

## ABSTRAK

Di era globalisasi saat ini peran PR (*Public Relation*) telah mulai dianggap lebih penting. Di era ini, reputasi positif menjadi suatu hal yang utama harus dimiliki oleh perusahaan untuk mendapatkan dukungan dari setiap pemegang kepentingan yang ada. Hal ini dikarenakan reputasi dan citra positif berperan sangat menonjol dalam memperlancar hampir kepada keseluruhan kesuksesan perusahaan (Hall, 2006). Selain itu, arus informasi yang serba cepat dan kompetisi bisnis yang terus menguat membuat pekerjaan *Public Relation* bukan lagi sebuah pekerjaan sampingan, namun termasuk ke dalam manajemen bisnis.

Perusahaan milik negara seperti Pertamina memiliki kontribusi terbesar dibanding dengan BUMN-BUMN lainnya. Tidak hanya memberikan pemasukan terbesar bagi negara, Pertamina juga memberikan lapangan pekerjaan yang besar bagi masyarakat Indonesia. Tentunya citra dan reputasi Pertamina harus selalu dijaga agar kepercayaan pelanggan dan *Stakeholder* tetap tumbuh. Di sisi lain, BUMN terbesar ini diharapkan mampu menjaga reputasi positif secara berkesinambungan agar proses bisnis Pertamina berjalan lancar dan menguntungkan.

Dalam penelitian ini, penulis akan membandingkan strategi *Public Relation* yang telah dilakukan Pertamina terhadap beberapa teori *Public Relation* yang populer. Penelitian ini menjawab apakah secara substansi strategi yang telah diimplementasikan oleh tim Humas Pertamina sesuai dan sejalan dengan teori-teori *Public Relation* yang tertuang dalam buku literatur.

Kata Kunci: *Public Relation*, Pertamina, Citra, Reputasi, Kepercayaan.

## ***ABSTRACT***

In this globalization era, PR (Public Relations) are already considered as much more paramount. In this era, positive reputation is becoming an ultimate thing to own by the company in order to gain support from every line of business stakeholder. This is because reputation and good image are most supporting tools almost to the whole success of company (Hall, 2006). Moreover, information's flow that is so fast and business competition sphere become stronger nowadays made the job of Public Relation not more considered as a side-job yet included and derivative from the whole business management.

State-own company such as Pertamina have the biggest contribution to the state compare to other public company. Not only give the bigger dividend to the state, Pertamina also offer the biggest amount of job field to the Indonesian society. Pertamina needs to continuously maintain their good reputation and image in order to not to loose trust from society and stakeholders. In other word, the biggest Indonesian state-own company Pertamina urged to maintain positive reputation everyday to make the business process run smoothly and profitable.

In this research, writer compared Public Relation strategies implemented by Pertamina used an empirical fact to some of the popular Public Relation theories. This writing answered whether Pertamina Public Relation application inline and substantially same with theories that written in the literature books

**Keywords:** Public Relation, Pertamina, Image, Reputation, Trust.