

## BAB II

### GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

#### A. Profil PT. PERTAMINA (Persero)



Gambar 2. 1 Logo Pertamina

Persatuan Perusahaan Pertambangan Minyak dan Gas Bumi Nasional atau yang lebih dikenal dengan nama Pertamina merupakan perusahaan milik negara yang bergerak di bidang energi meliputi minyak, gas serta energi baru dan terbarukan. Perusahaan ini didirikan pada tahun 1957 dengan nama Permina tapi kemudian mengubah namanya menjadi Pertamina setelah *merger* dengan Pertamina pada tahun 1968.

Pertamina adalah produsen minyak mentah terbesar kedua di Indonesia setelah Chevron Pacific Indonesia (merupakan anak perusahaan yang sepenuhnya dimiliki oleh Chevron Amerika, salah satu perusahaan energi terintegrasi terkemuka di dunia). Saat ini, Pertamina memiliki enam kilang minyak di Indonesia yang memiliki kapasitas produksi gabungan sebesar satu juta barel minyak per hari (bph).

Pertamina merupakan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang sepenuhnya dimiliki oleh pemerintah Indonesia sehingga tidak memperdagangkan sahamnya di Bursa Efek Indonesia (BEI).

Untuk kegiatan hulunya (baik nasional maupun internasional) Pertamina melakukan operasinya sendiri atau membangun kemitraan dalam bentuk operasi bersama dengan Badan Operasi Bersama/*Joint Operating Bodies* (JOB), Kontrak Operasi Bersama/*Joint Operating Contracts* (JOC) dan Kontrak Bantuan Teknis/*Technical Assistance Contracts* (TAC). Selain eksplorasi, produksi dan transmisi minyak dan gas, Pertamina juga semakin banyak mengeksplorasi potensi gas metan lapisan batubara (*coalbed methane*) dan panas bumi di Indonesia. Untuk alasan ini perusahaan mengubah deskripsi bisnis intinya dari perusahaan minyak dan gas ke perusahaan energi.

### **Program *Corporate Social Responsibility* Pertamina**

Selaras dengan visi Pertamina sebagai perusahaan energi nasional kelas dunia, maka komitmen dan kepedulian Pertamina terhadap Tanggung Jawab Sosial (*Social Responsibility*) merupakan kontribusi Pertamina secara maksimal terhadap masalah global yaitu Pembangunan Berkelanjutan (*Sustainable Development*).

Pembangunan berkelanjutan tidak saja berkonsentrasi pada isu-isu lingkungan. Lebih luas daripada itu, pembangunan berkelanjutan mencakup tiga lingkup kebijakan yaitu pembangunan ekonomi, pembangunan sosial dan perlindungan lingkungan (*People, Profit dan Planet*).

Bentuk tanggung jawab sosial Pertamina kepada stakeholdernya khususnya terhadap isu yang berkembang menyangkut kehidupan sosial, lingkungan dan ekonomi masyarakat yaitu melalui Pelibatan dan Pengembangan Masyarakat (*Community Involvement dan Development/CID*).

### **Payung/Tema *Corporate Social Responsibility* Pertamina**

Payung atau tema CSR dari Pertamina adalah “PERTAMINA SOBAT BUMI”, maknanya adalah Pertamina dalam menjalankan operasinya, produk-produk yang dikembangkan dan jasa yang diberikan peduli terhadap kelestarian lingkungan khususnya bumi tempat kelangsungan makhluk hidup di atasnya untuk kepentingan generasi yang akan datang. Isu perubahan iklim akibat pemanasan global efek dari peningkatan gas rumah kaca (GRK) mendorong seluruh pihak untuk peduli atas dampak yang ditimbulkan secara global (mencairnya tudung es di kutub, meningkatnya suhu lautan, kekeringan yang berkepanjangan, penyebaran wabah penyakit berbahaya, banjir besar-besaran, coral bleaching dan gelombang badai besar) terhadap berbagai aspek kehidupan tidak hanya manusia namun mengancam kelangsungan hidup makhluk hidup.

Kepedulian Pertamina terhadap isu lingkungan dapat dibagikan kepada masyarakat luas atau di sekitar wilayah operasi dalam upaya untuk menumbuhkan dan mengembangkan gaya hidup hijau (*green life*) melalui program-program pelibatan dan pengembangan masyarakat yang mendukung pembangunan berkelanjutan.

### **Issue Program CSR/TJSL Pertamina**

Issue program pelibatan dan pengembangan masyarakat sebagai bentuk CSR/TJSL Pertamina difokuskan dalam 4 (empat) pilar yaitu: green village (Pemberdayaan ekonomi masyarakat), Pertamina SEHATI (Kesehatan), Bright With Pertamina (Pendidikan) dan Ecopreneurship. Issue program dapat dikembangkan lebih lanjut oleh masing-masing Unit Operasi/Anak Perusahaan

dan Pertamina Foundation. Keempat issue program dikembangkan dengan memperhatikan dan menyeleraskan terhadap Pertamina Sobat Bumi.

#### ***Visi Corporate Social Responsibility Pertamina***

- Menuju Kehidupan Lebih Baik.

#### ***Misi Corporate Social Responsibility Pertamina***

- Melaksanakan komitmen korporat atas Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL) yang akan memberikan nilai tambah kepada semua pemangku kepentingan untuk mendukung pertumbuhan perusahaan.
- Melaksanakan tanggung jawab korporat dan kepedulian sosial untuk sebuah pembangunan masyarakat yang berkelanjutan.

#### ***Tujuan Corporate Social Responsibility Pertamina***

Secara Eksternal adalah membantu pemerintah Indonesia memperbaiki Indeks Pembangunan Manusia (IPM) Indonesia, melalui pelaksanaan program-program yang membantu pencapaian target pembangunan millenium atau Millenium Development Goals (MDGs).

Secara Internal adalah membangun hubungan yang harmonis dan kondusif dengan semua pemangku kepentingan (stakeholder) untuk mendukung pencapaian tujuan korporasi terutama dalam membangun reputasi korporasi.

#### ***Kriteria Corporate Social Responsibility Pertamina***

Dalam pengembangan CSR Pertamina telah disusun 5 Kriteria untuk mencapai efektifitas pelaksanaan CSR di seluruh wilayah operasi perusahaan. Kriteria tersebut mencakup kepentingan bersama antara pemerintah, komunitas dan perusahaan, yaitu:

- Bermanfaat
- Berkelanjutan
- Dekat wilayah operasi
- Publikasi
- Mendukung (*proper*)

## B. Profil Energi Hayati

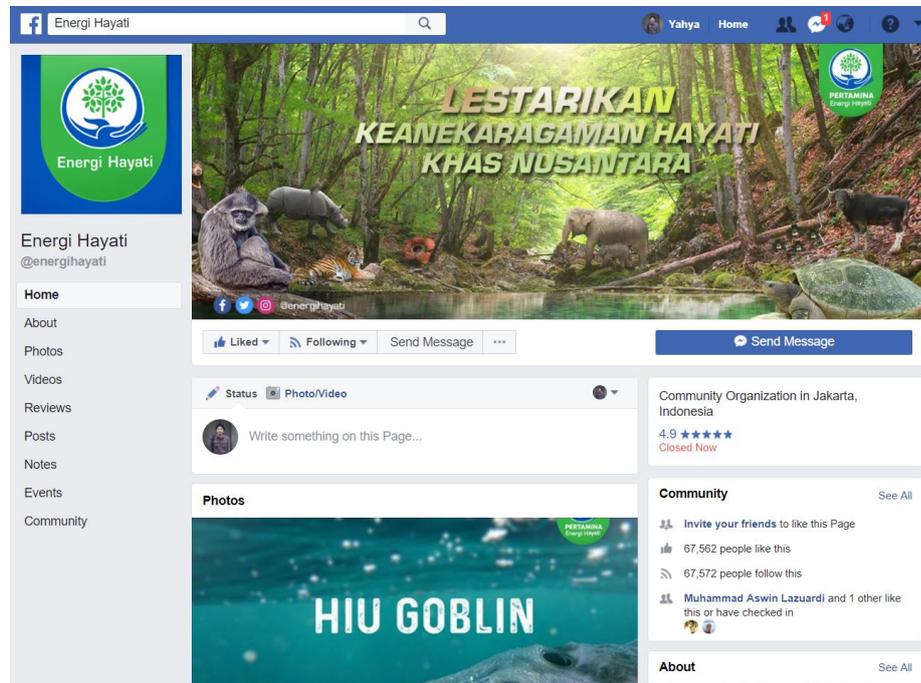


Gambar 2. 2 Logo Energi Hayati

Pertamina memiliki CSR diempat bidang spesifik yakni lingkungan, pendidikan, kesehatan, dan pemberdayaan masyarakat. Keempat bidang ini diwakili oleh empat brand yang terintegrasi menjadi Empat Energi Pertamina. Keempat brand tersebut adalah Energi Edukasi untuk bidang pendidikan, Energi Sehat untuk bidang kesehatan, Energi Berdikari untuk bidang pemberdayaan masyarakat dan Energi Hayati untuk bidang lingkungan.

Energi Hayati merupakan akun media sosial dari Program CSR Pertamina Bidang Lingkungan. Akun media sosial Energi Hayati ini dikelola oleh biro iklan digital (*digital agency*) PT. Rwe Bhinda sebagai mitra kerja dari PT. Pertamina.

## Halaman Facebook Energi Hayati



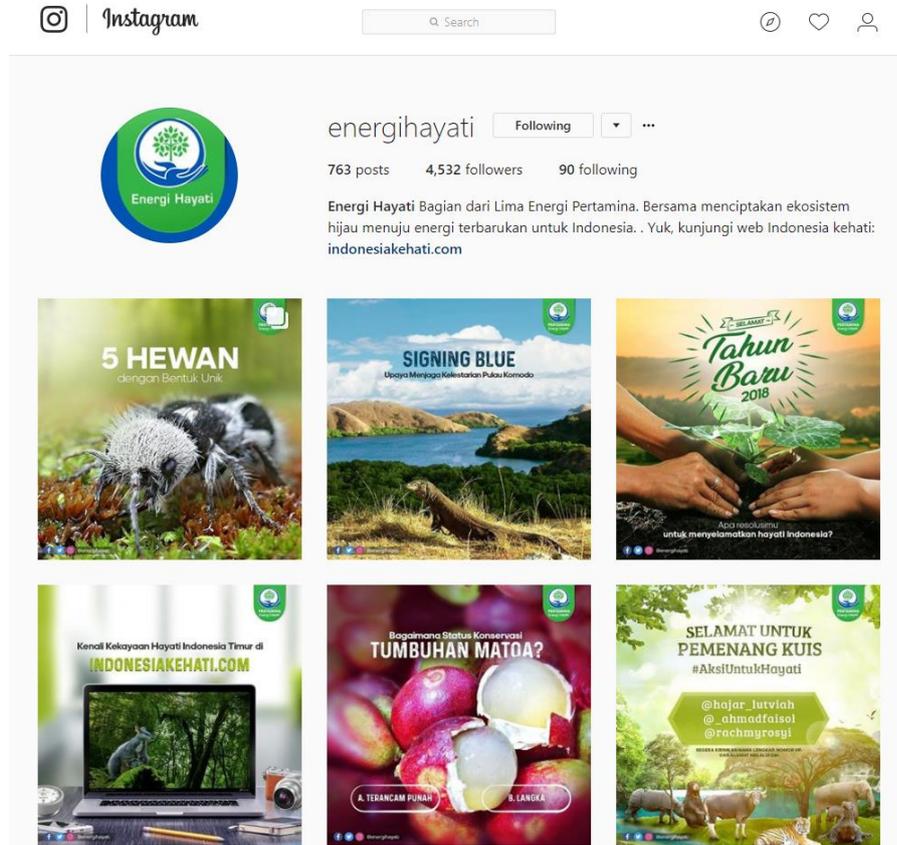
Gambar 2. 3 Halaman akun Facebook energi Hayati diakses pada 11 Oktober 2017

## Halaman Twitter Energi Hayati



Gambar 2. 4 Halaman akun Twitter Energi Hayati diakses pada 11 Oktober 2017

## Halaman Instagram Energi Hayati



Gambar 2. 5 Halaman akun Instagram Energi Hayati diakses pada 11 Oktober 2017

### C. Profil PT. Rwe Bhinda



Gambar 2. 6 Logo PT. Rwe Bhinda

PT. Rwe Bhinda adalah perusahaan yang bergerak dalam bidang *marketing* dan *advertising* pada dunia *digital*. Berdiri sejak 2010, Rwe Bhinda menawarkan

beberapa jasa dan konsultan bagi perusahaan yang ingin merambah dunia *digital* dan *online*. Nama Rwe Bhinda berasal dari bahasa Bali “rwe bhinda” yang berarti dua nyawa. Dua nyawa diartikan sebagai sebuah perusahaan yang mengkovertensikan dua media antara tradisional dan modern. Rwe Bhinda memiliki dua kantor di dua kota besar, yaitu Jakarta dan Yogyakarta. Jasa yang ditawarkan oleh perusahaan ini antara lain:

### ***Digital activation***

Pendekatan *digital* sekarang menjadi pilihan utama bagi kegiatan pengembangan bisnis dan merek. Rwe akan membantu menemukan solusi berdasarkan masalah dengan strategi *digital* yang menarik dan akan diingat dalam hati *audience*.

### ***Web development***

Membantu untuk membuat identitas klien lebih kuat di dunia maya dengan situs *web* informatif dan menarik. Rwe menyediakan layanan untuk mengembangkan *website* agar menjadi kebanggaan perusahaan.

### ***Social media handling***

Rwe mengembangkan strategi yang sesuai dengan target *audience* klien dan manajemen yang baik untuk mendukung percakapan citra merek di media sosial.

### ***Digital community***

Masyarakat adalah tulang punggung bisnis. Rwe dapat membantu menjaga hubungan antara merek dan masyarakat dengan media *digital* menjadi hubungan yang jangka panjang.

### ***Mobile site and apps***

Saat ini, tidak ada orang bisa "melarikan diri" dari gadget mereka, terutama ponsel. Rwe Bhinda dapat memaksimalkan media untuk meningkatkan nilai bisnis dan brand awareness di kalangan pengguna ponsel.

PT. Rwe Bhinda merupakan mitra kerja dari Pertamina yang mengelola akun media sosial Program CSR Pertamina termasuk salah satunya akun Energi Hayati. Selain menangani akun media sosial Program CSR Pertamina. Rwe Bhinda juga memiliki klien perusahaan atau instansi lainnya seperti Pertamina Lubricants, elevenia, Kementerian Pekerjaan Umum, KALBE Nutritionals, Honda Jogja, Astra Motor, dan sebagainya.

Kantor PT. Rwe Bhinda Yogyakarta beralamat di Jalan Pandeansari nomor 12, Depok, Sleman. Hari kerja bagi para karyawan tetap adalah Senin hingga Jumat, mulai dari pukul 8 pagi hingga pukul 5 sore.

### **Struktur Perusahaan**

Secara strukturalisasi, antara kantor Rwe Bhinda Jakarta dan Yogyakarta merupakan satu kesatuan. Dalam perusahaan ini terdapat lima divisi dengan subdivisi masing-masing agar alur kerja tetap terkoordinir dengan rapi dan teratur.

<i>CEO</i>	:	Netty Wetik
<i>Marketing Director</i>	:	Muhammad Hafidullah
<i>Business Strategist</i>	:	Annisa Rahmanty Destalia Utamingtyas Roni Tria Cahyo Subekti
<i>Head of Production</i>	:	Didi Nurkartiyono

<i>Programmer</i>	:	Ryzvianto Ahmad Luthfi
<i>Slicer</i>	:	Aan
<i>Business Strategist Support</i>	:	Cahyo S.
<i>Technical Support</i>	:	Riky Riantoby
<i>Head of Strategist</i>	:	David Rianto
<i>Strategic Planner</i>	:	Rendy Prayudi Rossana Rainy
<i>Social media strategist</i>	:	Pricilia P. Bella Erny Kurniawati
<i>Media</i>	:	Listya L. Suryadi
<i>Monitoring &amp; Report</i>	:	Koko Hartoko M. Maddah Fahmi

## **Deskripsi Pekerjaan**

### **CEO**

CEO PT. Rwe Bhinda yang dijabat oleh Netty Wetik bertugas menempatkan perusahaan di jajaran depan industri. Selain itu, beliau bertugas mengembangkan perencanaan strategi untuk mencapai tujuan perusahaan dan untuk mempromosikan pendapatan, keuntungan, dan perkembangan perusahaan. Serta, mengawasi operasional perusahaan untuk memastikan efisiensi produksi, kualitas, pelayanan, dan manajemen sumber daya yang efektif.

### **Marketing Director**

*Marketing Director* bertugas untuk mengkoordinasi tiap pemasaran Rwe Bhinda terkait hubungan dengan klien, serta mengkoordinasi setiap divisi agar saling bersinergi.

### ***Business Strategist***

*Business Strategist* merupakan jembatan antara Rwe Bhinda dengan klien. Segala aktivitas perusahaan yang berhubungan dengan klien harus disampaikan melalui *Business Strategist*.

### ***Production***

Divisi *production* memiliki tanggung jawab terkait hal produksi produk-produk *digital*. Divisi ini terbagi menjadi dua sub-divisi, yaitu *slicer* dan programmer. *Slicer* bertugas mengontrol ukuran *file* desain agar *website* atau aplikasi yang dijalankan tidak berat. Programmer memiliki tugas membuat program-program yang dibutuhkan oleh perusahaan. Divisi ini membutuhkan seseorang yang berkompeten dan memiliki kemampuan dalam bidang IT.

### ***Creative***

Divisi kreatif berisi Sumber Daya Manusia yang kreatif dalam bidang *digital* dan memiliki sub-divisi yang terdiri dari *illustrator* dan *web designer*. *Illustrator* bertugas untuk membuat visualisasi konten, sedangkan *web designer* memiliki tugas mendesain *layout website*, *background*, atau tampilan utama *website*.

### ***Product***

Divisi *product* bertugas untuk menciptakan produk-produk *digital* seperti *mobile site* atau aplikasi. Dalam divisi ini memiliki *Business Strategist* tersendiri di luar yang sebelumnya. Sebab, *Business Strategist* pada divisi ini lebih fokus pada penjualan produk yang dihasilkan.

### ***Strategic***

Konten *website* dan media sosial yang ditangani oleh Rwe Bhinda akan diproduksi pada divisi *Strategic*. Divisi ini terbagi menjadi empat sub-divisi. Pertama, *Strategic Planner* bertugas untuk merancang konten *digital* yang akan ditawarkan kepada klien. Kedua, *Social media strategist* memiliki tugas yang hampir sama dengan *Strategic Planner*, namun lebih spesifik pada konten media sosial. Sub-divisi ini mencakup *content planner* dan admin media sosial. Ketiga, sub-divisi media bertugas untuk berhubungan dengan pihak media, buzzer, atau pihak lain yang dapat berkerja sama di *website* atau media sosial. Keempat adalah divisi *monitoring* dan *report*, tugasnya mengamati aktivitas *digital* Rwe Bhinda dan menghasilkan analisis dari produk *digital* yang akan dikoordinasikan bersama *Business Strategist* untuk diserahkan kepada klien.

### **Divisi *Strategic***

*Strategic* adalah divisi yang menjadi fokus penelitian penulis. Penelitian ini akan bergerak untuk mengamati dan mencari tahu aktivitas media sosial Energi Hayati dalam membangun *Social Media Branding Program Corporate Social Responsibility (CSR) Pertamina Bidang Lingkungan Melalui Akun Media Sosial Energi Hayati*. Tugas dari divisi *strategic* adalah merencanakan dan menyusun strategi digital yang akan ditawarkan kepada klien. Divisi ini terdiri dari *Strategic Planner*, *Social Media Strategist*, *Media*, serta *Monitoring & Report* yang memiliki tugas untuk melakukan riset pasar, membuat rencana, serta mengembangkan atau mengimplementasikan strategi melalui media sosial.