

**STRATEGI *PUBLIC RELATIONS* PT PERTAMINA (PERSERO)
MARKETING OPERATION REGION V SURABAYA DALAM
MEMPERTAHANKAN CITRA POSITIF PERUSAHAAN MELALUI
PROGRAM CSR KAMPOENG KEPITING-EKOWISATA
WANASARI BALI**

SKRIPSI



Disusun Oleh:

VANESSA CHRIS PATRICIA

NRP: 1423012074

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
SURABAYA
2016**

**STRATEGI *PUBLIC RELATIONS* PT PERTAMINA (PERSERO)
MARKETING OPERATION REGION V SURABAYA DALAM
MEMPERTAHANKAN CITRA POSITIF PERUSAHAAN MELALUI
PROGRAM CSR KAMPOENG KEPITING-EKOWISATA
WANASARI BALI**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Dalam Memperoleh Gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya



Disusun Oleh:

VANESSA CHRIS PATRICIA

NRP: 1423012074

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
SURABAYA**

2016

SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS

Dengan ini, saya

Nama : Vanessa Chris Patricia

NRP : 1423012074

Menyatakan bahwa apa yang saya tulis dalam skripsi berjudul:

STRATEGI *PUBLIC RELATIONS* PT PERTAMINA (PERSERO) MARKETING OPERATION REGION V SURABAYA DALAM MEMPERTAHANKAN CITRA POSITIF PERUSAHAAN MELALUI PROGRAM CSR KAMPOENG KEPITING-EKOWISATA WANASARI BALI

adalah benar adanya dan merupakan hasil karya sendiri. Segala kutipan karya pihak lain telah saya tulis dengan menyebutkan sumbernya. Apabila dikemudian hari ditemukan adanya plagiasi maka saya rela gelar keserjanaan saya dicabut.

Surabaya, 28 Juni 2016

Penulis,



Vanessa Chris Patricia

NRP 1423012074

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

**STRATEGI *PUBLIC RELATIONS* PT PERTAMINA (PERSERO)
MARKETING OPERATION REGION V SURABAYA DALAM
MEMPERTAHANKAN CITRA POSITIF PERUSAHAAN MELALUI
PROGRAM CSR KAMPOENG KEPITING-EKOWISATA
WANASARI BALI**

Oleh:

Vanessa Chris Patricia

NRP. 1423012074

Skripsi ini telah disetujui oleh dosen pembimbing penulisan skripsi untuk diajukan ke tim penguji skripsi.

Pembimbing I : Yuli Nugraheni, S.Sos, M.Si.

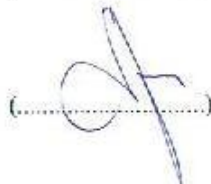
NIK. 142.09.0647



(.....)

Pembimbing II : Theresia Intan P. H, S.Sos.,M.I.Kom

NIK. 142.10.0651



(.....)

Surabaya, 28 Juni 2016

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi ini telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya dan diterima untuk memenuhi sebagian dari persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Pada: Selasa, 14 Juni 2016

Mengesahkan,
Fakultas Ilmu Komunikasi,
Dekan.



(Yuli Nugraheni S.Sos., M.Si)
NIK. 142.09.0647

Dosen Penguji

1. Ketua : Anastasia Yuni Widyaningrum, S.Sos., M.Med.Kom. (.....)
NIK. 142.09.0634
2. Sekretaris: Theresia Intan P. H, S.Sos., M.I.Kom (.....)
NIK. 142.10.0651
3. Anggota : Yuli Nugraheni S.Sos., M.Si (.....)
NIK. 142.09.0647
4. Anggota : Maria Yulastuti, S.Sos., M.Med.Kom. (.....)
NIK. 142.09.0645

LEMBAR PERSETUJUAN

PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya (UKWMS):

Nama : Vanessa Chris Patricia

NRP : 1423012074

Menyetujui skripsi/karya ilmiah saya

Judul : **STRATEGI *PUBLIC RELATIONS* PT PERTAMINA (PERSERO) *MARKETING OPERATION REGION V* SURABAYA DALAM MEMPERTAHANKAN CITRA POSITIF PERUSAHAAN MELALUI PROGRAM CSR KAMPOENG KEPITING-EKOWISATA WANASARI BALI**

Untuk dipublikasikan atau ditampilkan di internet atau media lain (Digital Library Perpustakaan UKWMS) untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan Undang-Undang Hak Cipta.

Demikian pernyataan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 28 Juni 2016

Yang Menyatakan,



Vanessa Chris Patricia

HALAMAN PERSEMBAHAN

Untuk dapat memperoleh hasil terbaik dari usaha yang kita lakukan, diperlukan nilai diri yang baik dan juga pikiran yang positif. Apapun yang dikerjakan dengan rasa terbebani, tidak akan mendapatkan hasil yang maksimal. Jadikan jalanan terjal itu sebagai tantangan yang harus kau selesaikan dengan baik, maka hasil tidak akan mengecewakan usahamu.

“If you have a positive attitude and constantly strive to give your best effort, eventually you will overcome your immediate problems and find you are ready for greater challenges”

“jika Anda memiliki sikap positif dan selalu berusaha untuk memberikan upaya terbaik, Anda akan mengatasi masalah Anda dan Anda siap untuk tantangan yang lebih besar”

-Pat Riley-

KATA PENGANTAR

Tidak ada kata lain yang penulis ingin sampaikan selain rasa syukur dan terima kasih kepada penolong yang setia, juru selamat Tuhan Yesus Kristus. Penulis merasakan ikut campur tangan Tuhan Yesus yang luar biasa, jalan-Nya tidak dapat diduga, selalu memberikan penulis berkat dan kesempatan baru. Atas pertolongan Tuhan, Penulis mampu menyelesaikan Skripsi dengan judul **“STRATEGI *PUBLIC RELATIONS* PT PERTAMINA (PERSERO) *MARKETING OPERATION REGION V SURABAYA* DALAM MEMPERTAHANKAN CITRA POSITIF PERUSAHAAN MELALUI PROGRAM CSR KAMPOENG KEPITING-EKOWISATA WANASARI BALI”**. Skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk meraih gelar sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Terselesaikannya skripsi ini, tentunya ada dukungan besar, doa, dan bimbingan yang diberikan kepada penulis. Oleh karena itu, penulis ingin memberikan ucapan terimakasih yang sebersar–besarnya kepada :

1. Tuhan Yesus Kristus yang telah memberikan penulis wahyu untuk menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
2. Joni Tono Suwito dan Maya Murtiningsih, yaitu Mama dan Papa penulis yang tiada henti memberikan dukungan, doa, dan bantuan kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
3. Yuli Nugraheni, S.Sos, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya sebagai pembimbing I yang menuntun Vaness mengerjakan skripsi dengan sabar. Terima kasih, sudah memberikan motivasi dan ilmu kepada Vaness.

4. Theresia Intan Putri Hartiana, S.Sos., M.I.Kom selaku dosen pembimbing II yang tiada henti selalu menuntun Vaness untuk menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
5. Seluruh dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
6. Heppy Wulansari, Umar Ibnu Hasan, Ahad Rehadi, dan Ahli Istik Wahyuni selaku team *External Relations* yang sudah sangat membantu Vaness dalam memperlancar skripsi ini mulai dari wawancara dan pengambilan data. Terima kasih telah memberikan pengalaman dan ilmu yang berharga kepada Vaness.
7. Staf Fakultas Ilmu Komunikasi, Bu Tina dan Pak Djati. Trimakasih atas bantuan dan kesabarannya kepada penulis untuk mengurus segala keperluan administrasi dan dukungan untuk menyelesaikan skripsi ini.
8. Kepada dr. Nico Odolf Yordanius sebagai teman spesial yang selalu memberikan semangat dan doa hingga Vaness menjadi termotivasi menyelesaikan skripsi.
9. Fikomers 2012, terima kasih sudah berjuang bersama dengan saling bertukar informasi dan memberikan dukungan, semua kita lakukan demi meraih cita-cita.
10. Berbagai pihak yang sangat membantu penulis, namun tidak dapat penulis sebutkan satu per satu. Semoga Tuhan Yang Maha Esa akan membalas segala kebaikan yang telah kalian lakukan.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kata sempurna, namun besar harapan penulis bahwa apa yang penulis usahakan untuk mengerjakan skripsi ini dapat menjadi inspirasi dan bermanfaat bagi pembaca.

DAFTAR ISI

Halaman Sampul Luar	i
Halaman Sampul Dalam	ii
Surat Pernyataan Originalitas	iii
Halaman Persetujuan	iv
Halaman Pengesahan	v
Halaman Persetujuan Publikasi Karya Ilmiah	vi
Halaman Persembahan	vii
Kata Pengantar	viii
Daftar Isi	x
Daftar Tabel	xiii
Daftar Bagan	xiiv
Daftar Gambar	xv
Daftar Lampiran	xvi
Abstrak	xvii
Abstract	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
I.1 Latar Belakang	1
I.2 Rumusan Masalah	19
I.3 Tujuan Penelitian	20
I.4 Batasan Masalah	20
I.5.1 Manfaat Akademis	21
I.5.2 Manfaat Praktis	21
BAB II PERSPEKTIF TEORITIS	22
II.1 Strategi <i>Public Relations</i>	22
II.2 <i>Corporate Social Responsibility</i> dan Citra Perusahaan .	31
II.3 Studi Kasus dalam Metodologi Kualitatif	38
BAB III METODE PENELITIAN	43
III.1 Pendekatan dan Jenis Penelitian	43
III.2 Metode penelitian	44
III.3 Subjek Penelitian	45
III.4 Unit Analisis	46
III.5 Teknik Pengumpulan Data	46
III.6 Teknik Analisa Data	47
III.7 Triangulasi data	51
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	53
IV.1 Gambaran Subjek Penelitian	53
IV.1.1 Sejarah PT Pertamina (Persero) MOR V Surabaya	53
IV.1.2 Visi dan Misi Perusahaan	54
IV.1.3 Tata Nilai Perusahaan	54
IV.1.4 Logo Perusahaan	55

IV.1.5 Struktur Organisasi External Relations PT Pertamina (Persero) MOR V Surabaya	56
IV.1.6 Tugas Pokok External Relations	57
IV.1.7 <i>Corporate Social Responsibility</i> PT Pertamina (Persero)	57
IV.1.7.1 Visi dan Misi CSR Pertamina	57
IV.1.7.2 Tujuan CSR Pertamina	58
IV.1.8 Kampoeng Kepiting-Ekowisata Wanasari Bali ..	58
IV.2 Profil Narasumber	59
IV.3 Hasil dan Temuan dari Strategi <i>Public Relations</i> yang dijalankan oleh PT Pertamina MOR V Surabaya dalam mempertahankan Citra melalui Program CSR Kampoeng Kepiting-Ekowisata Wanasari Bali	61
IV.4 Pandangan Pertamina Mengenai CSR	62
IV.5 Analisis <i>Social mapping</i> sebagai Latar Belakang PT Pertamina (Persero) MOR V Surabaya dalam Merencanakan Program CSR Kampoeng Kepiting-Ekowisata Wanasari Bali	66
IV.6 Proses Perencanaan Program CSR Kampoeng Kepiting-Ekowisata Wanasari Bali	85
IV.7 Proses <i>Communicating</i> pada Pelaksanaan program CSR Kampoeng Kepiting-Ekowisata Wanasari	95
IV.8 Strategi <i>Public Relations</i> yang Dilakukan Sehingga Program CSR Kampoeng Kepiting-Ekowisata Wanasari dapat Berhasil dan Memiliki Pengaruh Pada Citra Positif Perusahaan	115
IV.9. Pentingnya Proses Evaluasi yang Dilakukan <i>Public Relations</i>	117
IV.10 Strategi <i>Public Relations</i> PT Pertamina (Persero) MOR V Surabaya Mempertahankan Citra Positif Perusahaan melalui Program CSR Kampoeng Kepiting-Ekowisata Wanasari Bali	129
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	131
V.1. Kesimpulan	131
IV.2. Saran	133
IV.2.1. Saran Praktis	133
IV.2.2. Saran Akademis	133
DAFTAR PUSTAKA	134
LAMPIRAN	138

DAFTAR TABEL

Tabel I.1	: Perbandingan program CSR Pertamina Region V Surabaya	6
Tabel I.2	: Perbandingan Program CSR Perusahaan BUMN, Minyak dan Swasta.....	13
Tabel I.3	: Hasil <i>Social Mapping</i> sebelum Program CSR Tabel Tingkat Kepedulian dan Partisipasi Masyarakat di Kelurahan Tuban-Bali	16
Tabel II.2	: Analisis SWOT dan Analisis PEST	28
Tabel IV.1	: Profil Singkat Pertamina MOR V Surabaya	54
Tabel IV.2	: Pemanfaatan Lahan Tuban	72
Tabel IV.3	: Tabel Ringkasan Kinerja Pengelolaan Lingkungan ..	79
Tabel IV.4	: Tabel Pemberdayaan Masyarakat	80
Tabel IV.5	: Tabel SWOT	85

DAFTAR BAGAN

Bagan I.1	: Penghargaan CSR Pertamina	15
Bagan I.2	: Survey Brand Reputasi PT Pertamina (Persero) melalui Lembaga Survei Independen	16
Bagan II.1	: Model Komunikasi Liner – Shannon and Weaver	23
Bagan II.2	: Tripple Bottom Line – Konsep 3P	33
Bagan III.3	: Model Komunikasi Pembentuk Citra dalam Public Relations	37
Bagan III.4	: Model Teknik Analisis Interaktif	47
Bagan IV.1	: Struktur Organisasi External Relations PT Pertamina (Persero) MOR V Surabaya	56
Bagan IV.2	: Dasar Investasi CSR Pertamina	64
Bagan IV.3	: Tahap perkembangan Kampoeng Kepiting-Ekowisata Wanasari Bali	88
Bagan IV.4	: Grafik Hasil Pendapatan Nelayan Ekowisata Wanasari	122

DAFTAR GAMBAR

Gambar IV.1.1	: Logo PT Pertamina (Persero)	55
Gambar IV.2	: Foto Lokasi Tuban, Bali sebelum dilakukan program CSR	91
Gambar IV.3	: Gazebo dan Jalur Trekking di Kampoeng Kepiting-Ekowisata Wanasari Bali.....	100
Gambar IV.4	: Fasilitas Umum seperti Musholah dan Toilet Umum yang Dibangun di Kampoeng Kepiting-Ekowisata Wanasari Bali	100
Gambar IV.5	: Restoran Kepiting dan Panggung Terapung yang Digunakan untuk Pementasan Tari Kecak Kuuk	100
Gambar IV.6	: Publikasi Kampoeng Kepiting Ekowisata Wanasari Bali melalui Media Cetak Surya, 10 Desember 2014 saat Pertamina meraih PROPER Emas	106
Gambar IV.7	: Publikasi kuliner Kampoeng Kepiting oleh Kompas.....	107
Gambar IV.8	: Publikasi Kampoeng Kepiting-Ekowisata Wanasari oleh Media Televisi Liputan 6	107
Gambar IV.9	: Web Resmi Kampoeng Kepiting Ekowisata Wanasari Bali	108
Gambar IV.10	: Twitter Kampoeng Kepiting-Ekowisata Bali	108
Gambar IV.11	: Publik Pengguna Twitter yang Update dan Upload Kampoeng Kepiting-Ekowisata Wanasari Bali.....	109
Gambar IV.12	: Event Publikasi yang dilakukan Ekowisata Wanasari	110
Gambar IV.13	: Hasil Evaluasi Sebelum dan Sesudah Program CSR	121

DAFTAR LAMPIRAN

1. Pertanyaan wawancara dengan Officer CSR	138
2. Pertanyaan wawancara dengan nelayan	140
3. Pertanyaan wawancara dengan pengunjung	141
4. Paduan wawancara	142
5. Paduan Observasi	144
6. Paduan Penelusuran dokumen	145
7. Hasil wawancara dengan Officer CSR	146
8. Hasil wawancara dengan nelayan	176
9. Hasil wawancara dengan pengunjung	181
10. Matrix Evaluasi Strategi PR melalui CSR	185
11. Lampiran Foto	193

ABSTRAK

Vanessa Chris Patricia NRP.1423012074. Strategi *Public Relations* PT Pertamina (Persero) *Marketing Operation Region V* Surabaya dalam Mempertahankan Citra Positif Perusahaan Melalui Program CSR Kampoeng Kepiting-Ekowisata Wanasari Bali

Pelaksanaan program *Corporate Social Responsibility* sebagai bagian dari aktivitas *Public Relations* membutuhkan strategi terencana untuk mencapai tujuan perusahaan, salah satunya yaitu mempertahankan citra positif perusahaan. Penelitian ini menjabarkan bagaimana strategi *Public Relations* yang dilakukan guna menjaga citra positif perusahaan melalui program *Corporate Social Responsibility* Ekowisata Mangrove di Bali. Pendekatan penelitian yang digunakan peneliti adalah pendekatan kualitatif, jenis penelitian deskriptif, dan menggunakan metode studi kasus.

Dari hasil penelitian ini menunjukkan *Public Relations* PT Pertamina (Persero) *Marketing Operation Region V* Surabaya telah melakukan serangkaian strategi *Public Relations* dalam pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* yang meliputi *social mapping, planning, communication, evaluation*, secara maksimal dan berkesinambungan untuk mempertahankan citra positif perusahaan.

Kata Kunci: Strategi *Public Relations*, *Corporate Social Responsibility*, Studi Kasus.

ABSTRACT

Vanessa Chris Patricia NRP.1423012074. Strategic Public Relations of PT Pertamina (Persero) Marketing Operation Region V Surabaya to Maintaining a Positive Image of The Company Through CSR “Kampoeng Kepiting-Ekowisata Wanasari Bali”

Implementation of Corporate Social Responsibility as part of the Public Relations activity requires deliberate strategy to achieve the company's goals, one of which is maintaining a positive image of the company. This study describes how Public Relations strategy was did to maintain the positive image of the company through Corporate Social Responsibility Ecotourism Mangrove in Bali. The research approach used by the researchers is a qualitative approach, descriptive research, and using the case study method.

Result of the research has shown that the Public Relations of PT Pertamina (Persero) Marketing Operation Region V Surabaya has already done the Corporate Social Responsibility through process of Strategic Public Relations that is social mapping, planning, communication, evaluation, with a activities optimally and continuous to maintain a positive image of the company.

Key Words: Strategic Public Relations, Corporate Social Responsibility, Case Study