

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

PT Pertamina (Persero) merupakan salah satu perusahaan besar di Indonesia dengan pemasokan paling besar kepada Negara. Sebagai perusahaan besar, PT Pertamina (Persero) memiliki divisi PR dan marketing yang berdiri terpisah. Pekerjaan kedua divisi ini memiliki fokus yang berbeda dan telah dijalankan dengan baik dengan kegiatannya masing-masing. PT Pertamina (Persero) telah memiliki divisi sendiri untuk Public Relations (PR) dengan nama Divisi Komunikasi. Keberadaannya di PT Pertamina (Persero) sudah terspesifikasi dengan baik.

PR menjadi fungsi manajemen dari PT Pertamina (persero). Untuk mewujudkan visi, misi, memiliki daya saing dan terus berkembang, PT Pertamina (Persero) melalui berbagai divisinya bersama-sama untuk terus bekerja keras baik dalam perbaikan produk, pelayanan, sdm, brand products, brand corporate, dan citra perusahaan.

Dalam kegiatan komunikasi yang dilakukan PT Pertamina (persero), PR PT Pertamina (persero) melakukan pendekatan dengan semua publik internal maupun eksternal agar bisa mengenal lebih jauh dan memiliki persepsi yang sama atas profesi masing-masing serta dapat berkomunikasi dua arah yang bersifat mutualisme.

PR merupakan fungsi manajemen yang merencanakan program-program yang bertujuan untuk mendapatkan pengertian dan penerimaan publik. Fungsi PR tersebut memiliki tugas mengevaluasi sikap publik, mengidentifikasi kebijaksanaan-kebijaksanaan dan prosedur-prosedur seorang individu atau organisasi berdasarkan keinginan publik, dan serta membuat program-program yang ditujukan kepada publik agar dapat membina hubungan yang baik dengan publiknya.

Publik PR sendiri di bagi menjadi dua bagian, yaitu *Internal* dan *External*. Publik pada bagian internal merupakan anggota yang berada dalam satu organisasi itu sendiri, seperti karyawan, pemegang saham, yang merupakan bagian-bagian dalam organisasi. Sedangkan publik *External* merupakan pihak-pihak yang berada di luar organisasi yang berkepentingan bagi organisasi/perusahaan yaitu pers (*Press Public*), pemerintahan (*Government Public*), masyarakat sekitar (*Community Public*), rekanan/pemasok (*Supplier Public*), pelanggan (*Costumer Public*), konsumen (*Consumer Public*), bidang pendidikan (*Educational Public*), dan umum (*General Public*). Seperti dalam PT Pertamina, divisi *External Communication* memiliki publik eksternalnya sendiri yaitu publik pemerintahan yang terdiri dari eksekutif, legislatif dan yudikatif, publik NGO (*non government organization*), serta publik internasional. Pada kesempatan ini penulis terfokus kepada hubungan dengan pemerintahan khususnya DPR (Legislatif) yang dilakukan oleh PT Pertamina (persero).

Government Relations yaitu kegiatan public relations untuk mengatur serta memelihara hubungan dengan eksekutif, legislatif, yudikatif serta pemerintah daerah yang bertujuan untuk membina hubungan yang baik dengan pemerintah yang bisa memudahkan perusahaan dalam menyesuaikan kebijakan, sehingga kebijakan tersebut terwujud sesuai dengan aturan pemerintah dan tidak melanggar hukum. Sedangkan DPR (legislatif) adalah salah satu lembaga tertinggi negara yang memiliki tiga fungsi yaitu legislasi, anggaran dan pengawasan.

PT Pertamina (persero) merupakan perusahaan minyak dan gas bumi yang dibangun oleh negara di bentuk dari undang-undang dasar 1945 pasal 33, yang dibuat oleh DPR (legislatif). Minyak dan gas bumi merupakan kekayaan alam yang dikuasai oleh negara dan dipergunakan untuk kepentingan dan kemakmuran masyarakat, sehingga DPR (legislatif) membuat legislasi perundangan migas bagi perusahaan-perusahaan yang bergerak dalam migas termasuk PT Pertamina yang terus dipantau para DPR (legislatif).

Atas dasar itulah penting untuk PT Pertamina (persero) membina hubungan dengan DPR (legislatif) berkaitan dengan perundangan migas dan RUU migas yang mendukung PT Pertamina (persero). *Government Relations* yang dilakukan oleh PR divisi *External Communication* PT Pertamina (persero) terhadap DPR (legislatif), berupa pembuatan program kegiatan-kegiatan seperti kunjungan kerja dan rapat dengan pendapat, yang di tujukan untuk

memberikan informasi yang dibutuhkan oleh legislatif (DPR) dan pengevaluasian kebijakan-kebijakan (legislasi) yang dibuat oleh legislatif (DPR) Dengan terus menerus membina hubungan yang baik dengan DPR maka PT. Pertamina (persero) dapat mencapai tujuan-tujuan yang sangat menentukan bagi PT Pertamina (persero).

Berdasarkan hal di atas, penulis mengambil judul “**KEGIATAN *GOVERNMENT RELATIONS* DIVISI *EXTERNAL COMMUNICATION* PT PERTAMINA (persero) DENGAN DPR (LEGISLATIF) ”. Sebagai judul laporan kuliah kerja praktek (KKP) di PT. Pertamina (persero) divisi *external communication*, yang terfokus kepada DPR komisi VI, VII, XI.**

1.2. Tujuan Kuliah Kerja Praktek (KKP)

Adapun tujuan Kuliah Kerja Praktek di PT Pertamina (Persero) adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui kegiatan dari fungsi divisi *External Communication* PT Pertamina (Persero) khususnya kegiatan *Government Relations* terhadap DPR.
2. Memperkenalkan kondisi kerja di perusahaan kepada Mahasiswa.
3. Menerapkan ilmu kedisiplinan yang telah dipelajari di dalam bentuk aplikasi dilapangan.
4. Mengetahui keterampilan dan pengetahuan yang dibutuhkan dalam dunia kerja dimana mahasiswa tersebut melakukan KKP.

5. Menambah wawasan terhadap masalah-masalah yang ada di dunia kerja sehubungan dengan ilmu yang sedang dipelajarinya.
6. Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh nilai dalam mata kuliah “Kuliah Kerja Praktek”.

1.3. Kegunaan Kuliah Kerja Praktek (KKP)

1.3.1. Secara Teoritis

Secara teoritis, Kuliah Kerja Praktek dapat menambah wawasan dan ilmu pengetahuan tentang *Public Relations* bagi penulis, terutama berkaitan dengan *Government Relations* terhadap DPR (legislatif).

1.3.2 Secara Praktis

Secara Praktis dengan adanya Kuliah Kerja Praktek penulis dapat mengaplikasikan teori-teori *Public Relations* yang didapatkan dari kuliah, serta memberikan pengalaman bagi penulis dalam dunia kerja sesungguhnya.

1.4. Lokasi dan Waktu Pelaksanaan Kuliah Kerja Praktek (KKP)

Penulis melaksanakan kegiatan KKP selama sebulan di PT Pertamina (persero) dalam divisi *External Communication* dan mendalami seluruh kegiatan yang berhubungan dengan *Government Relations* terhadap DPR (legislatif) dan tetap melakukan hubungan dengan divisi *external communication*, guna untuk menyelesaikan dari tahap planning hingga evaluasi terkait dengan pembahasan penulis.

Penulis memulai pelaksanaan dari tanggal 1 maret 2012 – 31 maret 2012 untuk KKP dan 1 april 2012- 31 mei 2012. Selama waktu yang diberikan kepada penulis, penulis dapat mengamati kegiatan *Government Relations* terhadap DPR secara langsung dan ikut mengerjakan beberapa tugas yang diberikan oleh coach (pembimbing kerja kuliah praktek).

Dalam Praktek Kerja Lapangan kali ini penulis memilih PT Pertamina (Persero) sebagai tempat kegiatan merefleksikan hasil pembelajaran dari kampus untuk di implementasikan di dunia kerja. PT Pertamina (Persero) merupakan salah satu perusahaan besar di Indonesia yang sangat sadar akan keadaan dalam era globalisasi yang menciptakan banyak pesaing asing dalam negeri sendiri dan menghadapi banyak masalah (isu-isu) dan mengganggu citra PT Pertamina (persero) di mata masyarakat dan *stakeholders*. Sehingga PT Pertamina (persero) sangat memerlukan PR sebagai fungsi manajemennya yang langsung ada di bawah CEO PT Pertamina (persero), Divisi *External Communication* PT Pertamina (persero) sendiri menangani langsung hal-hal yang tersebut, mulai dari memberikan informasi yang dibutuhkan masyarakat tentang PT Pertamina (persero) sampai membina hubungan yang baik dengan pemerintah, termasuk DPR (Legislatif) sebagai pembuat kebijakan.