

ABSTRAK

Penelitian dengan judul “Proses *Public Relations* PT INTI pada Program Sosialisasi SMP BBM” ini dibuat oleh Agnes Anggraeni mahasiswi Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Telkom alasan mengambil judul tersebut karena SMP BBM adalah program terbaru bersifat non komersial dan adanya peraturan dari pemerintah yang mewajibkan seluruh kendaraan di Indonesia menggunakan Ring RFID SMP BBM. Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui proses *public relations*.

Metode penelitian yang adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan studi deskriptif menggunakan teknik *Purposive Sampling* untuk menentukan informan yang berjumlah 10 orang terdiri dari informan utama dan informan pendukung. Teknis analisis data menggunakan teknis analisis data model Miles dan Huberman yang melalui tiga proses, yaitu proses reduksi data, proses penyajian data, dan proses menarik kesimpulan. Dan untuk keabsahan data yang digunakan adalah Triangulasi sumber dan metode.

Dapat disimpulkan hasil penelitian menurut fokus penelitian antara lain pada fokus Analisis situasi adalah adanya latar belakang bahwa BBM bersubsidi tidak merata didapatkan oleh masyarakat maka PT Pertamina membutuhkan alat monitoring dan pengendalian, proyek SMP BBM dikerjakan oleh PT INTI selaku penyedia perangkat Ring, instalasi SPBU, penyedia posko, dan penyelenggara program sosialisasi. Pada fokus strategi komunikasi menggunakan pesan melalui tagline, informasi di sosial media, dan call center. Pada fokus Implementasi program SMP BBM menggunakan MPR Proaktif dengan membuka posko registrasi SMP BBM ditempat umum di Jakarta, dan membuat posko mobile yaitu pemasangan secara kolektif dan komunitas mobil di Jakarta. Dan pada fokus penilaian masyarakat DKI Jakarta menilai bahwa sosialisasi dan media yang digunakan tidak maksimal dan menyebabkan masih banyak masyarakat Jakarta yang tidak tahu dan tidak memasang Ring RFID SMP BBM.

Keyword : Proses Public Relations, Analisis Situasi, Strategi Komunikasi, Penilaian Masyarakat.

