

STRATEGI KOMUNIKASI TRIPLE BOTTOM LINE CSR PT PERTAMINA PATRA NIAGA REGIONAL SUMBAGSEL

Athallah Deva Pramnoputra¹, Elak Enggraini²

Elakanggraini6@gmail.com

ARTICLE INFO

Article History

Submission:19-10-2024

Review:29-11-2024

Revised:15-01-2025

Accepted:30-01-2025

Published:05-02-2025

Keywords

Pertamina Patra Niaga

Pemasaran

ABSTRACT

PT Pertamina Patra Niaga merupakan anak perusahaan Pertamina yang berkecimpung pada bidang perdagangan olahan minyak bumi. Perusahaan ini memiliki lima kantor regional dan mengelola puluhan depot minyak milik Pertamina yg tersebar di seluruh Indonesia. Tujuan asal penelitian ini buat mengetahui strategi pelaksanaan pemasaran pada upaya buat meningkatkan citra dari perusahaan. Penelitian ini menggunakan deskriptif kualitatif dengan teknik wawancara terhadap warga dan Manager Communication, Relation & CSR Sumbagsel. hasil penelitian ni adalah sistem peningkatan gambaran perusahaan pada tengah warga dengan menggunakan media online pada melaksanakan peningkatannya.

Pendahuluan

Bekerja ialah sebuah rutinitas umum yg telah sebagai kebutuhan hidup setiap individu. Absher (2020) menyebutkan bahwa pekerjaan dan kehidupan ialah 2 aspek yg saling berafiliasi satu sama lain. seseorang waktu bekerja sebaiknya dilandasi oleh motivasi atau dorongan yang muncul pada dirinya (Sanjaya, 2018). Era revolusi industry 4.0 ketika ini didominasi oleh generasi z atau milenial yg mempunyai motivasi tinggi, pemikiran luas, dan cara kerja berbasis teknologi. Idealnya, individu bekerja sinkron minat dan hasrat memakai tujuan memperoleh kesenangan, tantangan yang berarti, dan pemenuhan kebutuhan.

Pengukuran Kepuasan masyarakat pada acara-program yang dilaksanakan ialah keliru satu upaya pada mengukur kesesuaian dan akibat program bagi warga dan perusahaan. Hal ini juga bertujuan memilih keberlanjutan acara. Penelitian Hernikawati (2018) menjelaskan bahwa teknik analisis data dilakukan menggunakan memakai Indeks Kepuasan rakyat (IKM) yang dihitung dengan menggunakan nilai homogen-homogen tertimbang masing-masing unsure pelayanan.

Pembangunan berkelanjutan adalah sebuah panduan bagi segala organisasi dan industry buat menjalankan proses bisnisnya dengan melihat dan mempertimbangkan kerusakan yang akan disebabkan dari kegiatannya (Jazuli, 2015). dibutuhkan para pelaku usaha bisa mengindahkan maksud dan tujuan dari pembangunan berkelanjutan demi menjaga lingkungan yang kelak diwariskan buat keturunan yang mendatang.

Penyumbang terbesar terhadap total pendapatan BUMN pada Indonesia adalah PT Pertamina. sebagai bagian dari Anak perusahaan Pertamina mereposisi bisnis Prakarsa, PT Patra Niaga ditempatkan secara aktif mengembangkan dan membuat kehadiran di sisi hilir sektor minyak serta gas. sebagai dampak eksklusif dari posisi yg unik ini, semua peluang yang terdapat pada hilir sektor Minyak dan Gas Bumi terbuka bagi perusahaan buat mengejar serta memanfaatkan.

Pertamina artinya perusahaan minyak serta gas bumi yg dimiliki pemerintah Indonesia (National Oil Company), yg berdiri semenjak tanggal 10 Desember 1957. Pengolahan minyak dan pengelolaan sumber daya hingga aktivitas pendistribusian seluruhnya adalah kegiatan yang saling bersinergi dalam upaya memenuhi kebutuhan BBM dan non BBM pada Indonesia. Pertamina mempunyai prinsip serta komitmen bertenaga buat memprioritaskan keberlanjutan (Endang Woro Kasih, 2018).

PT Pertamina Patra Niaga Regional Sumbagsel artinya perusahaan minyak serta gas yang aktif dalam melaksanakan event pada dalam perusahaannya. Hal itu dikarenakan dengan melalui banyak sekali macam aktivitas yang diselenggarakan bisa lebih memperkenalkan PT Pertamina Patra Niaga Regional Sumbagsel. Perusahaan menyadari informasi yang diberikan melalui layanan berita belum relatif buat memperkenalkan PT Pertamina Patra Niaga Regional Sumbagsel ke public, sebagai akibatnya perusahaan terus mengupayakan segala cara untuk memperkenalkan dan menginformasikan segala informasi yg berafiliasi dengan PT Pertamina Patra Niaga Regional Sumbagsel.

Komunikasi merupakan proses pemindahan pesan asal komunikator pada penerima/komunikan. Public relation artinya proses hubungan menggunakan tujuan menghasilkan opini public sebagai input yg menguntungkan bagi ke 2 belah pihak, menanamkan pengertian, menumbuhkan motivasi serta partisipasi public, menggunakan tujuan menanamkan asa baik, kepercayaan, saling adanya pengertian, serta gambaran yg baik asal publiknya. Sedangkan CSR adalah suatu bentuk pertanggungjawaban yg dilakukan sang suatu perusahaan kepada seluruh pihak yang terdapat di dalamnya memakai melaksanakan sebuah acara yang mempunyai manfaat.

Fungsi dari Communication, Relation, & CSR artinya sebuah tempat dimana seluruh reputasi dalam perusahaan berada pada tangan fungsi tadi. Bila fungsi tadi terlalu usang dalam melawan informasi informasi yang membentuk reputasi sebagai turun maka akan berpengaruh pada kedepannya.

Metode

Metode penelitian artinya cara yg dilakukan pada rangka pemecahan suatu masalah yg bisa menjawab tujuan suatu penelitian yg dilakukan, dimana metode akan menggambarkan secara kentara dan lengkap bagaimana proses penelitian dikerjakan serta bagaimana sistematika tekni yg dilakukan supaya pertarungan penelitian bisa terjawab. Metodologi

penelitian ialah bidang ilmu yg menguraikan mirip apa penelitian tersebut sebaiknya di lakukan sebagai akibatnya segala ketentuan serta kaidah yg berlalu tadi sinkron dengan syarat penelitian yang dilakukan.

Penelitian ini memakai metode naratif kualitatif dengan pendekatan studi perkara atas cara kerja fungsi Communication, Relation & CSR Sumbagsel PT Pertamina Patra Niaga Regional Sumbagsel yakni sistem kerjanya Commrel & CSR. Focus berasal penelitian ini adalah proses kerja didalam fungsi Commrel & CSR di PT Pertamina Patra Niaga Regional Sumbagsel.

Pengumpulan data yg dilakukan di penelitian ini adalah data primer yaitu pengamatan pribadi pada perusahaan serta data sekunder yg dari berasal banyak sekali literatur dan penelitian sebelumnya. kemudian dilakukan analisis naratif buat menjawab tujuan penelitian yang terdapat

Hasil dan Pembahasan

Peran kehumasan pada PT Pertamina Patra Niaga Regional Sumbagsel dilaksanakan pada fungsi Communication, Relation & CSR Sumbagsel yg secara organisasi ialah fungsi leher asal Executive General Manager PT Pertamina Patra Niaga Regional Sumbagsel serta dipimpin oleh Area Manager Communication, Relation & CSR Sumbagsel.

Tugas-tugas yang dilakukan selama melakukan penelitian di fungsi Communication, Relation & CSR Sumbagsel.

- A. Menyediakan data untuk membuat laporan mingguan mengenai pemberitaan yang ada di sekitar masyarakat

Salah satu tugas utama fungsi Communication, Relation & CSR sumbagsel merupakan memonitoring setiap pemberitaan yang muncul di masyarakat mulai dari berita di media online, televisi, dan media cetak.

Monitoring ini sendiri dilakukan agar perusahaan bisa tahu apa yang sedang terjadi di tengah masyarakat apa yang mereka butuh dan banyak lagi. Monitoring ini menjadi salah satu sarana penghubung bagi Pertamina kepada masyarakat dengan melihat apa yang mereka butuhkan.

- B. Menyebarkan berita terkini mengenai perusahaan demi masyarakat bisa tetap tenang perihal pendistribusian BBM nya.

Rilis berita yang dikeluarkan oleh kami dari tim Commrel itu demi membuat masyarakat jangan sampai percaya cerita yang belum benar di sekitar masyarakat berikut salah satu contoh rilis yang telah penulis bikin sendiri pada masa melaksanakan kegiatan Magang.



Contoh Berita yang sudah dipublikasikan pada saat melakukan penelitian
Sebuah berita yang sudah dipublikasikan oleh pihak Communication, Relation & CSR Pertamina kemudian dipantau apakah berita yang telah disebar itu sudah bisa terpantau di 5 provinsi yang di naungi oleh PT Pertamina Patra Niaga Regional Sumbagsel



Contoh Berita yang sudah dipublikasikan dan telah terpantau sudah tersebar di 5 Provinsi

C. Mendokumentasikan setiap kegiatan yang ada

Kegiatan mendokumentasi adalah salah satu tugas penting dari tim Communication, Relation & CSR Sumbagsel. Dipertamina fungsi Communication, Relation & CSR itu adalah garda terdepan jika ada sebuah kegiatan yang dilakukan Pertamina demi mendorong citra perusahaan lebih baik dimata masyarakat. Dengan mendokumentasikan setiap kegiatan bisa menjadi sebuah promosi yang besar untuk masyarakat.



**Contoh kegiatan yang dilakukan peneliti pada saat kegiatan keberangkatan
Haji Embarkasi 2022 dan Latihan bersama Garuda Shield 2022**

Kesimpulan

Pendekatan yang digunakan mencakup pemantauan pemberitaan, penyebaran informasi terkini mengenai perusahaan, serta dokumentasi kegiatan yang mendukung transparansi dan hubungan baik dengan masyarakat. Hasil penelitian ini menggarisbawahi bahwa komunikasi yang efektif dan keterlibatan aktif dalam CSR dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat serta memperkuat posisi perusahaan dalam industri minyak dan gas.

Dengan demikian, strategi komunikasi yang baik tidak hanya berkontribusi pada reputasi perusahaan tetapi juga memastikan bahwa program CSR yang dijalankan memberikan manfaat nyata bagi masyarakat dan lingkungan.

Referensi

Absher, E. (2020). What You Love is Killing You: Stopping Hustle Culture in the Performing Arts. Thesis. Texas State University.

<https://ejournal.nusantaraglobal.ac.id/index.php/devote/article/view/355/372>

Endang Woro Kasih, E. (2018). Formulating Western Fiction in Garrett Touch of Texas. Arab World English Journal For Translation and Literary Studies, 2

<http://ilmudata.org/index.php/ilmudata/article/view/201/187>

Jazuli, A. (2015). Dinamika Hukum Lingkungan Hidup dan Sumber Daya Alam Dalam Rangka Pembangunan Berkelanjutan. *Jurnal Rechts Vinding Media Pembinaan Hukum Nasional*, 4.

<http://journal.unj.ac.id/unj/index.php/jgg/article/view/28358/13012>

Sanjaya, Rido. (2018). Pengaruh Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Dalam Perspektif Ekonomi Islam. Skripsi. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam: Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.

<https://ejournal.nusantaraglobal.ac.id/index.php/devote/article/view/355/372>

Definisi Komunikasi

<https://katadata.co.id/safrezi/berita/61de8d9d4a987/komunikasi-adalah-definisi-unsur-dan-tujuannya>

CSR

<https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-6016983/apa-itu-csr-ini-fungsi-jenis-tujuan-contoh-dan-manfaatnya>
