

**STAKEHOLDER RELATIONSHIP DALAM
PEMBERITAAN MEDIA MASSA DENGAN
MENGGUNAKAN *DISCOURSE NETWORK ANALYSIS*
(SUATU STUDI PADA PERUSAHAAN MINYAK DAN
GAS DI SUMATERA SELATAN)**

SKRIPSI

Disusun untuk memenuhi sebagian persyaratan
Mencapai derajat Sarjana Strata (S1) Ilmu Komunikasi
Konsentrasi: Hubungan Masyarakat (Humas)



Oleh:

**TASYA FEBI KARTER
07031381924159**

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
2022**

HALAMAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

**"STAKEHOLDER RELATIONSHIP DALAM PEMBERITAAN MEDIA
MASSA DENGAN MENGGUNAKAN DISCOURSE NETWORK
ANALYSIS
(SUATU STUDI PADA PERUSAHAAN MINYAK DAN GAS DI
SUMATERA SELATAN)"**

SKRIPSI

Oleh :

TASYA FEBI KARTER

07031381924159

**Telah dipertahankan di depan penguji
Dan dinyatakan telah memenuhi syarat
Pada tanggal 28 Desember 2022**

Pembimbing :

1. Anang Dwi Santoso, SAP. MPA
NIP.199310072019031012
2. Erlisa Saraswati, S.KPm., M.Sc
NIP.199209132019032015

Tanda Tangan

Penguji :

1. Oemar Madri Bafadhal, S.I.Kom., M.Si
NIP. 199208222018031001
2. Krisna Murti, S.I.Kom., MA
NIP. 198807252019031010

Tanda Tangan

Mengetahui,

Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi

Dr. Muhammad Husni Thamrin, M.Si
NIP. 196406061992031001



HALAMAN PERSETUJUAN UJIAN KOMPREHENSIF

“STAKEHOLDER RELATIONSHIP DALAM PEMBERITAAN MEDIA MASSA MENGGUNAKAN *DISCOURSE NETWORK ANALYSIS* (SUATU STUDI PADA PERUSAHAAN MINYAK DAN GAS DI SUMATERA SELATAN”

**Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan dalam Menempuh
Derajat Sarjana S-1 Ilmu Komunikasi**

Oleh :

**TASYA FEBI KARTER
07031381924159**

Pembimbing I

Anang Dwi Santoso, SAP. MPA
NIP.199310072019031012

Tanda Tangan



Tanggal

Pembimbing II

Erlisa Saraswati, S.KPm., M.Sc
NIP.199209132019032015



**Mengetahui,
Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi,**

**Dr. Muhammad Husni Thamrin, M.Si
NIP. 196406061992031001**

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Tasya Febi Karter
NIM : 07031381924159
Tempat dan Tanggal Lahir : Jakarta, 07 Februari 2001
Program Studi/Jurusan : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : *Stakeholder Relationship dalam Pemberitaan Media Massa dengan menggunakan Discourse Network Analysis* (Suatu Studi pada Perusahaan Minyak dan Gas di Sumatera Selatan)

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa :

1. Seluruh data, informasi serta pernyataan dalam pembahasan dan kesimpulan yang disajikan dalam karya ilmiah ini, kecuali yang disebutkan sumbernya adalah merupakan hasil pengamatan, penelitian, pengolahan serta pemikiran saya dengan pengarahan dari pembimbing yang ditetapkan.
2. Karya ilmiah yang saya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapat gelar akademik baik di Universitas Sriwijaya maupun di perguruan tinggi lainnya.

Demikianlah pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan apabila di kemudian hari ditemukan bukti ketidak benaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademis berupa pembatalan gelar yang saya peroleh melalui pengajuan karya ilmiah ini.

Palembang, 12 Desember 2022
Yang membuat pernyataan,



Tasya Febi Karter
NIM. 07031381924159

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

- “*Allah SWT tidak akan membebani seseorang melainkan sesuai dengan kadar kesanggupannya*” (QS. Al-Baqarah:286).
- Kita berkembang dengan cara masing – masing.
Dia tumbuh finansialnya,
Kamu tumbuh rasa sabarnya.
Dia tambah pencapaiannya,
Kamu tumbuh rasa syukur dan ikhlasnya.
Apapun yang kamu keluhkan hari ini, pasti akan kamu syukuri suatu saat nanti.

Skripsi ini kupersembahkan untuk :

- Bapak Piter Fakhrurrozi dan Ibu Karsimah, yaitu bapak dan ibu saya. Yang telah mendidik saya menjadi anak yang selalu bersyukur dan berbuat kebaikan dimanapun saya berada.
- Kakak dan Adikku. Serta semua keluarga yang terus memberikan segala motivasi positif, semangat, serta kasih saying yang selalu menjadi inspirasi bagi penulis untuk selalu berproses lebih baik lagi.
- Dosen Pembimbing saya, Bapak Anang Dwi Santoso, SAP., MPA dan Ibu Erlisa Saraswati, S.KPm., M.Sc.
- Teman seperjuangan saya dan Ilmu Komunikasi 2019
- Serta Almamater saya.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat, hidayah, serta karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul *Stakeholder Relationship* dalam Pemberitaan Media Massa dengan menggunakan *Discourse Network Analysis* (Suatu Studi pada Perusahaan Minyak dan Gas di Sumatera Selatan). Shalawat beserta salam semoga senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, kepada keluarganya para sahabat, serta pengikutnya hingga akhir zaman. Penulisan skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana pada program studi Ilmu Komunikasi Konsentrasi Hubungan Masyarakat (Humas) Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.

Dalam penyusunan dan penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis dengan senang hati menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. H. Anis Sagaff, M.S.C.E selaku Rektor Universitas Sriwijaya.
2. Bapak Prof. Dr. Alfitri, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya, Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya beserta jajaran pengurus Dekanat lainnya.
3. Bapak Dr. M. Husni Thamrin, M.Si dan Bapak Oemar Madri Bafadhal, S.I.Kom., M.Si. selaku Ketua Jurusan dan Sekretaris Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.
4. Bapak Anang Dwi Santoso, S.AP., MPA selaku Pembimbing I yang selalu memberikan arahan, saran, dan motivasi selama penulis menyusun skripsi.
5. Ibu Erlisa Saraswati, S.KPM., M.Sc selaku Pembimbing II yang selalu memberikan arahan, saran, dan motivasi selama penulis menyusun skripsi.
6. Bapak Andries Lionardo, S.I.P., M.Si. selaku Pembimbing Akademik yang telah memberikan motivasi, semangat, dan saran selama masa perkuliahan.

7. Seluruh Dosen beserta Staf Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya yang telah memberikan bantuan selama proses penyusunan skripsi.
8. Seluruh Staff Communication, Relations, & CSR PT Kilang Pertamina Internasional Refinery Unit III Plaju yang telah memberikan bantuan dan dukungan dalam proses penyusunan skripsi.
9. Kedua orangtuaku tercinta serta seluruh keluarga tercinta yang selalu memberikan motivasi untuk terus berjuang menyelesaikan skripsi ini. Terimakasih atas segala dukungannya selama ini, baik dari dukungan moral dan finansial yang tidak henti – hentinya diberikan agar saya selalu semangat menyelesaikan pendidikan dan kuat menghadapi segala hambatan, serta doa yang selalu mengiringi setiap langkah saya.
10. Terima kasih untuk sahabat tersayang Putri Pionita, Amanda Novalita, dan Nyimas Azizah atas seluruh dukungan, perhatian, dan motivasi yang luar biasa selama masa perkuliahan hingga proses berjuang menyelesaikan skripsi.
11. Terima kasih untuk Betikus Geng dan Thay Management yang selalu memberikan motivasi serta dukungan selama proses masa perkuliahan.
12. Terima kasih untuk Limau x Prabumulih Geng yang selalu memberikan *word of affirmation* yang *bad* tapi memotivasi.
13. Terima kasih untuk *support system* terbaik saya yang sabar mendengar keluh kesah saya, serta dukungan materiil – immateriil sehingga saya bisa terus semangat dalam menyelesaikan skripsi tepat pada waktunya.
14. *Last but not least*, terima kasih untuk diri sendiri yang sudah pantang menyerah dalam menyelesaikan skripsi, menikmati proses pendewasaan setiap hari untuk memiliki rasa sabar yang banyak. Terima kasih untuk selalu ingat bahwa semua ini lancar karena pertolongan dari Allah SWT dan usaha yang diiringi doa apapun yang sudah dihadapi kamu mampu melewati. Maaf selalu membandingkan diri dengan orang lain, *but i'm me*. *Now, i don't want to be them and they can't be me*.

Semoga segala bantuan yang telah diberikan kepada penulis mendapatkan balasan dari Allah SWT. Dalam penulisan skripsi ini tentunya terdapat banyak kekurangan dari berbagai aspek, mulai dari kualitas ataupun kuantitas dari materi penelitian yang disajikan. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna sehingga penulis membutuhkan kritik dan saran yang bersifat membangun untuk kemajuan Pendidikan di masa yang akan datang.

Palembang, Desember 2022

Tasya Febi Karter
NIM.07031381924159

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN UJIAN KOMPREHENSIF	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
ABSTRAK	xvi
ABSTRACT	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Stakeholder <i>Relationship</i>	9
2.1.1 Model Pentahelix	9
2.2 Media Monitoring	10
2.3 Discourse Network Analysis (DNA).....	11
2.3.1 Aktor	12
2.3.2 Konsep	12
2.3.3 Jaringan (<i>Network</i>).....	13
2.3.4 Bentuk Jaringan	13
2.4 Kerangka Teori	14
2.4.1 Teori Koalisi Wacana (Discourse Coalition Framework/DCF)	14
2.4.2 Teori Pentahelix	16

2.5 Kerangka Pemikiran.....	18
2.6 Penelitian Terdahulu.....	20
BAB III METODE PENELITIAN	29
3.1 Desain Penelitian	29
3.2 Definisi Konsep.....	30
3.2.1 <i>Stakeholder Relationship</i>	30
3.2.2 <i>Discourse Network Analysis (DNA)</i>	30
3.3 Definisi Operasional.....	31
3.4 Unit Analisis.....	33
3.5 Populasi dan Sampel	33
3.5.1 Populasi.....	33
3.5.2 Sampel	33
3.6 Jenis Data dan Sumber Data.....	34
3.6.1 Jenis Data.....	34
3.6.2 Sumber Data	34
3.7 Teknik Pengumpulan Data.....	34
3.7.1 Dokumentasi	35
3.7.2 Studi Pustaka.....	35
3.8 Teknik Keabsahan Data	36
3.8.1 Uji Transferabilitas	36
3.8.2 Triangulasi	36
3.9 Teknik Analisis Data.....	38
3.9.1 <i>Media Monitoring</i>	38
3.9.2 <i>Coding Data DNA</i>	42
3.9.3 Visone	43
BAB IV GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN	45
4.1 PT Kilang Pertamina Internasional Refinery Unit III Plaju	45
4.1.1 Visi dan Misi PT Kilang Pertamina Internasional Refinery Unit III Plaju	47
4.1.2 Struktur Organisasi PT Kilang Pertamina Internasional Refinery Unit III Plaju	47

BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN	48
5.1 Temuan Penelitian.....	53
<i>5.1.1 Person Network.....</i>	53
<i>5.1.2 Concept Network.....</i>	66
<i>5.1.3 Person by Concept</i>	104
5.2 Diskusi Penelitian	126
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....	130
6.1 Kesimpulan	130
6.2 Saran.....	131
DAFTAR PUSTAKA	133

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2. 1 Model <i>Pentahelix Stakeholder</i>	10
Gambar 2.2 <i>A Model of Discourse Network Analysis</i>	12
Gambar 2. 3 Model <i>Discourse Coalition Framework (DCF)</i>	15
Gambar 2.4 Alur Pemikiran.....	19
Gambar 2.5 Konsep <i>Coding Deduktif</i>	43
Gambar 4.1 Logo Kilang Pertamina Internasional	46
Gambar 4.2 Struktur Organisasi PT Kilang Pertamina Internasional Refinery Unit III Plaju.....	47
Gambar 5.1 <i>Person Network Zoom to Fit Network</i>	53
Gambar 5.2 <i>Person Network 1</i>	54
Gambar 5.3 <i>Person Network 2</i>	56
Gambar 5.4 <i>Person Network 3</i>	57
Gambar 5.5 <i>Person Network 4</i>	58
Gambar 5.6 <i>Person Network 5</i>	59
Gambar 5.7 <i>Person Network 6</i>	60
Gambar 5.8 <i>Person Network 7</i>	60
Gambar 5.9 <i>Person Network 8</i>	61
Gambar 5.10 <i>Person Network 9</i>	61
Gambar 5.11 <i>Person Network 10</i>	62
Gambar 5.12 Modularitas Konsep Isi Pemberitaan PT Kilang Pertamina Internasional Refinery Unit III Plaju.....	66
Gambar 5.13 Modularitas <i>Concept Network 1</i>	67
Gambar 5.14 Modularitas <i>Concept Network 2</i>	71
Gambar 5.15 Modularitas <i>Concept Network 3</i>	73
Gambar 5.16 Modularitas <i>Concept Network 4</i>	75
Gambar 5.17 Modularitas <i>Concept Network 5</i>	76
Gambar 5.18 Modularitas <i>Concept Network 6</i>	77
Gambar 5.19 Modularitas <i>Concept Network 7</i>	78
Gambar 5.20 Modularitas <i>Concept Network 8</i>	79
Gambar 5.21 Modularitas <i>Concept Network 9</i>	81
Gambar 5.22 Modularitas <i>Concept Network 10</i>	82
Gambar 5.23 Modularitas <i>Concept Network 11</i>	83
Gambar 5.24 Modularitas <i>Concept Network 12</i>	84
Gambar 5.25 Modularitas <i>Concept Network 13</i>	85
Gambar 5.26 Modularitas <i>Concept Network 14</i>	86
Gambar 5.27 Modularitas <i>Concept Network 15</i>	88
Gambar 5.28 Modularitas <i>Concept Network 16</i>	89
Gambar 5.29 Modularitas <i>Concept Network 17</i>	90
Gambar 5.30 Modularitas <i>Concept Network 18</i>	91
Gambar 5.31 Modularitas <i>Concept Network 19</i>	92
Gambar 5.32 Modularitas <i>Concept Network 20</i>	93
Gambar 5.33 Modularitas <i>Concept Network 21</i>	94
Gambar 5.34 Modularitas <i>Concept Network 22</i>	95

Gambar 5.35 Modularitas <i>Concept Network</i> 23	96
Gambar 5.36 Modularitas <i>Concept Network</i> 24	97
Gambar 5.37 Modularitas <i>Concept Network</i> 25	98
Gambar 5.38 Modularitas <i>Concept Network</i> 26	99
Gambar 5.39 <i>Person by Concept Zoom to Fit Network</i>	104
Gambar 5.40 <i>Person by Concept 1</i>	105
Gambar 5.41 <i>Person by Concept 2</i>	106
Gambar 5.42 <i>Person by Concept 3</i>	107
Gambar 5.43 <i>Person by Concept 4</i>	108
Gambar 5.44 <i>Person by Concept 5</i>	109
Gambar 5.45 <i>Person by Concept 6</i>	110
Gambar 5.46 <i>Person by Concept 7</i>	111
Gambar 5.47 <i>Person by Concept 8</i>	112
Gambar 5.48 <i>Person by Concept 9</i>	113
Gambar 5.49 <i>Person by Concept 10</i>	114
Gambar 5.50 <i>Person by Concept 11</i>	115
Gambar 5.51 <i>Person by Concept 12</i>	116
Gambar 5.52 <i>Person by Concept 13</i>	117
Gambar 5.53 <i>Person by Concept 14</i>	118
Gambar 5.54 <i>Person by Concept 15</i>	119
Gambar 5.55 <i>Person by Concept 16</i>	120
Gambar 5.56 <i>Person by Concept 17</i>	121

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2. 1 Teori Koalisi Wacana (<i>Discourse Coalition Framework/DCF</i>)	16
Tabel 2. 2 Penelitian Terdahulu	20
Tabel 3. 1. Definisi Operasional	31
Tabel 4.1 Makna Logo Kilang Pertamina Internasional	46
Tabel 5.1 Verifikasi Dewan Pers pada Media Massa Online.....	48
Tabel 5.2 Analisis Sentralitas Tingkatan Person Network Tertinggi.....	63
Tabel 5.3 Analisis Sentralitas Perantara Person Network Tertinggi.....	64
Tabel 5.4 Analisis Jaringan Sentralitas Kedekatan Person Network Tertinggi	65
Tabel 5.5 Isi Konsep/Wacana dalam Modularitas Jaringan Konsep 1.....	68
Tabel 5.6 Isi Konsep/Wacana dalam Modularitas Jaringan Konsep 2.....	71
Tabel 5.7 Isi Konsep/Wacana dalam Modularitas Jaringan Konsep 3.....	73
Tabel 5.8 Isi Konsep/Wacana dalam Modularitas Jaringan Konsep 4.....	75
Tabel 5.9 Isi Konsep/Wacana dalam Modularitas Jaringan Konsep 5.....	77
Tabel 5.10 Isi Konsep/Wacana dalam Modularitas Jaringan Konsep 6.....	78
Tabel 5.11 Isi Konsep/Wacana dalam Modularitas Jaringan Konsep 7.....	79
Tabel 5.12 Isi Konsep/Wacana dalam Modularitas Jaringan Konsep 8.....	80
Tabel 5.13 Isi Konsep/Wacana dalam Modularitas Jaringan Konsep 9.....	81
Tabel 5.14 Isi Konsep/Wacana dalam Modularitas Jaringan Konsep 10.....	82
Tabel 5.15 Isi Konsep/Wacana dalam Modularitas Jaringan Konsep 11.....	83
Tabel 5.16 Isi Konsep/Wacana dalam Modularitas Jaringan Konsep 12.....	85
Tabel 5.17 Isi Konsep/Wacana dalam Modularitas Jaringan Konsep 13.....	86
Tabel 5.18 Isi Konsep/Wacana dalam Modularitas Jaringan Konsep 14.....	87
Tabel 5.19 Isi Konsep/Wacana dalam Modularitas Jaringan Konsep 15.....	88
Tabel 5.20 Isi Konsep/Wacana dalam Modularitas Jaringan Konsep 16.....	89
Tabel 5.21 Isi Konsep/Wacana dalam Modularitas Jaringan Konsep 17.....	91
Tabel 5.22 Isi Konsep/Wacana dalam Modularitas Jaringan Konsep 18.....	92
Tabel 5.23 Isi Konsep/Wacana dalam Modularitas Jaringan Konsep 19.....	93
Tabel 5.24 Isi Konsep/Wacana dalam Modularitas Jaringan Konsep 20.....	94
Tabel 5.25 Isi Konsep/Wacana dalam Modularitas Jaringan Konsep 21.....	95
Tabel 5.26 Isi Konsep/Wacana dalam Modularitas Jaringan Konsep 22.....	96
Tabel 5.27 Isi Konsep/Wacana dalam Modularitas Jaringan Konsep 23.....	97
Tabel 5.28 Isi Konsep/Wacana dalam Modularitas Jaringan Konsep 24.....	98
Tabel 5.29 Isi Konsep/Wacana dalam Modularitas Jaringan Konsep 25.....	98
Tabel 5.30 Analisis Sentralitas Tingkatan <i>Concept Network</i> Tertinggi.....	100
Tabel 5.31 Analisis Sentralitas Perantara <i>Concept Network</i> Tertinggi.....	101
Tabel 5.32 Analisis Sentralitas Kedekatan <i>Concept Network</i> Tertinggi.....	102
Tabel 5.33 Analisis Sentralitas Tingkatan <i>Person by Concept Network</i> Tertinggi.....	122
Tabel 5.34 Analisis Sentralitas Perantara <i>Person by Concept Network</i> Tertinggi.....	123
Tabel 5.35 Analisis Sentralitas Kedekatan <i>Person by Concept Network</i> Tertinggi.....	125

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 KARTU KONSULTASI	139
Lampiran 2 LEMBAR PERBAIKAN SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI .	141
Lampiran 3 SURAT BALASAN IZIN PENELITIAN	142
Lampiran 4 Daftar Stakeholders PT Kilang Pertamina Internasional Refinery Unit III Plaju	144
Lampiran 5 Hasil Analisis Sentralitas Tingkatan Person Network	154
Lampiran 6 Hasil Analisis Sentralitas Perantara Person Network	157
Lampiran 7 Hasil Analisis Sentralitas Kedekatan Person Network	161
Lampiran 8 Hasil Analisis Sentralitas Kedekatan Concept Network.....	165
Lampiran 9 Hasil Analisis Sentralitas Perantara Concept Network	181
Lampiran 10 Hasil Analisis Sentralitas Kedekatan Concept Network.....	197
Lampiran 11 Hasil Analisis Sentralitas Perantara Person by Concept.....	226
Lampiran 12 Hasil Analisis Sentralitas Kedekatan Person by Concept.....	243
Lampiran 13 Dokumentasi Pemberitaan Media Massa	260

ABSTRAK

PT Kilang Pertamina Internasional Refinery Unit III Plaju sebagai salah satu obyek vital nasional yang memiliki banyak *stakeholder* dengan adanya pengelolaan jaringan *stakeholder* yang aktif dan kolaboratif untuk mendapatkan dukungan terhadap operasional bisnis. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis *stakeholder relationship* dalam pemberitaan tentang PT Kilang Pertamina Internasional Refinery Unit III Plaju di media massa. Data diperoleh hasil dokumentasi dan studi pustaka dengan metode penelitian *mix method*. Penelitian ini menggunakan teori *pentahelix* yang memiliki lima elemen yang diperhatikan, yaitu pemerintah, perusahaan, akademisi, media, dan komunitas yang dibantu menggunakan perangkat lunak *Discourse Network Analysis* (DNA). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat 3 aktor dan 3 konsep yang memiliki nilai sentralitas tertinggi dalam pola jejaring wacana dalam 129 pemberitaan PT Kilang Pertamina Internasional Refinery Unit III Plaju di media massa periode waktu Januari – Juni 2022.

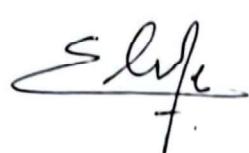
Kata Kunci: *Stakeholder Relationship, Discourse Network Analysis, Pertamina Plaju.*

Pembimbing I



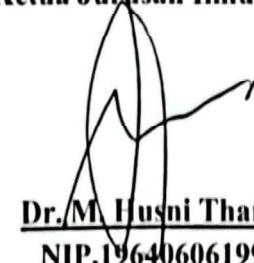
Anang Dwi Santoso, S.AP., MPA
NIP.199310072019031012

Pembimbing II



Erlisa Saraswati, S.KPm., M.Sc
NIP.199209132019032015

Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi



Dr. M. Husni Thamrin, M.Si
NIP.196406061992031001

ABSTRACT

PT Kilang Pertamina Internasional Refinery Unit III Plaju as one of the national vital objects that has many stakeholders with the management of an active and collaborative stakeholder network to get support for business operations. This study aims to analyze stakeholder relationships in the news about PT Kilang Pertamina Internasional Refinery Unit III Plaju in the mass media. Data obtained from the results of documentation and literature study with the mixed method research method. This study uses the pentahelix theory which has five elements to consider, namely government, corporations, academia, media, and communities which are assisted by using Discourse Network Analysis (DNA) software. The results of this study indicate that there are 3 actors and 3 concepts that have the highest centrality value in the pattern of discourse networks in 129 reports of PT Kilang Pertamina Internasional Refinery Unit III Plaju in the mass media for the period January - June 2022.

Keywords: Stakeholder Relationship, Discourse Network Analysis, Pertamina Plaju.

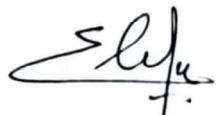
Advisor I



Anang Dwi Santoso, S.AP., MPA

NIP.199310072019031012

Advisor II



Erlisa Saraswati, S.KPm., M.Sc

NIP.199209132019032015

Head of Communication Department



Dr. M. Husni Thamrin, M.Si

NIP.196406061992031001

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perusahaan minyak dan gas yang saat ini beroperasi di Sumatera Selatan ialah PT Kilang Pertamina Internasional Refinery Unit III Plaju merupakan salah satu sebuah entitas bisnis dan operasi kilang di Indonesia sebagai entitas usaha yang mencetak profit. Dasar dari bisnis ini terletak dalam membangun dan menciptakan hubungan nilai bagi semua *stakeholder*. *Stakeholder* memiliki perannya masing – masing di perusahaan tergantung pada industri dan model bisnisnya, tetapi ada peranan yang sama pentingnya bagi perusahaan. Berdasarkan teori *stakeholder*, setiap bagian dari *stakeholder* akan saling bergantung dan berkaitan (Freeman & Dmytriiev, 2017). Dalam mengembangkan tujuan entitas, manajer perusahaan perlu untuk memahami hubungan para *stakeholder* untuk mendapatkan tujuan dan dapat mengambil keputusan dalam rangka mendapatkan dukungan dari *stakeholder* (Siregar, 2014). Hubungan tersebut sangat penting bagi keberlanjutan entitas perusahaan dalam jangka panjang. Apalagi perusahaan yang secara langsung berhubungan dengan entitas sosial yang memiliki dampak erat dengan *stakeholder* di sekitar perusahaan.

Freeman & Dmytriiev (2017), mengkonseptualisasikan hubungan antar *stakeholder* ke dalam model *stakeholder*, berfokus pada kepentingan sah dari setiap kelompok atau individu yang dapat mempengaruhi atau dipengaruhi oleh perusahaan. Model *stakeholder* ini menunjukkan hubungan di antara berbagai kelompok aktor di dalam dan di sekitar perusahaan menekankan pengaruh banyak pihak internal (karyawan, manajemen, dan pemodal) serta *stakeholder* eksternal (media massa, komunitas, dan pemerintah) (Fassin, 2008). Dalam konteks krisis, mengadopsi prinsip – prinsip teori *stakeholder* akan membantu perusahaan untuk lebih sering terlibat dalam perilaku manajemen krisis yang proaktif dan mengakomodasi, menjelaskan mengapa *stakeholder relationship* dapat membantu perusahaan mencegah eskalasi krisis dan pulih lebih sukses dari mereka (Alpaslan, S.E, & Mitroff, 2009).

Stakeholder relationship merupakan sebuah proses yang baik untuk meningkatkan proses pemahaman kolektif di antara perusahaan dan *stakeholder*-nya ketika menghadapi krisis. Pemahaman kolektif ini akan membantu meminimalkan kebingungan, kerusakan reputasi organisasi/perusahaan, dan eskalasi krisis, dengan demikian hubungan yang kuat dengan *stakeholder*, yang dibangun oleh komunikasi, menjadi kondisi untuk membatasi adanya konsekuensi negatif krisis (David, 2011).

Stakeholder relationship yang baik memfasilitasi akses perusahaan ke informasi yang berharga, dan dapat meningkatkan pasar bisnis (Desai, 2018). Dengan demikian *stakeholder relationship* didefinisikan sebagai kemampuan perusahaan untuk berinteraksi, bekerja sama, dan mengembangkan hubungan yang erat dengan berbagai pemangku kepentingannya (Jones, Harrison, & Felps, 2018) yang sangat penting untuk mencapai keunggulan kompetitif organisasi/perusahaan. *Stakeholder* utama adalah entitas yang memiliki pengaruh paling besar terhadap kinerja perusahaan, termasuk di dalamnya adalah pemegang saham, investor, karyawan, pelanggan, pemasok, dan masyarakat di mana perusahaan beroperasi (Harrison, Bosse, & Phillips, 2010). *Stakeholder* akan menawarkan sumber daya yang penting untuk mendukung operasional vital, menghasilkan asset yang menciptakan nilai, dan menjatuhkan hukuman dan sanksi untuk praktik yang tidak tepat, mereka dalam membentuk perilaku dan kinerja perusahaan (Li, Xia, & Zajac, 2018). Wacana mengenai *stakeholder relationship* dilihat jejaring *stakeholder* yang mengandung unsur pentahelix. Kelima unsur tersebut akan dicari pemberitaannya melalui *media monitoring*.

Salah satu tugas yang dilakukan oleh praktisi *public relations* untuk mempelajari pemberitaan institusi di media massa ialah *media monitoring*. Analisis pemberitaan media, apakah mendapatkan tone positif, netral, maupun negatif, dengan melihat bagaimana hal tersebut akan berdampak pada reputasi institusi adalah tugas seorang praktisi *public relations* (Gunawan & Anisa, 2020). *Media monitoring* memiliki dua jenis yaitu media cetak dan media *online*, semua pemberitaan dikumpulkan menjadi sebuah *database* dan akan dijadikan pertimbangan yang akan diikutsertakan dalam setiap pengambilan keputusan oleh

organisasi/perusahaan (Darmastuti, 2012). *Media monitoring* menjadi cara yang digunakan oleh *public relations* dalam melakukan analisa publisitas yang telah beredar di media massa. *Media monitoring* dapat didefinisikan sebagai pengawasan atau pemantauan. Hasil pemantauan serta analisa akan digunakan sebagai acuan dalam menerapkan *treatmet* terhadap media.

Menurut (Ayun & dkk, 2018) menyatakan bahwa aktivitas *monitoring* dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui jumlah konten pemberitaan perusahaan yang telah dimuat dalam industri media lain. Hal tersebut menjadi acuan evaluasi kerja staf perusahaan serta dapat mengetahui reputasi perusahaan yang dibentuk oleh media lain. *Media monitoring* ini akan menghasilkan banyak informasi termasuk informasi terkait posisi perusahaannya terhadap perusahaan kompetitornya, sehingga perusahaan akan dapat menentukan strategi bisnis apa yang perlu diperbaiki dimasa mendatang (Achmed, S, & P, 2019). Selain itu, media monitoring juga penting untuk mengetahui berbagai tanggapan yang dikemukakan oleh individu/organisasi yang merupakan bagian dari *stakeholders* untuk mengilustrasikan hubungan antar perusahan dengan pemangku kepentingan lainnya.

Praktisi *public relations* menjalankan kegiatan *media monitoring* sebagai bagian dari proses evaluasi *media relations*. Ketika media dapat memberikan respons dengan berita yang sesuai dengan fakta, dapat dikatakan bahwa *media relations* akan dikatakan berhasil saat media massa memberikan *feedback* berupa sebuah pemberitaan yang sesuai dengan fakta. Sangat penting untuk memonitoring media dengan tujuan menganalisis pemberitaan yang dihasilkan oleh media massa dalam memastikan keberhasilan. Seorang praktisi *public relations* dapat memanfaatkan media massa untuk memberikan pengaruh kepada masyarakat dalam mengembangkan reputasi yang positif dari seseorang, kelompok/organisasi, bisnis, bahkan pemerintahan (Nurdiansyah & Kartika, 2020).

PT Kilang Pertamina Internasional (KPI) Refinery Unit III Plaju merupakan salah satu unit dari PT Kilang Pertamina Internasional (KPI) sebagai *Subholding Refining & Petrochemical*. PT Kilang Pertamina Internasional Refinery Unit III Plaju dituntut mampu membangun hubungan interpersonal dan organisasional yang

baik dan bersahabat dengan para jurnalis dan membangun kedekatan emosional, sehingga peluang untuk diangkat pemberitaan dalam media semakin besar, yang pada akhirnya juga akan berdampak pada peningkatan nilai berita, pengelolaan nilai berita juga selain memaksimalkan hubungan dengan media, perusahaan juga harus menciptakan sistem *media monitoring* secara berkala untuk pemantauan *real time*. Penarikan *stakeholder* melalui *media monitoring* dilakukan dengan cara memilih pemberitaan yang disusun berdasarkan *schedule* kegiatan perusahaan setiap bulannya, dibagi berdasarkan jenis *user* dan fungsi *stakeholder* baik dari internal dan eksternal *stakeholder*.

PT Kilang Pertamina Internasional Refinery Unit III Plaju memandang secara sadar bahwa media bukan sekedar wadah menampung *press release*, dan mempunyai *agenda setting* tersendiri, begitupun urusan redaksinya, tentu media punya banyak isu lainnya yang mungkin saja lebih menarik bagi mereka, disinilah letak di mana perusahaan harus menganalisis karakteristik media. Di sisi lain, media membutuhkan bahan pemberitaan sementara perusahaan membutuhkan publikasi untuk citra baik. Hal ini sebenarnya menjadi simbiosis mutualisme antara kedua pihak yang sudah saling terbangun kepercayaan melalui *media relations*. Dalam hal pelibatan jurnalis sebagai partner yang diajak oleh perusahaan, hal tersebut akan memudahkan tugas jurnalis yang bertugas, terutama di *desk* ekonomi/bisnis atau di mana mereka bertugas. Keberadaan PT Kilang Pertamina Internasional Refinery Unit III Plaju sebagai salah satu obyek vital nasional yang memiliki banyak *stakeholder* mensyaratkan adanya pengelolaan jaringan *stakeholder* yang aktif dan kolaboratif, guna meraih dukungan terhadap operasional bisnis.

Untuk memetakan dan mengetahui hal tersebut, para praktisi *public relations* dapat menggunakan *Discourse Network Analysis* (Metode Analisis Jejaring Wacana; disingkat dengan DNA). DNA adalah metode yang digunakan untuk memetakan wacana (*discourse*) dan aktor, kesepakatan dan pertentangan (konflik) wacana dari tiap – tiap aktor (Leifeld & Philip, 2013). Metode DNA pada dasarnya berusaha untuk menggambarkan, memetakan, dan menganalisis wacana yang dimunculkan oleh aktor, terkait sebuah kebijakan. Ada beragam wacana yang berkembang terkait debat sebuah kebijakan atau debat mengenai suatu isu. Aktor

(orang, organisasi) yang terlibat dalam perdebatan itu juga beragam, mulai dari akademisi, pengusaha, pemerintah, kelompok masyarakat sipil, dan sebagainya. DNA berusaha memetakan wacana yang berkembang dan aktor yang dominan, dan relasi di antara wacana dan aktor, pertentangan dan kesamaan di antara aktor dan seterusnya (Eriyanto, 2022).

DNA menggabungkan dua metode, yakni analisis wacana dan analisis jaringan (*network*). Dua metode ini digabung karena memiliki keterbatasan. Analisis wacana (atau isi pada umumnya) menggambarkan gagasan yang berkembang, sedangkan analisis jaringan menggambarkan posisi aktor dan jaringan. Dua metode ini tidak bisa menjawab hubungan (keterkaitan) antara aktor dan wacana. Melalui DNA, dapat memetakan siapa (aktor) yang mengatakan apa (isi/wacana) (Alamsyah, 2020).

Penelitian ini bertujuan untuk memetakan *stakeholder relationship* yang dibangun oleh PT Kilang Pertamina Internasional Refinery Unit III Plaju melalui pemberitaan yang diliput oleh beberapa media partner yang berkaitan langsung dengan perusahaan. Dalam memetakan aktor, konsep kegiatan, dan jaringan di antara aktor dan wacana melalui hasil pemberitaan dapat diuji menggunakan metode DNA yang mengupayakan mengukur keyakinan serta wacana kebijakan aktor dengan sistematis menggunakan sumber teks dan mengubahnya ke dalam format data yang kompatibel dengan analisis jaringan (Leifeld P. , 2020). Hasil *media monitoring* didapatkan pemberitaan tentang PT Kilang Pertamina Internasional Refinery Unit III Plaju sebanyak 129 pemberitaan yang akan dianalisis, pemberitaan dipilih dalam periode Januari – Juni 2022.

Pada periode tersebut perusahaan mulai melakukan *media monitoring* secara terstruktur dan lengkap. Sehingga pemberitaan media massa tentang PT Kilang Pertamina Internasional Refinery Unit III Plaju tentang *stakeholder* atau keterlibatan *stakeholder* perusahaan sudah tersusun dengan baik dalam *media driven*. Dan pada periode tersebut, dengan diberlakukannya periode *new normal*, perusahaan mulai aktif melakukan kegiatan setelah pasca Covid – 19 melakukan kegiatan – kegiatan kolaboratif bersama *stakeholder* eksternal perusahaan dalam rangka mendukung program persiapan Pertemuan Tatap Muka (PTM) khususnya

yang lebih diprioritaskan yaitu anak – anak sekolah yang akan melaksanakan proses pembelajaran tatap muka secara langsung. Serta, PT Kilang Pertamina Internasional Refinery Unit III Plaju memberikan fasilitas tempat untuk menggelar vaksin untuk semua umur untuk umum bagi yang ingin melakukaan vaksin pertama, kedua, hingga *booster*, tetapi lebih memprioritaskan masyarakat ring 1 perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh (Leifeld P. , 2017) menunjukkan bahwa aspek dalam debat kebijakan dan analisis jaringan wacana agenda riset melalui *Discourse Network Analysis* (DNA) yang telah diterapkan pada berbagai proses kebijakan dan perdebatan untuk menunjukkan bagaimana aktor kebijakan terkait pada tingkat diskursif, melengkapi hubungan koordinasi di antara mereka yang sering dianalisis dalam penerapan pendekatan jaringan kebijakan bahwa penulis menyatakan tidak ada konflik kepentingan terhadap hal yang terkait.

Penelitian ini bersifat deksriptif, menggambarkan aktor, konsep, dan jaringan di antara aktor, dan konsep terkait pemberitaan di media massa tentang PT Kilang Pertamina Internasional Refinery Unit III Plaju. Untuk menggambarkan aktor konsep dan jaringan dibuat visualisasi. Penelitian ini juga mengidentifikasi aktor dan konsep yang paling dominan dalam pemberitaan di media massa tentang PT Kilang Pertamina Internasional Refinery Unit III Plaju. Untuk mengidentifikasi aktor dan konsep yang paling dominan digunakan pengukurang tiga sentralitas (sentralitas tingkatan, kedekatan, dan perantara). Visualisasi dan pengukuran sentralitas menggunakan perangkat lunak (*software*) Visone.

Salah satu pemberitaan terkait adanya penandatanganan antara pihak Kilang Pertamina Plaju bersama Komandan Pangkalan Angkatan Laut Palembang, dalam rangka menjaga operasional kilang. Isu pengamanan operasional kilang menjadi salah satu isu yang juga penting untuk dibahas dimedia saat ini, mengingat potensi ancaman dan bahaya terhadap kedaulatan energi meningkat setelah beberapa waktu terakhir mencuat isu ancaman stabilitas kilang – kilang perusahaan internasional, misalnya yang terjadi di Ukraina, yang tengah terlibat konfrontasi dengan Rusia.

Hal ini, didasarkan pada maraknya pemberitaan tentang perang antara Rusia – Ukraina atau serangan kilang di Saudi Aramco (CNBC Indonesia, 2022),

sehingga meningkatkan *awareness* terhadap pentingnya menjaga stabilitas dari ancaman eksternal.

Berdasarkan uraian fenomena diatas, peneliti merasa fenomena ini dapat diangkat menjadi sebuah penelitian yang berjudul “***Stakeholder Relationship dalam Pemberitaan Media Massa dengan menggunakan Discourse Network Analysis (Suatu Studi pada Perusahaan Minyak dan Gas di Sumatera Selatan)***”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka rumusan permasalahan yang hendak diteliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: “Bagaimana pola jejaring wacana *stakeholder relationship* dalam pemberitaan tentang PT Kilang Pertamina Internasional Refinery Unit III Plaju di media massa?”

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis *stakeholder relationship* dalam pemberitaan tentang PT Kilang Pertamina Internasional Refinery Unit III Plaju di media massa.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini ialah :

a. Secara Teoritis

1. Penelitian ini berusaha mengaplikasikan metode DNA dalam memetakan hubungan antara pemangku kepentingan dalam suatu perusahaan dengan menganalisis berita-berita di media massa.
2. Penelitian ini diharapkan bisa memberikan ilmu dan pengetahuan baru tentang *Stakeholder Relationship* dalam Pemberitaan PT Kilang Pertamina Internasional Refinery Unit III Plaju menggunakan *Discourse Network Analysis*. Penelitian ini digunakan untuk sumber referensi studi penelitian selanjutnya.

3. Penelitian ini diharapkan bisa memberikan ilmu yang baru mengenai teori – teori dalam pemasaran. Penulis pun diharapkan mampu untuk menetapkan teori – teori yang ada di dalam penelitian ini ke dalam dunia pekerjaan.
- b. Secara Praktis
- Penelitian ini diharapkan dapat memberikan hasil yang berguna bagi praktisi PR khususnya di PT Kilang Pertamina Internasional Refinery Unit III Plaju dengan mengetahui dan memahami hasil *Stakeholder Relationship* yang selama ini dibangunnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Achmed, H., S, Y., & P, L. (2019). Pengelolaan Instagram @humas_sumedang sebagai Media Komunikasi dan Media Informasi oleh HUMAS Sekretariat Daerah Sumedang. *Jurnal Komunikasi Universitas Garut*, 329-340.
- Alamsyah, P. (2020). *Analisis Jejaring Wacana*. Bandung: Ilmu Komunikasi.
- Alpaslan, C., S.E, G., & Mitroff, I. (2009). Corporate governance in the context of crisis: Towards a stakeholder theory of crisis management. *Journal of Contingencies and Crisis Management*, 38-49.
- Ayun, p., & dkk. (2018). *PR Now: Praktik Public Relations di Era Disruptif*. Yogyakarta: IPRC.
- Cairney, P. (2019). Understanding Public Policy: Theories and Issues. Chapter X (The Advocacy Coalition Framework). *Palgrave Macmillan*, 200-219.
- Chandra, H., Indarto Wiguna, I., & Kaming, P. (2011). Peran Kondisi Pemangku Kepentingan dalam Keberhasilan Proyek. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 135-150.
- CNBC Indonesia. (2022, May 22). *Perang Rusia-Ukraina Makan Korban Baru: Arab Saudi?* Retrieved from CNBC Indonesia: <https://www.cnbcindonesia.com/news/20220527055757-4-342119/perang-rusia-ukraina-makan-korban-baru-arab-saudi>
- Comcowich, W. J. (2010). *Media Monitoring the Complete Guide: Everything you wanted to know about media monitoring, but didn't think to ask*. United States: CyberAlert.Inc.
- Creswell, J. W. (2017). *Research Design*. Yogyakarta: PUSTAKA PELAJAR.
- Darmastuti, R. (2012). *Media Relations: Konsep, Strategi & Aplikasi*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- David, G. (2011). Internal communication-essential component of crisis communication. *Journal of Media Research*, 72-81.
- Desai, V. (2018). Collaborative Stakeholder Engagement: An intergration between theories of organizational legitimacy and learning. *Academy of Management Journal*, 220-244.

- Eriyanto. (2020). *Analisis Jaringan Media Sosial: Dasar-dasar dan Aplikasi Metode SNA untuk Membedah Percakapan Media Sosial*. Jakarta: Kencana.
- Eriyanto. (2022). *Analisis Jejaring Wacana*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Fassin, Y. (2008). The Stakeholder model refined. *Journal of Business Ethics*, 113-135.
- Freeman, R., & Dmytriiev, S. (2017). Corporate Social Responsibility and Stakeholder Theory: Learning From Each Other, Symphonia. *Emerging Issues in Management*, 7-15.
- Gunawan, A. I., & Anisa, R. (2020). Kegiatan Media Monitoring Humas Pemerintah Kota Cimahi. *Ekspresi dan Persepsi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 122-131.
- Gunawan, A. I., & Anisa, R. (2020). Kegiatan Media Monitoring Humas Pemerintah Kota Cimahi. *Ekspresi dan Persepsi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 122.
- Hajer, M. A. (2005a). Rebuilding Ground Zero. The Politics of Performance. Planning Theory & Practice. *Cambridge University Press*, 445-464.
- Harrison, J., Bosse, D., & Phillips, R. (2010). Managing for stakeholders, stakeholder utility functions, and competitive advantage. *Strategic Management Journal*, 58-74.
- <https://dewanpers.or.id/>. (1968). DEWANPERS. Retrieved from DEWANPERS: <https://dewanpers.or.id/data/perusahaanpers>
- Jones, T., Harrison, J., & Felps, W. (2018). How applying instrumental stakeholder theory can provide sustainable competitive advantage. *Academy of Management Review*, 371-391.
- Krippendorff, K. (2011). Agreement and Information in The Reliability of Coding. *Communication Methods and Measures*, 93-112.
- Leifeld, & Philip. (2013). Reconceptualizing Major Policy Change in the Advocacy Coalision Framework, A Discourse Network Analysis of German Pension Politics. *Policy Studies Journal*, 169-198.
- Leifeld, P. (2017). Discourse Network Analysis: Policy Debates as Dynamic Networks. In J. N. Victor, A. H. Montgomery, & M. Lubell, *The Oxford*

- Handbook of Political Networks* (pp. 301-325). Oxford: Oxford University Press.
- Leifeld, P. (2020). Policy Debates and Discourse Network Analysis A Research Agenda. *Politics and Governance*, 180-183.
- Leifeld, P. (2020). Policy Debates and Discourse Network Analysis: A Research Agenda. *Politics and Governance*, 180-183.
- Leifeld, P. (2020). Policy Debates and Discourse Network Analysis: A Research Agenda. *Journal Politics and Governance*, 180-183.
- Leifeld, P., & Haunss, S. (2013). Political Discourse Networks and The Conflict over Software Patents in Europe. *European Journal of Political Research*, 382-409.
- Li, J., Xia, J., & Zajac, E. (2018). On the duality of political and economic stakeholder influence on firm innovation performance: Theory and evidence from Chinese firms. *Strategic Management Journal*, 193-216.
- Ma, L., L, W., Wu, K.-J., & Tseng, M.-L. (2018). Assessing co-benefit barriers among stakeholders in Chinese construction industry. *Resource Conservation & Recycling*, 101-112.
- McCulloh, Ian, Armstrong, H., & Johnson, A. (2013). *Social Network Analysis with Application*. New Jersey: Wiley.
- Metze, T., & Dodge, J. (2016). Dynamic Discourse Coalitions on Hydro-fracking in Europe and The United States. *Enviromental Communication*, 365-379.
- Moleong, L. J. (1993: 334-330). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Muhyi, H. A. (2017). The Penta Helix Collaboration model in Developing Centers of Flagship Industry in Bandung City. *Integrative Business & Economics*, 412-417.
- Muhyi, H. A., Chan, A., Sukoco, I., & Herawaty, T. (2017). The Penta Helix Collaboration Model in Developing Centers of Flagship Industry in Bandung City. *Review of Integrative Business and Economics Research*, 412-417.

- Nurdiansyah, A., & Kartika, R. (2020). Penerapan Media Relations dalam Mempertahankan Reputasi Kementerian Pertanian Republik Indonesia. *Ekspresi dan Persepsi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 48-57.
- Pariwisata, K. (2016). *Peraturan Menteri Pariwisata Republik Indonesia Nomor 14 tahun 2016 Tentang Pedoman Destinasi Pariwisata Berkelanjutan*. Jakarta: Kementerian Pariwisata.
- pertamina.com. (n.d.). *Pertamina Makna Logo*. Retrieved from Pertamina: <https://www.pertamina.com/>
- Prayudi. (2007). *Penulisan Humas Naskah*. Yogyakarta: ANDI OFFSET.
- Raharjo, A., Muljono, P., & Matindas, K. (2017). Jaringan Komunikasi Pemasaran Kakao di Kecamatan Anreapi, Kabupaten Polewali Mandar, Provinsi Sulawesi Barat. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, Vol. 15(1), 1-14.
- Sabatier, P. A., & Christopher, M. W. (2007). The Advocacy Coalition Framework: Innovations and Clarifications. *West Press*, 189-220.
- Satori, D., & Komariah, A. (2013). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Siregar, A. (2014). *Analisis Pengaruh Stakeholder Engagement dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility terhadap Cost of Equity Capital pada Perusahaan Terbuka di Indonesia Periode 2011-2013*. Indonesia: Universitas Indonesia.
- Slamet, R., Nainggolan, B., Roessobiyanto, R., & Hendriyanto, A. (2016). Strategi Pengembangan UKM Digital dalam Menghadapi Era Pasar Bebas. *Jurnal Manajemen Indonesia*, 136.
- Slamet, R., Nainggolan, B., Roessobiyatno, Ramdani, H., Hendriyanto, A., & Ilma, L. I. (2016). Strategi Pengembangan UKM Digital Dalam Menghadapi Era Pasar Bebas. *Jurnal Manajemen Indonesia*, 136-147.
- Soemaryani, I. (2016). Pentahelix Model to Increase Tourist Visit to Bandung and Its Surrounding Area Through Human Resource Development. *Journal Academy of Strategic Management*, 3.
- Sugiyono. (2015: 376). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.

- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2021: 368-369). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- William, D. C. (1988). *Naturalistic Inquiry Materials*. Bandung: FPS-IKIP.
- Winkel, G., Gleibner, J., Pistorius, T., Sotirov, M., & Storch, S. (2011). The Sustainably Managed Forest Heats Up: Discursive Struggles over Forest Management and CLimate Change in Germany. *Critical Policy Studies*, 361-390.