

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Public Relations (PR) merupakan upaya perusahaan untuk menjaga hubungan yang positif dan saling menguntungkan dengan berbagai pemangku kepentingan, antara lain media, karyawan, pelanggan, dan masyarakat luas. PR biasanya merupakan departemen atau divisi tersendiri dalam suatu perusahaan, terutama pada perusahaan besar yang membutuhkan banyak sumber daya untuk membangun hubungan dengan publik (LSPR News, 2023)

Tujuan PR adalah untuk membangun citra positif suatu perusahaan atau organisasi di mata masyarakat dan meningkatkan hubungan antara perusahaan atau organisasi tersebut dengan pemangku kepentingan seperti pelanggan, investor, media, pemerintah, dan organisasi. Dalam praktiknya, fungsi PR masuk dalam beragam kegiatan perusahaan antara lain fungsi relasi media, strategi komunikasi, tata kelola hubungan media, tata kelola krisis, tata kelola acara, hubungan pemerintahan, hubungan dengan masyarakat di mana perusahaan beroperasi, periklanan, tata kelola pemangku kepentingan, tata kelola komunikasi pimpinan hingga periklanan. Menurut Wilcox & Cameron (2006) kunci dalam kegiatan PR adalah komunikasi dua arah yang mengejar kepentingan publik dengan kegiatan yang disusun secara terstruktur dan juga merupakan fungsi manajemen bisnis secara sengaja, direncanakan, kinerja, kepentingan umum, komunikasi dua arah dan fungsi manajemen

Dalam menjalankan tugasnya, PR bekerja dengan berbagai departemen dalam bisnis atau organisasi, termasuk pemasaran, keuangan, dan manajemen, untuk memastikan bahwa pesan yang disampaikan konsisten dengan visi, misi, dan nilai-nilai perusahaan. Ada beberapa prinsip dasar yang harus diikuti dalam praktik Humas, seperti transparansi, kejujuran, dan tanggung jawab sosial. Profesional

humas harus mampu memberikan informasi yang akurat dan transparan kepada publik serta menunjukkan integritas dan etika yang baik dalam melaksanakan tugasnya. Selain itu, humas harus mempertimbangkan dampak aktivitas perusahaan dan organisasi terhadap masyarakat, dan berupaya memberikan kontribusi kepada masyarakat (Pertamina WK Rokan, 2023)

Dengan definisi di atas, PT Pertamina Hulu Rokan (PHR) memiliki tim PR yang bernama Corporate Secretary (CorSec). Tujuan dari tim PR tersebut adalah untuk mengarahkan, memonitor dan mengevaluasi pengelolaan relasi dan komunikasi perusahaan, baik dengan investor/komunitas keuangan, regulator, stakeholder, mitra kerjasama, media dan pelanggan eksternal perusahaan, pengelolaan kegiatan Program Kemitraan, Bina Lingkungan, dan Corporate Social Responsibility, penyusunan Sistem & Tata Kerja dan Compliance, serta memastikan terlaksananya corporate activity untuk mendukung terbentuknya persepsi positif dan reputasi korporasi dan memastikan terbinanya hubungan yang baik dengan pihak-pihak terkait.

PT Pertamina Hulu Rokan (PHR), yang didirikan 20 Desember 2018, merupakan perusahaan yang bertindak sebagai operator dalam pengelolaan Wilayah Kerja (WK) Rokan selama 20 tahun, mulai 9 Agustus 2021 hingga 8 Agustus 2041. PHR juga menjalankan tugas dari Subholding Upstream Pertamina untuk mengelola bisnis dan operasional kegiatan usaha hulu migas di wilayah Regional 1 – Sumatera. Dengan luas wilayah operasi lebih dari 6.200 meter persegi yang meliputi 7 wilayah Kabupaten/Kota di Provinsi Riau, WK Rokan adalah salah satu WK minyak dan gas yang paling produktif di Indonesia dengan lebih dari 80 lapangan dan lebih dari 11 ribu sumur aktif. Produksi WK Rokan menyumbangkan sekitar seperempat produksi minyak nasional.

Lima belas bulan pasca alih kelola telah berlalu, PHR melangkah maju dalam pengelolaan salah satu WK migas terbesar di Indonesia. Dengan Spirit Sumatera (*Sustainable, Massive, To Grow, Efficient, Resilient, Aggressive*), PHR

berhasil membuktikan keberhasilannya melalui kinerja cemerlang di berbagai bidang. Kesuksesan alih kelola WK Rokan menjadi catatan tersendiri bagi perjalanan sejarah industri migas di Indonesia. Proses transisi dan alih kelola berjalan dengan selamat, lancar, dan andal. PHR pun dapat melanjutkan kegiatan operasional tanpa kendala berarti. Alih kelola WK Rokan layak menjadi rujukan bagi blok-blok terminasi lainnya di Indonesia.

Kelancaran alih kelola juga terlihat dari kinerja keselamatan kerja dan produksi WK Rokan yang tetap terjaga hingga saat ini. PHR mencatatkan tingkat produksi sekitar 161 ribu BOPD (rata-rata barrel minyak per hari di tahun 2023 hingga bulan Mei), jauh lebih baik dibandingkan prediksi *natural declining* yang berada di kisaran 125 ribu BOPD jika tidak melakukan kegiatan pengeboran. Sejak hari pertama alih kelola hingga saat ini, total telah ada pengeboran 673 sumur baru (hingga akhir Mei 2023), di mana 131 sumur berhasil di bor dalam 5 bulan sepanjang tahun 2021 dan 404 sumur pada 2022. Sementara target hingga Desember 2023 diperkirakan 593 sumur.

Rencana kerja masif dan agresif WK Rokan merupakan bagian upaya mengoptimalkan manfaat hasil migas bagi Indonesia, sekaligus mendukung ketahanan energi nasional dan target pemerintah mencapai produksi 1 juta barel minyak dan 12 miliar standar kaki kubik gas per hari pada 2030. Menyadari posisi strategisnya, selain pengeboran sumur baru, PHR juga berupaya menjaga kinerja base production, menjaga keandalan fasilitas dan peralatan operasi, meningkatkan kapasitas fasilitas produksi untuk menyesuaikan dengan peningkatan produksi, menjajaki teknologi baru serta mengembangkan migas non konvensional dalam rangka mengoptimalkan produksi. PHR telah berhasil menahan laju penurunan alamiah produksi hingga 0%, dengan rencana kerja yang masif dan agresif. 100% hasil lifting yang dihasilkan PHR disalurkan untuk konsumsi kilang domestik KPI demi mendukung ketahanan energi nasional.

PHR melakukan berbagai terobosan agar target sumur baru dapat tercapai, di antaranya tim pengeboran melakukan beberapa kegiatan secara paralel (*offline activity*), meningkatkan keandalan peralatan pengeboran dan menyusun perencanaan yang matang dalam pemenuhan sumber daya pendukung untuk menghindari terjadinya waktu menunggu servis atau material. Hasilnya, PHR berhasil memperpendek waktu pengeboran hingga produksi awal atau *Put On Production* (POP). Dari sebelumnya sekitar 15 hingga 19 hari pada tahun 2021, kini menjadi sekitar 5 hingga 8 hari pada tahun 2022.

Berbagai upaya terobosan itu sejalan dengan semangat Pertamina untuk meningkatkan produktivitas dengan cara-cara yang efisien. PHR meningkatkan jumlah rig pengeboran aktif menjadi lebih dua kali lipat dari yang awalnya 9 menjadi 26 rig pada triwulan IV 2022. PHR juga menggunakan rig WOWIWS (*Work Over Well Intervention Well Services*) untuk perawatan sumur dari awalnya 25 menjadi 49 rig pada triwulan IV 2022.

Kegiatan *Public Relations* sangat penting untuk membangun citra dan identitas perusahaan, khususnya dalam aspek komunikasi yang ada di dalam organisasi, sehingga dapat mempertahankan keberadaannya di tengah persaingan. Saat ini, hampir semua perusahaan bersaing untuk menunjukkan eksistensinya dengan menonjolkan berbagai keunggulan yang dapat meningkatkan kesadaran dan kepercayaan masyarakat (Anggraini & Setyanto, 2019). Secara umum fungsi PR pada Corporate Secretary PHR adalah menjaga reputasi perusahaan sebagai perusahaan migas nomor satu di Indonesia yang beroperasi dengan mematuhi seluruh peraturan dan perundang-undangan yang berlaku, sekaligus mengemban tugas dari pemerintah untuk menjaga ketersediaan energi nasional. Dalam fungsinya tersebut, Corporate Secretary PHR dibagi dalam tiga sub-bidang. Antara lain, tim yang membidangi komunikasi dengan *stakeholders external* antara lain dengan pemerintah, institusi-institusi migas, masyarakat di wilayah operasi, serta dunia pendidikan, media, serta membidangi pengembangan dan pembangunan masyarakat baik dalam bidang ekonomi, kesehatan, pendidikan dan lingkungan.

Di wilayah operasi utama PHR di Wilayah Kerja (WK) Rokan di Riau, sejak sebelum alih kelola, PHR sudah mulai menjalin komunikasi dan koordinasi dengan para pemangku kepentingan di tingkat provinsi dan kabupaten/ kota, Forkopimda, tokoh masyarakat adat, asosiasi pengusaha, dan lain-lain. Dalam kurun satu tahun alih kelola, PHR telah menerima 12 penghargaan baik lokal, nasional maupun internasional terkait pelaksanaan Program Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL).

Upaya-upaya tersebut dilakukan oleh tim transisi yang mana Corporate Secretary pada saat itu masih bernama Corporate Affairs. Sementara Tim Internal Communications masih bernama Tim Media & Communications. Strategi-strategi komunikasi dan engagement yang berkaitan dengan persiapan masa transisi dilakukan oleh seluruh tim yang berada di bawah naungan Corporate Affairs.

Pemberitaan-pemberitaan yang dirilis pada masa menjelang transisi telah mulai diisi dengan informasi-informasi yang berkaitan dengan kinerja Wilayah Kerja (WK) Rokan yang dioperasikan oleh operator sebelumnya. Di saat yang sama pemberitaan juga mulai menginformasikan mengenai rencana-rencana alih kelola WK Rokan dari PT Chevron Pacific Indonesia (CPI) kepada PT Pertamina Hulu Rokan (PHR).

Corporate Affairs juga mulai melakukan engagement dengan pemangku kepentingan termasuk kepada pemerintah pusat maupun provinsi, untuk memberikan informasi rencana transisi pengoperasian WK Rokan dari CPI kepada PHR yang akan berlangsung pada 9 Agustus 2021. Engagement ini dilakukan untuk membangun dukungan dari pemangku kepentingan guna memperlancar proses transisi.

Pasca transisi 9 Agustus 2021, PHR mulai menggenjot kinerja operasi produksi, melanjutkan program-program yang sudah berjalan sebelumnya serta menginisiasi program-program baru dalam bidang TJSL. Di saat yang sama Tim Media & Communications yang telah berganti nama menjadi Tim Internal

Communication mulai menerbitkan berbagai rilis berisi informasi kinerja WK Rokan pasca transisi.

Kerja keras PHR untuk memberikan kinerja optimal dan nilai tambah bagi seluruh pemangku kepentingan secara langsung dirasakan oleh banyak pihak baik dari masyarakat sekitar wilayah operasi maupun pemangku kepentingan terkait sehingga dalam jangka 1 tahun pasca alih kelola WK Rokan, PHR telah menghasilkan “bonus sosial” berupa penghargaan dari berbagai pihak menerima berbagai jenis penghargaan. Antara lain Best PSC Contractor of The Year 2022 IOG SKK Migas 2022, melalui 5 kategori yaitu Best Operational Excellence Achievement, Best in boosting Investment supporting Achievement of National Target, The Most Optimum Dispute Settlement, The Most Aggressive Exploitation Program, The most Efficient di bidang keuangan. Dalam bidang lingkungan, PHR juga mendapat penghargaan Gold ISDA Award 2022 pada program Konservasi Gajah, dan Penghargaan Peringatan Hari Lingkungan Hidup Sedunia Dumai 2022. Dalam bidang eksplorasi, PHR mendapatkan penghargaan SKK Migas sebagai “The Most Aggressive Exploitation Work Program 2022”. Dalam bidang TJSL, PHR mendapatkan penghargaan antara lain Juara II Kategori Souvenir pada Anugerah Desa Wisata Indonesia, Sertifikasi Desa Wisata Berkelanjutan, Penghargaan Perusahaan pendukung wisata Kabupaten Kampar, Penghargaan Bengkalis CSR Award 2021 - Peringkat Terbaik II, Penghargaan Bengkalis CSR Award 2022. PHR juga mendapatkan penghargaan Pekanbaru Tax Award 2022 untuk kategori Pajak Air Bawah Tanah.

Dari profil dan gambaran kinerja PHR sejak ahli kelola sejak 9 Agustus 2021 atau selama lebih kurang 1,5 tahun, terlihat volume pekerjaan dan operasi yang meningkat berkali-kali lipat. Peningkatan volume pekerjaan dan operasi tentu harus diikuti kesiapan sumber daya manusia dan pengawasan bidang keselamatan kerja. Baik bagi 2.300 perwira (penyebutan untuk pekerja PHR) maupun puluhan ribu pekerja kontraktor di dalam operasi PHR.

Untuk meraih kesuksesan jangka panjang dalam pasar yang sangat kompetitif, setiap perusahaan perlu fokus pada pembentukan dan pemeliharaan citra positif yang kuat. Meskipun menghadapi tantangan yang kompleks, upaya ini tidak hanya berfungsi sebagai pemenuhan tanggung jawab sosial perusahaan, tetapi juga membuka peluang untuk menjalin hubungan yang lebih erat dengan pelanggan dan masyarakat. Menurut Fida Effendi (2024) dalam artikelnya Lindungi Hutan, salah satu cara untuk memperkuat citra positif perusahaan adalah melalui berbagai strategi, seperti menyebarluaskan informasi positif secara konsisten, memberikan pelayanan pelanggan yang berkualitas, dan menjalankan komunikasi yang terbuka. Menyampaikan inisiatif keberlanjutan serta dampak positif yang dihasilkan perusahaan kepada publik merupakan salah satu langkah efektif dalam meningkatkan reputasi perusahaan. Hal ini bisa dilakukan dengan berbagi cerita sukses program atau pencapaian positif melalui berbagai media, termasuk media sosial, situs web, dan laporan tahunan. Dengan menyajikan narasi yang menarik dan didukung oleh data yang kredibel, perusahaan dapat memperlihatkan kontribusinya terhadap kesejahteraan masyarakat serta pelestarian lingkungan.

Dalam penelitian ini, dapat dipahami bahwa industri Migas juga mengandung berbagai risiko dan potensi bahaya yang sangat besar seperti kecelakaan, kebakaran, ledakan, penyakit akibat kerja dan pencemaran. Keselamatan Migas yang terabaikan dapat mengakibatkan kerugian bernilai ekonomi yang besar. Selain itu, multiplier effects yang ditimbulkannya dapat berakibat buruk dari aspek sosial, lingkungan dan lainnya (Wiratmaja Puja, 2016). Sebagai contoh pada kasus Chevron di Nigeria, salah satu isu utama yang melibatkan Chevron di Nigeria adalah kerusakan lingkungan yang ditimbulkan oleh eksploitasi minyak. Wilayah Delta Niger, yang menjadi pusat kegiatan Chevron, telah mengalami pencemaran udara, tanah, dan air akibat tumpahan minyak dan kebocoran gas. Insiden seperti tumpahan minyak dan ledakan fasilitas pipa minyak sangat sering terjadi, merusak ekosistem lokal yang bergantung pada sumber daya alam seperti air dan tanah yang subur. Banyak komunitas di sekitar wilayah operasi

Chevron merasa bahwa perusahaan tidak melakukan cukup banyak untuk mencegah atau mengatasi dampak-dampak negatif tersebut (Nursalikhah, 2016). Dengan tingginya risiko kemunculan sentimen atau respon negatif dari komunitas atau masyarakat terhadap perusahaan migas, maka menjadi pilar krusial untuk adanya Tim *Public Relation* untuk menanggapi hal-hal tersebut.

Penelitian ini fokus membahas bagaimana Corporate Secretary yang membidangi komunikasi internal dan eksternal PHR, dalam membangun dan menjaga citra dan reputasi perusahaan melalui strategi komunikasi dan pemberitaan PHR, untuk memberikan keyakinan kepada pemangku kepentingan bahwa PHR mampu menjaga bahkan meningkatkan kinerja operasi di WK Rokan pasca alih kelola.

Untuk mengukur kinerja Corporate Secretary PHR WK Rokan dalam hal pemberitaan positif, *Subholding Upstream* (SHU) sebagai induk dari PHR menetapkan *Key Performance Index* (KPI) sebesar 92% untuk pemberitaan positif + netral, dari total pemberitaan mengenai PHR

Penelitian ini secara spesifik meneliti dan mempelajari strategi komunikasi yang dilakukan Corporate Secretary dalam memenuhi target KPI yang telah ditetapkan untuk tahun kinerja 2022/2023, serta strategi *media engagement* dalam upaya memberikan pemahaman yang lebih baik kepada media dan wartawan terhadap kinerja PHR.

Penetapan masalah yang akan diteliti sebagaimana dijelaskan di atas dianggap penting tidak saja karena reputasi PHR sebagai perusahaan energi nasional terbesar di Indonesia, namun juga untuk meningkatkan *acceptance* publik terhadap kesinambungan operasi PHR dalam mengelola migas di WK Rokan (Pertamina WK Rokan, 2023)

1.2 Rumusan Masalah

Dalam dunia komunikasi modern, media relations menjadi komponen krusial dalam membangun dan mempertahankan citra perusahaan. Perkembangan

teknologi digital telah mengubah lanskap media secara drastis, memaksa perusahaan untuk menyesuaikan strategi komunikasi mereka. Perubahan ini menimbulkan pertanyaan tentang bagaimana perusahaan dapat memanfaatkan media tradisional dan digital secara efektif untuk mencapai target komunikasi mereka.

Dalam konteks perusahaan seperti PT Pertamina Hulu Rokan (PHR), tantangan media relations mencakup pengelolaan pemberitaan selama masa transisi alih kelola dari PT Chevron Pacific Indonesia. Hal ini menyoroti pentingnya strategi komunikasi yang proaktif untuk membangun kepercayaan publik dan menciptakan citra positif di tengah perubahan besar. Isu etika dalam media relations menjadi perhatian penting. Praktik komunikasi yang tidak transparan dapat merusak hubungan dengan media dan memengaruhi kredibilitas perusahaan. Dengan demikian, muncul pertanyaan tentang bagaimana perusahaan dapat menjaga transparansi dan kejujuran dalam komunikasi media mereka.

Hubungan antara perusahaan dan media sering kali dipengaruhi oleh persepsi negatif seperti tuduhan "spin doctoring" atau manipulasi informasi. Oleh karena itu, bagaimana perusahaan dapat membangun hubungan yang saling menguntungkan dan etis dengan media menjadi sebuah permasalahan yang signifikan. Melalui pembahasan ini, dapat dirumuskan bahwa media relations bukan hanya soal menyebarkan informasi, tetapi juga tentang membangun hubungan, mengelola krisis, dan menjaga reputasi perusahaan di tengah perubahan teknologi

Dalam hal *exposure* pemberitaan periode 1 Januari 2021 hingga 30 Juni 2021 atau 6 (enam) bulan pertama tahun 2021 dapat diketahui bahwa jumlah pemberitaan mengenai rencana alih kelola WK Rokan yang jatuh pada 9 Agustus 2021 dari PT Chevron Pacific Indonesia (CPI) kepada PT Pertamina Hulu Rokan (PHR) masih sangat minim. Tercatat hanya 48 (empat puluh delapan) pemberitaan, di mana pemberitaan positif mengenai PHR hanya 6 (enam) pemberitaan.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Bagaimana *Corporate Secretary* (CorSec) PT Pertamina Hulu Rokan (PHR) menyusun strategi *media relations* untuk membangun dan mempertahankan citra positif dari perusahaan?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini fokus pada bagaimana strategi *media relations* dari *Corporate Secretary* (CorSec) PT Pertamina Hulu Rokan (PHR) melakukan *engagement* terhadap media dan wartawan, guna meningkatkan hubungan yang saling percaya (*trust*) dengan tetap menjunjung tinggi profesionalisme.

Selanjutnya, bagaimana *Corporate Secretary* PHR menyusun strategi relasi media yang meliputi *media release* dan *media monitoring*, untuk membangun citra positif bahwa PHR mampu melanjutkan operasi produksi migas di Wilayah Kerja (WK) Rokan secara lebih efektif, efisien, dan produktif.

1.5 Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memiliki tiga kegunaan yaitu:

1.5.1 Kegunaan Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dalam bidang akademis, dalam hal ini gambaran mengenai strategi pemberitaan dan tata kelola media yang dilakukan oleh *Corporate Secretary* dalam membangun citra positif perusahaan melalui tata kelola pemberitaan dalam upaya menjaga reputasi perusahaan.

1.5.2 Kegunaan Praktis

Selain bermanfaat dalam bidang akademis, penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan referensi praktis mengenai strategi dan tata kelola pemberitaan bagi pelaku bisnis untuk menjaga citra dan reputasi perusahaan.

1.5.3 Kegunaan Sosial

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat pengetahuan mengenai strategi dan tata kelola pemberitaan dalam operasi migas.

1.5.4 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini dibatasi pada salah satu *Corporate Secretary* (CorSec) pada PT Pertamina Hulu Rokan (PHR) yaitu strategi *media relations* dalam upaya memberikan informasi positif mengenai kinerja perusahaan pasca alih kelola.

