

BAB V

KESIMPULAN

PT Chevron Pasific Indonesia merupakan Perusahaan minyak terbesar yang ada di Indonesia. PT Chevron Pasific Indonesia telah menjalin hubungan kerjasama dengan Indonesia selama lebih dari 90 tahun. Bukan lah waktu yang sebentar dan hal tersebut membuktikan bahwasannya telah terjalin kerjasama yang saling menguntungkan antara perusahaan dengan para mitra di Indonesia. Kepercayaan yang dibangun oleh masyarakat maupun pemerintah dalam kegiatan eksplorasi dan produksi yang di lakukan PT Chevron Pacific Indonesia dalam memenuhi kebutuhan energy di Indonesia mengharuskan PT Chevron Pacific Indonesia untuk menjaga citra dan reputasi yang telah di bangun hingga saat ini. Oleh karena itu PT Chevron Pacific Indonesia melakukan serangkaian upaya-upaya dalam mempertahankan citra positif di masyarakat.

PT Chevron Pacific Indonesia dalam mempertahankan citranya melakukan upaya untuk berkomitmen dalam menjaga lingkungan dan memajukan serta memberdayakan masyarakat. Dalam menjaga lingkungan PT Chevron Pacific Indonesia melakukan berbagai program seperti rehabilitasi hutan kota Telagasari di Balikpapan, Eye of the Forest, Green Coridor Initiative dll. Kemudian dalam memajukan serta memberdayakan masyarakat, PT Chevron Pacific Indonesia melakukan berbagai program CSR atau Corporate Social Responsibility sebagai tanggung jawab perusahaan dalam mensejahterakan masyarakat sekitar secara berkelanjutan. Salah satu program CSR PT Chevron Pacific Indonesia yakni

mendirikan Politeknik Caltex Riau dan Politeknik Aceh, Local Business Development (LBD), bantuan terhadap bencana tsunami di Aceh, dll.

Kegiatan tersebut ditujukan untuk meraih kepercayaan dan citra positif di masyarakat. Kegiatan tersebut merupakan bagian dari Social Investment sebagai bentuk investasi perusahaan dalam mensupport bisnis utama (produksi minyak) agar terjaga dan terlindungi dari singgungan-singgungan yang bisa datang dari masyarakat atau elemen-elemen lain. Bagi perusahaan citra merupakan aset yang bersifat intangible dan tidak dapat diukur secara matematis, tetapi wujudnya bisa dirasakan berupa penilaian positif dan negatif dari publik. Oleh karena itu citra menjadi sangat penting bagi perusahaan dalam melakukan kegiatan bisnisnya.

PT Chevron Pacific Indonesia juga melakukan kampanye yang di publikasi pada seluruh media massa, mengingat media massa memiliki peran dan pengaruh yang sangat kuat dalam masyarakat modern. Oleh karena itu dalam kampanye yang di gerakkan oleh global Chevron Corporations mengingat bahwa kerasnya resistensi masyarakat akan perusahaan tambang di dunia. PT Chevron Pacific Indonesia ingin menyampaikan pesan edukasi bahwasannya perusahaan energi sangat dibutuhkan oleh masyarakat dan manfaatnya pun sangat bisa di rasakan baik secara langsung maupun tidak langsung. PT Chevron Pacific Indonesia menggabungkan konten kegiatan operasi tambang mereka hingga program CSR ke dalam konten iklan atau kampanye yang bertajuk “Chevron Says, We Agree” atau “Kami Setuju”. Menunjukkan bahwasannya PT Chevron Pacific Indonesia mengerti akan harapan-harapan masyarakat tentang perusahaan

energi dan bagaimana Chevron setuju dengan harapan-harapan masyarakat tersebut.

Kemudian PT Chevron Pacific Indonesia juga berhasil melakukan pencitraan di masyarakat dengan mendapatkan respon yang positif dari masyarakat atas kegiatan-kegiatan yang dilakukan PT Chevron Pacific Indonesia dalam menjalin kerjasama yang saling menguntungkan. Terbukti dalam pemaparan diatas bagaimana respon serta pengakuan masyarakat atas keberadaan Chevron yang berdampak dan memberikan manfaat bagi masyarakat di Indonesia.