**PERANAN HUMAS PT PERTAMINA (PERSERO)**

**MARKETING OPERATION REGION (MOR) II SUMBAGSEL**

**DALAM MENSOSIALISASIKAN KENAIKAN HARGA BBM**

**TAHUN 2018 DI PALEMBANG**

**SKRIPSI**

**Disusun Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan**

**Mencapai Derajat Sarjana Strata 1 Ilmu Komunikasi**

**Konsentrasi : Hubungan Masyarakat**

****

**Oleh :**

**ANNISA FEBRIYANTI**

**07031181419042**

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**UNIVERSITAS SRIWIJAYA**

**2019**

**BAB I**

**PENDAHULUAN**

* 1. **Latar Belakang**

Humas merupakan bidang atau fungsi yang diperlukan oleh suatu organisasi untuk menjaga lini komunikasi, pemahaman bersama, penerimaan mutual dan kerja sama antara organisasi dan publiknya. Komunikasi menjadi inti dari organisasi sehingga komunikasi yang efektif menjadi keharusan. Komunikasi yang dijalin dengan masyarakat juga akan membantu dalam mencapai tujuan organisasi.

Setiap kegiatan maupun kebijakan yang dilakukan oleh Humas membutuhkan sosialisasi.Sosialisasi adalah suatu proses mengkomunikasikan kebudayaan kepada masyarakat baru (Soerjono Soekamto, 2007:288). Dalam hal ini proses sosialisasi khususnya untuk kegiatan Humas lebih kepada bagaimana proses memperkenalkan, mengkampanyekan suatu program melalui interaksi untuk memperoleh identitas, mengembangkan nilai-nilai dan aspirasi kepada masyarakat.

Dengan sosialisasi menunjukkan perusahaan berkomunikasi dengan masyarakat dalam menyampaikan informasi tentang kegiatan yang dilakukan, kebijakan apa yang dikeluarkan hingga membantu untuk mencegah adanya isu dan persepsi yang berkembang dan akan merugikan perusahaan.

PT Pertamina (Persero) sebagai perusahaan milik negara yang melaksanakan tugas menyediakan dan melayani kebutuhan Bahan Bakar Minyak (BBM) sesuai dengan Pasal 13 Ayat (2) Undang-Undang No. 8 Tahun 1971 tentang Pertambangan Minyak dan Gas Bumi Negara yang menyebutkan; *“menyediakan dan melayani kebutuhan bahan bakar minyak dan gas bumi untuk dalam negeri yang pelaksanaannya diatur dengan Peraturan Pemerintah.”* Berdasarkan UU diatas PT Pertamina (Persero) menjadi pelaksana tugas dan bertanggung jawab atas setiap kegiatan perminyakan dan gas bumi di Indonesia yang diawasi oleh pemerintah. Oleh karena itu, PT Pertamina memiliki tanggung jawab lebih besar untuk bisa mendapatkan kepercayaan dari masyarakat.

Sebagai perusahaan yang mengelola penambangan minyak dan gas negara di Indonesia membuat kegiatan dan kebijakan yang ditetapkan PT Pertamina (Persero) mempengaruhi hajat hidup orang banyak. Permasalahan yang berkaitan dengan PT Pertamina misalnya yaitu kenaikan harga Bahan Bakar Minyak atau BBM. Dampak negatif yang disebabkan dari kenaikan harga BBM yaitu, meningkatnya beban transportasi dan biaya bahan sembako, meningkatnya biaya produksi, harga barang dan jasa menjadi lebih mahal, berdampak pada usaha kecil menengah, hingga peningkatan jumlah pengangguran serta inflasi (Hamid, 2000:144)

Banyak faktor yang menyebabkan kenaikan harga BBM diantaranya adanya kenaikan harga minyak dunia, peningkatan aktivitas ekonomi akibat pertumbuhan ekonomi, penguatan nilai tukar mata uang asing, hingga peningkatan aktivitas pasar gelap untuk keperluan industri dan penyelundupan BBM bersubsidi untuk keperluan asing. Oleh karena itu isu kenaikan harga BBM akan menjadi perhatian masyarakat karena hal ini menyangkut kepentingan orang banyak.

Isu akan adanya kenaikan harga BBM ini diawali sejak awal bulan September. Baru pada tanggal 11 Oktober 2018 pihak PT Pertamina (Persero) mengeluarkan pernyataan resmi tentang kenaikan harga BBM per Oktober 2018.

**Tabel 1**

**Daftar Kenaikan Harga BBM per Oktober 2018**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Kategori** | **Produk** | **Per 17 Juli 2018** | **Per 11 Oktober 2018** |
| Bensin | [Pertamax](http://palembang.tribunnews.com/tag/pertamax) Turbo | Rp 10.900 / liter | Rp 12.450 / liter |
| [Pertamax](http://palembang.tribunnews.com/tag/pertamax) | Rp 9.700 / liter | Rp 10.600 / liter |
| Pertalite | Tidak ada kenaikan | |
| Solar | Pertamina Dex | Rp 10.750 / liter | Rp 12.100 / liter |
| Dexlite | Rp 9.200 / liter | Rp 10.700 / liter |
| Bio Solar Non PSO | Rp 8.250 / liter | Rp 10.350 / liter |

(*Sumber:data diolah peneliti dari rekanan Media Pertamina Sumbagsel)*

Berdasarkan tabel 1 diatas Humas PT Pertamina (Persero) MOR II Sumbagsel mengeluarkan pernyataan kepada media mengenai Kenaikan Harga BBM pada bulan Juli dan Oktober 2018. Jika dilihat dalam tabel diatas, produk olahan bahan bakar minyak Pertamina terdiri dari dua jenis, yaitu kategori Bensin dan Solar. Untuk kategori bensin dengan produk olahan Pertamax Turbo terjadi kenaikan sebesar Rp.1.550 dan juga olahan Pertamax dengan kenaikan sebesar Rp. 900 per Oktober 2018, sedangkan untuk kategori Solar dengan produk olahan Pertamina Dex terjadi kenaikan sebesar Rp. 1.350, Dexlite sebesar Rp.1.500 dan Bio Solar non PSO sebesar Rp.2.100 per Oktober 2018.

Seperti yang tercantum dalam Pasal 14 Huruf H UU No.14 Tahun 2014 tentang Keterbukaan Informasi Publik menyatakan bahwa “*Informasi Publik wajib disediakan oleh Badan Usaha Milik Negara, Badan Usaha Milik Daerah dan/atau badan usaha lainnya yang dimiliki oleh negara dalam Undang Undang ini adalah pedoman pelaksanaan tata kelola perusahaan yang baik berdasarkan prinsip prinsip transparansi, akuntabilitas, pertanggungjawaban, kemandirian , dan kewajaran”*. Melalui UU tersebut diatas tertulis jika setiap badan usaha milik negara dalam hal ini termasuk PT Pertamina (Persero) wajib menginformasikan setiap kegiatan dan kebijakan perusahaan dengan berpedoman pada prinsip transparansi yang bisa dipertanggungjawabkan. Oleh karena itu tugas Humas dalam mensosialisasikan kenaikan harga BBM ini adalah sebuah keharusan.

Melihat dari penjelasan mengenai dampak kenaikan BBM yang besar membuat setiap kenaikan dalam masing-masing kategori produk baik itu bensin maupun solar akan menarik perhatian masyarakat. Adanya perhatian yang tertuju langsung kepada perusahaan ini membuat Humas juga harus bisa menentukan strategi agar informasi yang tersebar di masyarakat adalah benar dan tidak akan menimbulkan isu yang akhirnya merugikan perusahaan.

Humas PT Pertamina (Persero) MOR II Sumbagsel sebagai kantor pemasaran yang bertanggungjawab pada setiap kegiatan eksternal wilayah Sumatera bagian selatan terlibat langsung dengan masyarakat. Sebagai divisi eksternal humas bertugas untuk menyampaikan setiap informasi dengan jelas dan tepat kepada masyarakat. Humas harus melakukan sosialisasi kenaikan harga BBM agar informasi ini sampai ke masyarakat dan pelaksanaan kebijakan kenaikan harga BBM juga bisa terlaksana dengan baik.

Namun pada pelaksanaannya peneliti melihat masih ada beberapa masalah yang dihadapi Humas PT Pertamina (Persero) MOR II Sumbagsel dalam menjalankan peranya untuk mensosialiasasikan kenaikan harga BBM. Adapun masalah yang ditemukan adalah:

* + 1. Banyak Jumlah Rekanan Media Pertamina Sumsel Namun Pemberitaan Masih Dianggap Kurang.

Kenaikan harga BBM menjadi isu yang diperhatikan masyarakat karena dapat mempengaruhi banyak hal seperti meningkatnya biaya transportasi, bahan sembako, biaya produksi, dan menyebabkan harga barang dan jasa menjadi lebih mahal, lalu berdampak pada usaha kecil menengah, hingga peningkatan jumlah pengangguran serta inflasi. Untuk itu permasalahan kenaikan harga BBM ini menjadi isu sensitif dan membutuhkan sikap keterbukaan dari Humas PT Pertamina agar mensosialisasikan kenaikan harga BBM kepada masyarakat.

Humas sebagai unit kerja yang menjadi perwakilan dari perusahaan kepada masyarakat harus menjalankan perannya dengan maksimal. Apalagi Humas PT Pertamina (Persero) MOR II Sumbagsel yang memang berada di divisi eksternal harus memiliki kemampuan dalam menganalisis masalah dan menyusun strategi serta solusi dari masalah yang ada. Setiap hal yang berkaitan dengan kenaikan harga BBM akan selalu menarik perhatian masyarakat karena kenaikan harga ini akan mempengaruhi hajat hidup masyarakat. Oleh karena itu setiap upaya yang diambil Humas juga harus tepat.

Pihak Humas PT Pertamina (Persero) MOR II Sumbagsel sebenarnya sudah memiliki rekanan media yang disebut juga Media Pertamina Sumsel. Media yang tergabung di dalamnya menjadi rekanan Humas dalam menyampaikan setiap informasi kepada masyarakat termasuk juga informasi tentang kenaikan harga BBM. Berikut media yang tergabung dalam Media Pertamina Sumsel.

**Tabel 2**

**Daftar Rekanan Media Pertamina Sumsel**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **NO** | **Nama Media** | **Keterangan** |
| 1 | Sumatera Ekspress | Sering |
| 2 | Sriwijaya Post | Sering |
| 3 | Tribun Sumsel | Sering |
| 4 | Palembang Ekspress | Sering |
| 5 | Berita Pagi | Jarang |
| 6 | Suara nusantara | Jarang |
| 7 | Bisnis Indonesia | Jarang |
| 8 | Media Indonesia | Jarang |
| 9 | Palembang Pos | Jarang |
| 10 | Radar Palembang | Jarang |
| 11 | Seputar Indonesia | Jarang |
| 12 | Kompas | Jarang |
| 13 | Radio El Shinta | Jarang |
| 14 | Radio RRI | Jarang |

(*Sumber:data diolah peneliti dari divisi Humas PT Pertamina (Persero) MOR II Sumbagsel*)

Dapat dilihat dari tabel 2 daftar Rekanan Media Pertamina Sumsel diatas merupakan media lokal yang bekerjasama dengan Humas PT Pertamina (Persero) MOR II Sumbagsel dalam menyampaikan publikasi kepada masyarakat. Publikasi berupa informasi yang dimuat *releasenya* oleh Media Pertamina Sumsel ini tidak terbatas pada waktu. Maksudnya selama ada kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan, dan jika ada informasi yang ingin disampaikan pihak perusahaan, maka selama itu juga pihak Media Pertamina Sumsel akan selalu menjadi yang pertama dalam membuat *release* berita untuk dipublikasikan kepada publik dan membantu perusahaan dalam mensosialisasikan tujuannya.

Namun berdasarkan laporan media *monitoring* milik PT Pertamina (Persero) MOR II Sumbagsel untukbulan Oktober 2018 terlihat Humas belum melakukan sosialisasi informasi kenaikan harga BBM. Dapat dilihat pada bulan Oktober ketika kenaikan harga BBM terjadi, tidak ada sosialisasi informasi yang dikeluarkan secara resmi oleh Humas MOR II Sumbagsel kepada rekanan media Pertamina Sumsel. Kurangnya informasi ini berdampak pada minimnya informasi yang diterima masyarakat tentang adanya kenaikan harga BBM. Berikut laporan Media *Monitoring* bulan Oktober 2018.

**Tabel 3**

**Laporan Media *Monitoring* PT Pertamina (Persero) MOR II Sumbagsel**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **ANALISIS BULANAN BERITA / KLIPING MEDIA PERTAMINA PEMASARAN SUMBAGSEL BULAN OKTOBER 2018** | | | | | |
| NO | TANGGAL | SURAT KABAR | CAKUPAN | JUDUL | NILAI |
| 1 | 6 Oktober | Sriwijaya Post | Lokal | Hal 11= PERTAMINA KIRIM 17 RELAWAN KE PALU | POSITIF |
| 2 | 11 Oktober | Sriwijaya Post | Lokal | HAL 1= PREMIUM NAIK HANYA SEJAM | NETRAL |
| 3 | 12 Oktober | Sumatera Ekspres | Lokal | HAL 1= RELA ANTRE DI JALUR PREMIUM-PERTALITE | POSITIF |
| 4 | 18 Oktober | Sumatera Ekspres | Lokal | HAL 3= SUBSIDI BBM-ELPIJI MEMBENGKAK | NETRAL |
| 5 | 28 Oktober | Sumatera Ekspres | Lokal | HAL 3= AJAK BERALIH KE PERTAMAX | POSITIF |

(*Sumber:data diolah peneliti dari divisi Humas PT Pertamina (Persero) MOR II Sumbagsel*)

Tabel 3 merupakan laporan media *monitoring* atau kumpulan dari berita tentang setiap kegiatan, informasi, maupun isu tentang perusahaan yang terbit dalam kurun waktu satu bulan di media cetak rekanan Pertamina Sumsel. Laporan media *monitoring* diatas menunjukkan dalam bulan Oktober 2018 hanya terdapat lima pemberitaan tentang perusahaan yang terbit di rekanan Media Pertamina Sumsel yaitu koran Sriwijaya Post dan Sumatera Ekspres. Dari kelima pemberitaan yang terbit diantaranya tiga berita bernilai positif, dan dua berita bernilai netral. Pemberitaan bernilai positif menunjukkan berita tersebut memberikan dampak positif pada citra perusahaan, sedangkan pemberitaan netral berdampak netral atau sesuai dengan persepsi pembaca.

Berdasarkan *media monitoring* diatas dapat terlihat jika tidak ada pemberitaan sama sekali yang dikeluarkan Humas PT Pertamina (Persero) MOR II Sumbagsel mengenai adanya kenaikan harga BBM, padahal kenaikan harga BBM yang terjadi pada bulan oktober 2018 kemarin cukup tinggi dengan kenaikan harga berkisar Rp.1.350 hingga Rp.2.100 per liternya. Humas belum memanfaatkan rekanan media Pertamina Sumsel sebagai sarana mensosialisasikan kenaikan harga BBM, padahal sebagai pihak yang sudah diberikan kewenangan untuk mengelola informasi yang harus disampaikan kepada masyarakat, Humas seharusnya sudah memahami pentingnya peran media komunikasi dalam membantu perusahaan mensosialisasikan tujuannya..

* + 1. Humas PT Pertamina (Persero) MOR II Sumbagsel tidak mensosialisasikan kenaikan harga BBM pada bulan Oktober 2018.

Meskipun jumlah rekanan Media Pertamina Sumsel banyak namun hanya dua rekanan media Pertamina Sumsel yang menyampaikan infromasi tentang kenaikan harga BBM. Dalam publikasi yang dikeluarkan oleh *sriwijayapost.com* pada tanggal 11 Oktober 2018 dengan judul *release* berita “*Masyarakat Palembang Keluhkan Kenaikan Harga BBM Tanpa Pemberitahuan”*. Keluhan masyarakat diantaranya menyayangkan sikap perusahaan yang kurang optimal dalam mensosialisasikan kenaikan harga BBM, sehingga masyarakat masih banyak yang belum mendapatkan informasi tersebut dan berujung pada persepsi yang beragam tentang perusahaan. Berikut berita yang di *release* oleh rekanan Media Sriwijaya Post. (lihat pada lampiran 1)

(*Lampiran 1)*

Berdasarkan *release* berita tersebut diketahui jika tidak ada sosialisasi kenaikan harga BBM yang disampaikan Humas PT Pertamina (Persero) MOR II Sumbagsel. Dapat dilihat dari komentar yang disampaikan masyarakat melalui rekanan media Pertamina Sumsel *sriwijayapost* pada tanggal 11 Oktober 2018 atau satu hari setelah kenaikan harga BBM terjadi. Berikut diantaranya komentar yang disampaikan masyarakat, *“lucu BBM naik tanpa ada pemberitahuan terlebih dahulu, alasan apalagi? Dolar?”* dan komentar lainnya *“sumpah kaget lihat BBM naik, kok bisa yaa naik tanpa ada pemberitahuan dulu kan susah jadi nya kalau seperti ini”*.

Jika mengutip dari komentar yang bisa dilihat pada lampiran 1, menunjukkan kekecewaan masyarakat kepada perusahaan karena minimnya informasi yang disampaikan. Kurangnya informasi dan sosialisasi kepada masyarakat mengenai alasan jelas mengapa kenaikan harga BBM ini bisa terjadi, membuat masyarakat berspekulasi dan mengeluarkan pendapatnya sendiri yang belum tentu benar. Dalam dunia kehumasan adanya isu yang berkembang akan membentuk persepsi yang berbeda–beda di masyarakat, lalu timbul rasa tidak percaya masyarakat dan akan sangat mempengaruhi citra perusahaan jika tidak segera diambil tindakan.

Selain itu dalam *release* berita lainnya juga ditemukan jika setiap adanya kenaikan harga BBM, petugas SPBU akan menyampaikan secara lisan kepada masyarakat jika ada kenaikan harga. Tidak ada pengumuman yang di pasang sebagai pemberitahuan adanya kenaikan harga BBM sehingga membuat petugas SPBU ikut terlibat. Berikut berita yang di *release sripoku.com* pada tanggal 11 Oktober 2018 dengan judul berita yang di *release* yaitu “*Harga BBM Naik Mulai Hari Ini, Petugas SPBU Beritahu Secara Lisan ke Pelanggan”* (lihat pada lampiran 2)

*(Lampiran 2)*

Dapat dilihat dari komentar yang disampaikan *“memang siang tadi ada beberapa jenis BBM sudah berlaku harga baru, nah kami sebagai petugas biasanya member tahu terlebih dahulu kepada customer soal kenaikan harga yang baru”* dan *“Tadi cuma isi-isi bae, pas dikasih tau petugas SPBU kalo hargo solarnyo sudah naik”.* Masih banyaknya masyarakat yang tidak mengetahui kenaikan harga BBM membuat petugas SPBU yang membantu menyampaikan informasi kenaikan harga BBM secara langsung kepada masyarakat.

Humas PT Pertamina (Persero) MOR II Sumbagsel harus mulai rutin melakukan sosialisasi untuk setiap kebijakan maupun informasi penting lainnya agar setiap masyarakat mendapatkan informasi yang jelas dan tepat sehingga tidak menimbulkan persepsi yang berbeda-beda dan memberikan dampak negatif bagi perusahaan.

Kenaikan harga BBM termasuk masalah yang harus diketahui oleh setiap masyarakat karena adanya kenaikan harga BBM akan mempengaruhi kehidupan masyarakat. Kenaikan harga BBM akan menyebabkan naiknya beban transportasi, kenaikan pada harga sembako, biaya produksi, barang dan jasa, dan berdampak pada usaha kecil menengah hingga meningkatnya jumlah pengangguran. Besarnya dampak dari kenaikan harga BBM ini menuntut Humas Pertamina harus selalu sigap dalam menyanpaikan informasi. Hal ini juga disampaikan dalam salah satu *Code of Conduct* insan Pertamina yaitu Keterbukaan Informasi.

“*Perseroan berkewajiban untuk menyajikan layanan informasi publik sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Perseroan telah menetapkan Pedoman Pengelolaan Layanan Informasi Publik sebagai standar layanan bagi masyarakat*”. Insan Pertamina yang memiliki kewenangan sesuai dengan Pedoman Pengelolaan Layanan Informasi Publik diperkenankan menyampaikan informasi publik.

*Code of Conduct* diatas menjelaskan jika setiap insan Pertamina mempunyai wewenang untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat. Oleh karena itu akan menjadi lebih baik jika setiap informasi yang sudah disampaikan oleh kantor pusat juga disampaikan kembali kepada masyarakat setempat melalui kantor perwakilan yang ada disetiap provinsi. Humas lebih mengetahui apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan masyarakat di masing-masing wilayah, selain itu informasi yang disampaikan juga akan tersebar lebih luas, dan cepat dalam menjangkau sasaran sehingga pada akhirnya setiap masyarakat akan mendapatkan informasi tersebut.

Adanya kewenangan yang sudah diberikan sebaiknya bisa dimanfaatkan oleh Humas PT Pertamina (Persero) MOR II Sumbagsel dengan baik agar bisa mensosialisasikan setiap kegiatan dan kebijakan perusahaan. Apalagi PT Pertamina (Persero) sebagai satu satunya perusahaan yang mengelola perminyakan di Indonesia harus menyadari jika setiap sosialisasi yang dilakukan akan membantu perusahaan dalam mewujudkan adanya transparansi, sehingga masyarakat dapat selalu mengawasi jalannya kegiatan dan kebijakan-kebijakan yang dilakukan oleh perusahaan.

* 1. **Rumusan Masalah**

Bagaimana Peranan Humas PT Pertamina (Persero) MOR II Sumbagseldalam Mensosialisasikan Kenaikan Harga BBM di Palembang?

* 1. **Tujuan Penelitian**

Untuk mengetahui Peranan Humas PT Pertamina (Persero) MOR II Sumbagseldalam Mensosialisasikan Kenaikan Harga BBM di Palembang

**1.4** **Manfaat Penelitian**

1. **Manfaat Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi atau masukan bagi perkembangan Ilmu Komunikasi untuk mengetahui bagaimana Peranan Humas PT Pertamina (Persero) MOR II Sumbagseldalam Mensosialisasikan Kenaikan Harga BBM di Palembang.

**B.Manfaat Praktis**

1. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah, memperdalam, dan mengembangkan pengetahuan penulis tentang Peranan Humas PT Pertamina (Persero) MOR II Sumbagseldalam Mensosialisasikan Kenaikan Harga BBM di Palembang sehingga dapat memberikan banyak referensi bagi pengembangan teori ilmu-ilmu sosial khususnya Ilmu Komunikasi.

1. Bagi Lembaga Pendidikan

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan tambahan wawasan dan literatur tentang Peranan Humas PT Pertamina (Persero) MOR II Sumbagseldalam Mensosialisasikan Kenaikan Harga BBM di Palembang

1. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai referensi dalam mengevaluasi permasalahan terkait dengan Peranan Humas PT Pertamina (Persero) MOR II Sumbagseldalam Mensosialisasikan Kenaikan Harga BBM di Palembang.

**DAFTAR PUSTAKA**

**Literatur Buku:**

Bungin, Burhan. 2003. *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Raja Grafindo Persada

Effendy, Onong Uchjana. 2009. *Human relations & Public Relations.* Bandung: Mandar Maju

Foster, Bill. 2001. *Pembinaan untuk Peningkatan Kinerja Karyawan.* Jakarta: PPM

Hamid, Suandi. 2000. *Perekonomian Indonesia, Masalah dan Kebijakan Kontemporer*. Jakarta: UII

Herdiansyah, Haris. 2013. *Wawancara, Observasi dan Fokus Groups sebagai Instrumen*

*Penggalian Data Kualitatif*. Jakarta: Raja Grafindo Persada

Indriyo Gitosudarmo. *Manajemen Pemasaran*.Yogyakarta: BPFE

Iriantara, Yosal. 2008. *Media Relations: Konsep, Pendekatan dan Praktik.* Bandung: Simbiosa Rekatama Media

Kriyantono, Rachmat. 2008. *Public Relations Writing: Teknik Produksi Media Public Relations dan Publisitas Korporat*. Jakarta: Kecana

Moleong, Lexy. 2006. *Metode Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosada Karya

Nawawi, Hadari. 2000. *Manajemen Sumber Daya Manusia untuk Bisinis yang Kompetitif. Jogjakarta: Gajah Mada Uni Press*

Rachmadi, F. 1993. *Public Relations dalam Teori dan Praktek*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama

Ruslan, Rosady.2010. *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi.* Jakarta:Rajawali

Soekamto, Soerjono.2006. *Sosiologi Suatu Pengantar*. Yogyakarta: Raja Grafindo Persada

Sujamto. 1996. *Aspek-Aspek Pengawasan di Indonesia.* Jakarta: Ghalia Indonesia

Sugiyono.2013. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta

**Literatur Skripsi dan Jurnal:**

Mochammad Kahfi.2014. Peran Humas MPR RI dalam Mensosialisasikan Empat Pilar Bangsa Tahun 2014. Fakultas Dakwah dan Ilmu Komuniasi, Universitas Islam Syarif Hidayatullah

Vera Dara Maria.2010. Peran Humas Dalam Sosialisasi Budaya Perusahaan Telkom Baru di Kalangan Karyawan PT Telkom Divre IV Jateng & DIY.Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi,Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau’

Ahmad Saifil, 2017. Peran Humas Dalam Mempromosikan Smkn 1 Al Mubarkeya Ingin Jaya Aceh Besar,Fakultas Tarbiyah Dan Keguruan,Universitas Islam Negeri Ar – Raniry Banda Aceh

Ardhyono, T.E. 2017. Peran dan Strategi Humas dalam Memasarkan Produk Perusahaan, Vol.1 No. 1

Hartati, Widi. 2013. Peranan Humas Pemerintah Kota Samarinda Dalam Mengkampanyekan Program Kaltim Green. Vol.1

**Lain-lain:**

Bea Cukai. 2018. UU Pertambangan Minyak dan Gas Negara

([*http://repository.beacukai.go.id/peraturan/2014/04/2a237de65710db572cdbbda27f23d32c-uu\_no\_8\_1971.pdf /*](http://repository.beacukai.go.id/peraturan/2014/04/2a237de65710db572cdbbda27f23d32c-uu_no_8_1971.pdf%20/) diakses 12 Oktober 2018)

Kemenkeu. 2018. UU Keterbukaan Informasi

([*https://www.kemenkeu.go.id*](https://www.kemenkeu.go.id)/ diakses 20 september 2018)

Pertamina. 2018. Code Of Conduct Insan Pertamina

([*https://www.pertamina.com/Media/Upload/Files/code-of-conduct-2017.pdf* / diakses 12 Oktober 2018](https://www.pertamina.com/Media/Upload/Files/code-of-conduct-2017.pdf%20/%20diakses%2012%20Oktober%202018))

Sripoku. 2018. Berita Kenaikan Harga BBM

([*http://palembang.tribunnews.com/amp/2018/10/10/berita-palembang-masyarakat-palembang-keluhkan-kenaikkan-harga-bbm-tanpa-pemberitahuan*/](http://palembang.tribunnews.com/amp/2018/10/10/berita-palembang-masyarakat-palembang-keluhkan-kenaikkan-harga-bbm-tanpa-pemberitahuan/) diakses 12 Okotober 2018)

Sripoku. 2018. Berita Kenaikan Harga BBM

([*http://palembang.tribunnews.com/2018/10/10/berita-palembang-harga-bbm-naik-mulai-hari-ini-petugas-spbu-beritahu-secara-lisan-ke-pelanggan*/](http://palembang.tribunnews.com/2018/10/10/berita-palembang-harga-bbm-naik-mulai-hari-ini-petugas-spbu-beritahu-secara-lisan-ke-pelanggan/) diakses 12 Oktober 2018