

Community Relations Pt. Pertamina Pasca Meledaknya Depo Pertamina Plumpang

Abdur Rahman Al Akmal¹, Alief Givani Ramadhan², Zhilal Rahmansyah³, Tria Patrianti⁴

¹⁻⁴ Universitas Muhammadiyah Jakarta

Jl. K.H. Ahmad Dahlan, Cireundeu, Kec. Ciputat Tim., Kota Tangerang Selatan, Banten 15419

Korespondensi penulis: alakmalpersonal@gmail.com

Abstract. *This research aims to analyze the dynamics of the relationship between the community and PT. Pertamina following the explosion at the Pertamina Plumpang Depot. The study employs a qualitative approach, collecting data through observation, media monitoring, and company documents. The results indicate that the explosion event has significantly impacted the relationship between PT. Pertamina and the surrounding community. Concerns, uncertainty, and a sense of insecurity among the public have posed various challenges in maintaining a harmonious relationship. Despite PT. Pertamina's efforts to improve its image and address the negative impacts, there remains an expansion of perceptual gaps between the company and the community. The implications of these findings can serve as a foundation for PT. Pertamina and relevant stakeholders in designing more effective communication strategies to strengthen post-incident community relations.*

Keywords: *The Dynamics of Community Relations, PT. Pertamina, Communication Strategies*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dinamika hubungan masyarakat PT. Pertamina setelah terjadinya ledakan di Depo Pertamina Plumpang. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan mengumpulkan data melalui Observasi, Pengumpulan media Monitoring dan dokumen perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa peristiwa ledakan tersebut telah berdampak signifikan pada hubungan antara PT. Pertamina dan masyarakat sekitarnya. Adanya kekhawatiran, ketidakpastian, dan rasa tidak aman di kalangan masyarakat menimbulkan berbagai tantangan dalam menjalin hubungan yang harmonis. Meskipun PT. Pertamina telah melakukan upaya-upaya untuk memperbaiki citra dan mengatasi dampak negatif, masih terdapat perluasan kesenjangan persepsi antara perusahaan dan masyarakat. Implikasi temuan ini dapat menjadi dasar bagi PT. Pertamina dan pihak terkait dalam merancang strategi komunikasi yang lebih efektif untuk memperkuat hubungan masyarakat pasca-insiden.

Kata kunci: Dinamika Hubungan Masyarakat, PT. Pertamina, Strategi Komunikasi

LATAR BELAKANG

Ada beberapa kejadian dimana Depo Pertamina mengalami kebakaran atau meledak. Seperti yang terakhir kali, yaitu di Plumpang. Warga Plumpang cenderung tinggal di dekat depo Pertamina, dimana segala aktivitas terkait tentu dipahami dengan efisiensi operasional yang dilakukan di sana. Hal ini disebabkan lokasi perusahaan yang luas dan banyak lokasi yang perlu terus dipantau. Kilang minyak yang merupakan aset bernilai tinggi seringkali menjadi sasaran kejahatan seperti pencurian minyak. Dan pemantauan secara berkala diperlukan untuk meminimalisir kesalahan yang dapat menyebabkan kebocoran atau ledakan di kilang. Oleh karena itu, untuk menjamin keamanan di PT. Depo Pertamina Plumpang dapat terpelihara dengan baik, perlu adanya upaya pengawasan dan pengawasan terhadap area PT. Pertamina Depot Plumpang lebih efisien dan dapat dipantau 24 jam sehari. Salah satu solusi untuk mengatasi permasalahan tersebut adalah dengan menerapkan pengawasan di dalam perusahaan

dengan menggunakan kamera IP (Internet Protocol Cameras). Dengan menggunakan IP kamera diharapkan PT. Depo Pertamina Plumpang dapat dipantau secara terus menerus selama 24 jam, sehingga mampu mengidentifikasi dan menangani berbagai kejadian antara lain pencurian minyak, kebocoran kilang 2 dan penyebab kebakaran kilang di lokasi manapun. Masyarakat khawatir dengan kemungkinan terjadinya kebakaran di kawasan tersebut yang dapat berdampak pada rumah warga sekitar karena rentan jika memperhatikan lokasi dan jarak. Beberapa warga yang terkena dampak kebakaran mengakui bahwa mereka “gugup” dan “trauma” di sekitar depo setelah kebakaran mematikan, bukan yang pertama, menghancurkan desa mereka. Namun setelah puluhan tahun tinggal di kawasan itu, Sugeng Santoso mengakui “bingung” apakah akan pindah atau tidak. Di sisi lain, keberadaan masyarakat pedesaan, yang oleh sebagian ahli tata kota digambarkan “awalnya ilegal”, kini secara administratif telah diakui oleh pemerintah. Menteri Badan Usaha Milik Negara (BUMN) Erick Thohir menegaskan, tanah yang berada di kawasan sekitar Depo Plumpang merupakan hak milik sah PT Pertamina (Persero). Meski diakui lahan saat ini dikelola oleh masyarakat, bahkan dibangun rumah permanen dengan kepadatan penduduk yang sangat tinggi. dan tanah di sekitar depo Pertamina mudah dijangkau dari Dinas Pemadam Kebakaran dan Penyelamatan yang mempunyai tugas menyelenggarakan urusan Pemerintahan di bidang Ketentraman dan Ketertiban Masyarakat serta Dinas Kebakaran Masyarakat, Dinas Kota dan Pendukung. Tugas yang diberikan oleh Kota. dan Gubernur adalah penanggung jawab pengendalian kerusakan dan/atau pencemaran lingkungan hidup akibat kebakaran hutan dan/atau kebakaran lahan yang berdampak pada kabupaten/kota untuk menjamin keselamatan masyarakat sekitar yang berada di sekitar kawasan Penyimpanan Plumpang.

KAJIAN TEORITIS

1. Public Relations

Public Relations (PR) adalah praktik komunikasi strategis yang bertujuan membangun dan memelihara hubungan positif antara suatu organisasi atau individu dengan publiknya. Tujuan utamanya adalah mempengaruhi persepsi, opini, dan sikap publik terhadap organisasi atau individu tersebut. PR melibatkan berbagai kegiatan, termasuk penulisan siaran pers, pengelolaan acara publik, komunikasi media, manajemen krisis, dan strategi komunikasi online.

PR sangat penting dalam dunia bisnis dan organisasi karena membantu membangun citra yang baik, meningkatkan kepercayaan publik, memperkuat brand, dan memfasilitasi pertukaran informasi antara organisasi dan stakeholder-nya. Sebuah studi menyebutkan bahwa

PR memiliki dampak positif terhadap citra perusahaan dan kepercayaan public. Menurut Kusanti & Leliana (2018), Public Relations merupakan metode berkelanjutan dalam mengelola upaya agar organisasi mendapatkan respons positif serta pemahaman yang lebih baik dari pelanggan, karyawan, dan masyarakat umum. Program ini membantu organisasi untuk saling memahami lingkungan sekitarnya.

Menurut Frank Jefkins dalam Maryam & Priliantini (2018), Public Relations adalah suatu kegiatan yang merangkum berbagai elemen dalam berkomunikasi dengan publik secara terstruktur. Tujuan utamanya adalah untuk mencapai pemahaman khusus yang didasarkan pada berbagai perspektif. Yang berarti, Public Relations (PR) adalah disiplin yang berkaitan dengan manajemen hubungan antara organisasi dan publiknya. Ini mencakup sejumlah kegiatan komunikasi yang dirancang untuk membangun dan memelihara citra positif organisasi di mata publik. Dalam konteks ini, PR melibatkan sejumlah elemen, termasuk perencanaan strategis, komunikasi terstruktur, dan interaksi dengan berbagai kelompok masyarakat atau publik.

Harap dicatat bahwa konsep PR ini bisa bervariasi tergantung pada teori dan praktik yang dianut oleh berbagai pakar dan organisasi di lapangan. Namun, inti dari PR tetap berfokus pada membangun hubungan yang positif dan saling menguntungkan antara organisasi dan publiknya.

2. Tujuan, Fungsi dan Peran

A. Tujuan Public Relations

Salah satu tujuan utama dari kegiatan PR adalah membangun pemahaman yang mendalam dan positif di antara publik. Hal ini melibatkan tidak hanya menyampaikan pesan organisasi dengan jelas dan efektif, tetapi juga memahami perspektif dan kebutuhan publik yang berbeda. PR bertujuan untuk membangun saling pengertian dan kepercayaan antara organisasi dan publiknya dengan mempertimbangkan berbagai sudut pandang yang ada. Dalam konteks ini, PR juga melibatkan penanganan berbagai isu dan masalah yang mungkin muncul, serta menjembatani kesenjangan komunikasi antara organisasi dan publiknya. Keseluruhan tujuan dari kegiatan PR adalah menciptakan hubungan yang baik, saling menguntungkan, dan berkelanjutan antara organisasi dan publiknya.

B. Fungsi Public Relations

Menurut Kriyantono (2021:12), secara umum, fungsi dari public relations mencakup hal-hal berikut:

- a. Memfasilitasi komunikasi yang harmonis antara perusahaan dan publiknya.
- b. Memberikan layanan publik dengan kualitas yang baik.
- c. Membentuk perilaku dan integritas perusahaan dengan cermat.

C. Peran Public Relations

Seorang Public Relations memiliki peran penting dalam perusahaan atau organisasi. Menurut Ruslan dalam penelitian yang dilakukan oleh Maudi pada tahun 2018, Public Relations memiliki empat peran utama, yaitu:

- a. Bertindak sebagai perantara antara instansi atau lembaga yang diwakili dan publik/masyarakat, di mana proses komunikasi terjadi dalam dua arah (timbal balik).
- b. Membangun dan menjaga hubungan (relationship) dengan baik, di mana seorang public relations bertugas membina relasi yang tepat dan memberikan umpan balik yang bermanfaat bagi publik atau masyarakat.
- c. Berperan sebagai pendukung manajemen, di mana public relations memiliki peran sebagai pendorong dalam fungsi manajemen suatu instansi atau organisasi.
- d. Membentuk citra korporat, di mana seorang public relations berusaha menciptakan citra positif bagi instansi atau organisasinya, yang merupakan tujuan akhir dari upayanya.

3. Community Relations

Menurut Moore (2004:415), Community Relations (Hubungan dengan komunitas) dalam Public Relations mengacu pada hubungan antara sekelompok orang yang tinggal di lokasi yang sama, memiliki pemerintahan yang sama, serta memiliki warisan budaya dan sejarah yang umumnya diturunkan secara turun-temurun, dan memiliki tujuan yang serupa. Sedangkan Menurut Yosai (2004:77), Community Relations pada dasarnya merupakan bagian dari kegiatan Public Relations, sehingga langkah-langkah dalam proses PR juga mempengaruhi langkah-langkah dalam Community Relations. Dalam konteks ini, PR diartikan sebagai kegiatan organisasi dan bukan sekadar proses komunikasi yang dilakukan oleh organisasi dengan publiknya. Meskipun ada sedikit perbedaan dalam pendekatan pelaksanaan kegiatan, perbedaan ini lebih disebabkan oleh sifat kegiatan yang dilakukan dalam Community Relations. Community Relations melibatkan interaksi langsung dengan masalah sosial nyata yang dihadapi oleh komunitas sekitar organisasi. Melalui kegiatan ini, organisasi bersama-sama dengan komunitasnya berusaha mengidentifikasi masalah, mencari solusi, dan melaksanakan rencana tindakan. Dengan adanya kegiatan Community Relations di setiap perusahaan, penulis berpendapat bahwa masalah-masalah sosial yang terus dihadapi dapat membaik seiring waktu sesuai harapan perusahaan tersebut. Tentu saja, hal ini memerlukan kerjasama yang baik antara perusahaan dan masyarakat sekitarnya, yang pada gilirannya akan membantu perusahaan mendapatkan citra yang baik. Salah satu prinsip yang ingin ditekankan melalui kegiatan ini adalah pentingnya membangun hubungan tetangga yang positif dan saling mendukung.

Konsep dasar dalam tanggung jawab sosial perusahaan adalah meningkatkan aspek ekonomi, meningkatkan kualitas hidup karyawan dan keluarganya, serta meningkatkan kualitas komunitas lokal dan masyarakat secara keseluruhan. Dengan cara ini, perusahaan dapat memperoleh dukungan penuh dari masyarakat, khususnya dari komunitas lokalnya, dan diakui sebagai anggota yang berkontribusi dalam masyarakat. Namun, setelah mendapatkan dukungan publik, peran dan fungsi Public Relations tidak berakhir di situ. Penting untuk terus membina hubungan berkelanjutan dengan masyarakat. Public Relations harus dapat menyampaikan informasi tentang kegiatan community relations dengan jelas agar dapat dimengerti oleh semua pihak, dan terus menjaga hubungan positif dengan masyarakat sekitar perusahaan. Menurut Moore (2002:19), ada berbagai cara untuk mendukung kegiatan community relations, termasuk melalui:

- Mengidentifikasi, menciptakan, dan memberikan hal-hal yang diperlukan masyarakat.
- Mengatasi masalah yang dihadapi masyarakat.
- Mengajarkan arti pentingnya kemandirian.
- Mengoptimalkan pemanfaatan sumber daya yang dimiliki dan melibatkan masyarakat yang kurang mampu.
- Berbagi peralatan, fasilitas, dan keahlian profesional.
- Memberikan pendidikan, konsultasi, dan pelatihan.
- Membentuk, memperbaiki, dan meningkatkan kondisi masyarakat.
- Memajukan masyarakat di luar wilayah organisasi.
- Menggerakkan dan mengaktifkan partisipasi masyarakat, dan sebagainya.

Tujuan dari program Community Relations sangat tergantung pada ukuran dan kebutuhan komunitas, termasuk sumber pendapatan dan tujuan interaksi dengan masyarakat. Program-program hubungan komunitas didukung oleh organisasi atau perusahaan itu sendiri. Secara umum, tujuan dari program Community Relations mencakup memberikan informasi kepada komunitas tentang kebijakan, kegiatan, dan masalah organisasi atau perusahaan, memberikan penjelasan atau merespons pertanyaan atau tanggapan negatif dari masyarakat sekitar perusahaan, memberikan bantuan lingkungan melalui organisasi atau perusahaan lokal, berkolaborasi dengan sekolah dan perguruan tinggi untuk menyediakan materi pendidikan dan fasilitas, mendukung program-program kesehatan, mendukung kegiatan olahraga, budaya, dan kreativitas. Implementasi kegiatan Community Relations oleh suatu organisasi atau perusahaan dapat menjadi strategi untuk meningkatkan citra positif organisasi atau perusahaan tersebut di mata masyarakat sekitarnya.

PT. Pertamina menggunakan community relation untuk memudahkan dari jangkauan masyarakat sekitar dan bertujuan agar lingkungan disana tetap aman dengan adanya Pertamina di Plumpang tersebut. Serta media juga pemerintah bisa menjangkau lebih dalam soal permasalahan dan mudah untuk mengatasi masalah apapun yang ada di lokasi tersebut.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam jurnal/penelitian adalah metode kualitatif. Kirk dan Miller (dalam Moeleong, 1990:3), mendefinisikan bahwa penelitian kualitatif adalah tradisi dalam ilmu pengetahuan sosial yang secara fundamental bergantung pada pengamatan manusia dalam kawasan sendiri dan berhubungan dengan orang-orang tersebut dalam bahasa dan peristilahannya. Atau menurut Creswell (2013), Metode penelitian kualitatif adalah pendekatan yang digunakan untuk memahami arti yang diberikan orang terhadap pengalaman dan fenomena mereka. Penelitian kualitatif mencari pemahaman mendalam tentang situasi manusia, pandangan, nilai-nilai, dan tindakan mereka dalam konteks alamiah. Metode yang digunakan dalam pengolahan data adalah dengan melalui Media Monitoring adalah kegiatan yang dilakukan oleh bagian Humas untuk mengelola informasi yang muncul di media massa. Tujuan utamanya adalah untuk memperoleh informasi terkait dengan respons masyarakat terhadap pesan yang telah disampaikan oleh instansi atau perusahaan. Kegiatan ini tidak hanya terbatas pada analisis dan pengumpulan data dari berbagai peristiwa, kebijakan, dan dampak yang terkait dengan entitas tersebut di media massa. Dengan merinci data pra penelitian melalui pra observasi, peneliti mendapati bahwa media monitoring merupakan bentuk penelitian, pengendalian, dan evaluasi terhadap perkembangan organisasi melalui media.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Community relations adalah hubungan antara perusahaan dengan masyarakat di sekitarnya. PT Pertamina telah melakukan beberapa kegiatan dalam menjalin hubungan baik dengan masyarakat melalui program Corporate Social Responsibility (CSR), bantuan kepada korban kebakaran, audit keamanan, dan permintaan maaf atas kejadian ledakan di Depo Pertamina Plumpang. Program CSR bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat di wilayah yang dipengaruhi oleh kegiatan perusahaan. Audit keamanan dilakukan untuk memastikan keamanan dan keselamatan masyarakat yang tinggal di sekitar wilayah tersebut. Permintaan maaf merupakan bagian dari upaya organisasi untuk mengurangi dampak krisis dan mendapatkan kembali kepercayaan masyarakat. Tujuan dari program community relations adalah untuk membangun dan memelihara hubungan yang baik antara perusahaan dengan

masyarakat di sekitarnya. Program ini bertujuan untuk memberikan informasi kepada masyarakat terkait produk, pelayanan, dan aktivitas dari perusahaan, serta meluruskan kesalahpahaman tentang perusahaan yang beredar di kalangan masyarakat. Selain itu, program community relations juga bertujuan untuk mendukung sarana umum seperti kesehatan, pendidikan, rekreasi, dan aktivitas budaya, serta membantu perekonomian masyarakat dengan membeli barang kebutuhan dari wilayah setempat. Dengan program community relations yang baik, perusahaan dapat memperoleh manfaat jangka panjang dalam hal dukungan masyarakat, loyalitas, dan niat baik. Humas PT Pertamina pasca ledakan di Depo Plumpang selama ini fokus pada penanganan pasca kejadian. Ledakan yang terjadi pada 3 Maret 2023 ini dikabarkan disebabkan oleh sambaran petir sehingga menyebabkan kebakaran pada pipa BBM di Terminal Terpadu BBM Jakarta, Plumpang. Perusahaan telah terlibat dalam upaya untuk memadamkan api dan mengevakuasi orang-orang yang terkena dampak, tanpa ada korban jiwa yang dilaporkan pada saat kejadian. Jumlah pasti korban masih ditentukan seiring dengan upaya evakuasi dan tanggap yang terus dilakukan. Perusahaan juga telah menekankan komitmennya untuk mengatasi situasi tersebut dan meminimalkan dampaknya terhadap masyarakat sekitar. Status upaya hubungan masyarakat yang dilakukan PT Pertamina pasca ledakan Plumpang saat ini mencakup berbagai inisiatif untuk mengatasi dampak terhadap masyarakat yang terkena dampak. Pertamina telah menyatakan komitmennya untuk memberikan perawatan terbaik bagi masyarakat terdampak dan telah meminta maaf atas kejadian tersebut. Perusahaan juga terlibat aktif dalam membantu warga terdampak dengan berbagai bentuk dukungan, antara lain biaya pemakaman, pengobatan, santunan, dan pendirian Pos Informasi Terpadu untuk memudahkan proses penggantian aset terdampak. Upaya-upaya ini menunjukkan komitmen berkelanjutan Pertamina dalam mengatasi dampak insiden dan memberikan dukungan kepada masyarakat yang terkena dampak. Setelah terjadinya ledakan di Depo Pertamina Plumpang, Jakarta Utara, hal yang dilakukan oleh Pertamina yaitu dengan melakukan beberapa langkah untuk mengatasi dampak pada masyarakat, antara lain

Permintaan Maaf yang disampaikan langsung oleh pihak Pertamina, melalui pernyataan resmi Pertamina meminta maaf atas kejadian tersebut dan mengakui bertanggung jawab terhadap dampak ledakan. Permintaan maaf merupakan komponen kunci dalam upaya organisasi untuk mendapatkan kembali kepercayaan masyarakat dan mengurangi dampak krisis, selain itu Pertamina juga melakukan Program CSR dan Bantuan. Pertamina melakukan program Corporate Social Responsibility (CSR) untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat di wilayah yang terdampak. Selain itu, perusahaan juga memberikan bantuan kepada korban kebakaran, seperti kompor, tabung gas, matras, jaket, dan pakaian. Setelah itu

ada juga program CSR yang di bangun oleh Pertamina dengan menggalakan beberapa program di antaranya adalah Program Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan. Pertamina menjalankan program Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan yang inovatif di bidang Ekonomi, Pendidikan, dan Lingkungan. Hal tersebut adalah salah satu upaya Pertamina dalam memperkuat hubungan kembali dengan hubungan komunitas di lingkungan wilayah plumping tersebut. Pertamina juga membuat Program Sehati yang dimana Pertamina bekerja sama dengan Perkumpulan Keluarga Berencana Indonesia (PKBI) Jawa Barat untuk mengelola program Sehati, yang bertujuan untuk membantu masyarakat yang membutuhkan perawatan kesehatan. Ada juga Program Pendidikan yaitu dengan Pertamina mengelola program pendidikan, seperti Program pengentasan permasalahan pendidikan yang mencakup pemberian bantuan perlengkapan sekolah serta pengembangan fasilitas untuk sekolah adiwiyata. Pertamina juga aktif dalam Program Sosial, yang dimana Pertamina juga melaksanakan program sosial, seperti Program Sehati sama seperti yang telah kami uraikan di atas, yang bertujuan untuk membantu masyarakat yang membutuhkan perawatan kesehatan.

Dalam menjalankan program CSR, PT Pertamina bekerja sama dengan berbagai mitra kerja dan pendamping, seperti Perkumpulan Keluarga Berencana Indonesia (PKBI), untuk memastikan penerima manfaat dapat mendapatkan bantuan yang sesuai. Pasca kebakaran di Plumpang, Pertamina diminta untuk melakukan audit keamanan di semua depo dan kilang BBM guna menghindari kebakaran besar seperti di Plumpang. Audit keamanan ini diharapkan dapat memastikan tata kelola perusahaan yang baik dan sistem keamanan yang memadai guna mencegah terulangnya insiden serupa di masa depan. Selain itu, audit keamanan berstandar internasional juga dianggap perlu untuk memastikan bahwa sistem keamanan yang diterapkan sesuai dengan standar internasional. Hal ini merupakan langkah penting dalam memastikan keselamatan dan keamanan operasional perusahaan serta mencegah terjadinya insiden serupa di masa depan. Dari program community relations yang dilakukan oleh PT Pertamina pasca meledaknya Plumpang, beberapa manfaat yang dapat didapat meliputi di antaranya adalah untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat dengan di dorongkanya program program CSR dan kegiatan community relations yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat yang mempengaruhi operasional perusahaan. Hal tersebut juga dapat Melawan tanggung jawab sosial dengan menjalankan Program community relations yang dapat membantu perusahaan dalam menjaga tanggung jawab sosial dan mencegah terjadinya masalah yang negatif terhadap masyarakat. Demi upaya meningkatkan citra perusahaan, Program community relations juga dapat membantu perusahaan dalam memperoleh dukungan dan meningkatkan citra mereka di mata masyarakat. Manfaat lain yang di dapatkan juga salah

satunya adalah mendukung pembangunan warga masyarakat local sekitar dengan di adakanya Program community relations di harapkan dapat membantu perusahaan dalam mendukung pembangunan ekonomi dan sosial di wilayah sekitarnya, yang pada gilirannya dapat menciptakan lingkungan yang lebih kondusif untuk operasional perusahaan. Untuk mengatasi masalah sosial, Program community relations juga bertujuan untuk mengatasi masalah sosial yang mungkin terjadi seiring dengan operasional perusahaan, seperti konflik, kebakaran, atau ketidakpastian.

Dari manfaat-manfaat ini, dapat disimpulkan bahwa program community relations merupakan langkah penting yang diambil oleh PT Pertamina untuk memperoleh dukungan masyarakat, meningkatkan citra perusahaan, dan mendukung pembangunan lokal serta mengatasi masalah sosial yang mungkin terjadi seiring dengan operasional perusahaan. **Subjudul Kesatu**

KESIMPULAN DAN SARAN

Community relations adalah hubungan antara perusahaan dengan masyarakat di sekitarnya. Kebakaran yang pernah melanda wilayah Plumpang Jakarta yang di sebabkan adanya kesalahan pada Depo milik PT Pertamina, bukan saja menarik perhatian publik pada saat itu, melainkan kami juga melihat dari sisi aspek public Relations, sebagai seorang Mahasiswa PR, maka oleh karna itu saya tertarik membahas dari sudut pandang seorang PR dalam menyikapi Community Relations yang di lakukan oleh Humas PR pada kasus kebakaran ini. Lewat kolom kesimpulan ini, saya melihat PT. Pertamina menggunakan community relation untuk memudahkan dari jangkauan masyarakat sekitar dan bertujuan agar lingkungan disana tetap aman dengan adanya Pertamina di Plumpang tersebut. Serta media juga pemerintah bisa menjangkau lebih dalam soal permasalahan dan mudah untuk mengatasi masalah apapun yang ada di lokasi tersebut. Dalam hal penelitian ini saya menggunakan Metode yang digunakan dalam jurnal/penelitian adalah metode kualitatif menurut Creswell (2013), Metode penelitian kualitatif adalah pendekatan yang digunakan untuk memahami arti yang diberikan orang terhadap pengalaman dan fenomena mereka. Penelitian kualitatif mencari pemahaman mendalam tentang situasi manusia, pandangan, nilai-nilai, dan tindakan mereka dalam konteks alamiah. Metode yang digunakan dalam pengolahan data adalah dengan melalui Media Monitoring adalah kegiatan yang dilakukan oleh bagian Humas untuk mengelola informasi yang muncul di media massa. Tujuan utamanya adalah untuk memperoleh informasi terkait dengan respons masyarakat terhadap pesan yang telah disampaikan oleh instansi atau perusahaan. PT Pertamina telah melakukan beberapa kegiatan dalam menjalin hubungan baik

dengan masyarakat melalui program Corporate Social Responsibility (CSR), bantuan kepada korban kebakaran, audit keamanan, dan permintaan maaf atas kejadian ledakan di Depo Pertamina Plumpang. Program CSR bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat di wilayah yang dipengaruhi oleh kegiatan perusahaan. Permintaan Maaf yang di sampaikan langsung oleh pihak Pertamina , melalui pernyataan resmi Pertamina meminta maaf atas kejadian tersebut dan mengakui bertanggung jawab terhadap dampak ledakan. Permintaan maaf merupakan komponen kunci dalam upaya organisasi untuk mendapatkan kembali kepercayaan masyarakat dan mengurangi dampak krisis, selain itu Pertamina juga melakukan Program CSR dan Bantuan. selain itu Pertamina juga melakukan Program CSR dan Bantuan. Pertamina melakukan program Corporate Social Responsibility (CSR) untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat di wilayah yang terdampak. Selain itu, perusahaan juga memberikan bantuan kepada korban kebakaran, seperti kompor, tabung gas, matras, jaket, dan pakaian. Setelah itu ada juga program CSR yang di bangun oleh Pertamina dengan menggalakan beberapa program di antaranya adalah Program Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan. Pertamina menjalankan program Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan yang inovatif di bidang Ekonomi, Pendidikan, dan Lingkungan. program community relations merupakan langkah penting yang diambil oleh PT Pertamina untuk memperoleh dukungan masyarakat, meningkatkan citra perusahaan, dan mendukung pembangunan lokal serta mengatasi masalah sosial yang mungkin terjadi seiring dengan operasional perusahaan.

DAFTAR REFERENSI

- Meiliana, S. (2023). SUBSTITUSI VERBAL DALAM WACANA BERITA CNN INDONESIA PASCA-KEBAKARAN DEPO PERTAMINA PLUMPANG TANJUNG PRIOK JAKARTA UTARA. Klausa: Kajian Linguistik, Pembelajaran Bahasa dan Sastra, <https://doi.org/10.33479/klausa.v7i1.714>.
- Eko, (2023) keterangan tentang pipa bensin sebagai objek kebakaran. <https://repository.pnj.ac.id/13512/1/BAB%20I%20dan%20BAB%20V.pdf>
- Launa, & Lusianawati, H. (2020). Diskursus Ideologi Media: Dari Perspektif Liberal-Pluralis. Hingga Post-Strukturalis. Majalah Semi Ilmiah. <https://conference.untag-sby.ac.id/index.php/semakom/article/download/2575/1294>
- Nugrahani, F, & Hum, M. (2014). Metode penelitian kualitatif. Solo: Cakra Books, 1(1), 3-4.
- Pertamina. (2023). PT Pertamina Hulu Indonesia Salurkan Bantuan Bagi Warga Terdampak Kebakaran Plumpang. Diakses dari: <https://phi.pertamina.com/id/media-informasi/pt-pertamina-hulu-indonesia-salurkan-bantuan-bagi-warga-terdampak-kebakaran-plumpang>

- Anggrainy, F. C. (2023). Kementerian ATR Jelaskan Jarak Aman. Permukiman Warga dengan Depo Plumpang. Available at: <https://news.detik.com/berita/d-6600108/kebakaran-depo-pertamina-plumpang-kronologi-dan-jumlah-korban-sejauh-ini>.
- Widiadio, N. A. (2023). Kebakaran Pertamina Plumpang: Keselamatan warga terimpit diantara standar keamanan depo yang “jauh dari ideal” dan puluhan tahun sengketa lahan. Available at: <https://www.bbc.com/indonesia/articles/cgljkzk13p8o>.
- Salsabila, A. (2023). Pentingnya Community Relations Bagi Perkembangan suatu Perusahaan. Available at: <https://lindungihutan.com/blog/community-relations-penting-bagi-perusahaan>.
- Catrione, N.D, Rastika, I. (2023). Pasca Kebakaran di Plumpang Pertamina di Minta Audit Semua Depo. Available at: https://nasional.kompas.com/read/2023/03/04/11444861/pasca-kebakaran-di-plumpang-pertamina-diminta-audit-keamanan-semua-depo-dan#google_vignette