

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

PT Pertamina Patra Niaga merupakan anak perusahaan PT Pertamina (Persero) yang bertanggung jawab atas distribusi dan pengelolaan bahan bakar minyak (BBM) di Indonesia. Sebagai bagian dari rantai pasok energi nasional, PT Pertamina Patra Niaga memiliki peran penting dalam memastikan ketersediaan BBM yang berkualitas bagi masyarakat. Namun, pada tahun 2025, perusahaan ini menghadapi krisis besar setelah terungkap dugaan pengoplosan BBM jenis Pertalite (RON 90) menjadi Pertamax (RON 92). Kasus ini mencuat setelah Kejaksaan Agung melakukan investigasi dan menemukan adanya praktik ilegal yang melibatkan oknum di internal perusahaan serta pihak eksternal yang memanfaatkan celah dalam sistem distribusi BBM. Skandal ini menimbulkan berbagai dampak negatif, mulai dari kerugian finansial bagi negara, ketidakpercayaan masyarakat terhadap kualitas BBM, hingga ancaman terhadap reputasi PT Pertamina Patra Niaga sebagai penyedia energi nasional yang terpercaya. (CELIOS dan LBH Jakarta, 2025: 9).

Pengoplosan BBM merupakan tindakan manipulasi kualitas bahan bakar dengan mencampur BBM bersubsidi dengan BBM nonsubsidi untuk memperoleh keuntungan lebih besar. Praktik ini tidak hanya merugikan negara secara ekonomi, tetapi juga dapat merugikan konsumen yang menggunakan BBM hasil oplosan karena berpotensi merusak mesin kendaraan dan meningkatkan emisi gas buang

yang berbahaya bagi lingkungan. Skandal ini semakin memicu kecaman publik ketika ditemukan bahwa praktik serupa telah berlangsung dalam beberapa tahun terakhir tanpa pengawasan ketat. Masyarakat pun mulai mempertanyakan standar pengawasan PT Pertamina Patra Niaga dalam menjaga kualitas produk yang mereka distribusikan. Tidak sedikit konsumen yang merasa tertipu dan mulai beralih ke penyedia BBM swasta sebagai bentuk protes terhadap ketidaktransparanan perusahaan dalam memastikan keaslian bahan bakar.

Peran humas menjadi krusial dalam mengelola komunikasi krisis dan memulihkan kepercayaan publik terhadap perusahaan. PT Pertamina Patra Niaga Fuel Terminal Maos, sebagai salah satu unit distribusi BBM yang terdampak dalam skandal ini, perlu menerapkan strategi komunikasi krisis yang efektif untuk meredam dampak negatif dan membangun kembali citra perusahaan. Tanpa strategi komunikasi yang tepat, krisis ini dapat semakin memburuk, memicu spekulasi liar di media, dan menurunkan kredibilitas Pertamina di mata publik dan dibutuhkan langkah-langkah strategis dalam mengelola persepsi masyarakat, terutama melalui pendekatan komunikasi yang transparan, akurat, dan bertanggung jawab. (Syam, Azman, & Yanuar, 2022: 4).

Salah satu teori yang dapat digunakan untuk menganalisis strategi komunikasi krisis yang diterapkan oleh PT Pertamina Patra Niaga adalah *Situational Crisis Communication Theory* (SCCT) yang dikembangkan oleh W. Timothy Coombs. (Coombs, 2007: 163). Teori ini menawarkan pendekatan sistematis dalam mengidentifikasi jenis krisis, merancang strategi komunikasi yang sesuai, serta mengevaluasi dampaknya terhadap citra perusahaan di mata

publik. SCCT menekankan bahwa setiap krisis memiliki karakteristik yang berbeda, sehingga strategi komunikasi yang diterapkan harus disesuaikan dengan tingkat ancaman dan tanggung jawab yang dimiliki oleh organisasi. (Syam, Azman, & Yanuar, 2022: 34). Dalam konteks pengoplosan BBM, PT Pertamina Patra Niaga perlu menerapkan strategi komunikasi yang dapat mengurangi dampak negatif terhadap reputasi perusahaan serta membangun kembali kepercayaan masyarakat terhadap kualitas produk yang mereka distribusikan.

Kasus pengoplosan BBM dapat dikategorikan sebagai krisis akibat kesalahan operasional dan tindakan ilegal oleh oknum perusahaan, strategi komunikasi yang digunakan harus lebih proaktif, mencakup pengakuan terhadap masalah yang terjadi, transparansi dalam proses investigasi, serta langkah-langkah korektif yang jelas untuk mencegah kejadian serupa di masa depan. PT Pertamina Patra Niaga tidak dapat hanya mengandalkan strategi *defensif* atau sekadar membantah keterlibatan mereka, tetapi perlu menunjukkan komitmen nyata dalam menyelesaikan masalah dan memperbaiki sistem pengawasan internal mereka. Menguasai teori SCCT menjadi langkah efektif bagi perusahaan untuk melibatkan dalam praktik manajemen krisis dalam penyelesaian serangan krisis secara efektif. (Arindra, 2024: 1020).

Strategi komunikasi krisis yang efektif harus mencakup pengelolaan informasi di media. Dalam era digital saat ini, media sosial dan pemberitaan dalam jaringan memiliki peran besar dalam membentuk opini publik. Strategi komunikasi yang diterapkan harus mencakup penyampaian informasi yang terbuka dan konsisten kepada publik melalui berbagai saluran komunikasi,

termasuk konferensi pers, pernyataan resmi di media sosial, dan pelibatan pihak independen dalam proses investigasi. Perusahaan dapat menunjukkan bahwa mereka bertanggung jawab atas situasi yang terjadi dan berupaya menyelesaikan permasalahan dengan cara yang transparan dan akuntabel.

Komunikasi internal menjadi faktor penting dalam menangani krisis. PT Pertamina Patra Niaga perlu memastikan bahwa seluruh karyawan, terutama yang berada di posisi strategis, memahami langkah-langkah yang harus diambil dalam menghadapi situasi ini. Program pelatihan dan sosialisasi terkait etika bisnis, kepatuhan terhadap regulasi, serta sistem pengawasan internal yang lebih ketat harus segera diterapkan untuk mencegah kasus serupa terjadi di masa depan.

Perusahaan akan terus menghadapi tantangan besar dalam mempertahankan kredibilitasnya sebagai penyedia energi utama di Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Strategi Komunikasi Krisis PT Pertamina Patra Niaga Maos Cilacap menggunakan pendekatan *Situational Crisis Communication Theory* (SCCT).

1.2 Fokus Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah disampaikan, fokus utama penelitian ini adalah Strategi Komunikasi Krisis PT Pertamina Patra Niaga Maos Cilacap Dalam Upaya Memulihkan Kepercayaan Publik menggunakan pendekatan *Situational Crisis Communication Theory* (SCCT). Penelitian kualitatif ini didasarkan pada tingkat urgensi atau kepentingan masalah yang dihadapi. Penelitian ini akan difokuskan pada :

1. Bagaimana strategi penyangkalan diterapkan PT Pertamina Patra Niaga Maos Cilacap dalam upaya memulihkan kepercayaan publik?
2. Bagaimana strategi permintaan maaf pasca krisis digunakan dalam upaya memulihkan kepercayaan publik?
3. Bagaimana strategi penjelasan krisis dilakukan dalam upaya memulihkan kepercayaan publik?
4. Bagaimana strategi Pengalihan Perhatian krisis diterapkan dalam upaya memulihkan kepercayaan publik?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan fokus penelitian di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Mengetahui bagaimana strategi penyangkalan diterapkan PT Pertamina Patra Niaga Maos Cilacap dalam upaya memulihkan kepercayaan publik.
2. Mengetahui bagaimana strategi permintaan maaf pasca krisis digunakan dalam upaya memulihkan kepercayaan publik.
3. Mengetahui bagaimana strategi penjelasan krisis dilakukan dalam upaya memulihkan kepercayaan publik.
4. Mengetahui bagaimana strategi Pengalihan Perhatian krisis diterapkan dalam upaya memulihkan kepercayaan publik.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Secara Akademis

Secara akademis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi nyata dalam pemahaman lebih mendalam tentang strategi humas untuk memperkaya materi pembelajaran. Analisis strategi humas PT Pertamina Patra Niaga Fuel Terminal Maos dalam Menangani Krisis Pengoplosan BBM dapat menjadi pembelajaran yang relevan dalam konteks strategi kehumasan, memberikan pemahaman dan tantangan dalam meningkatkan kualitas layanan.

1.4.2 Secara Praktis

Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi nyata dalam pemahaman lebih mendalam tentang strategi humas dan implikasinya terhadap kualitas pelayanan PT Pertamina Patra Niaga. Hasil penelitian ini dapat menjadi dasar terhadap lembaga terkait dan pemangku kepentingan untuk meningkatkan efektivitas layanan, serta memberikan rekomendasi konkrit untuk pengembangan lebih lanjut.

1.5 Tinjauan Pustaka

1.5.1 Landasan Teoritis

Situational Crisis Communication Theory (SCCT) merupakan teori yang dikembangkan oleh W. Timothy Coombs untuk memberikan kerangka dalam menangani komunikasi krisis berdasarkan jenis krisis dan tanggung jawab organisasi. Teori ini menyarankan bahwa strategi komunikasi krisis harus

disesuaikan dengan persepsi publik terhadap tingkat tanggung jawab organisasi terhadap krisis tersebut (Coombs, 2007).

SCCT bertujuan untuk meminimalkan kerusakan reputasi organisasi dengan memilih strategi komunikasi yang tepat berdasarkan klasifikasi krisis dan persepsi publik. Coombs menyatakan bahwa pemilihan strategi komunikasi yang efektif sangat bergantung pada pengklasteran krisis, respons organisasi, dan kondisi psikologis publik.

Menurut Coombs (2007), krisis dapat dikelompokkan ke dalam tiga klaster utama berdasarkan atribusi tanggung jawab yaitu *Victim Cluster* yaitu organisasi dipandang sebagai korban krisis seperti bencana alam, rumor, atau terorisme. *Accidental Cluster* yaitu krisis muncul dari tindakan organisasi yang tidak disengaja, seperti kesalahan teknis. *Preventable Cluster* yaitu krisis terjadi karena kelalaian atau pelanggaran organisasi seperti pengoplosan BBM.

SCCT menawarkan beberapa strategi komunikasi yang disesuaikan dengan tipe krisis antara lain *Denial* (Penyangkalan) yaitu organisasi menyangkal keterlibatannya dalam krisis. *Apology* (Permintaan Maaf) yaitu organisasi mengakui kesalahan dan meminta maaf. *Explanation* (Penjelasan) yaitu organisasi memberikan klarifikasi terhadap krisis. *Diversion* (Pengalihan) yaitu organisasi mengalihkan perhatian publik ke isu lain. Faktor yang mempengaruhi keberhasilan strategi komunikasi krisis adanya kredibilitas Perusahaan atau kepercayaan publik terhadap organisasi sebelum krisis, Keterbukaan Perusahaan dan transparansi dalam menyampaikan informasi selama krisis, Kepemimpinan Perusahaan atau peran pemimpin dalam memperkuat persepsi publik. Tahapan

Krisis yang perlu dilakukan yaitu melakukan *Prediction* (Prediksi) untuk mengidentifikasi potensi krisis sebelum terjadi kemudian *Detection* (Deteksi) untuk menyadari dan mengenali adanya krisis secara dini selanjutnya melakukan *Containment* (Penanggulangan) yaitu membatasi dampak krisis serta melakukan *Recovery* (Pemulihan) untuk mengembalikan reputasi dan kepercayaan publik. Komunikasi krisis perlu diterapkan dengan menyampaikan informasi kepada pihak internal, informasi kepada publik dan stakeholder dan melakukan komunikasi dengan media untuk mengontrol narasi publik.

1.5.2 Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual menggambarkan hubungan antar konsep yang digunakan dalam penelitian sebagai dasar berpikir untuk menganalisis permasalahan. Penelitian ini menggunakan teori *Situational Crisis Communication Theory* (SCCT) yang dikembangkan oleh W.T. Coombs sebagai dasar untuk memahami dan mengevaluasi strategi komunikasi krisis yang dilakukan oleh Humas PT Pertamina Patra Niaga Maos dalam kasus pengoplosan BBM, Kerangka konseptual dalam penelitian ini yaitu:

1) Krisis Pengoplosan BBM

Krisis pengoplosan BBM yang terjadi di Indonesia, seperti kasus pencampuran Pertalite (RON 90) dengan Pertamax (RON 92) sebagaimana disoroti dalam siaran pers BPKN (2025), merupakan bentuk krisis yang termasuk dalam kategori *preventable crisis* menurut teori SCCT. Jenis krisis ini terjadi akibat kelalaian atau pelanggaran internal. Pengoplosan BBM yang tidak sesuai dengan harga dan spesifikasi membuat Krisis jenis ini menimbulkan tekanan besar

terhadap reputasi perusahaan dan menuntut tanggung jawab penuh secara hukum dan moral.

2) *Situational Crisis Communication Theory (SCCT)*

Teori ini menekankan bahwa strategi komunikasi krisis harus disesuaikan dengan jenis krisis, tingkat tanggung jawab, dan persepsi publik terhadap perusahaan. SCCT menyediakan kerangka teoritis yang membantu organisasi dalam menentukan strategi komunikasi krisis yang tepat, berdasarkan pada jenis krisis yang terjadi (*victim, accidental, preventable*), tingkat tanggung jawab organisasi menurut persepsi publik, dan respons komunikasi yang dianggap paling sesuai (*denial, apology, explanation, diversion*). SCCT menekankan pentingnya konteks situasional untuk strategi komunikasi yang tepat pada satu jenis krisis.

Elemen utama yang dianalisis mencakup jenis krisis menurut SCCT, yaitu *victim cluster* (perusahaan sebagai korban), *accidental cluster* (kesalahan tidak disengaja), dan *preventable cluster* (kesalahan yang dapat dicegah), di mana kasus pengoplosan BBM termasuk dalam kategori terakhir. Strategi komunikasi krisis yang dapat diterapkan mencakup *denial* (penyangkalan), *apology* (permintaan maaf), *explanation* (penjelasan), dan *diversion* (pengalihan isu), dengan pemilihan strategi dipengaruhi oleh beberapa faktor penting seperti kredibilitas perusahaan, keterbukaan informasi, dan kepemimpinan dalam krisis. Penanganan krisis juga melalui beberapa tahapan, yaitu *prediction* (prediksi), *detection* (deteksi), *containment* (penanggulangan), dan *recovery* (pemulihan). Dalam pelaksanaannya, komunikasi krisis mencakup target internal (seperti karyawan dan pihak manajemen), eksternal (publik dan *stakeholder*), serta media (media

massa, media sosial, dan siaran pers), guna memastikan informasi krisis dapat disampaikan secara strategis dan efektif untuk memulihkan citra organisasi.

3) Strategi Humas dalam Komunikasi Krisis

Merupakan tindakan dan pendekatan komunikasi yang digunakan oleh bagian hubungan masyarakat perusahaan dalam mengelola krisis agar tidak merusak citra dan reputasi perusahaan. Strategi humas dalam komunikasi krisis mencakup seluruh langkah, taktik, dan pendekatan komunikasi yang dilakukan oleh bagian hubungan masyarakat untuk mengelola dan mengatasi situasi krisis. Tujuan utamanya adalah meminimalkan kerusakan terhadap reputasi perusahaan serta memulihkan kepercayaan publik dan pemangku kepentingan. Strategi ini melibatkan proses komunikasi yang cepat, akurat, dan meyakinkan, baik kepada media, publik, maupun pihak internal.

4) Implikasi strategi komunikasi krisis

Implikasi strategi komunikasi krisis yang diterapkan oleh Humas PT Pertamina Patra Niaga Fuel Terminal Maos dapat dilihat dari proses pemulihan citra perusahaan dan upaya membangun kembali kepercayaan publik pasca krisis pengoplosan BBM. Penelitian ini berfokus pada pemahaman terhadap dampak sosial dari strategi yang dijalankan, khususnya dalam membentuk kembali persepsi publik melalui klarifikasi, permintaan maaf, dan tindakan perbaikan yang disampaikan oleh perusahaan.

Konsep Strategi Humas dalam Komunikasi Krisis menjadi objek yang dianalisis, teori SCCT berperan sebagai alat analisis untuk memahami bagaimana strategi tersebut dipilih dan dijalankan dalam konteks krisis tertentu, dalam hal ini

adalah krisis pengoplosan BBM. SCCT memberikan struktur untuk mengkategorikan krisis, menilai tanggung jawab perusahaan, memilih respons komunikasi, dan mempertimbangkan faktor-faktor seperti kredibilitas dan keterbukaan, sehingga strategi Humas dapat dianalisis secara ilmiah dan sistematis. Kerangka konseptual ini menjadi dasar dalam menganalisis bagaimana strategi Komunikasi Krisis PT Pertamina Patra Niaga Maos Cilacap, melalui pendekatan *Situational Crisis Communication Theory* (SCCT).



Gambar 1.5.2 Kerangka Konseptual

1.6 Langkah-Langkah Penelitian

1.6.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di PT Pertamina Patra Niaga Fuel Terminal Maos yang berlokasi di Jalan Raya Maos No.1, Kecamatan Maos, Kabupaten Cilacap, Jawa Tengah. Pemilihan Lokasi ini didasarkan pada keinginan untuk memahami lebih dalam mengenai strategi humas yang dilakukan oleh PT Pertamina Patra Niaga Fuel Terminal Maos kepada masyarakat terkait pengoplosan BBM pada

tahun 2025. Dan lokasi ini relatif mudah diakses dari rumah peneliti, sehingga dapat memungkinkan pengumpulan data yang diperlukan menjadi lebih efisien dan efektif.

1.6.2 Paradigma dan Pendekatan

Paradigma adalah cara melihat suatu hal atau peristiwa yang membentuk suatu pandangan tertentu (Denzin & Lincoln, 2018). Dalam penelitian ini, penulis mengadopsi paradigma konstruktivisme, yang berfokus pada pemahaman yang dibangun kembali mengenai dunia sosial, berdasarkan pengalaman dan makna yang diberikan oleh Masyarakat (Denzin & Lincoln, 2018: 196-197). Dalam pandangan konstruktivisme, realitas dianggap sebagai hasil dari konstruksi pemahaman atau kemampuan berpikir seseorang.

Penulis menerapkan pendekatan kualitatif yang bertujuan untuk menghasilkan data deskriptif dalam bentuk naratif. Menurut Kriyantono, pendekatan kualitatif adalah pendekatan yang bertujuan untuk menggali fenomena secara mendalam melalui pengumpulan data yang lebih menekankan pada kualitas data daripada kuantitas data (Kriyantono, 2006: 56).

Data yang dibutuhkan diperoleh melalui observasi langsung dan wawancara mendalam dengan informan. Selanjutnya, data yang telah dikumpulkan tersebut dianalisis secara menyeluruh untuk memahami makna yang mendasari fenomena yang sedang diteliti.

1.6.3 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk mendalami dan memahami konteks sosial yang akan diteliti secara mendalam. Penelitian kualitatif

ini juga menghasilkan data deskriptif yang berupa kata-kata, tulisan, dan perilaku yang diamati selama penelitian.

Penelitian ini menggunakan studi deskriptif dengan tujuan untuk menggambarkan fenomena atau populasi tertentu secara rinci dan akurat. Tujuan memilih metode studi deskriptif dalam penelitian ini adalah untuk menggambarkan fenomena secara rinci dan akurat terkait strategi humas PT Pertamina Patra Niaga Fuel Terminal Maos dalam menangani krisis pengoplosan BBM pada tahun 2025.

1.6.4 Jenis Data dan Sumber Data

1) Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini bersifat kualitatif, yang berarti data tersebut bersifat deskriptif dan tidak berfokus pada angka. Data dikumpulkan dalam bentuk kata-kata atau gambar. Pemilihan studi kualitatif ini didasarkan pada tujuannya untuk memeriksa secara menyeluruh fenomena yang terjadi dalam kondisi natural atau sebenarnya. Ada banyak metode untuk mengumpulkan data kualitatif, termasuk observasi, wawancara, dan dokumentasi. Jenis data lain dapat diperoleh melalui video, rekaman audio, dan gambar.

2) Sumber Data

Sumber data merupakan elemen yang sangat penting dalam suatu penelitian, karena berperan dalam menentukan validasi hasil penelitian. Data yang digunakan dalam penelitian ini berasal dari sumber data primer dan sekunder.

A. Sumber Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dan langsung dari sumbernya oleh peneliti (Winarno, 1989: 163). Dalam penelitian ini, sumber data primer diperoleh langsung dari sumber asli melalui wawancara dan dokumentasi yang dilakukan di PT Pertamina Patra Niaga Fuel Terminal Maos. Yang menjadi subjek penelitian ini adalah selaku praktisi humas perusahaan.

B. Sumber Data Sekunder

Data yang sudah ada sebelumnya disebut sebagai data sekunder. Data ini berasal dari hasil survei yang belum dianalisis, yang dengan analisis lebih lanjut dapat menghasilkan informasi yang bermanfaat, serta dapat digunakan sebagai perbandingan dengan studi-studi yang sudah dilakukan. (Hasan, 2022: 16). Dalam penelitian ini, penulis lebih menekankan pada data pendukung dan data tambahan, yang dalam hal ini meliputi arsip, buku-buku, dan dokumentasi di PT Pertamina Patra Niaga Fuel Terminal Maos yang relevan dengan topik penelitian.

1.6.5 Penentuan Informan atau Unit Penelitian

1) Informan

Informan dalam penelitian ini yaitu Unit *Crisis Management Team* perusahaan yang memiliki pemahaman mendalam tentang objek penelitian, baik sebagai pelaku maupun pengamat. Subjek penelitian ini adalah Tim Krisis PT Pertamina Patra Niaga Fuel Terminal Maos.

Pemilihan informan dilakukan dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Teknik ini bertujuan untuk memilih narasumber yang memiliki informasi relevan sesuai dengan tema penelitian, karena dianggap mampu memberikan data yang diperlukan.

2) Unit Analisis

Penelitian ini berfokus pada unit analisis berupa Tim Krisis PT Pertamina Patra Niaga Maos. Tujuan penelitian ini adalah menganalisis Strategi Komunikasi Krisis perusahaan dalam menangani krisis pengoplosan BBM pada tahun 2025 yang dilakukan oleh Pertamina Patra Niaga.

1.6.6 Teknik Pengumpulan Data

1) Wawancara

Wawancara adalah jenis komunikasi antar dua orang, dimana satu orang mengajukan pertanyaan kepada orang lain dengan tujuan untuk mendapatkan informasi. (Mulyana, 2010:180). Wawancara dipandang sebagai teknik yang tepat untuk mengumpulkan data dalam penelitian karena memungkinkan peneliti untuk menggali informasi yang lebih mendalam mengenai pengalaman dan persepsi Tim Krisis PT Pertamina Patra Niaga Maos.

Peneliti melakukan interaksi langsung dengan responden untuk menggali informasi yang mendalam mengenai topik yang akan dibahas. Tujuan dari digunakannya teknik wawancara adalah untuk memperoleh data primer dari fenomena yang sedang diteliti.

2) Observasi

Observasi adalah proses pengamatan dan pendengaran untuk memahami, mencari jawaban, serta mengumpulkan bukti terkait fenomena sosial keagamaan (seperti perilaku, kejadian, kondisi, benda, dan simbol-simbol) tertentu dalam periode waktu tertentu, tanpa mempengaruhi fenomena yang diamati, dengan cara

mencatat, merekam, atau memotret fenomena tersebut untuk keperluan analisis data. (Suprayogo, 2001: 167).

Observasi memungkinkan peneliti untuk memahami apa yang dirasakan dan diinternalisasi oleh subjek, sehingga memungkinkan peneliti untuk menjadi sumber data. Dan juga memungkinkan untuk membentuk pengetahuan yang diketahui bersama, baik dari sisinya maupun dari subjeknya (Moleong, 2010: 175).

3) Dokumentasi

Proses pengumpulan data dan informasi berupa buku, arsip, tulisan, angka, gambar, laporan, dan penjelasan yang dapat membantu dalam penelitian dikenal dengan istilah dokumentasi. (Sugiyono, 2007: 329).

Peneliti mengumpulkan bukti dan catatan penting yang relevan dengan penelitian, seperti dokumentasi kegiatan kehumasan di Pertamina Patra Niaga Maos serta mengumpulkan data berupa foto-foto yang diambil selama proses wawancara dan foto-foto lain yang dapat mendukung hasil penelitian.

1.6.7 Teknik Penentuan Keabsahan Data

Teknik penentuan keabsahan data dalam penelitian ini menggunakan uji kredibilitas dengan melakukan triangulasi. Triangulasi adalah metode pengumpulan data yang menggabungkan berbagai teknik dan sumber data yang tersedia. (Sugiyono, 2005: 94).

1.6.8 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah proses sistematis untuk mengidentifikasi dan mengorganisir data yang diperoleh melalui wawancara, observasi lapangan, dan

dokumentasi. Dalam pengelolaan data, penulis menggunakan metode kualitatif yang menitikberatkan pada berbagai aspek objek penelitian.

Analisis data dalam penelitian kualitatif dimulai sejak peneliti masuk ke lapangan dan berlanjut setelah pengumpulan data selesai. Analisis ini berfungsi sebagai panduan bagi peneliti. Pada kenyataannya, analisis data kualitatif terjadi sepanjang proses pengumpulan data, mulai dari awal yaitu sebelum memasuki lapangan, selama di lapangan hingga setelah selesai di lapangan. (Sugiyono, 2010: 336).

Berikut adalah tahapan-tahapan yang dilakukan oleh peneliti dalam menganalisis data:

1) Reduksi Data

Mereduksi data berarti menyaring dan merangkum informasi yang penting. Proses ini membantu peneliti memperoleh gambaran yang lebih jelas dan mempermudah pengumpulan data selanjutnya. Bagi peneliti pemula, dalam melakukan reduksi data, disarankan untuk berdiskusi dengan teman atau orang lain yang dianggap ahli untuk memperluas wawasan, sehingga dapat mereduksi data yang memiliki nilai temuan dan kontribusi signifikan terhadap pengembangan teori. (Sugiyono, 2009: 247).

2) Penyajian Data

Mendisplay data dalam penelitian kualitatif berarti menyajikan informasi dalam bentuk ringkasan atau hubungan antar kategori. Hal ini memudahkan pemahaman tentang situasi yang terjadi dan membantu merencanakan langkah selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami tersebut (Sugiyono, 2009: 249).

Dalam proses ini, peneliti berusaha menyusun data yang relevan untuk menghasilkan informasi yang dapat diinterpretasikan dan disimpulkan. Langkah ini melibatkan pemilihan data yang penting dan pengorganisasian informasi dengan cara yang sistematis, sehingga peneliti dapat menarik kesimpulan yang valid.

3) Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi Data

Penarikan simpulan dan verifikasi data merupakan langkah ketiga dalam kajian data kualitatif. Kesimpulan awal bersifat sementara dan dapat berubah jika pengumpulan data selanjutnya tidak memberikan bukti yang kuat. Namun, kesimpulan tersebut dianggap sah jika setelah kembali ke lapangan, peneliti menemukan bahwa Kesimpulan awal didukung oleh bukti yang valid dan konsisten. Oleh karena itu, kesimpulan dalam penelitian kualitatif dapat menjawab rumusan masalah yang diajukan di awal, namun juga mungkin tidak menjawabnya, karena masalah dan rumusan tersebut bersifat sementara dan bisa berkembang selama proses penelitian. (Sugiyono, 2005: 94)