

**MANAJEMEN KRISIS PT PERTAMINA DALAM KASUS
BENSIN OPLOSAN**

(Analisis Isi Kualitatif Konten @pertamina di Instagram)

SKRIPSI



Oleh:

Aldino Fajar Juniastra

NPM. 22043010006

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA, DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
SURABAYA**

2026

LEMBAR PERSETUJUAN
MANAJEMEN KRISIS PT PERTAMINA DALAM KASUS
BENSIN OPLOSAN
(Analisis Isi Kualitatif Konten @pertamina di Instagram)

Disusun oleh:
Aldino Fajar Juniastra
NPM. 22043010006

Telah disetujui mengikuti ujian lisan skipsi

DOSEN PEMBIMBING


Farikha Rachmawati, S.I.Kom., M.I.Kom.
NIP. 199503212024062002

Mengetahui

DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA, DAN POLITIK



Dr. Gatur Suratnoaji, M.Si
NIP. 196804182021211006

LEMBAR PENGESAHAN

**MANAJEMEN KRISIS PT PERTAMINA DALAM KASUS
BENSIN OPLOSAN**

(Analisis Isi Kualitatif Konten @pertamina di Instagram)

Oleh:

Aldino Fajar Juniastra
NPM. 22043010006

Telah dipertahankan di hadapan dan diterima oleh Tim Penguji
Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial, Budaya, dan Politik Universitas
Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur pada tanggal
27 Februari 2026

PEMBIMBING


Farikha Rachmawati, S.I.Kom., M.I.Kom.
NIP. 199503212024062002

**TIM PENGUJI
KETUA**


Dr. A. Zamzamy, S.Sos., M.Med.Kom
NIP. 198312012021211004

SEKRETARIS


Dra. Diana Amalia, M.Si
NIP. 196309071991032001

ANGGOTA


Farikha Rachmawati, S.I.Kom., M.I.Kom
NIP. 199503212024062002

Mengetahui,
DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA, DAN POLITIK


Dr. Catur Suratnoaji, M.Si
NIP. 196804182021211006

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Aldino Fajar Juniastra
NPM : 22043010006
Program : Sarjana (S1)/ ~~Magister (S2)~~ / ~~Doktor (S3)~~
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial, Budaya, dan Politik

Menyatakan bahwa dalam dokumen ilmiah ~~Tugas Akhir/Skripsi/Tesis/Disertasi~~ ini tidak terdapat bagian dari karya ilmiah lain yang telah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di suatu lembaga Pendidikan Tinggi, dan juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang/lembaga lain, kecuali yang secara tertulis disitasi dalam dokumen ini dan disebutkan secara lengkap dalam daftar pustaka.

Dan saya menyatakan bahwa dokumen ilmiah ini bebas dari unsur-unsur plagiasi. Apabila dikemudian hari ditemukan indikasi plagiat pada ~~Skripsi/Tesis/Disertasi~~ ini, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari siapapun juga dan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya

Surabaya, 5 Maret 2021
Yang membuat pernyataan



Aldino Fajar Juniastra
NPM. 22043010006

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur bagi Allah SWT yang telah menganugerahkan segala berkat dan rahmat-Nya pada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Program Sarjana (S1) di Program Studi Ilmu Komunikasi FISIBPOL UPN Veteran Jawa Timur. Ucapan terima kasih juga penulis haturkan kepada seluruh pihak yang mendukung penulis dalam penyusunan skripsi ini, di antaranya kepada:

1. Prof. Catur Suratnoaji, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Politik
2. Dr. Syafrida N. Febriyanti, M.Med.Kom. selaku Koordinator Program Studi Ilmu Komunikasi
3. Ibu Ririn Puspita Tutiasri, S.I.Kom., M.Med.Kom. selaku Dosen Wali
4. Ibu Farikha Rachmawati, S.I.Kom., M.I.Kom. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah sabar dan sangat suportif dalam membimbing penulis dalam mengerjakan skripsi dari awal hingga akhir
5. Dosen-dosen Program Studi Ilmu Komunikasi FISIBPOL UPN Veteran Jawa Timur atas ilmu yang diberikan selama empat tahun ini
6. Kedua orang tua yang mendukung penulis dalam penyusunan skripsi dengan bentuk dukungan finansial, kasih sayang, dan doa
7. Teman grup “Pejuang Semester 6-8”, Elvita, Zefanya, Shinta, Afra, Nimah, dan Ajul yang sudah kebersamaan penulis dalam pengerjaan skripsi

8. Teman grup “YBBA”, Arya, Ilham, Jafi, Imam, Sintha, Shafa, Lalak, Safitri, Bimo, dan Kiyara yang sudah menjadi teman kuliah penulis dari semester satu hingga sekarang
9. Angel, Anto, Vina, Yani, Dhey, Riswan, dan Laily teman penulis yang telah memberikan dukungan emosional selama pengerjaan skripsi
10. Genta Ramadhavindo Susanto yang sudah memberi semangat, motivasi dan dukungan kepada penulis supaya bisa menyelesaikan skripsi
11. AK UPN RADIO, terutama BPH Sonic yang sudah kebersamaan serta memberikan dukungan, semangat, dan hiburan kepada penulis

Akhir kata, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun bagi penelitian ini sangat penulis harapkan guna perbaikan penelitian ini di masa mendatang.

Surabaya, 24 Februari 2026

Aldino Fajar Juniastra

ABSTRAK

Kasus dugaan pengoplosan bensin yang melibatkan PT Pertamina (Persero) pada tahun 2025 berkembang menjadi krisis reputasi yang berdampak signifikan terhadap kepercayaan publik, khususnya di ruang media sosial. Pemberitaan negatif yang masif serta munculnya sentimen publik yang dominan di Instagram menuntut perusahaan untuk menerapkan strategi manajemen krisis yang tepat dan responsif. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana manajemen krisis PT Pertamina dalam menangani kasus bensin oplosan melalui unggahan konten pada akun Instagram resmi @pertamina. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis isi kualitatif terhadap konten komunikasi krisis yang dipublikasikan selama periode krisis 28 Februari – 28 Mei 2025. Kerangka analisis dalam penelitian ini mengacu pada *Situational Crisis Communication Theory* (SCCT) guna mengidentifikasi strategi respons krisis yang dilakukan perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa PT Pertamina memanfaatkan Instagram sebagai kanal utama komunikasi krisis dengan menekankan strategi permintaan maaf, klarifikasi, serta upaya perbaikan citra dan reputasinya di masyarakat. Kesimpulan penelitian ini adalah pola yang dilakukan Pertamina adalah dengan menggunakan *apology*, *diminish*, dan diakhiri dengan *bolstering*, Pertamina menggunakan strategi dominasi *bolstering* yang banyak digunakan dalam masa periode krisis. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi akademis dalam kajian manajemen krisis korporasi BUMN serta menjadi bahan evaluasi praktis bagi perusahaan dalam menyusun strategi komunikasi krisis berbasis media sosial.

Kata Kunci: Pertamina, Krisis, Manajemen Krisis, Bensin Oplosan, Instagram

ABSTRACT

The alleged fuel adulteration case involving PT Pertamina (Persero) in 2025 developed into a reputational crisis that significantly affected public trust, particularly within social media spaces. The massive negative media coverage and the dominance of public sentiment on Instagram required the company to implement appropriate and responsive crisis management strategies. This study aims to analyze how PT Pertamina managed the fuel adulteration case through content published on its official Instagram account, @pertamina. The research employs a qualitative approach using qualitative content analysis to examine crisis communication messages disseminated during the crisis period from February 28 to May 28, 2025.”. The analytical framework is based on Situational Crisis Communication Theory (SCCT) to identify the crisis response. The findings indicate that PT Pertamina utilized Instagram as its primary crisis communication channel by emphasizing apology strategies, clarification efforts, and image and reputation recovery initiatives. The study concludes that Pertamina’s crisis management pattern began with apologia, followed by diminish strategies, and concluded with bolstering, with bolstering emerging as the dominant strategy throughout the crisis period. This research is expected to contribute academically to the study of crisis management in state-owned enterprises and serve as a practical evaluation for companies in formulating social media-based crisis communication strategies.

Keyword: Pertamina, Crisis, Crisis Management, Fuel Adulteration, Instagram

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	11
1.4.2 Manfaat Praktis.....	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA	12
2.1 Penelitian Terdahulu.....	12
2.2 Landasan Teori	24
2.2.1 Krisis dalam Perusahaan.....	24
2.2.2 Manajemen Krisis dalam Perusahaan.....	31
2.2.3 <i>Situational Crisis Communication Theory</i> (SCCT) sebagai Kerangka Analisis.....	33
2.2.4 Analisis Isi Kualitatif.....	38
2.2.5 Instagram sebagai Media Komunikasi Krisis.....	41
2.3 Kerangka Berpikir	43
BAB III METODE PENELITIAN	46

3.1 Pendekatan Penelitian.....	46
3.2 Definisi Konseptual.....	47
3.2.1 Krisis Perusahaan.....	47
3.2.2 Manajemen Krisis.....	47
3.2.3 Instagram	48
3.2.4 <i>Denial</i>	48
3.2.5 <i>Diminish</i>	48
3.2.6 <i>Rebuild</i>	49
3.2.7 <i>Bolstering</i>	49
3.3 Objek dan Subjek Penelitian	49
3.4 Teknik Pengumpulan Data	50
3.5 Teknik Analisis Data.....	51
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	55
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	55
4.2 Penyajian Data.....	56
4.3 Hasil dan Pembahasan.....	67
4.3.1 Kombinasi Strategi <i>Apology</i> dan <i>Bolstering</i> Pertamina sebagai Respon Awal Krisis	71
4.3.2 Klarifikasi dan Justifikasi sebagai Respon Lanjutan Krisis	83
4.3.3 Transisi dari Krisis ke Fase Pascakrisis dan <i>Maintenance</i> Reputasi ..	91
4.3.4 Evaluasi Strategi Manajemen Krisis PT Pertamina.....	100
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	104
5.1 Kesimpulan.....	104
5.2 Saran.....	105
5.2.1 Saran Untuk PT Pertamina	105
5.2.2 Saran Untuk Penelitian Selanjutnya	105
DAFTAR PUSTAKA.....	107
LAMPIRAN.....	112
RIWAYAT HIDUP.....	119

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Pengguna Internet di Indonesia Tahun 2025.....	5
Gambar 1. 2 Respon Negatif Masyarakat pada Instagram Pertamina	8
Gambar 1. 3 Penurunan Saham Pertamina.....	8
Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir	45
Gambar 4. 1 Komentar Negatif pada Instagram Pertamina	70
Gambar 4. 2 Komentar Negatif pada Instagram Pertamina	70
Gambar 4. 3 Video Permintaan Maaf Pertamina (28 Februari 2025)	74
Gambar 4. 4 Video Permintaan Maaf Pertamina (7 Maret 2025)	78
Gambar 4. 5 Komentar Negatif Netizen pada Konten Permintaan Maaf Pertamina	82
Gambar 4. 6 Video Konferensi PERS Pertamina 6 Maret 2025	84
Gambar 4. 7 Unggahan Video Pertamina pada 28 Maret 2025.....	88
Gambar 4. 8 Unggahan Video Pertamina pada 27 Maret 2025.....	89
Gambar 4. 9 Konten WeekUp Pertamina	92
Gambar 4. 10 Konten Semangat Senin Pertamina	93
Gambar 4. 11 Konten Weekly Update Pertamina	95
Gambar 4. 12 Unggahan Video Pertamina Pascakrisis	97

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Rangkuman Penelitian Terdahulu	18
Tabel 2. 2 Tabel Tingkat Atribusi Perusahaan terhadap Krisis menurut SCCT	34
Tabel 2. 3 Sepuluh Kategori Strategi Respon Krisis SCCT.....	35
Tabel 4. 1 Penyajian Analisis Data.....	56

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Transkrip Narasi Konten.....	112
--	-----