pemimpin dan pekerja yang profesional dan memiliki talenta dan penguasaan teknis tinggi, berkomitmen dalam membangun kemampuan riset dan pengembangan.

2.3 Arti Logo PT Pertamina (Persero)

Gambar 2.1 Logo Perusahaan

Pengembangan filosofi dan tampilan visual logo Pertamina adalah hasil analisa dan penelitian mendalam yang dilaksanakan untuk memahami bagaimana lingkungan bisnis dan pasar beroperasi pada tingkatan yang berbeda. Logo ini merupakan simbol atau lambang yang menggambarkan Filosofi, Visi, Misi dan Aspirasi Perusahaan.

Gambar 2.2 Visualisasi Logo Perusahaan (1)

Mengandung makna simbol "Anak Panah" yang melambangkan aspirasi organisasi Pertamina untuk senantiasa bergerak ke depan, maju dan progresif.

Gambar 2.3 Visualisasi Logo Perusahaan (2)

Aktivitas media relations..., Timothy Gerard Z. Kurniawan, FIKOM UMN, 2013

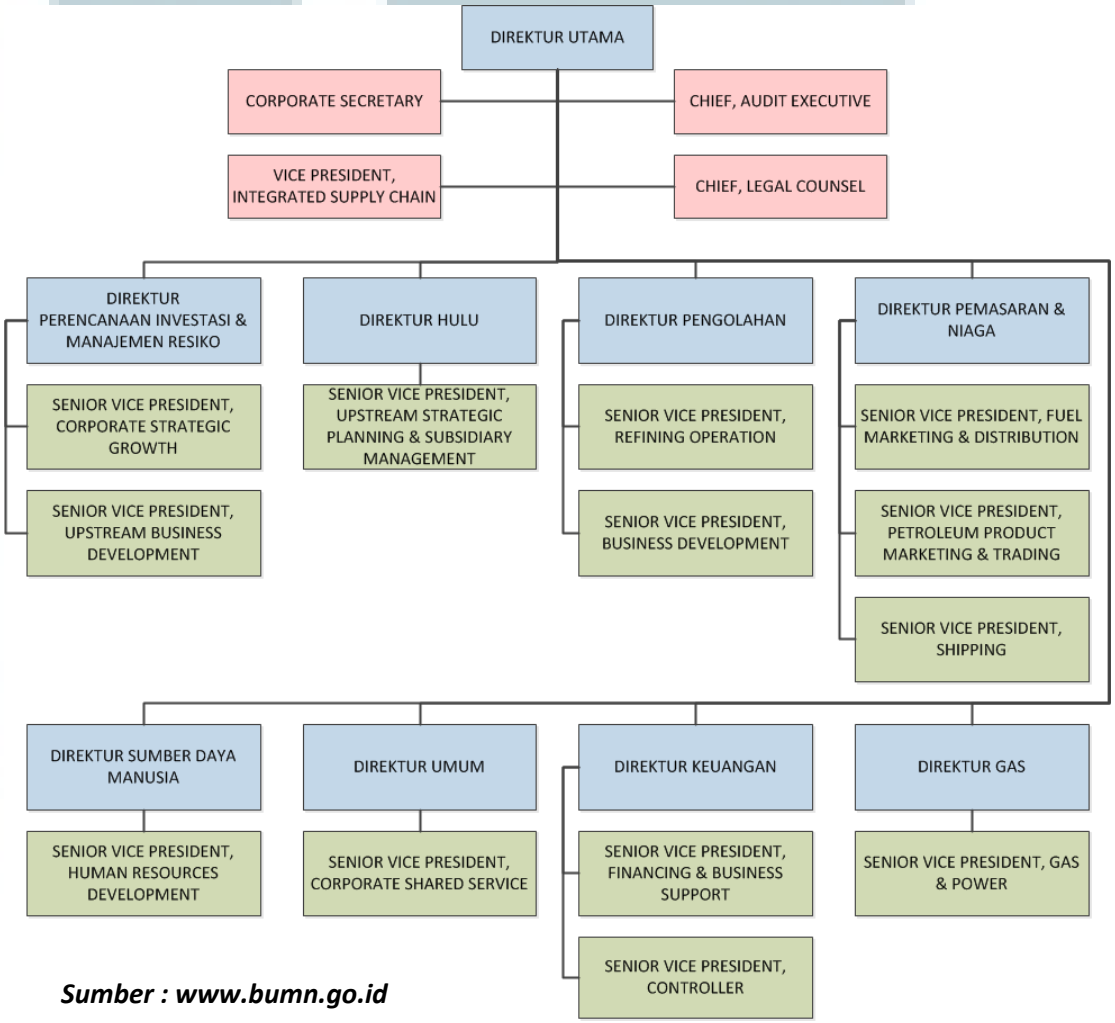
Simbol tersebut terlihat seperti monogram huruf “P” yang merupakan hurif pertama kata “PERTAMINA”.

Ketiga elemennya melambangkan pulau-pulau dengan berbagai skala yang merupakan bentuk negara Indonesia. Kata “PERTAMINA” merupakan nama perusahaan dari PT Pertamina (Persero) dan bukan merupakan singkatan atau akronim, dan tulisannya harus berwarna hitam.

Warna Logo Pertamina mencerminka karakter korporat. Warna Merah melambangkan keuetan dan ketegasan serta keberanian dalam menghadapi berbagai macam kesulitan. Warna Biru berarti Handal, dapat dipercaya dan bertanggung jawab. Dan warna hijau berarti sumber daya energi yang berwawasan lingkungan.

2.4 Struktur Organisasi PT Pertamina (Persero)

Gambar 2.4 Struktur Organisasi PT Pertamina (Persero)



Sumber : www.bumn.go.id

2.5 *Corporate secretary* PT Pertamina (Persero)

2.5.1 Ruang Lingkup Kerja Divisi Terkait

Penulis ditempatkan dalam divisi *media relations* dan pekerjaan yang diberikan oleh penulis adalah semua yang berkaitan dengan berhubungan baik kepada media. Adapun jenis pekerjaan yang dilakukan yakni :

1. Membuat siaran pers
2. Membuat perencanaan Anugerah Jurnalistik Pertamina
3. Menaruh *advertorial* di media – media kerjasama
4. *Media monitoring*
5. *Editing website* www.pertamina.com
6. Mempersiapkan acara konferensi pers
7. *Meida gathering*
8. *Press Trip*
9. *Website Benchmark*
10. Membuat TOR Anugerah Jurnalistik Pertamina

2.5.2 Divisi Media PT Pertamina (Persero)

Divisi *media relations* ada di bawah departemen komunikasi yang mempunyai fungsi mengelola serta mengatur kegiatan komunikasi PT Pertamina (Persero). Divisi Media terbagi lagi menjadi subdivisi lainnya :

1. *Media relations*

   Subdivisi ini mengatur komunikasi yang intens kepada media-media dengan menjaga hubungan baik antara PT Pertamina (Persero) dengan media itu sendiri. Taktik yang digunakan dalam membina hubungan baik ini adalah dengan membuat *event-event* seperti *Resepsi Pers*, *Press Event*, dsb. Dalam subdivisi ini juga terdapat *media monitoring* dimana kegiatan untuk mengkliping berita-berita tentang PT Pertamina (Persero) yang selalu di pilah setiap harinya dari media-media yang memberitakan. Pengklipingan ini dilakukan terutama dari media-media cetak.

Klipingan berita yang sudah dikumpulkan ini, akan diberikan kepada divisi-divisi lain dalam lingkup *corporate secretary*, untuk dianalisis serta sebagai evaluasi terhadap hasil kerja masing-masing divisi.

2. *Media Center*

Media Center berfungsi sebagai pusat dan data informasi mengenai perusahaan bagi siapapun yang membutuhkannya, khususnya pihak media massa. *Media Center* memberikan edukasi mengenai Pertamina baik mengenai produk atau mengenai isu yang sudah diagendakan dengan mengadakan pertemuan khusus dan mendatangkan narasumber serta membuat siaran pers.

3. *Contact* Pertamina

Contact Pertamina adalah subdivisi yang bertugas untuk menampung serta memberikan solusi bagi para *customer* yang ingin menanyakan berbagai macam hal tentang Pertamina. Mulai dari kepentingan untuk beriklan, saringan masuk karyawan baru (BPS), sampai menanyakan letak pom bensin terdekat di suatu daerah tertentu. Semua pelayanan yang dilakukan oleh *customer service* dari Pertamina berhujung pada solusi yang memuaskan pelanggan. Kalaupun tidak dapat terjawab saat itu juga, maka *customer* yang menelepon akan ditelepon kembali untuk jawaban yang harus dicari terlebih dahulu. 500-000 adalah nomor telepon untuk *Customer Service* pelanggan yang ingin menanyakan hal-hal urgent atau sekedar ingin tahu.

4. *Printed Publication*

Printed Publications memiliki fungsi untuk menyusun dan mengelola daluran komunikasi internal melalui media cetak. Media cetak ini hadir dalam dua bentuk, yakni buletin (*Energia Weekly*) dan majalah (Energia). Buletin *Energia Weekly* hadir setiap satu minggu sekali pada hari Senin, sedangkan majalah Energia hadir setiap satu bulan sekali. Pendistribusian bulletin dan majalah ini dilakukan dengan cara membagikan ke seluruh divisi dan anak perushaan dari PT Pertamina (Persero). Kedua media cetak ini dibagikan secara gratis kepada seluruh karyawan PT Pertamina (Persero).

Aktivitas media relations..., Timothy Gerard Z. Kurniawan, FIKOM UMN, 2013

5. Pertamina TV

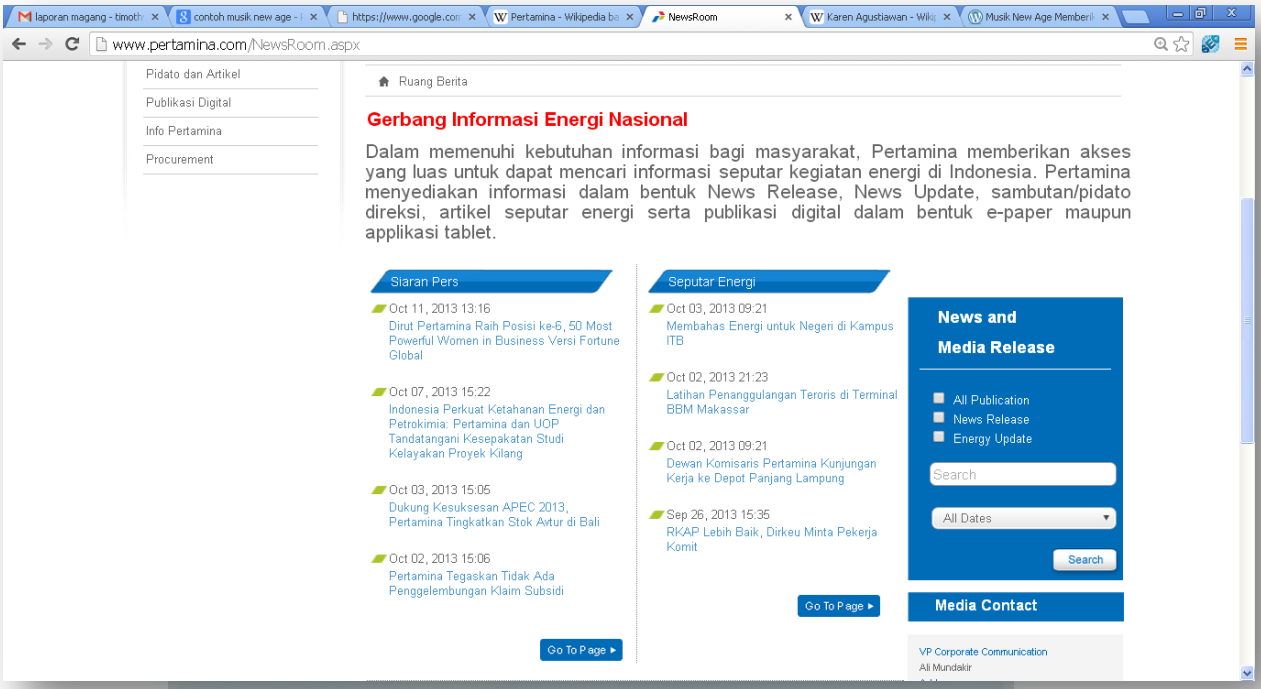
Saluran komunikasi yang disiarkan kepada seluruh pihak internal PT Pertamina (Persero) dengan tujuan mengetahui kinerja serta agenda PT Pertamina (Persero) serta penanaman nilai-nilai kebanggan terhadap karyawan internal PT Pertamina (Persero). Dikemas dengan visualisasi dan format yang menarik, dan tak jarang juga liputan yang dibuat ini diminta oleh wartawan untuk dipublikasikan langsung ke stasiun TV swasta.

6. Cyber News

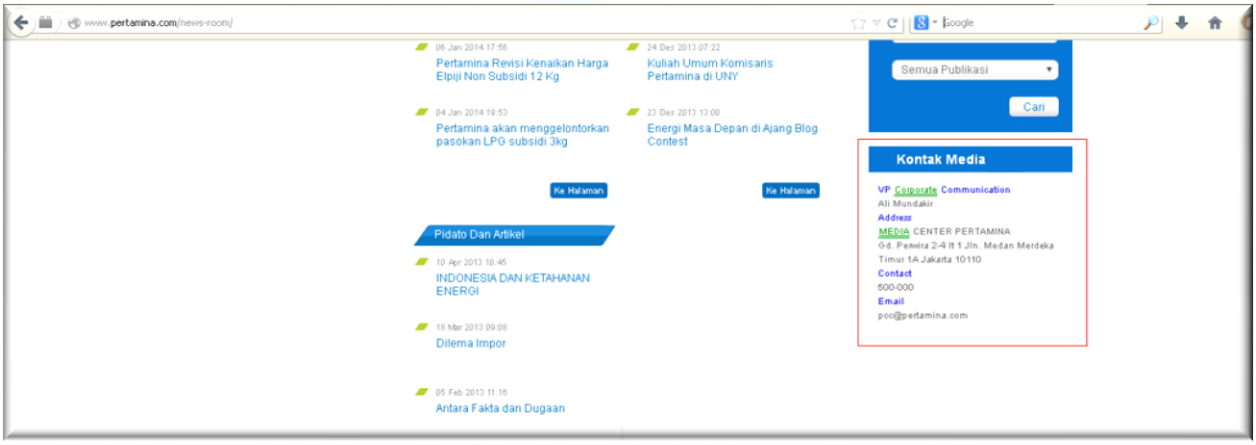
Subdivisi *Cyber News* ini mempunyai *job description* untuk mengelola semua berita yang sudah di*edit* oleh subdivisi *printed publication*, untuk masuk ke sebuah saluran media baru yaitu *website*. Dalam *website* yang dikelola ini menjangkau pihak-pihak internal maupun eksternal. Adapun di dalamnya terdapat rubrik-rubrik yang dibutuhkan pihak tersebut. Seperti mereka yang mau menaruh *advertorial*, sejarah, info ter*update* seperti saringan masuk (BPS), *press room*, dsb.

Gambar 2.5 Company Profile Pertamina

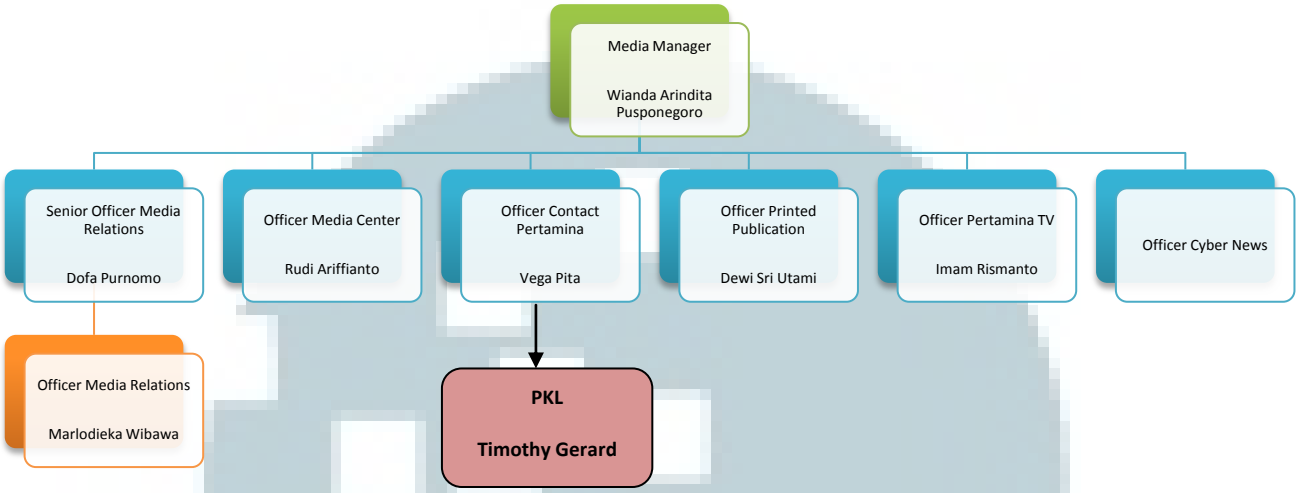
Gambar 2.6 News Room www.pertamina.com



Gambar 2.7 *Contact* Center *Media relations*



2.5.3 Struktur Organisasi Divisi Media PT Pertamina (Persero)



Gambar 2.8 Struktur Organisasi *Corporate secretary* PT Pertamina (Persero)