

ABSTRAK

Strategi komunikasi merupakan hal penting yang harus dapat dilakukan oleh seorang humas dalam melakukan penyebarluasan informasi. Seorang humas membuat strategi komunikasi agar informasi dapat tersebar secara luas dan merata kepada internal maupun eksternal. Program BBM Satu Harga merupakan program pemerintah yang dilaksanakan oleh BPH Migas guna mewujudkan keadilan sosial bagi seluruh rakyat Indonesia. Program ini memiliki banyak informasi yang harus diketahui utamanya oleh internal BPH Migas itu sendiri. Maka dari itu, Humas BPH Migas melakukan penyebarluasan informasi secara internal melalui berbagai strategi komunikasi. Penyebarluasan informasi untuk internal dilakukan guna untuk mengurangi ketidakjelasan informasi.

Fokus masalah dalam penelitian ini adalah “Bagaimana strategi komunikasi Humas BPH Migas dalam Program BBM Satu Harga?”. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui informations, planning, dan collaboration activities yang dilakukan oleh Humas BPH Migas dalam melakukan penyebarluasan mengenai program kepada internal BPH Migas. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif dengan menggunakan Teori Informasi Organisasi dari karl Weick. Teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah wawancara, dokumentasi dan kajian pustaka.

Penelitian ini dilakukan di kantor BPH Migas yang berada di Jakarta, dengan subjek penelitian Humas BPH Migas. Hasil dari penelitian ini dapat diketahui bahwa kinerja Humas BPH Migas dalam melakukan penyebarluasan informasi secara internal sudah cukup baik. Humas BPH Migas menggunakan berbagai strategi untuk melakukan komunikasi dengan berbagai pihak internal agar informasi dapat tersebar secara merata. Informasi yang didapatkan oleh pihak internal merupakan informasi yang sudah diolah terlebih dahulu oleh Humas BPH Migas. Hal itu dilakukan guna mengurangi ketidakjelasan informasi.

ABSTRACT

The strategy of communication is something important must be done by a Public Relation in doing dissemination of information. A Public Relation create a strategy of communication in order to spread widely and evenly the informations for internal and external. One Price Fuel Program is a government's program carried out by BPH Migas to make social justice for all Indonesian people. The program had a lot of information that must be known primarily by internal BPH Migas itself. Therefore, Public Relation of BPH Migas do circulating information for internal through so many kine strategy of communications. This dissemination of information for internal be done in order to reduce obscurity.

The focus of the problem in this research is “How the Public Relation of BPH Migas communication strategy in the One Price Fuel Program?”. The purpose of this research is to know about informations, planning, and collaboration activities that doing by BPH Migas’s Public Relation to disseminating informations for internal. The methodology that used in this research is a qualitative methodology using information theory organization from Karl Weick. The data collection techniques to do is interview, documentation and a literature study.

This reseach is doing at BPH Migas’s office in Jakarta, with research’s subject is BPH Migas’s Public Relation. The result of this research can be known that performance of BPH Migas’s Public Relation in doing dissemination of information for internal is good enough. BPH Migas’s Public Relations used so many kind of strategy to communication with various internal in order to spread widely the informations. The informations that got by BPH Migas’s internal already processed first. The processed of informations activities that doing by BPH Migas’s Public Relation in order to reduce unclear informations.

RINGKESAN

Strategi komunikasi mangrupa perkawis peryogi anu kedah tiasa dipigawe ku saurang humas dina ngalakukeun penyebarluasan informasi. Saurang humas midamel strategi komunikasi supados informasi tiasa sumebar sacara lega sarta merata ka internal atawa eksternal. Program BBM Satu Harga mangrupa program pamarentah anu dilaksanakeun ku BPH Migas guna ngawujudkeun kaadilan sosial kanggo sakumna rahayat Indonesia. Program ieu ngabogaan seueur informasi anu kedah dipikaterang utamana ku internal BPH Migas eta nyalira. Mangka ti eta, Humas BPH Migas ngalakukeun penyebarluasan informasi sacara internal ngaliwatan sagala rupa strategi komunikasi. Penyebarluasan informasi kanggo internal dipigawe guna kango ngurangan informasi anu teu jelas.

Fokus masalah dina panalungtikan ieu the nyaeta “Kumaha strategi komunikasi Humas BPH Migas dina Program BBM Satu Harga?”. Tujuan ti panalungtikan ieu kanggo terang ngeunaan *informations*, *planning*, sarta *collaboration activities* anu dipigawe ku Humas BPH Migas dina ngalakukeun penyebarluasan ngeunaan program BBM Satu Harga ka internal BPH Migas. Padika panalungtikan anu dipake nyaeta padika kualitatif kalawan ngagunakeun Teori Informasi Organisasi ti Karl Weick. Teknik pangumpulan data anu dipigawe nyaeta wawancara, dokumentasi sarta kajian pustaka.

Panalungtikan ieu dipigawe di kantor BPH Migas anu aya di Jakarta, kalawan jejer panalungtikan nyaeta Humas BPH Migas. Kenging ti panalungtikan ieu tiasa dipikanyaho yen kinerja Humas BPH Migas dina ngalakukeun penyebarluasan informasi sacara internal atos cekap sae. Humas BPH Migas ngagunakeun sagala rupa strategi kanggo ngalakukeun komunikasi kalawan sagala rupa pihak internal supados informasi tiasa sumebar sacara merata. Informasi anu beunang ku pihak internal mangrupa informasi anu atos dikokolakeun leuwih tiheula ku Humas BPH Migas. Perkawis eta dipigawe guna ngurangan informasi anu kirang jelas.