

ABSTRAK

Sebagai salah satu perusahaan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak di bidang Energi, PT Pertamina (Persero) Refinery Unit IV Cilacap pernah mengalami krisis kebakaran kilang minyak yang terjadi di tangki area 31 T-2, 31 T-3, dan 31 T-7 yang terjadi pada tanggal 2 April sampai 6 April 2011. Dampak kebakaran di alami masyarakat, diantaranya masyarakat mengalami gangguan psikis serta terhentinya aktivitas perekonomian, hal ini yang menjadikan munculnya tuntutan kompensasi dari masyarakat sekitar perusahaan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui proses komunikasi krisis, tindakan dalam manajemen krisis, dan program public relations pasca krisis kebakaran kilang minyak PT Pertamina (Persero) Refinery Unit IV Cilacap. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data observasi, wawancara, dan studi pustaka. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori public relations, krisis, manajemen dan komunikasi krisis, dan reputasi. Hasil penelitian menunjukkan, PT Pertamina (Persero) Refinery Unit IV Cilacap menggunakan strategi manajemen krisis melalui tahapan pra krisis dan respon krisis. Pada tahap pra krisis meliputi pembentukan tim krisis dan menunjuk juru bicara, kemudian pada tahapan respon krisis meliputi mendirikan crisis center, indentifikasi khalayak, analisis permasalahan, strategi penyelesaian krisis, evaluasi. Dalam rangka menyelesaikan tuntutan kompensasi dari masyarakat, PT Pertamina memberikan kompensasi, berupa bantuan sarana dan prasarana, hal tersebut sesuai dengan kesepakatan yang diperoleh dari hasil musyawarah antara pihak perusahaan dengan masyarakat. Dalam penanganan krisis tersebut, perusahaan telah mengikuti prosedur yang ada sesuai dengan tata kelola organisasi dalam penanganan krisis di PT Pertamina (Persero) Refinery Unit IV Cilacap.

ABSTRACT

As one of the State-Owned Enterprises engaged in Energy, PT Pertamina (Persero) Refinery Unit IV Cilacap refinery fire ever experienced oil crisis that occurred in the area of the tank 31 T-2, T-3 31, and 31 T -7 which occurred on April 2nd to April 6th 2011. The impact of fire in natural communities, including people experiencing mental disorders as well as the cessation of economic activity, it is what makes a demand compensation from the public about the company. The purpose of this study is to investigate the process of crisis communication, actions in crisis management, and post-crisis public relations program refinery fires PT Pertamina (Persero) Unit IV Cilacap Refinery. This research uses descriptive qualitative method of data collection techniques of observation, interviews, and literature. The theory used in this study is the theory of public relations, crisis management and crisis communication and reputation. The results showed, PT Pertamina (Persero) Unit IV Cilacap Refinery use crisis management strategy through the stages of pre-crisis and crisis response. In the pre-crisis phase includes the establishment of a crisis team and appoint a spokesperson, then the crisis response phase includes setting up a crisis center, audience identification, problem analysis, crisis resolution strategy, evaluations. In order to settle compensation claims from the public, PT Pertamina provide compensation, in the form of support facilities and infrastructure, it is in line with the agreement between the results obtained from the company's meetings with the community. In the handling of the crisis, the company has followed existing procedures in accordance with the organization's governance crisis in PT Pertamina (Persero) Refinery Unit IV Cilacap.