

BAB 4

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Pertamina *New & Renewable Energy*

Pertamina *New & Renewable Energy* merupakan anak perusahaan dari PT Pertamina (Persero) yang berfokus pada pengembangan energi baru dan terbarukan di Indonesia. Perusahaan ini didirikan sebagai bagian dari transformasi Pertamina dalam menghadapi transisi energi global menuju sumber energi yang lebih bersih dan berkelanjutan. Melalui berbagai inisiatif strategis, perusahaan berupaya mengoptimalkan potensi energi hijau seperti panas bumi, tenaga surya, angin, dan bioenergi guna mendukung ketahanan energi nasional serta mengurangi ketergantungan terhadap energi fosil yang semakin terbatas.

Pertamina *New & Renewable Energy* mengelola berbagai portofolio bisnis yang mencakup pembangkitan listrik berbasis energi terbarukan, pengembangan hidrogen hijau, serta implementasi teknologi rendah karbon. Perusahaan ini juga aktif menjalin kemitraan dengan berbagai pihak, baik domestik maupun internasional, guna mempercepat inovasi dan investasi di sektor energi bersih. Selain itu, perusahaan turut berperan dalam pengembangan kendaraan listrik dan infrastruktur pendukungnya, sejalan dengan kebijakan pemerintah Indonesia dalam mendorong dekarbonisasi dan pengurangan emisi gas rumah kaca.

Sebagai bagian dari komitmen terhadap keberlanjutan, Pertamina *New & Renewable Energy* mendukung target net zero emission Indonesia pada tahun 2060. Perusahaan terus meningkatkan kapasitas energi terbarukan melalui proyek-proyek strategis seperti pengembangan panas bumi dan pembangkit listrik tenaga surya skala besar. Dengan memanfaatkan sumber daya alam yang melimpah serta

teknologi modern, perusahaan ini diharapkan mampu menjadi motor penggerak transisi energi di Indonesia, sekaligus memperkuat posisi Pertamina sebagai perusahaan energi kelas dunia yang berorientasi pada masa depan berkelanjutan.

Selain fokus pada pengembangan energi terbarukan, Pertamina *New & Renewable Energy* juga menerapkan prinsip tata kelola perusahaan yang baik (Good Corporate Governance/GCG) dalam setiap kegiatan operasionalnya. Penerapan nilai-nilai profesionalisme, integritas, dan inovasi menjadi landasan utama perusahaan dalam menjalankan bisnis secara transparan dan bertanggung jawab. Dengan dukungan sumber daya manusia yang kompeten serta budaya kerja yang adaptif, perusahaan berupaya menciptakan lingkungan kerja yang mampu mendorong produktivitas dan keberlanjutan usaha di tengah dinamika industri energi global yang terus berkembang.

Upaya meningkatkan daya saing perusahaan, Pertamina *New & Renewable Energy* turut memanfaatkan perkembangan teknologi digital untuk mendukung efisiensi operasional dan pengelolaan energi. Pemanfaatan teknologi berbasis digital dilakukan dalam proses monitoring pembangkit, analisis data energi, hingga pengembangan sistem manajemen yang terintegrasi. Langkah ini tidak hanya membantu meningkatkan efektivitas operasional perusahaan, tetapi juga mempercepat proses pengambilan keputusan yang lebih akurat dan efisien dalam mendukung pengembangan energi bersih di Indonesia.

Keberadaan Pertamina *New & Renewable Energy* juga memberikan kontribusi positif terhadap perekonomian dan masyarakat. Melalui berbagai proyek energi terbarukan, perusahaan membuka peluang kerja baru, meningkatkan investasi di sektor energi hijau, serta mendukung pembangunan berkelanjutan di

berbagai daerah. Selain itu, perusahaan turut melaksanakan program tanggung jawab sosial dan lingkungan guna meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitar serta menjaga kelestarian lingkungan. Dengan berbagai strategi dan inovasi yang dijalankan, Pertamina *New & Renewable Energy* diharapkan mampu menjadi pelopor transformasi energi nasional yang berkelanjutan dan berdaya saing global

Berikut ini adalah struktur organisai nya adalah sebagai berikut :



Gambar 4. 1 Struktur Organisasi Pertamina NRE

Berdasarkan struktur organisasi tersebut, PT Pertamina (Persero) berada di bawah pengawasan Pemerintah Indonesia sebagai pemegang saham melalui Kementerian BUMN. Dalam menjalankan kegiatannya, Pertamina membentuk beberapa sub holding yang mengelola lini bisnis utama perusahaan, yaitu Upstream Subholding yang menangani kegiatan eksplorasi dan produksi minyak serta gas bumi, Refining & Petrochemical Subholding yang mengelola pengolahan minyak dan petrokimia, Commercial & Trading Subholding yang bertanggung jawab atas distribusi dan perdagangan energi, Gas Subholding yang

mengelola bisnis gas bumi, Shipping Subholding yang menangani transportasi dan logistik energi, serta *Power and New Renewable Energy* (PNRE) yang fokus pada pengembangan energi baru dan terbarukan. Selain itu, Pertamina juga memiliki anak perusahaan dan perusahaan afiliasi, di antaranya PT Pertamina Geothermal Energy Tbk dengan kepemilikan sebesar 68,85%, PT Jawa Satu Power sebesar 40%, PT Jawa Satu Regas sebesar 26%, dan PT Bumi Siak Pusako (BSP) sebesar 26,67%. Struktur ini menunjukkan bahwa Pertamina menerapkan model holding dan sub holding untuk meningkatkan efektivitas pengelolaan bisnis energi dari sektor hulu hingga hilir serta mendukung pengembangan energi berkelanjutan di Indonesia.

Lebih memperkuat temuan kualitatif di atas, berikut disajikan data pendukung berupa hasil survei *Stakeholder Satisfaction Index* (SSI) PNRE tahun 2026 yang dirilis oleh Katadata Insight Center. Survei ini melibatkan 41 responden stakeholder PNRE yang didominasi oleh laki-laki (68,3%), berusia 18-29 tahun/Gen Z (41,5%), berasal dari instansi pemerintah (58,5%), dan berada pada level relasi strategis (61,0%). Bentuk interaksi yang paling banyak dilakukan responden dengan PNRE berkaitan dengan perencanaan strategis (46,3%) dan pengembangan proyek (46,3%), yang sejalan dengan temuan wawancara bahwa media relations PNRE banyak berinteraksi dengan pemangku kepentingan pada level strategis.

Dimensi	2025	2026
Tangibles	4,13	4,28
Reliability	4,15	4,27
Responsiveness	4,16	4,31
Assurance	4,22	4,42
Empathy	4,08	4,25
Pendalaman Isu SRM	-	4,22
Indeks SSI Keseluruhan	4,15	4,30

Sumber: Katadata Insight Center, Survei SSI PNRE 2026 (n=41), diolah oleh peneliti.

Tabel 4. 1 Skor Indeks SSI dan SRM PNRE Tahun 2025-2026

Skor SSI PNRE pada tahun 2026 mencapai 4,30 (skala 5) dan tergolong dalam kategori Baik, meningkat 0,15 poin dibandingkan tahun 2025. Penilaian tertinggi terdapat pada pilar *assurance* yang menunjukkan bahwa kepercayaan terhadap profesionalisme dan kredibilitas Perwira (pekerja) PNRE telah terbangun dengan baik, sementara aspek empati masih menjadi peluang peningkatan pengalaman stakeholder. Secara umum, stakeholder PNRE juga memberikan penilaian positif terhadap kualitas relationship management yang dibangun perusahaan, sebagaimana ditunjukkan pada Tabel 4. 2 berikut.

Stakeholder	Kepuasan	Bobot
RESD	4,86	2%
Media	4,86	2%
LSM/OKP	4,61	2%
Pemda	4,56	9%
Kementerian Kehutanan	4,51	25%
Kementerian Koperasi	4,49	3%
KOMISI XII DPR RI	4,47	9%
Kementerian Luar Negeri	4,42	2%
PT PLN Indonesia Power	4,41	9%
Kementerian Investasi dan Hilirisasi/BKPM	4,36	3%
Kementerian ESDM	4,19	25%
ATR/BPN	3,78	9%

Sumber: Katadata Insight Center, Survei SSI PNRE 2026 (n=41), diolah oleh peneliti.

Tabel 4. 2 Tingkat Kepuasan Stakeholder Terhadap Relasi PNRE Tahun 2026

Temuan kuantitatif ini memperkuat hasil wawancara dalam penelitian ini, di mana peningkatan skor SSI dari 4,15 (2025) menjadi 4,30 (2026) mengindikasikan bahwa strategi media relations serta upaya optimalisasi yang dijalankan Pertamina NRE turut berkontribusi terhadap peningkatan kepercayaan dan kepuasan stakeholder. RESD dan media tercatat sebagai stakeholder dengan tingkat kepuasan tertinggi, selain itu

Kementerian Kehutanan sebagai stakeholder dengan bobot penilaian terbesar juga memberikan penilaian yang Sangat Baik, sejalan dengan temuan bahwa hubungan kelembagaan yang solid menjadi salah satu capaian utama dari aktivitas media relations yang dijalankan perusahaan.

4.2 Profil Informan

4.2.1 Informan 1

Informan 1 Aziz merupakan seorang Jurnalis Energi Bersih yang saat ini bekerja sebagai reporter di Kompas, dengan fokus liputan pada dunia energi dan Pertamina *New & Renewable Energy* (NRE). Beliau memiliki pengalaman mendalam karena telah meliput isu korporasi seputar energi baru dan terbarukan (EBT) selama 16 tahun di mediana. Menurutnya, pengembangan EBT merupakan sebuah keharusan agar perusahaan ekstraktif dapat menjalankan bisnis yang berkelanjutan dan mengurangi emisi. Sebagai jurnalis, ia sangat menekankan pentingnya transparansi, keakuratan informasi, serta perlunya pertemuan rutin baik formal maupun informal dengan pihak korporasi untuk mengedukasi publik.

4.2.2 Informan 2

Rio Indrawan bertindak sebagai Triangulator dan merupakan seorang Pakar Media Senior Energi Bersih. Beliau memandang bahwa peran *Media relations* sangat krusial karena porsi informasi EBT di Indonesia masih tertinggal dibandingkan sektor migas dan tambang, sehingga pemahaman masyarakat kota besar masih sangat awam. Ia menilai praktik komunikasi Pertamina NRE saat ini cukup bisa diterima, namun belum optimal karena adanya keterbatasan akses

informasi dan kurangnya kegiatan kumpul media akibat perubahan gaya kepemimpinan. Ia merekomendasikan peningkatan transparansi, kolaborasi multiplatform, serta komunikasi pengalaman langsung melalui kunjungan lapangan.

4.2.3 Informan 3

Andrean Adi Kurnia menjabat sebagai Staff PIC *Media relations* di Pertamina New & Renewable Energy (PNRE). Ia telah terlibat aktif dalam aktivitas komunikasi dan hubungan media di perusahaan tersebut sejak tahun 2020. Andrean meyakini bahwa *Media relations* sangat penting untuk menyampaikan informasi kepada publik sekaligus mengklarifikasi isu-isu negatif. Dalam menjangkau masyarakat luas, ia menerapkan strategi komunikasi yang menyederhanakan bahasa teknis menjadi konten menarik seperti infografis dan video ringan. Saat ini, timnya lebih memfokuskan kerja sama dengan media digital karena dinilai lebih efektif menjangkau audiens secara tepat sasaran.

4.2.4 Informan 4

Arif Mulizar adalah *Manager Stakeholder Management & External Relations* di Pertamina New & Renewable Energy (PNRE). Beliau telah berkecimpung dalam komunikasi EBT sejak tahun 2017 dan bergabung dengan PNRE pada tahun 2023. Arif memandang divisinya sebagai pendorong strategis yang bertugas menerjemahkan visi perusahaan menjadi narasi publik yang mudah dipahami guna membangun reputasi. Ia sangat menekankan bahwa kedekatan personal dengan jurnalis merupakan kunci utama dalam membangun kepercayaan, memberikan konteks yang utuh, serta meminimalisir misinterpretasi berita. Hubungan baik ini dianggapnya sangat krusial sebagai langkah mitigasi saat krisis.

4.3 Hasil Penelitian

4.3.1 Komunikasi *Media Relations* Yang Diterapkan Oleh Pertamina New & Renewable (PNRE)

4.3.1.1 Strategi *Media relations* yang Digunakan PNRE

Strategi *media relations* yang digunakan oleh Pertamina New & Renewable Energy (PNRE) dalam meningkatkan pemahaman publik mengenai energi baru dan terbarukan dilakukan melalui berbagai pendekatan komunikasi yang terstruktur dan berorientasi pada edukasi publik. Strategi ini diwujudkan melalui penggunaan press release, media gathering, konferensi pers, media visit, kolaborasi dengan jurnalis, hingga pemanfaatan media digital dan media sosial. Pertamina NRE menggunakan pendekatan *media relations* berbasis edukasi publik untuk meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai transisi energi. Melalui strategi tersebut, perusahaan berupaya menyederhanakan isu energi baru dan terbarukan agar dapat dipahami oleh berbagai kalangan masyarakat, mulai dari generasi muda hingga pemangku kepentingan lainnya. Pendekatan ini menjadi penting karena isu energi baru dan terbarukan masih tergolong baru dan cukup teknis bagi sebagian masyarakat Indonesia.

Penggunaan press release menjadi salah satu strategi utama *media relations* yang dijalankan oleh Pertamina NRE dalam menyampaikan informasi kepada publik. Press release digunakan untuk memberikan informasi resmi mengenai kegiatan perusahaan, perkembangan proyek energi baru dan terbarukan, serta berbagai program yang mendukung transisi energi nasional. Informasi yang disampaikan melalui press release disusun secara sistematis agar mudah dipahami oleh media dan masyarakat. Selain itu, press release juga menjadi alat untuk

menjaga konsistensi pesan perusahaan. Dalam wawancara, jurnalis Kompas, Aziz, menyampaikan bahwa

“Pertamina sejauh ini sudah melakukan secara maksimal dalam memberikan informasi mengenai energi baru dan terbarukan melalui strategi komunikasi di media seperti press release dan informasi yang diberikan secara kontinu” (Aziz, 31 Maret 2026)

Berdasarkan hasil wawancara, dapat dipahami bahwa Pertamina *New & Renewable Energy* telah berupaya secara optimal dalam menyampaikan informasi mengenai energi baru dan terbarukan kepada masyarakat melalui kegiatan media relations. Upaya tersebut dilakukan dengan memanfaatkan berbagai saluran komunikasi, seperti penyebaran siaran pers, publikasi berita, serta penyampaian informasi yang dilakukan secara berkelanjutan. Konsistensi komunikasi ini menunjukkan komitmen perusahaan dalam memperluas pengetahuan publik, membangun pemahaman yang lebih baik, serta meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap pentingnya pengembangan energi baru dan terbarukan di Indonesia.

Hal ini menunjukkan bahwa press release menjadi media komunikasi penting dalam membangun awareness publik terhadap isu energi bersih. Selain press release, strategi media gathering juga menjadi bagian penting dalam praktik *media relations* Pertamina NRE. Kegiatan media gathering dilakukan sebagai sarana membangun hubungan yang lebih dekat antara perusahaan dan jurnalis dalam suasana yang lebih santai dan informal. Media gathering memberikan ruang komunikasi dua arah sehingga media dapat memahami isu energi baru dan terbarukan secara lebih mendalam. Melalui kegiatan tersebut, perusahaan tidak hanya menyampaikan informasi formal, tetapi juga membangun hubungan emosional dan profesional dengan media. Aziz menjelaskan bahwa media

gathering memberikan ruang interaksi yang lebih santai antara jurnalis dan pihak perusahaan sehingga memudahkan akses komunikasi dan klarifikasi informasi di kemudian hari. Dengan adanya hubungan yang baik antara perusahaan dan media, proses penyampaian informasi kepada publik menjadi lebih efektif dan kredibel.

Konferensi pers dan media briefing juga digunakan oleh Pertamina NRE sebagai strategi komunikasi dalam menyampaikan isu energi baru dan terbarukan kepada masyarakat. Konferensi pers dilakukan untuk menyampaikan informasi penting secara langsung kepada media, terutama terkait kebijakan perusahaan, pencapaian proyek, maupun isu strategis energi nasional. Dalam kegiatan ini, media memperoleh kesempatan untuk bertanya langsung kepada narasumber sehingga informasi yang diterima lebih jelas dan akurat. Menurut hasil wawancara, kegiatan media briefing dinilai sangat membantu jurnalis dalam memahami isu teknis mengenai energi baru dan terbarukan karena informasi disampaikan langsung dari sumber utama. Dengan demikian, konferensi pers menjadi salah satu upaya Pertamina NRE untuk meminimalkan kesalahan interpretasi informasi sekaligus meningkatkan kualitas pemberitaan media mengenai energi hijau.

Strategi media visit atau *press tour* juga menjadi bagian dari aktivitas *media relations* Pertamina NRE. Media visit dilakukan dengan mengajak jurnalis melihat langsung operasional proyek energi baru dan terbarukan di lapangan. Strategi ini bertujuan memberikan pengalaman langsung kepada media mengenai implementasi energi bersih sehingga pemberitaan yang dihasilkan tidak hanya berdasarkan rilis perusahaan, tetapi juga hasil observasi langsung. Kegiatan ini dinilai mampu meningkatkan kualitas peliputan dan memperkuat kredibilitas informasi yang disampaikan kepada publik. Dalam wawancara disebutkan bahwa

press tour menjadi pengalaman yang paling berkesan bagi jurnalis karena dapat melihat langsung proses operasional proyek energi terbarukan sehingga berita yang dihasilkan menjadi lebih kaya dan mendalam. Strategi ini menunjukkan bahwa Pertamina NRE berusaha menghadirkan komunikasi yang lebih transparan dan edukatif.

Kolaborasi dengan jurnalis juga menjadi strategi penting dalam *media relations* Pertamina NRE. Hubungan yang baik dengan jurnalis dibangun melalui komunikasi yang terbuka, responsif, dan berkelanjutan. Perusahaan menyadari bahwa media memiliki peran besar dalam membentuk opini publik mengenai energi baru dan terbarukan. Oleh karena itu, Pertamina NRE berupaya menjalin relasi profesional yang harmonis dengan media agar pesan perusahaan dapat tersampaikan secara tepat kepada masyarakat. *Manager Stakeholder Management & External Relations* PNRE, Arif Mulizar, menjelaskan bahwa kedekatan personal dengan jurnalis sangat membantu efektivitas komunikasi perusahaan karena membangun kepercayaan dan mempercepat proses konfirmasi informasi. Kolaborasi ini juga membantu perusahaan dalam mengurangi potensi misinterpretasi informasi serta menjaga reputasi perusahaan di ruang publik.

Pemanfaatan media digital dan media sosial menjadi strategi *media relations* yang semakin diperkuat oleh Pertamina NRE dalam menjangkau audiens yang lebih luas. Perubahan pola konsumsi informasi masyarakat membuat perusahaan lebih aktif menggunakan media digital seperti portal berita online, website perusahaan, Instagram, YouTube, hingga platform digital lainnya. Media digital dipilih karena memiliki jangkauan yang lebih luas dan mampu menyampaikan informasi secara cepat kepada masyarakat, khususnya generasi

muda. Dalam wawancara, pihak PNRE menyampaikan bahwa perusahaan lebih banyak bekerja sama dengan media digital karena audiens saat ini lebih aktif mengakses informasi melalui platform digital. Selain itu, penggunaan infografis, video ringan, dan konten edukatif menjadi strategi untuk menyederhanakan isu energi baru dan terbarukan agar lebih mudah dipahami oleh publik.

Pendekatan *media relations* berbasis edukasi publik menjadi ciri utama strategi komunikasi Pertamina NRE dalam meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai energi baru dan terbarukan. Perusahaan tidak hanya fokus pada publikasi kegiatan korporasi, tetapi juga memberikan pemahaman mengenai pentingnya transisi energi dan dampaknya terhadap keberlanjutan lingkungan. Strategi edukasi dilakukan melalui penyederhanaan bahasa teknis, penggunaan storytelling berbasis dampak, serta pelaksanaan diskusi publik di kampus dan komunitas. Arif Mulizar menjelaskan bahwa strategi komunikasi PNRE berbasis edukasi publik dilakukan dengan menyederhanakan isu teknis energi baru dan terbarukan menjadi narasi yang relevan dan mudah dipahami masyarakat. Pendekatan ini menunjukkan bahwa *media relations* tidak hanya berfungsi sebagai alat publikasi, tetapi juga sebagai sarana edukasi masyarakat mengenai transisi energi nasional.

Secara keseluruhan, strategi *media relations* yang dilakukan oleh Pertamina NRE menunjukkan adanya upaya untuk membangun komunikasi yang informatif, edukatif, dan kolaboratif dalam meningkatkan pemahaman publik mengenai energi baru dan terbarukan. Penggunaan press release, *media gathering*, konferensi pers, media visit, kolaborasi dengan jurnalis, serta pemanfaatan media digital menjadi bentuk implementasi strategi komunikasi perusahaan yang terintegrasi. Meskipun masih terdapat beberapa hambatan seperti keterbatasan akses informasi dan belum

optimalnya intensitas kegiatan *media relations*, strategi yang dijalankan telah memberikan kontribusi terhadap peningkatan awareness masyarakat mengenai pentingnya energi bersih dan transisi energi nasional. Dengan penguatan hubungan media dan pendekatan edukatif yang berkelanjutan, Pertamina NRE diharapkan mampu memperluas pemahaman publik serta memperkuat dukungan masyarakat terhadap pengembangan energi baru dan terbarukan di Indonesia.



Sumber : Olahan Peneliti, 2026

Gambar 4. 2 : Strategi *Media relations* Pertamina NRE

4.3.1.2 Bentuk Pesan Komunikasi Energi Baru dan Terbarukan

Pertamina *New & Renewable Energy* (PNRE) secara strategis mengemas isu energi baru terbarukan (EBT) dengan berfokus pada penyederhanaan informasi teknis agar lebih mudah dipahami oleh masyarakat luas. Mengingat transisi energi merupakan konsep yang relatif baru bagi publik, perusahaan memprioritaskan

edukasi massal melalui berbagai kanal komunikasi. Narasi yang dibangun tidak lagi sekadar menonjolkan operasional industri ekstraktif yang identik dengan emisi karbon, melainkan bergeser ke arah pemanfaatan energi bersih yang berkelanjutan bagi masa depan bumi. Pengemasan pesan yang adaptif ini bertujuan agar kesadaran publik lintas generasi terus meningkat secara konsisten. Terkait upaya menyederhanakan pesan teknis ini, Andrean Adi Kurnia selaku Staff PIC *Media relations* PNRE menjelaskan bagaimana pihak internal merancang komunikasi tersebut:

"Kami memulai dengan mengemas pesan secara strategis, terutama untuk isu energi baru dan terbarukan yang cenderung teknis. Informasi kami sederhanakan tanpa mengurangi substansi, sehingga dapat diterjemahkan dengan baik oleh jurnalis dan dipahami oleh masyarakat luas." (Kurnia, 24 Maret 2026)

Berdasarkan hasil wawancara, Pertamina *New & Renewable Energy* menerapkan strategi komunikasi dengan menyusun pesan secara terencana agar isu energi baru dan terbarukan yang bersifat teknis dapat disampaikan secara lebih sederhana. Penyederhanaan informasi dilakukan tanpa menghilangkan inti pesan, sehingga materi yang disampaikan tetap akurat namun lebih mudah dipahami. Strategi ini memudahkan jurnalis dalam menerjemahkan informasi ke dalam pemberitaan serta membantu masyarakat luas memperoleh pemahaman yang lebih jelas mengenai energi baru dan terbarukan.

Fokus utama dalam pesan komunikasi PNRE didominasi oleh narasi keberlanjutan (*sustainability*) dan implementasi *green energy* demi mendukung target nasional. Perusahaan aktif menyuarakan pentingnya bauran energi melalui pengenalan portofolio hijau mereka, seperti energi surya (*solar panel*), hidro (PLTA), hingga panas bumi (*geothermal*). Pesan-pesan ini dikontekstualisasikan

untuk memperlihatkan kontribusi nyata subholding dalam menekan polusi global. Dengan menyajikan data yang transparan, PNRE berusaha mengubah persepsi masyarakat yang awalnya awam menjadi lebih peduli terhadap dampak lingkungan dan pentingnya beralih dari energi fosil. Mengenai strategi penyampaian isu transisi energi dan mitigasi pengurangan emisi karbon ini, Arif Mulizar selaku *Manager Stakeholder Management & External Relations* PNRE memaparkan pendekatannya:

"Strategi komunikasi PNRE umumnya berbasis pada Edukasi publik Menyederhanakan isu teknis EBT menjadi narasi yang relevan Kita keliling ke kampus², sekolah², menjalin hub dengan komunitas dll. *Storytelling* berbasis dampak, Menonjolkan manfaat nyata bagi masyarakat dan lingkungan..." (Arif Mulizar, 3 April 2026)

Berdasarkan hasil wawancara, strategi komunikasi yang diterapkan Pertamina *New & Renewable Energy* berfokus pada edukasi publik dengan menyederhanakan isu energi baru dan terbarukan yang bersifat teknis menjadi narasi yang lebih relevan dan mudah dipahami masyarakat. Upaya tersebut dilakukan melalui berbagai kegiatan sosialisasi, seperti kunjungan ke kampus, sekolah, serta menjalin hubungan dengan komunitas. Selain itu, PNRE juga menggunakan pendekatan *storytelling* berbasis dampak dengan menonjolkan manfaat nyata pengembangan energi baru dan terbarukan bagi masyarakat maupun lingkungan, sehingga pesan yang disampaikan menjadi lebih dekat, menarik, dan mudah diterima oleh publik.

Melalui strategi komunikasi yang masif, pesan yang disampaikan berhasil memperkuat citra dan positioning PNRE sebagai pelopor energi hijau nasional. Narasi yang disebarkan ke media massa tidak hanya bersifat promotif korporasi, melainkan membawa misi besar transisi energi Indonesia menuju target net zero

emission. Aktivitas komunikasi ini menjadi jembatan krusial dalam membentuk opini publik yang positif dan melahirkan kepercayaan lintas stakeholder. Meskipun pemahaman teknis masyarakat masih berkembang, pengemasan pesan kreatif berbasis dampak ini terbukti efektif memberikan pemahaman bahwa energi bersih adalah peniscayaan yang mendesak.

Respons publik dan rekan media terhadap efektivitas dan keterbukaan bentuk pesan komunikasi yang diproduksi oleh pihak perusahaan ini turut divalidasi oleh Bapak Aziz, seorang jurnalis energi bersih dari Kompas:

"Kalau sejauh saya amati ya, sejauh ini Pertamina juga sudah mendorong informasi tentang yang kita barukan. Sudah, jadi artinya mereka juga sudah berusaha untuk melakukan beberapa strategi komunikasi di media supaya teman-teman media itu juga aware atau paham tentang energi terbarukan ini pentingnya untuk Indonesia itu apa." (Aziz, 31 Maret 2026)

Berdasarkan hasil wawancara, Pertamina dinilai telah menunjukkan upaya dalam mendorong penyebaran informasi mengenai energi baru dan terbarukan melalui berbagai strategi komunikasi di media. Langkah tersebut dilakukan agar media memiliki pemahaman yang lebih baik mengenai isu energi terbarukan serta urgensinya bagi Indonesia. Dengan meningkatnya pemahaman media, informasi yang disampaikan kepada masyarakat diharapkan menjadi lebih tepat, luas, dan mampu menumbuhkan kesadaran publik tentang pentingnya pengembangan energi baru dan terbarukan sebagai bagian dari masa depan energi nasional.

Bentuk pesan komunikasi EBT di Pertamina *New & Renewable Energy* secara konsisten dikemas melalui narasi keberlanjutan dan transisi energi guna membangun reputasi kuat sebagai pelopor utama energi hijau nasional. Melalui penyederhanaan informasi teknis yang kompleks menjadi cerita edukatif berbasis dampak nyata, perusahaan terbukti mampu menyelaraskan misinya dengan agenda

strategis pemerintah dalam pengurangan emisi karbon menuju target net zero emission. Langkah aktif PNRE dalam mengintegrasikan berbagai platform media serta menjaga hubungan keterbukaan informasi yang responsif dengan jurnalis menjadi pilar krusial bagi peningkatan pemahaman serta kesadaran publik secara luas demi masa depan energi bersih Indonesia yang berkelanjutan.

4.3.1.3 Hubungan Perusahaan Dengan Media

Pola hubungan profesional yang dibangun antara Pertamina New & Renewable Energy (PNRE) dengan kalangan jurnalis didasarkan pada asas simbiosis mutualisme yang sehat. Hubungan ini tidak sekadar bersifat transaksional demi pemenuhan target publikasi, melainkan diarahkan untuk membangun kemitraan jangka panjang yang berlandaskan profesionalisme kerja. Pihak manajemen berupaya memposisikan diri sebagai rekanan penyedia data yang andal di tengah tuntutan tenggat waktu media yang ketat. Dinamika kemitraan yang seimbang ini sangat krusial guna menjembatani kebutuhan informasi publik sekaligus memperkuat kredibilitas korporasi sebagai pelopor transisi energi nasional.

Mengenai pentingnya kedekatan personal dalam membentuk pola hubungan profesional yang melahirkan kepercayaan publik, Arif Mulizar selaku *Manager Stakeholder Management & External Relations* PNRE memaparkan pandangannya:

"Menurut saya, kedekatan personal dengan jurnalis atau *media relations* itu sangat berpengaruh terhadap efektivitas komunikasi perusahaan. Karena pada dasarnya, komunikasi dengan media itu bukan hanya soal menyampaikan informasi, tapi juga soal membangun kepercayaan. Kalau kita sudah punya hubungan yang baik secara personal, jurnalis biasanya lebih percaya dengan informasi yang kita sampaikan." (Arif Mulizar, 3 April 2026)

Berdasarkan hasil wawancara, kedekatan personal dengan jurnalis dinilai memiliki peran penting dalam menunjang efektivitas komunikasi perusahaan. Hubungan yang terjalin dengan baik tidak hanya mempermudah proses penyampaian informasi, tetapi juga membangun kepercayaan antara perusahaan dan media. Kepercayaan tersebut menjadi faktor penting karena dapat memengaruhi cara jurnalis menerima, memahami, dan menyampaikan kembali informasi kepada publik. Dengan demikian, media relations tidak hanya berfungsi sebagai saluran komunikasi, tetapi juga sebagai upaya strategis dalam membangun hubungan yang positif dan kredibel dengan media.

Keterbukaan informasi memegang peranan sangat vital dalam menjaga tingkat kepercayaan awak media terhadap jalannya operasional perusahaan. PNRE berkomunikasi secara aktif guna memastikan para jurnalis mendapatkan akses data yang memadai dan cepat ketika membutuhkan verifikasi langsung di lapangan. Meski terdapat perspektif eksternal yang menilai beberapa informasi internal masih cenderung disaring atau dibatasi penyampaiannya, perusahaan tetap berkomitmen membuka ruang dialog dua arah. Kepercayaan jurnalis senantiasa dipelihara melalui kejelasan latar belakang informasi yang diberikan, sehingga dapat menekan potensi terjadinya misinterpretasi dalam penulisan berita teknis.

Di sisi lain, kualitas komunikasi dan realitas keterbukaan informasi ini turut divalidasi oleh Bapak Aziz, selaku Jurnalis Energi Bersih dari Kompas yang mengamati dinamika tersebut:

"kualitas komunikasi bisa di bilang cukup baik atau sangat responsif, karena Pertamina ini cukup konsisten dalam memberikan informasi informasi kepada media, nah berita yang diberikan itu ada dua seperti berita negatif atau positif, nah Pertamina ini seringkali menyampaikan berita positif saja, karna informasi negatif atau berita negatif hanya di keep sama mereka saja sesama internal mereka, jarang di sampaikan kepada media..." (Aziz, 31

Maret 2026)

Berdasarkan hasil wawancara, kualitas komunikasi Pertamina dengan media dinilai cukup baik dan responsif, terutama karena perusahaan dinilai konsisten dalam memberikan informasi kepada media. Namun, informasi yang disampaikan cenderung didominasi oleh pemberitaan yang bersifat positif, sedangkan informasi negatif lebih banyak dikelola secara internal dan jarang dipublikasikan kepada media. Kondisi ini menunjukkan bahwa komunikasi yang dibangun perusahaan lebih diarahkan pada penyampaian informasi yang mendukung citra positif perusahaan, sekaligus mencerminkan adanya pengelolaan informasi yang selektif dalam hubungan media..

Intensitas komunikasi antara PNRE dan media terus diupayakan berjalan secara kontinu dan berkesinambungan demi menjaga atensi publik tetap tinggi. Perusahaan memanfaatkan beragam aktivitas *media relations* formal seperti penyebaran siaran pers, pelaksanaan *media briefing*, hingga kegiatan kunjungan lapangan atau *press tour*. Di samping agenda formal tersebut, intensitas ini juga diperkuat melalui pendekatan informal seperti diskusi santai atau kegiatan "ngopi bareng". Rutinitas komunikasi ini terbukti efektif mempercepat proses konfirmasi isu, sekaligus memberikan ruang bagi jurnalis untuk mendalami latar belakang kebijakan energi bersih secara utuh.

Sinergi yang terbangun melalui pengelolaan hubungan media yang adaptif ini pada akhirnya mempermudah penyampaian pesan transisi energi kepada masyarakat luas. Melalui komunikasi yang responsif dan penyediaan saluran informasi yang terbuka, PNRE berhasil meminimalkan risiko sentimen negatif di ruang publik. Jurnalis merasa terbantu dengan ketersediaan narasumber yang

kompeten, sementara perusahaan diuntungkan oleh liputan yang akurat serta kredibel. Hubungan profesional dua arah inilah yang menjadi fondasi utama dalam mengedukasi khalayak dan menggalang dukungan nasional demi percepatan bauran energi baru terbarukan.

4.3.1.4 Tantangan Dalam *Media relationship* di PNRE

Tantangan utama yang dihadapi oleh divisi *media relations* Pertamina New & Renewable Energy (PNRE) dalam mengkomunikasikan isu Energi Baru dan Terbarukan (EBT) adalah tingginya kompleksitas istilah teknis energi. Isutransisi energi sering kali melibatkan bahasa teknis operasional industri dan infrastruktur yang tidak familiar bagi khalayak umum. Oleh karenanya, para praktisi komunikasi perusahaan diuntut untuk mampu menyederhanakan bahasa-bahasa formal tersebut tanpa menghilangkan tingkat akurasi serta substansi pesan utamanya. Jika substansi pesan tidak diterjemahkan dengan baik, informasi yang disebarkan melalui media massa berpotensi kehilangan makna aslinya di mata masyarakat.

Kompleksitas istilah teknis ini secara langsung berdampak pada rendahnya tingkat pemahaman masyarakat luas terhadap isu EBT secara mendalam. Meskipun kesadaran terhadap istilah mengenai energi terbarukan perlahan sudah mulai meningkat, namun pemahaman teknis mengenai implementasi proyek energi hijau seperti geothermal atau penangkapan karbon faktanya masih sangat terbatas. Sebagian besar masyarakat luasnya Tanya masih mengaitkan energi hanya sekedar dengan kebutuhan kelistrikan semata, belum menyentuh aspek keberlanjutan. Terkait tantangan pemahaman teknis masyarakat ini, Bapak Arif Mulizar selaku *Manager Stakeholder Management & External Relations* PNRE memaparkan pengamatannya:

"Secara umum, pemahaman publik masih berkembang. Awareness terhadap istilah “energi terbarukan” sudah meningkat. Namun, pemahaman teknis (misalnya geothermal atau carbon capture) masih terbatas. Banyak public masih mengaitkan energi hanya dengan listrik, belum ke aspek keberlanjutan." (Arif Mulizar, 3 April 2026)

Berdasarkan hasil wawancara, pemahaman publik mengenai energi baru dan terbarukan dinilai masih berada dalam tahap perkembangan. Meskipun tingkat kesadaran masyarakat terhadap istilah energi terbarukan sudah mulai meningkat, pemahaman yang lebih mendalam mengenai aspek teknisnya, seperti geothermal maupun carbon capture, masih tergolong terbatas. Selain itu, sebagian masyarakat masih memaknai energi hanya sebatas pada penggunaan listrik, belum sampai pada pemahaman yang lebih luas mengenai keberlanjutan lingkungan dan transformasi energi. Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan awareness belum sepenuhnya diikuti oleh pemahaman publik yang komprehensif terkait energi baru dan terbarukan.

Selain kendala bahasa teknis, tantangan mendasar lainnya dalam aktivitas *media relations* adalah masih rendahnya porsi informasi publik mengenai EBT di Indonesia jika dibandingkan dengan industri ekstraktif energi fosil. Masyarakat dinilai masih menganggap tabu untuk membahas secara mendalam maupun memanfaatkan inovasi energi baru dan terbarukan. Hal ini menyebabkan diskusi pemanfaatan energi bersih dianggap berjarak dari realitas masyarakat, terlebih di wilayah perkotaan besar yang masih sangat awam terhadap konsep penggunaan fasilitas seperti PLTS. Minimnya paparan informasi komprehensif ini membuat proses edukasi publik mengenai urgensi transisi menuju energi bersih menjadi tidak mudah.

Kesenjangan distribusi informasi antara energi konvensional dan energi

terbarukan ini merupakan hambatan komunikasi sosial yang memerlukan peran aktif dalam menjembatani kebutuhan edukasi nasional. Perusahaan tidak bias sekedar menyampaikan informasi operasional kegiatannya saja melalui media, melainkan harus secara konsisten memberikan edukasi efek EBT yang dapat dikembangkan. Bapak Rio selaku Pakar Media Senior Energi Bersih menyoroti tingginya tantangan minimnya informasi serta kurang familiaritas masyarakat terhadap isu energi hijau tersebut dalam wawancaranya:

"Karena untuk di Indonesia sendiri EBT belum mendapatkan porsi informasi yang cukup besar jika dibandingkan dengan migas terutama dan juga tambang. Masih belum. Masih banyak masyarakat yang boleh dibilang tabu untuk bias membahas ataupun memanfaatkan energi baru dan terbarukan." (Rio, 7 April 2026)

Berdasarkan hasil wawancara, informasi mengenai energi baru dan terbarukan di Indonesia dinilai masih belum memperoleh porsi pemberitaan dan perhatian yang sebesar sektor migas maupun pertambangan. Kondisi tersebut menyebabkan pemahaman masyarakat terhadap isu energi baru dan terbarukan masih relatif rendah. Selain itu, masih banyak masyarakat yang belum terbiasa membahas maupun memanfaatkan energi baru dan terbarukan dalam kehidupan sehari-hari. Hal ini menunjukkan bahwa eksposur informasi mengenai EBT masih perlu ditingkatkan agar masyarakat lebih mengenal, memahami, dan menerima pemanfaatannya sebagai bagian dari transisi energi di Indonesia..

Tantangan berikutnya yang tak kalah penting bermuara pada potensi munculnya skeptisisme masyarakat terhadap transparansi informasi yang diberikan perusahaan. Terdapat pandangan kritis dari kalangan jurnalis yang menilai bahwa komunikasi dari institusi perusahaan cenderung tidak selalu menyampaikan informasi secara utuh, dan utamanya hanya berfokus mendistribusikan berita yang

bersifat positif saja. Sebaliknya, informasi terkait hal-hal negatif atau kendala sensitive sering kali ditahan dan hanya beredar pada cakupan skala internal manajemen, sehingga pada akhirnya menghambat rekan-rekan media dalam memproduksi laporan peliputan yang benar-benar berimbang.

Sikap internal dalam menyaring pendistribusian informasi ini pada akhirnya memicu persepsi keterbatasan bahan baku bagi media massa dalam membuat berita yang tajam dan analitis mengenai transisi EBT. Sebagian informasi strategis dinilai masih dibatasi atau di simpan oleh pihak perusahaan, sehingga materi publikasi sering kali tidak sepenuhnya selaras dengan apa yang sesungguhnya dibutuhkan oleh para jurnalis lapangan. Merespons fenomena pembatasan rilis berita yang dapat memicu skeptisisme profesional ini, Bapak Aziz selaku Jurnalis Energi Bersih membagikan pengalamannya:

"kualitas komunikasi bisa di bilang cukup baik atau sangat responsif, karena Pertamina ini cukup konsisten dalam memberikan informasi kepada media, nah berita yang di berikan itu ada dua seperti berita negative atau positif, nah Pertamina ini seringkali menyampaikan berita positif saja, karena informasi negative atau berita negatifnya di keep sama mereka saja sesama internal mereka, jarang di sampaikan kepada media" (Aziz, 31 Maret 2026)

Berdasarkan hasil wawancara, kualitas komunikasi Pertamina dengan media dinilai cukup baik dan responsif, yang terlihat dari konsistensi perusahaan dalam menyampaikan berbagai informasi kepada media. Namun, informasi yang dipublikasikan cenderung lebih banyak berfokus pada pemberitaan yang bersifat positif, sedangkan informasi yang bernilai negatif umumnya dikelola secara internal dan jarang disampaikan kepada media. Hal ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang diterapkan lebih menekankan pada penyebaran informasi yang mendukung citra positif perusahaan, sehingga pengelolaan informasi dalam

hubungan media dilakukan secara selektif sesuai kepentingan komunikasi perusahaan..

Permasalahan transparansi, tim *media relations* PNRE juga menghadapi tantangan riil dalam mengelola narasi krusial terkait isu-isu sensitif yang bersinggungan langsung dengan kondisi eksternal perusahaan. Implementasi investasi proyek energi baru terbarukan di berbagai daerah melibatkan lahan sering kali memunculkan berbagai dinamika seperti ketakutan dampak lingkungan serta tarikulur perubahan kebijakan pemerintah. Tim komunikasi fungsional diuntut harus amat berhati-hati karena hubungan baik dengan media sangat dibutuhkan sebagai peredam untuk mengelola persepsi masyarakat secara proporsional manakala perusahaan tengah menghadapi krisis atau isu-isu sensitive tersebut.

Secara keseluruhan, rangkaian tantangan yang meliputi rendahnya literasi masyarakat mengenai EBT, adanya rintangan isu lingkungan yang sensitif, kendala penerjemahan bahasa teknis energi, serta munculnya skeptisisme akibat minimnya transparansi data, sangat menuntut evaluasi strategi media secara menyeluruh. Kedepannya, divisi komunikasi tidak di perkenankan lagi sekadar mengandalkan penyebaran pesan tunggal yang murni bersifat promotif satu arah. Perusahaan wajib memastikan informasi dikemas secara konsisten, selalu terbuka dan transparan, serta mengedepankan asas komunikatif kolaboratif agar segala hambatan misinterpretasi ini dapat di minimalisir sepenuhnya demi akselerasi transisi energi hijau di Indonesia.

4.3.1.5 Peran Media Relations dalam Pembentukan Citra Perusahaan

Peran *media relations* dalam pembentukan citra perusahaan di Pertamina *New & Renewable Energy* (PNRE) memiliki kedudukan yang sangat krusial dan

strategis. Di tengah transisi industri energi global, aktivitas hubungan media menjadi ujung tombak dalam mengonstruksi *corporate image* yang positif di mata masyarakat luas. Fungsi komunikasi ini tidak sekadar bertugas mendistribusikan siaran persterkait operasional bisnis, melainkan secara aktif memanifestasikan identitas baru perusahaan. Melalui pengelolaan pesan yang terukur, *media relations* berkontribusi besar dalam membangun reputasi Pertamina NRE, mengubah pandangan konvensional masyarakat menuju pengakuan nyata bahwa institusi ini adalah entitas energi masa depan yang inovatif, berkelanjutan, dan berwawasan lingkungan.

Dalam menjalankan fungsinya, tim komunikasi dituntut untuk mampu memposisikan perusahaan sebagai entitas yang transparan dan edukatif. Hal ini sangat penting mengingat isu energi baru dan terbarukan (EBT) masih dianggap sebagai topik yang relative baru dan kompleks bagi sebagian besar masyarakat di Indonesia. Keterlibatan media massa menjadi instrument esensial untuk melipat gandakan efek dari pesan keberlanjutan yang ingin disampaikan perusahaan kepada khalayak. Terkait peran strategis dalam membangun reputasi hijau dan kredibilitas di ruang publik ini, Bapak Arif Mulizar selaku *Manager Stakeholder Management & External Relations* di Pertamina NRE memberikan penjelasannya:

"*Media relations* merupakan fungsi strategis untuk membangun reputasi dan kredibilitas perusahaan di ruang publik. Bagi PNRE, isu energi baru dan terbarukan (EBT) masih relative baru bagi sebagian masyarakat, sehingga media berperan sebagai multiplier effect dalam menyampaikan edukasi, transparansi, dan positioning perusahaan sebagai pelopor transisi energi." (Arif Mulizar, 3 April 2026)

Berdasarkan hasil wawancara, media relations dipandang sebagai fungsi strategis dalam membangun reputasi serta kredibilitas perusahaan di ruang publik. Bagi Pertamina New & Renewable Energy, peran media menjadi sangat penting

karena isu energi baru dan terbarukan masih tergolong baru bagi sebagian masyarakat. Dalam konteks ini, media tidak hanya berfungsi sebagai saluran penyebaran informasi, tetapi juga sebagai pengganda pesan yang membantu perusahaan menyampaikan edukasi, menunjukkan transparansi, serta memperkuat posisi PNRE sebagai perusahaan yang berkomitmen menjadi pelopor dalam mendorong transisi energi di Indonesia.

Pembentukan reputasi hijau (*green reputation*) menjadi focus utama dari setiap narasi yang diproduksi oleh divisi komunikasi perusahaan. PNRE secara konsisten berupaya mengelola reputasi tersebut dengan mempromosikan peran aktif mereka sebagai bagian vital dari agenda transisi energinasional. Tim *media relations* bertugas menerjemahkan visi besar perusahaan menjadi narasi publik yang lebih relevan dan mudah dipahami oleh masyarakat luas. Mereka secara masif membangun kesadaran (*awareness*) public terhadap berbagai portofolio bisnis ramah lingkungan yang sedang dijalankan, seperti pengembangan energi panas bumi (*geothermal*) hingga tenaga surya, guna memperkuat citra ekologiskorporasi secara utuh.

Strategi *media relations* PNRE secara eksplisit diarahkan untuk mempertegas *positioning* perusahaan sebagai pendukung utama target *net zero emission* di Indonesia. Pesan-pesan komunikasi selalu diselaraskan dengan agenda strategis nasional terkait mitigasi perubahan iklim dan pengurangan emisi karbon. Perusahaan memanfaatkan berbagai saluran media untuk menonjolkan manfaat nyata dari operasional bisnis inovatif mereka bagi lingkungan hidup masyarakat luas. Melalui narasi keberlanjutan yang disiarkan secara terus-menerus ini, posisi PNRE sebagai pelopor energi bersih menjadi semakin kokoh, sekaligus

membuktikan komitmen nyata perusahaan dalam mengatasi pemanasan global.

Keberhasilan pengelolaan hubungan media ini juga diakui memiliki efek ganda; yakni mengedukasi sekaligus mempromosikan identitas hijau perusahaan kepada khalayak sasaran. Media massa dinilai mampu secara efektif mengubah persepsi masyarakat yang awalnya awam mengenai konsep energi bersih. Hal ini sejalan dengan pandangan dari pihak eksternal yang melihat fungsinya korporasi. Bapak Rio, selaku Pakar Media Senior Energi Bersih, menyoroti secara langsung bagaimana krusialnya peran divisi komunikasi korporat dalam menjembatani kebutuhan formasi sekaligus mempromosikan citra emisinol yang diusung oleh perusahaan melalui pernyataannya:

"Jadi media relation di perusahaan itu bias jadi jembatan untuk bias memberikan informasi dan edukasi kepada masyarakat secara langsung atau tidak langsung sekaligus mempromosikan perusahaannya bahwa ternyata bergerak di sektor EBT yang notabennya nolemisi." (Rio, 7 April 2026)

Berdasarkan hasil wawancara, media relations di perusahaan berperan sebagai jembatan komunikasi dalam menyampaikan informasi dan edukasi kepada masyarakat, baik secara langsung maupun tidak langsung. Melalui media relations, perusahaan tidak hanya menyalurkan pesan-pesan terkait energi baru dan terbarukan kepada publik, tetapi juga memperkenalkan identitas serta aktivitas perusahaan sebagai entitas yang bergerak di sektor EBT. Dengan demikian, media relations tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyebaran informasi, tetapi juga sebagai media promosi perusahaan dalam membangun citra positif sebagai perusahaan yang mendukung energi bersih dan rendah emisi.

Secara keseluruhan, rangkaian aktivitas *media relations* yang dijalankan oleh Pertamina NRE telah terbukti sukses mengonstruksi *corporate image* yang kuat dan positif di tanah air. Upaya proaktif dalam merangkul rekanan media massa

berhasil menggeser persepsi lama public terhadap industri ekstraktif konvensional, menuju kesadaran baru tentang urgensi kelestarian lingkungan. Reputasi hijau yang terbangun bukanlah sekadar klaim sepihak perusahaan semata, melainkan hasil dari komunikasi strategis yang berkelanjutan, transparan, dan komunikatif. Melalui *positioning* yang tegas sebagai pendukung utama *net zero emission*, aktivitas *media relations* sukses menancapkan citra kebanggaan Pertamina NRE sebagai representasi energi masa depan.

4.3.2 Upaya Optimalisasi *Media relations*

4.3.2.1 Optimalisasi Strategi *Media relations*

Dalam upaya meningkatkan pemahaman publik terhadap transisi energi, Pertamina New & Renewable Energy (PNRE) terus melakukan optimalisasi strategi *media relations* secara komprehensif. Optimalisasi ini dijalankan melalui pendekatan edukatif serta penyediaan akses informasi yang berkelanjutan kepada rekan-rekan jurnalis. Perusahaan menyadari bahwa penyederhanaan isu teknis energi baru dan terbarukan (EBT) menjadi narasi yang relevan sangat bergantung pada kelancaran arus komunikasi antara pihak internal dan media massa. Melalui pengelolaan interaksi yang terencana dengan baik, PNRE berusaha memastikan bahwa setiap pesan keberlanjutan tidak hanya bersifat promotif, tetapi juga mampu mengedukasi masyarakat secara mendalam.

Salah satu bentuk optimalisasi yang rutin dilakukan adalah pendistribusian press release serta penyelenggaraan media briefing secara berkala. Penyebaran siaran pers berfungsi sebagai fondasi utama dalam menginformasikan aksi korporasi dan progres proyek energi bersih kepada publik secara cepat dan akurat. Sementara itu, kegiatan media briefing memberikan ruang interaksi langsung bagi

jurnalis untuk menggali kedalaman substansi teknis dari narasumber internal. Melalui forum-forum formal ini, data yang kompleks dapat direduksi menjadi informasi terstruktur, sehingga potensi misinterpretasi dalam penulisan berita dapat ditekan seminimal mungkin.

Selain penyediaan data tekstual, PNRE juga mengoptimalkan strategi *experiential communication* melalui penyelenggaraan *press tour* atau media visit ke berbagai lokasi operasional proyek EBT. Kunjungan lapangan ini dirancang agar awak media dapat melihat dan mengamati langsung implementasi teknologi hijau yang sedang dijalankan. Pengalaman empiris ini sangat krusial dalam memperkaya perspektif jurnalis, sehingga berita yang diproduksi menjadi lebih komprehensif. Terkait signifikansi kegiatan peninjauan lapangan terhadap kualitas peliputan berita ini, Bapak Aziz selaku jurnalis dari Kompas memberikan kesaksiannya:

"Adapun *press tour* menjadi pengalaman yang paling berkesan karena kami bisa melihat langsung operasional di lapangan. Ini sangat meningkatkan kualitas peliputan, karena berita yang dihasilkan tidak hanya berbasis rilis, tetapi juga observasi langsung. Dengan begitu, konten yang disajikan menjadi lebih kaya, mendalam, dan kredibel di mata publik." (Aziz, 31 Maret 2026)

Berdasarkan hasil wawancara, kegiatan *press tour* dipandang sebagai salah satu pengalaman yang paling berkesan dalam pelaksanaan media relations karena memberikan kesempatan kepada media untuk melihat secara langsung operasional perusahaan di lapangan. Kegiatan ini dinilai mampu meningkatkan kualitas peliputan, sebab informasi yang dihasilkan tidak hanya bersumber dari siaran pers, tetapi juga diperkuat oleh hasil observasi langsung. Dengan demikian, pemberitaan yang disampaikan kepada publik menjadi lebih kaya, mendalam, dan memiliki tingkat kredibilitas yang lebih tinggi.

Optimalisasi hubungan korporasi dengan pers tidak lagi terbatas pada saluran konvensional, melainkan telah berekspansi masif pada pemanfaatan platform media digital. Tim komunikasi PNRE secara strategis mengintegrasikan portal berita daring hingga media sosial resmi perusahaan untuk mendistribusikan pesan keberlanjutan. Langkah adaptif ini secara khusus diambil guna merespons pergeseran tren konsumsi informasi masyarakat yang kini didominasi oleh kanal-kanal virtual. Melalui sinergi pemanfaatan media digital ini, perusahaan menargetkan jangkauan audiens yang lebih luas dan beragam, khususnya untuk menarik atensi kelompok generasi muda.

Keberhasilan penetrasi informasi EBT juga sangat ditentukan oleh kekuatan kolaborasi berkelanjutan antara pihak perusahaan dengan jaringan media di tingkat nasional maupun lokal. PNRE menyadari betul bahwa setiap isu lingkungan yang dikelola memiliki karakteristik audiens yang berbeda, sehingga senantiasa diperlukan pemetaan saluran pemberitaan yang spesifik sebelum mendistribusikan publikasi. Sinergi yang erat ini memastikan kampanye transisi energi dapat diterima oleh berbagai lapisan sosial secara tepat. Mengingat pentingnya penyelarasan target sasaran dengan medium komunikasi yang digunakan ini, Andrean Adi Kurnia selaku Staff PIC *Media relations* PNRE menjelaskan implementasinya:

"PNRE hampir menggunakan semua media mau itu konvensional, media cetak, media online kita tidak pernah menutup ruang kerja sama dengan media manapun, hanya saja internal perlu memetakan lebih kemana isu-isu yang kita keluarkan dan lebih tepat ke media mana yang mau bakal kita sampaikan sehingga ketika kerja sama isu berita itu tepat sasaran..." (Kurnia, 24 Maret 2026)

Berdasarkan hasil wawancara, PNRE memanfaatkan berbagai jenis media dalam kegiatan media relations, baik media konvensional, media cetak, maupun media online. Perusahaan dinilai terbuka untuk menjalin kerja sama dengan

berbagai media, tanpa membatasi jenis platform tertentu. Namun demikian, dalam pelaksanaannya perusahaan tetap perlu melakukan pemetaan terhadap isu-isu yang akan disampaikan serta menentukan media yang paling sesuai untuk masing-masing pesan. Langkah ini penting agar informasi yang dipublikasikan dapat tepat sasaran, menjangkau audiens yang relevan, dan mendukung efektivitas penyampaian pesan mengenai energi baru dan terbarukan.

Secara keseluruhan, rangkaian optimalisasi strategi *media relations* yang diimplementasikan oleh Pertamina NRE telah membentuk sebuah ekosistem komunikasi keterbukaan yang sangat produktif. Kombinasi terpadu dari rutinitas penyediaan press release, dialog dalam media briefing, pengalaman empiris melalui kunjungan proyek EBT, hingga integrasi masif platform media digital terbukti efektif memperkuat kualitas pemberitaan. Pada akhirnya, berbagai strategi kolaboratif antara perusahaan dan jurnalis ini tidak hanya sekadar meningkatkan jumlah publikasi harian, tetapi berimplikasi langsung pada peningkatan literasi serta pemahaman publik terhadap urgensi pemanfaatan energi bersih demi kelestarian masa depan.

4.3.2.2 Penyederhanaan Pesan EBT Kepada Publik

Isu Energi Baru dan Terbarukan (EBT) pada dasarnya memiliki karakteristik teknis serta operasional yang sangat kompleks, sehingga berpotensi menyulitkan proses pemahaman di kalangan masyarakat awam. Di Pertamina New & Renewable Energy (PNRE), optimalisasi komunikasi secara aktif dilakukan dengan mengubah istilah teknis energi tersebut menjadi bentuk pesan yang jauh lebih mudah untuk dipahami oleh khalayak luas. Penyederhanaan bahasa ini menjadi kunci utama agar narasi seputar transisi energi hijau tidak lagi dianggap

eksklusif. Melalui adaptasi linguistik yang tepat tanpa menghilangkan akurasi datanya, perusahaan berupaya memecah keengganan publik untuk mulai mempelajari urgensi beralih menuju sumber energi masa depan.

Praktiknya, penyederhanaan pesan ini tidak sekadar memangkas istilah ilmiah, melainkan mengemas ulang informasi melalui teknik storytelling atau penceritaan yang kuat. PNRE memfokuskan narasi pada dampak nyata transisi energi yang bisa dirasakan secara langsung oleh masyarakat dalam aktivitas sehari-hari. Pesan yang disiarkan tidak lagi hanya menonjolkan seberapa besar kapasitas operasional, tetapi bagaimana manfaat langsung dari bauran energi ini bagi lingkungan hidup. Pendekatan penceritaan berbasis dampak ini terbukti ampuh menyentuh sisi emosional publik, sehingga isu keberlanjutan lingkungan perlahan bergeser menjadi sebuah bentuk kesadaran kolektif.

Guna mendukung efektivitas penceritaan tersebut, aktivitas edukasi publik dirancang agar selalu relevan dengan realitas lingkungan sekitar masyarakat. Tim komunikasi aktif melakukan pendekatan ke berbagai elemen publik guna memperkenalkan infrastruktur energi hijau secara riil. Terkait penerapan strategi penyederhanaan pesan teknis dan edukasi aplikatif ini, Bapak Arif Mulizar selaku *Manager Stakeholder Management & External Relations* di PNRE menjelaskan langkah konkret lembaganya:

"Edukasi publik, Menyederhanakan isu teknis EBT menjadi narasi yang relevan Kita keliling ke kampus2 , sekolah2, menjalin hub dengan komunitas dll. Storytelling berbasis dampak, Menonjolkan manfaat nyata bagi masyarakat dan lingkungan kita buat hal menarik yang bisa dilihat dan dirasakan langsung seperti spkl (pengisian Listrik kendaraan) di depan kantor." (Arif Mulizar, 3 April 2026)

Berdasarkan hasil wawancara, strategi komunikasi PNRE dalam meningkatkan pemahaman publik terhadap energi baru dan terbarukan dilakukan

melalui pendekatan edukasi publik dan storytelling berbasis dampak. Edukasi publik diwujudkan dengan menyederhanakan isu-isu teknis EBT menjadi narasi yang lebih relevan dan mudah dipahami, kemudian disampaikan melalui kegiatan sosialisasi ke kampus, sekolah, serta komunitas. Sementara itu, pendekatan storytelling dilakukan dengan menonjolkan manfaat nyata EBT bagi masyarakat dan lingkungan melalui contoh-contoh yang dapat dilihat serta dirasakan secara langsung, seperti penyediaan fasilitas SPKLU di lingkungan kantor. Strategi ini menunjukkan upaya perusahaan untuk mendekatkan isu EBT kepada publik melalui pengalaman yang lebih konkret dan kontekstual.

Selain mengandalkan narasi tekstual dan penceritaan verbal, penyederhanaan pesan EBT sangat ditunjang oleh penggunaan visualisasi data yang menarik. Angka-angka terkait pengurangan emisi karbon dan target net zero emission yang sebelumnya terasa kaku, kini ditransformasikan ke dalam bentuk infografis atau video singkat yang ringan. Penggunaan medium visual ini sangat memudahkan audiens dalam mencerna informasi yang padat secara cepat. Dengan memperlihatkan data kebersihan energi hijau secara grafis, PNRE memfasilitasi kebutuhan khalayak lintas generasi yang saat ini memiliki kecenderungan lebih menyukai pola konsumsi informasi secara visual dan interaktif.

Transformasi bentuk informasi dari teks formal menjadi konten visual yang mudah dicerna merupakan elemen krusial dalam menyasar demografi usia yang sangat beragam. Penyesuaian gaya bahasa mutlak diperlukan agar tidak terjadi kesenjangan pemahaman di berbagai lapisan masyarakat. Berkaitan dengan taktik pengubahan bahasa operasional teknis menjadi materi publikasi ramah audiens ini, Bapak Andrean Adi Kurnia selaku Staff PIC *Media relations* di PNRE memaparkan

penyesuaian pesannya:

"Strategi yang kita gunakan secara santai tadi karna kita punya target audiens cukup luas dari kecil sampai tua, dengan caranya adalah kita membuat bahasa bahasa yang formal/teknis kita ganti dengan bahasa bahasa yang gampang dikonsumsi oleh rans umur tadi, seperti dengan infografis, vidio vidio ringan atau melakukan diskusi ringan di ruang publik seperti ke kampus kampus." (Kurnia, 24 Maret 2026)

Berdasarkan hasil wawancara, strategi komunikasi yang diterapkan PNRE disesuaikan dengan karakteristik audiens yang beragam, mulai dari kalangan usia muda hingga dewasa. Untuk menjangkau sasaran tersebut, perusahaan menyederhanakan bahasa yang semula bersifat formal dan teknis menjadi bahasa yang lebih mudah dipahami oleh berbagai kelompok usia. Penyampaian pesan juga didukung melalui penggunaan media komunikasi yang lebih ringan dan menarik, seperti infografis, video singkat, serta diskusi santai di ruang publik, termasuk kegiatan sosialisasi ke kampus-kampus. Pendekatan ini menunjukkan upaya PNRE dalam membuat isu energi baru dan terbarukan lebih mudah diakses, dipahami, dan diterima oleh masyarakat luas.

Secara komprehensif, seluruh upaya penyederhanaan pesan EBT yang dilakukan oleh tim *media relations* telah membentuk ekosistem komunikasi yang sangat inklusif. Konversi dan kemampuan menjembatani bahasa teknis menjadi narasi transisi energi yang membumi berhasil meminimalisir hambatan pengetahuan publik. Integrasi harmonis antara bahasa keseharian, penyajian visual yang interaktif, serta storytelling berbasis dampak sosial terbukti secara signifikan meningkatkan daya serap masyarakat. Pada akhirnya, keberhasilan mereduksi kompleksitas isu industri korporat ini menjadi batu pijakan penting bagi perusahaan dalam mengakselerasi partisipasi aktif warga untuk menyukseskan program bauran energi bersih secara berkelanjutan.

4.3.2.3 Peran Media Sebagai Jembatan Edukasi Publik

Dalam konteks transisi menuju energi masa depan, peran media massa tidak lagi sekadar berfungsi sebagai alat publikasi bagi agenda korporasi. Di Pertamina *New & Renewable Energy* (PNRE), media diposisikan secara strategis sebagai jembatan utama untuk melakukan edukasi publik secara masif. Transformasi fungsi ini sangat krusial mengingat isu mengenai Energi Baru dan Terbarukan (EBT) masih kerap dianggap kompleks dan berjarak dari realitas keseharian masyarakat umum. Melalui optimalisasi kegiatan *media relations*, penyampaian pesan tidak lagi dibatasi pada promosi pencapaian operasional bisnis perusahaan semata, melainkan diarahkan secara intensif untuk membangun literasi dan kesadaran lingkungan lintas generasi secara komprehensif.

Keterlibatan pers menjadi instrument esensial untuk melipat gandakan efek dari pesan keberlanjutan yang ingin ditanamkan oleh perusahaan kepada khalayak. Mengingat tingkat pemahaman masyarakat mengenai energi bersih masih berada pada fase perkembangan awal, PNRE menyadari bahwa mereka tidak dapat bergerak sendiri dalam menyosialisasikan pentingnya transisi energi. Kolaborasi erat dengan para jurnalis dibutuhkan agar narasi edukatif tersebut memiliki daya jangkauan yang luas dan resonansi yang kuat di ruang publik. Berkaitan dengan peranan krusial media massa dalam menciptakan efek ganda terhadap perluasan jangkauan edukasi publik ini, Bapak Arif Mulizar selaku *Manager Stakeholder Management & External Relations* PNRE memaparkan pandangannya:

"*Media relations* merupakan fungsi strategis untuk membangun reputasi dan kredibilitas perusahaan di ruang publik. Bagi PNRE, isu energi baru dan terbarukan (EBT) masih relative baru bagi sebagian masyarakat, sehingga media berperan sebagai multiplier effect dalam menyampaikan edukasi, transparansi, dan positioning perusahaan sebagai pelopor transisi energi." (Arif Mulizar, 3 April 2026)

Berdasarkan hasil wawancara, media relations dipandang sebagai fungsi strategis yang berperan dalam membangun reputasi dan kredibilitas perusahaan di ruang publik. Dalam konteks PNRE, peran media menjadi semakin penting karena isu energi baru dan terbarukan masih tergolong baru bagi sebagian masyarakat. Oleh karena itu, media berfungsi sebagai perantara yang mampu memperluas penyebaran pesan perusahaan kepada publik, khususnya dalam memberikan edukasi, menunjukkan keterbukaan informasi, serta memperkuat positioning PNRE sebagai perusahaan yang berkomitmen menjadi pelopor dalam mendukung transisi energi di Indonesia. Kutipan tersebut menegaskan bahwa media tidak hanya bertindak sebagai penyalur informasi operasional teknis, melainkan berfungsi sebagai akselerator utama bagi peningkatan pemahaman masyarakat. Melalui pendekatan *media relations* yang terbuka, edukasi mengenai porto folio hijau korporasi dapat tersampaikan dengan jauh lebih terstruktur dan kredibel.

Praktisnya, jembatan edukasi ini di implementasikan dengan menguraikan ragam pemanfaatan energi hijau, seperti Pembangkit Listrik Tenaga Surya (PLTS) dan Pembangkit Listrik Tenaga Air (PLTA), kedalam bentuk informasi yang relevan dan aplikatif bagi kehidupan warga. Jika sebelumnya sebagian masyarakat di kota besar menganggap awam atau bahkan tabu terhadap teknologi EBT, kini mereka mulai di perkenalkan pada pemanfaatannya secara bertahap. Media massa, dengan otoritas dan kredibilitasnya, memegang kendali penting dalam meresapkan pemahaman ini kedalam struktur social masyarakat. Kemampuan jurnalis dalam meracik berita berbobot namun mudah dicerna menjadikan informasi yang di distribusikan berubah menjadi asupan pengetahuan baru.

Signifikansi peran media massa dalam mengubah pola pikir masyarakat

luas melalui edukasi energi bersih ini juga mendapat sorotan tajam dari kalangan pengamat independen di luar perusahaan. Bapak Rio, selaku Pakar Media Senior Energi Bersih, secara gamblang memberikan penegasannya mengenai seberapa vital fungsi aktivitas hubungan media korporasi dalam memfasilitasi kebutuhan literasi publik tersebut:

"Jadi media relation di perusahaan itu bias jadi jembatan untuk bias memberikan informasi dan edukasi kepada masyarakat secara langsung atau tidak langsung sekaligus mempromosikan perusahaannya bahwa ternyata bergerak di sektor EBT yang notabennya nol emisi" (Rio, 7 April 2026)

Berdasarkan hasil wawancara, media relations di perusahaan berfungsi sebagai jembatan komunikasi yang memungkinkan penyampaian informasi dan edukasi kepada masyarakat, baik secara langsung maupun tidak langsung. Selain sebagai sarana penyebaran informasi, media relations juga berperan dalam memperkenalkan perusahaan kepada publik sebagai entitas yang bergerak di sektor energi baru dan terbarukan. Dengan demikian, aktivitas media relations tidak hanya mendukung peningkatan pemahaman masyarakat mengenai EBT, tetapi juga menjadi bagian dari upaya perusahaan dalam membangun citra positif sebagai perusahaan yang berorientasi pada energi bersih dan rendah emisi..

Kesimpulannya, peran *media relations* di Pertamina NRE telah terbukti melampaui fungsi kehumasan konvensional dengan menjadikan perusahaan sebagai medium edukasi andal. Informasi terkait energi terbarukan yang awalnya kaku kini berhasil diterjemahkan menjadi wacana edukatif yang memperkaya literasi masyarakat luas. Media tidak lagi hanya digunakan sebagai papan pengumuman pencapaian perusahaan, tetapi bertransformasi menjadi katalisator perubahan pemikiran publik. Dengan menempatkan media sebagai jembatan pengetahuan, proses transisi menuju kemandirian energi berkelanjutan di Indonesia dapat

berjalan dengan dukungan penuh dari masyarakat yang kini semakin sadar akan urgensi lingkungan.

4.3.2.4 Pemanfaatan Media Digital dan Media Sosial

Dalam era transformasi digital, tim *media relations* Pertamina New & Renewable Energy (PNRE) menyadari pentingnya memperluas bauran saluran komunikasi di luar media cetak konvensional. Optimalisasi hubungan media dilakukan melalui integrasi yang harmonisan taras luran konvensional dengan platform digital guna memaksimalkan perluasan jangkauan audiens dari berbagai kalangan. Langkah strategis ini diambil untuk memastikan pesan-pesan mengenai transisi energi baru dan terbarukan (EBT) dapat tersebar secara inklusif dan merata. Sinergi ini memungkinkan korporasi untuk tidak hanya bergantung pada jurnalisme, tetapi juga mampu mengoptimalkan ruang siber yang berkembang pesat guna membangun kedekatan interaktif dengan masyarakat luas.

Salah satu pilar utama dalam pemanfaatan ekosistem digital ini adalah optimalisasi situs web resmi perusahaan dan kolaborasi aktif dengan portal media daring. Website korporasi difungsikan sebagai pusat data utama (information hub) yang menyediakan akses terbuka bagi jurnalis maupun masyarakat untuk mengunduh siaran pers, artikel edukatif, serta laporan keberlanjutan. Melalui kerjasama yang erat dengan media online, setiap pembaruan informasi mengenai perkembangan proyek strategis nasional seperti geothermal dan energi surya dapat dipublikasikan secara instan. Kecepatan penyebaran informasi melalui media online ini sangat krusial dalam membentuk opini publik yang positif serta menekan kesenjangan pemahaman masyarakat terkait isu energi bersih.

Selain mengandalkan media daring arustama, divisi komunikasi PNRE juga

memperkuat penetrasi informasi melalui platform media sosial populer seperti Instagram dan YouTube. Kedua platform tersebut digunakan secara intensif untuk memproduksi serta menyebarluaskan narasi edukatif secara mandiri tanpa terikat batasan ruang penyiaran konvensional. Melalui media sosial, perusahaan dapat menyapa publik secara langsung dengan pendekatan yang jauh lebih interaktif dan kasual. Terkait dengan inisiatif penguatan relasi digital serta pengembangan program edukasi berbasis konten kreatif baru untuk mengoptimalkan literasi EBT ini, Bapak Arif Mulizar selaku *Manager Stakeholder Management & External Relations* PNRE memaparkan rencana strategisnya:

"Penguatan digital *media relations* (kolaborasi dengan media online & influencer) Program edukasi publik berbasis konten kreatif (video, podcast, dll.)"(Arif Mulizar, 3 April 2026)

Berdasarkan hasil wawancara, salah satu upaya yang dapat dilakukan untuk memperkuat media relations PNRE adalah melalui pengembangan media relations digital dengan memperluas kolaborasi bersama media online maupun influencer. Langkah ini dinilai penting untuk menyesuaikan strategi komunikasi dengan perkembangan media digital dan perilaku konsumsi informasi masyarakat yang semakin bergeser ke platform daring. Selain itu, peningkatan pemahaman publik mengenai energi baru dan terbarukan juga dapat didukung melalui program edukasi berbasis konten kreatif, seperti video, podcast, dan konten digital lainnya, sehingga informasi yang disampaikan menjadi lebih menarik, dan mudah dipahami.

Langkah memperkuat relasi digital tersebut diimplementasikan secara taktis melalui transformasi format pesan yang semula kaku menjadi lebih dinamis. Penggunaan konten kreatif berbentuk infografis dan video edukasi pendek menjadi ujung tombak dalam membedah kompleksitas istilah teknis industri energi baru

terbarukan. Melalui visualisasi data yang menarik, angka-angka abstrak mengenai penurunan emisi karbon atau efisiensi biaya operasional diubah menjadi diagram yang sangat mudah dipahami secara kilat. Pendekatan visual ini dirancang secara khusus untuk mengatasi kejenuhan membaca teks formal, sekaligus menjadi magnet utama dalam menarik minat serta keterlibatan generasi muda terhadap isu kelestarian iklim global.

Penyesuaian format publikasi digital ini juga membuka peluang komunikasi dua arah yang memungkinkan komunikasi menerima umpan balik secara langsung dari masyarakat luas. PNRE memanfaatkan kolom komentar dan metrik interaksi di Instagram atau YouTube untuk mengukur sejauh mana pesan edukasi berhasil diserap dengan baik. Strategi pengemasan Bahasa teknis menjadi ramah visual terbukti efektif meruntuhkan tembok eksklusivitas isu industri energi. Terkait dengan pentingnya modifikasi gaya bahasa formal korporasi menjadi konten infografis dan video ringan yang ramah bagi lintas demografi usia ini, Bapak Andrean Adi Kurnia selaku Staff PIC *Media relations* PNRE menegaskan:

"Strategi yang kita gunakan secara santai tadi karna kita punya target audiens cukup luas dari kecil sampai tua, dengan caranya adalah kita membuat Bahasa bahasa yang formal/teknis kita ganti dengan Bahasa bahasa yang gampang dikonsumsi oleh rans umur tadi, seperti dengan infografis, video video ringan..."(Kurnia, 24 Maret 2026)

Berdasarkan hasil wawancara, strategi komunikasi yang diterapkan PNRE dilakukan dengan pendekatan yang lebih sederhana dan menyesuaikan karakteristik audiens yang luas, mulai dari anak-anak hingga orang dewasa. Bahasa yang semula bersifat formal dan teknis diubah menjadi bahasa yang lebih mudah dipahami agar dapat diterima oleh berbagai rentang usia. Selain itu, penyampaian informasi juga didukung melalui penggunaan media yang lebih ringan dan menarik, seperti

infografis serta video-video singkat. Pendekatan ini menunjukkan upaya perusahaan untuk menyampaikan isu energi baru dan terbarukan secara lebih komunikatif, inklusif, dan mudah dipahami oleh masyarakat luas. .

Kolaborasi dinamis dengan jaringan media daring nasional dan lokal juga terus diperkuat guna mendukung penyebaran materi-materi edukasi visual tersebut keruang publik yang lebih luas. Jurnalis media online sering kali dibekali dengan paket pers digital (digital press kit) yang kaya akan materi grafis dan video siap pakai untuk mempercantik laporan jurnalistik mereka. Hal ini mempermudah para awak media dalam Menyusun berita yang tidak hanya akurat secara substansi, melainkan juga menarik secara estetika visual saat dibaca melalui layer ponsel pintar. Sinergi ini menciptakan pola kemitraan yang saling menguntungkan dalam meningkatkan produktivitas berita hijau.

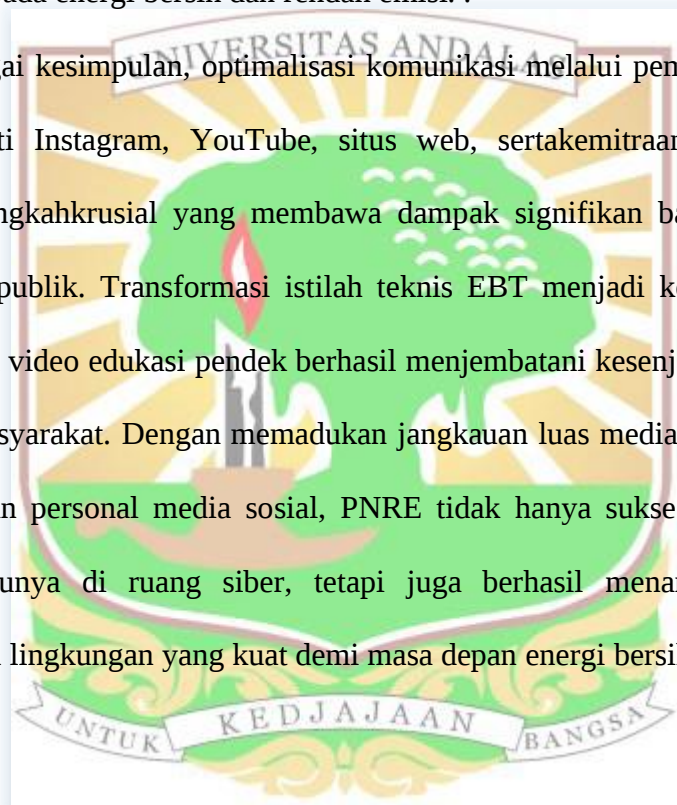
Melalui pemanfaatan media digital dan media sosial yang masif, peran *media relations* di PNRE berhasil bertransformasi dari sekadar fungsi publikasi humas konvensional menjadi instrument edukasi publik yang sangat andal. Integrasi saluran online ini mendukung percepatan pembentukan citra perusahaan sebagai pelopor transisi emisi nol bersih di tanah air. Pentingnya menempatkan hubungan media berbasis digital sebagai sarana edukasi dan promosi korporasi ramah lingkungan ini juga disoroti tajam oleh Bapak Rio selaku Pakar Media Senior Energi Bersih melalui pengamatan profesionalnya dalam transkrip wawancara:

"Jadi media relation di perusahaan itu bisa jadi jembatan untuk bisa memberikan informasi dan edukasi kepada masyarakat secara langsung atau tidak langsung sekaligus mempromosikan perusahaannya bahwa ternyata bergerak di sektor EBT yang notabennya nolemisi."(Rio, 7 April 2026)

Berdasarkan hasil wawancara, media relations di perusahaan memiliki

peran sebagai jembatan komunikasi dalam menyampaikan informasi dan edukasi kepada masyarakat, baik secara langsung maupun tidak langsung. Melalui fungsi tersebut, perusahaan dapat memperluas penyebaran informasi mengenai energi baru dan terbarukan kepada publik sekaligus memperkenalkan identitas perusahaan sebagai entitas yang bergerak di sektor EBT. Dengan demikian, media relations tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi, tetapi juga sebagai media promosi perusahaan dalam membangun citra positif sebagai perusahaan yang berorientasi pada energi bersih dan rendah emisi. .

Sebagai kesimpulan, optimalisasi komunikasi melalui pemanfaatan media digital seperti Instagram, YouTube, situs web, serta kemitraan media online merupakan langkah krusial yang membawa dampak signifikan bagi peningkatan pemahaman publik. Transformasi istilah teknis EBT menjadi konten infografis interaktif dan video edukasi pendek berhasil menjembatani kesenjangan informasi di tengah masyarakat. Dengan memadukan jangkauan luas media online nasional dan kedekatan personal media sosial, PNRE tidak hanya sukses mengokohkan reputasi hijaunya di ruang siber, tetapi juga berhasil menanamkan literasi keberlanjutan lingkungan yang kuat demi masa depan energi bersih Indonesia.





Gambar 4.3 : Pemanfaatan Media Digital dan Media Sosial

4.3.2.5 Hambatan Dalam Optimalisasi Media relations

Dalam upaya mengoptimalkan fungsi *media relations* guna mendukung percepatan transisi energi, Pertamina New & Renewable Energy (PNRE) dihadapkan pada sejumlah hambatan yang cukup menantang. Salah satu kendala utama adalah masih rendahnya pemahaman masyarakat terhadap konsep transisi energi dan literasi mengenai energi baru dan terbarukan (EBT). Sebagian besar khalayak faktanya masih sangat bergantung pada penggunaan energi fosil konvensional dan belum sepenuhnya menyadari urgensi peralihan menuju energi bersih. Kondisi mendasar ini membuat pesan-pesan lingkungan yang disiarkan oleh perusahaan sering kali tidak langsung direspons dengan pemahaman utuh, melainkan membutuhkan proses edukasi yang intensif dan berulang.

Hambatan berikutnya bersumber pada tingginya kompleksitas data teknis yang melekat secara inheren pada operasional industri energi hijau. Istilah-istilah operasional seperti penangkapan karbon atau infrastruktur geotermal kerap menyulitkan proses penyederhanaan pesan oleh tim komunikasi. Jika tak

diterjemahkan dengan bahasa yang membumi, informasi tersebut berpotensi menimbulkan kebingungan. Menanggapi tantangan mengenai batas pemahaman teknis masyarakat yang masih sangat perlu diedukasi secara lebih mendalam ini, Bapak Arif Mulizar selaku *Manager Stakeholder Management & External Relations* di PNRE mengonfirmasi hal tersebut:

"Secara umum, pemahaman publik masih berkembang. Awareness terhadap istilah “energi terbarukan” sudah meningkat. Namun, pemahaman teknis (misalnya geothermal atau carbon capture) masih terbatas. Banyak publik masih mengaitkan energi hanya dengan listrik, belum ke aspek keberlanjutan." (Arif Mulizar, 3 April 2026)

Berdasarkan hasil wawancara, pemahaman publik mengenai energi baru dan terbarukan secara umum masih berada pada tahap perkembangan. Meskipun kesadaran masyarakat terhadap istilah energi terbarukan dinilai sudah mulai meningkat, pemahaman yang lebih teknis mengenai bentuk dan teknologi energi tersebut, seperti geothermal maupun carbon capture, masih tergolong terbatas. Selain itu, sebagian masyarakat masih memaknai energi hanya sebatas pada penggunaan listrik, belum sampai pada pemahaman yang lebih luas mengenai keberlanjutan dan dampaknya terhadap lingkungan. Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan awareness belum sepenuhnya diikuti oleh pemahaman publik yang komprehensif mengenai energi baru dan terbarukan.

Selain kendala dari sisi pemahaman audiens, hambatan lain juga muncul dari dinamika ketertarikan media massa terhadap wacana energi hijau itu sendiri. Isu mengenai pemanfaatan EBT sering kali harus menghadapi persaingan yang sangat ketat dengan isu-isu nasional lainnya, seperti dinamika politik, hukum, atau kondisi ekonomi makro yang dinilai lebih bernilai komersial bagi pembaca. Di samping itu, pemanfaatan fasilitas energi terbarukan di berbagai daerah terkadang

masih dianggap sebagai sesuatu yang abstrak atau berjarak dari rutinitas kehidupan harian warga perkotaan, sehingga mengurangi urgensi media untuk secara inisiatif melakukan peliputan yang mendalam.

Minimnya porsi pemberitaan yang memadai ini secara langsung memperlambat proses akselerasi literasi energi bersih secara nasional. EBT dinilai belum mendapatkan panggung eksposur jurnalistik sebesar industri ekstraktif konvensional. Menyoroti fenomena tersendatnya arus informasi serta masih adanya pandangan asing dari masyarakat terhadap topik pemanfaatan energi ramah lingkungan ini, Bapak Rio selaku Pakar Media Senior Energi Bersih memaparkan kendala struktural pada sektor pemberitaan EBT tersebut:

"Iya, di perusahaan. Kalau menurut pendapat saya cukup penting dan krusial terutama untuk isu-isu energi baru dan terbarukan. Karena untuk di Indonesia sendiri EBT belum mendapatkan porsi informasi yang cukup besar jika dibandingkan dengan migas terutama dan juga tambang. Masih belum. Masih banyak masyarakat yang boleh dibilang tabu untuk bisa membahas ataupun memanfaatkan energi baru dan terbarukan." (Rio, 7 April 2026)

Berdasarkan hasil wawancara, media relations dinilai memiliki peran yang penting dan krusial bagi perusahaan, khususnya dalam mengomunikasikan isu energi baru dan terbarukan. Hal ini disebabkan karena di Indonesia informasi mengenai EBT masih belum memperoleh porsi yang sebesar sektor migas maupun pertambangan, sehingga eksposurnya di tengah masyarakat masih relatif terbatas. Kondisi tersebut berdampak pada masih rendahnya pemahaman masyarakat, bahkan sebagian masyarakat masih merasa asing atau belum terbiasa membahas maupun memanfaatkan energi baru dan terbarukan. Oleh karena itu, media relations menjadi sarana strategis untuk memperluas informasi, meningkatkan pemahaman, dan mendorong penerimaan publik terhadap EBT.

Secara keseluruhan, akumulasi dari masih rendahnya literasi publik, rumitnya penerjemahan bahasa teknis industri, hingga minimnya eksposur pemberitaan akibat tingginya persaingan isu nasional, menjadi rintangan nyata dalam upaya optimalisasi komunikasi perusahaan. Ke depannya, mengatasi berbagai hambatan ini jelas membutuhkan lebih dari sekadar rutinitas publikasi siaran pers yang bersifat satu arah. Pertamina NRE dituntut untuk merumuskan ulang strategi *media relations* yang jauh lebih inovatif, transparan, dan interaktif dengan awak media. Melalui pendekatan yang solutif terhadap kendala tersebut, diharapkan kebuntuan informasi dapat diurai demi kesuksesan literasi keberlanjutan di Indonesia.

4.4 Pembahasan

4.4.1 Komunikasi *Media relations* Yang Saat Ini Diterapkan Oleh Pertamina New & Renewable Energy (NRE) Dalam Meningkatkan Pemahaman Publik Terhadap Energi Baru Dan Terbarukan Kepada Media.

Bentuk komunikasi *media relations* yang diterapkan oleh Pertamina New & Renewable Energy (PNRE) saat ini merupakan integrasi strategis antara penyampaian informasi teknis dan pembangunan hubungan emosional dengan media. Perusahaan memposisikan diri sebagai subjek yang proaktif dalam mendiseminasikan isu energi baru dan terbarukan (EBT) guna mengikis stigma industri ekstraktif yang selama ini melekat pada induk perusahaan. Strategi ini selaras dengan pemikiran bahwa hubungan media yang efektif harus mampu mentransformasi data korporasi menjadi narasi publik yang edukatif dan kredibel. Melalui pendekatan ini, PNRE berupaya memastikan bahwa transisi energi bukan hanya menjadi kebijakan internal, melainkan sebuah gerakan nasional yang dipahami dan didukung oleh seluruh lapisan masyarakat Indonesia.

Dalam pelaksanaannya, PNRE menggunakan teknik penyederhanaan bahasa teknis atau de-jargonizing untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Hal ini penting karena banyak istilah dalam EBT, seperti carbon capture atau geothermal, yang masih terdengar asing bagi masyarakat awam. Penggunaan bahasa yang lebih populer dan humanis memungkinkan informasi yang disampaikan media menjadi lebih menarik dan mudah dicerna. Fenomena ini didukung oleh penelitian yang menyatakan bahwa efektivitas komunikasi sains dan teknologi sangat bergantung pada kemampuan komunikator dalam mengemas informasi kompleks menjadi konten yang relevan dengan kehidupan sehari-hari audiens (Prasetyo, H., 2021). Dengan demikian, PNRE berhasil menjembatani kesenjangan literasi energi di ruang publik.

Koordinasi internal yang ketat menjadi fondasi utama bagi PNRE dalam menjaga konsistensi pesan sebelum dilempar ke awak media. Setiap narasi utama yang disusun di awal tahun anggaran menjadi kompas bagi seluruh unit bisnis agar tidak terjadi tumpang tindih informasi yang dapat membingungkan publik. Administrasi yang sistematis dalam proses peninjauan konten memastikan bahwa setiap data yang dipublikasikan memiliki akurasi tinggi dan akuntabel secara korporasi. Hal ini sejalan dengan teori manajemen komunikasi yang menekankan bahwa integrasi pesan internal merupakan kunci dalam membangun identitas organisasi yang kuat dan terpercaya di mata pemangku kepentingan eksternal (Suryanto, 2022). Keselarasan ini memperkuat legitimasi PNRE sebagai pemimpin transisi energi.

Penggunaan multiplatform komunikasi menjadi sarana krusial bagi PNRE dalam menghadapi dinamika media digital yang sangat cepat. Perusahaan tidak lagi

hanya bergantung pada rilis berita konvensional, tetapi telah merambah pada penggunaan media sosial, infografis, dan video pendek untuk menjangkau generasi muda. Pendekatan ini sangat efektif mengingat karakteristik audiens masa kini yang cenderung lebih responsif terhadap konten visual yang interaktif. Strategi *media relations* digital yang adaptif terbukti mampu meningkatkan keterlibatan publik dan memperluas jangkauan pesan melampaui batas-batas media cetak tradisional (Putri, D. A., 2023). Inovasi sarana ini memungkinkan narasi energi bersih PNRE masuk ke dalam percakapan digital sehari-hari.

Aspek hubungan personal antara praktisi PNRE dan jurnalis menjadi faktor determinan dalam keberhasilan manajemen isu, terutama saat menghadapi potensi berita negatif. Kedekatan yang dibangun melalui kegiatan informal seperti media gathering menciptakan rasa saling percaya yang memudahkan proses klarifikasi informasi. Hubungan yang harmonis ini memungkinkan jurnalis untuk mendapatkan latar belakang isu secara mendalam, sehingga pemberitaan yang dihasilkan cenderung lebih berimbang dan edukatif. Dalam konteks komunikasi korporat, relasi interpersonal yang baik antara praktisi PR dan jurnalis merupakan aset strategis untuk memitigasi krisis dan menjaga reputasi perusahaan di tengah ketidakpastian informasi (Anugrah, 2020). Kepercayaan jurnalis menjadi jaminan atas validitas pesan perusahaan..

Efektivitas *media relations* PNRE juga dapat dilihat dari kemampuannya membangun pemahaman publik melalui pendekatan komunikasi yang berorientasi pada pengalaman nyata. Upaya perusahaan dalam menghadirkan contoh konkret, seperti penyediaan fasilitas SPKLU, kegiatan kunjungan ke kampus, sekolah, dan komunitas, menunjukkan bahwa komunikasi tidak hanya berhenti pada tataran

wacana, tetapi juga dihubungkan dengan realitas yang dapat diamati langsung oleh masyarakat. Pendekatan ini penting karena publik cenderung lebih mudah memahami isu energi baru dan terbarukan ketika informasi yang diterima dikaitkan dengan manfaat praktis dalam kehidupan sehari-hari. Dengan demikian, media relations PNRE tidak hanya berfungsi menyebarkan informasi, tetapi juga membangun kedekatan makna antara isu EBT dan kebutuhan masyarakat.

K keberhasilan strategi komunikasi PNRE juga dipengaruhi oleh kemampuannya dalam menyesuaikan karakteristik pesan dengan segmentasi audiens yang beragam. Publik yang menjadi sasaran komunikasi tidak hanya terdiri atas kalangan profesional atau pemerhati energi, tetapi juga pelajar, mahasiswa, komunitas, hingga masyarakat umum dengan tingkat literasi yang berbeda-beda. Oleh karena itu, penggunaan infografis, video singkat, serta narasi populer menjadi langkah yang relevan untuk menjangkau kelompok audiens yang lebih luas. Strategi ini menunjukkan bahwa media relations PNRE telah mengadopsi prinsip komunikasi dua arah yang lebih inklusif, di mana perusahaan tidak hanya berfokus pada penyampaian pesan, tetapi juga mempertimbangkan bagaimana pesan tersebut dapat diterima, dipahami, dan dimaknai secara tepat oleh publik.

Lebih jauh, kegiatan media relations yang dilakukan PNRE juga memperlihatkan pentingnya media sebagai mitra strategis dalam membentuk opini publik mengenai transisi energi. Dalam konteks ini, media tidak hanya berperan sebagai saluran penyampai informasi, tetapi juga sebagai aktor yang membantu membingkai isu EBT ke dalam pemberitaan yang lebih mudah dipahami masyarakat. Ketika jurnalis memperoleh akses informasi yang memadai, termasuk melalui press release, media gathering, maupun press tour, maka kualitas

pemberitaan yang dihasilkan cenderung lebih mendalam dan kredibel. Hal tersebut menjadi penting karena isu energi baru dan terbarukan sering kali bersifat teknis, sehingga memerlukan peran media untuk menerjemahkan pesan perusahaan ke dalam bahasa publik yang lebih sederhana tanpa menghilangkan substansi utama dari isu tersebut.

Namun demikian, tantangan terbesar dalam media relations PNRE terletak pada masih terbatasnya perhatian publik terhadap isu energi baru dan terbarukan dibandingkan sektor migas dan pertambangan yang telah lama mendominasi wacana energi nasional. Kondisi ini menuntut perusahaan untuk tidak hanya aktif menyampaikan informasi, tetapi juga konsisten membangun kesadaran publik secara berkelanjutan. Dalam hal ini, media relations menjadi instrumen penting untuk memperluas eksposur EBT agar tidak lagi dipandang sebagai isu eksklusif yang hanya dipahami oleh kalangan tertentu. Apabila strategi ini terus diperkuat melalui kolaborasi digital, konten kreatif, dan hubungan yang solid dengan media, maka PNRE berpotensi semakin efektif dalam meningkatkan pemahaman publik sekaligus memperkuat legitimasi perusahaan sebagai penggerak utama transisi energi di Indonesia.

Secara keseluruhan, praktik *media relations* di PNRE saat ini menunjukkan transformasi dari fungsi administratif menjadi fungsi strategis-edukatif. Perusahaan berhasil memanfaatkan media massa sebagai mitra dalam meningkatkan literasi energi nasional melalui pengemasan pesan yang adaptif dan koordinasi yang solid. Dukungan media yang kuat menjadi katalisator bagi PNRE untuk terus menyuarakan agenda net zero emission secara konsisten di tingkat nasional. Melalui sinergi antara teknologi komunikasi modern dan pendekatan hubungan

yang humanis, PNRE optimis dapat membangun pemahaman publik yang lebih komprehensif terhadap peran vital energi baru dan terbarukan (Ramadhan, 2022). Keberlanjutan strategi ini menjadi kunci masa depan kedaulatan energi hijau di Indonesia.

4.4.2 Upaya Optimalisasi Media relations Dalam Peningkatan Pemahaman Publik Terhadap Energi Baru Dan Terbarukan Oleh Pertamina New & Renewable Energy (NRE) Kepada Media Melalui Peran Media relations.

Upaya optimalisasi *media relations* yang dilakukan oleh Pertamina New & Renewable Energy (PNRE) berfokus pada transformasi peran praktisi komunikasi dari sekadar penyampai informasi menjadi edukator publik yang strategis. Optimalisasi ini dilakukan dengan memperkuat fungsi jembatan antara kerumitan operasional energi hijau dan kebutuhan informasi masyarakat yang lebih sederhana. Melalui penguatan narasi yang lebih inklusif, PNRE berusaha memastikan bahwa setiap proyek strategis nasional mendapatkan legitimasi publik yang kuat. Strategi ini sejalan dengan pandangan bahwa optimalisasi hubungan media di sektor industri memerlukan pendekatan yang tidak hanya bersifat transaksional, tetapi juga transformasional dalam membangun literasi energi (Fauzi, A., 2021).

Salah satu langkah optimalisasi yang krusial adalah penyediaan akses data yang lebih transparan dan cepat bagi para jurnalis guna meminimalisir hambatan birokrasi. PNRE menyadari bahwa keterlambatan informasi dapat menyebabkan distorsi pesan, sehingga perusahaan berupaya menyediakan fact sheet dan materi visual yang siap pakai bagi media. Dengan memberikan bahan baku berita yang berkualitas, perusahaan secara tidak langsung meningkatkan kualitas konten edukasi EBT yang dikonsumsi oleh masyarakat luas. Penelitian menunjukkan bahwa kemudahan akses informasi bagi jurnalis secara signifikan meningkatkan

peluang narasi positif perusahaan untuk dimuat secara akurat di media mass (Sari, N. P., 2022).. Hal ini memperkuat peran media sebagai mitra edukasi yang efektif.

Peningkatan frekuensi kegiatan experiential media seperti *press tour* ke lokasi pembangkit panas bumi atau panel surya menjadi ujung tombak optimalisasi pemahaman publik. Dengan melihat langsung operasional teknologi EBT, jurnalis dapat memproduksi berita yang lebih deskriptif dan memiliki "jiwa" dibandingkan hanya mengandalkan rilis berita tertulis. Pengalaman langsung ini membantu jurnalis memahami tantangan dan peluang transisi energi secara utuh, yang kemudian diterjemahkan menjadi informasi yang menginspirasi publik. Dalam kacamata komunikasi massa, metode observasi langsung oleh media merupakan instrumen paling efektif untuk membangun kepercayaan publik terhadap inovasi teknologi baru yang bersifat abstrak (Wibowo, 2023).

Optimalisasi juga dilakukan melalui pemanfaatan data analytics untuk memetakan perilaku audiens digital dan efektivitas pesan di berbagai kanal sosial media. PNRE mulai mengadopsi teknologi digital untuk memantau sentimen publik secara real-time, sehingga strategi komunikasi dapat disesuaikan secara instan jika terjadi misinterpretasi isu. Pendekatan berbasis data ini memungkinkan perusahaan untuk mengalokasikan sumber daya komunikasi pada platform yang memiliki dampak edukasi paling tinggi bagi generasi muda. Integrasi teknologi digital dalam *media relations* terbukti mampu menciptakan bentuk komunikasi yang lebih tersegmentasi dan tepat sasaran bagi masyarakat yang memiliki latar belakang pendidikan beragam (Zulkarnain, R., 2024)

Penguatan forum diskusi rutin antara manajemen PNRE dan pemimpin redaksi media nasional menjadi sarana optimalisasi untuk menyelaraskan agenda

perusahaan dengan kepentingan publik. Melalui dialog tingkat tinggi ini, PNRE dapat memberikan pemahaman mendalam mengenai peran strategis perusahaan dalam mencapai target Net Zero Emission Indonesia. Penyelarasan agenda (agenda setting) ini sangat penting agar isu energi bersih tetap menjadi prioritas pemberitaan nasional di tengah persaingan isu politik dan ekonomi lainnya. Strategi ini efektif dalam memastikan bahwa narasi keberlanjutan lingkungan tetap terjaga konsistensinya di ruang publik. Dukungan editorial media menjadi kunci keberhasilan jangka panjang.

Optimalisasi media relations PNRE juga dapat dilihat dari upaya perusahaan dalam membangun komunikasi yang lebih partisipatif dengan publik, bukan sekadar komunikasi satu arah melalui media massa. Dalam konteks ini, media tidak hanya diposisikan sebagai saluran distribusi informasi, tetapi juga sebagai ruang dialog yang memungkinkan perusahaan menangkap respons, persepsi, dan kebutuhan informasi masyarakat mengenai energi baru dan terbarukan. Pendekatan partisipatif tersebut penting karena isu transisi energi tidak hanya membutuhkan penyampaian pesan, tetapi juga keterlibatan publik dalam memahami manfaat, tantangan, dan implikasinya bagi kehidupan sehari-hari. Dengan demikian, optimalisasi media relations tidak hanya bertujuan memperluas jangkauan informasi, tetapi juga memperkuat keterhubungan antara perusahaan, media, dan masyarakat dalam membangun literasi energi yang berkelanjutan.

Penguatan media relations juga dapat dioptimalkan melalui konsistensi perusahaan dalam menghadirkan pesan yang seragam di berbagai kanal komunikasi. Konsistensi ini menjadi penting agar publik memperoleh pemahaman yang utuh mengenai posisi PNRE sebagai perusahaan yang berkomitmen pada

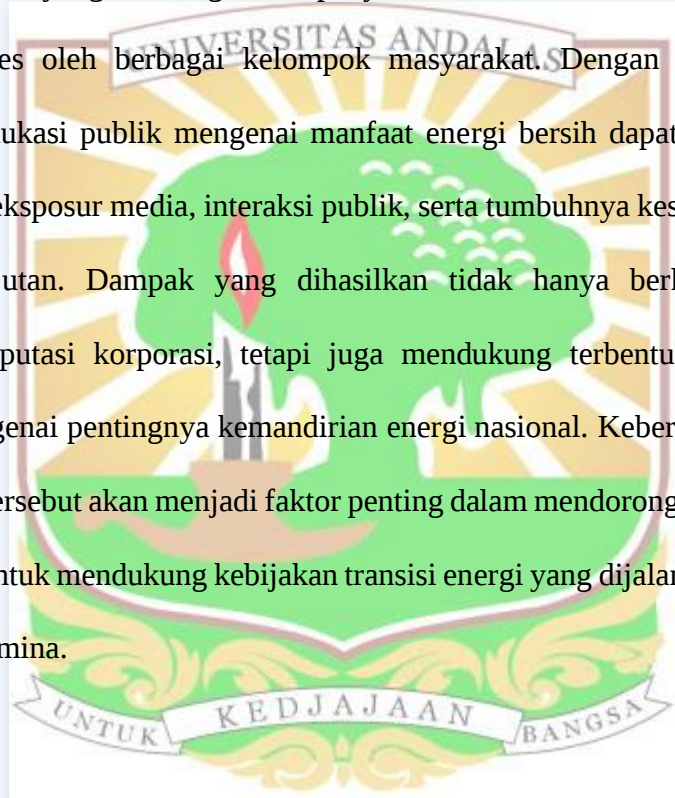
pengembangan energi bersih. Ketika informasi yang disampaikan melalui siaran pers, media sosial, wawancara, hingga kegiatan publik memiliki arah narasi yang sama, maka citra perusahaan akan terbentuk secara lebih kuat dan stabil di ruang publik. Konsistensi pesan juga membantu meminimalkan kesalahpahaman, terutama pada isu EBT yang masih relatif baru bagi masyarakat. Oleh karena itu, koordinasi internal yang baik antarunit komunikasi dan operasional menjadi bagian penting dalam proses optimalisasi media relations perusahaan.

Optimalisasi *media relations* PNRE juga berkaitan erat dengan kemampuan perusahaan dalam menyesuaikan strategi komunikasi terhadap perkembangan pola konsumsi media masyarakat. Perubahan perilaku audiens yang kini lebih banyak mengakses informasi melalui platform digital menuntut perusahaan untuk tidak hanya mengandalkan media konvensional, tetapi juga memperkuat kehadirannya di media online, media sosial, dan konten multimedia. Langkah ini menjadi penting karena generasi muda sebagai salah satu kelompok sasaran utama transisi energi cenderung lebih responsif terhadap pesan yang dikemas secara visual, ringkas, dan interaktif. Dengan memanfaatkan format komunikasi yang sesuai dengan karakteristik audiens digital, PNRE dapat memperluas jangkauan edukasi publik serta meningkatkan efektivitas penyampaian pesan mengenai energi baru dan terbarukan.

Secara keseluruhan, upaya optimalisasi media relations yang dilakukan oleh Pertamina *New & Renewable Energy* menunjukkan komitmen perusahaan dalam membangun pemahaman publik mengenai pentingnya energi baru dan terbarukan bagi masa depan Indonesia. Melalui strategi komunikasi yang terencana, PNRE berupaya menjadi katalisator perubahan pola pikir masyarakat terhadap transisi

energi yang sedang berlangsung. Transparansi informasi, penyediaan data yang akurat, serta keterlibatan media dalam berbagai kegiatan lapangan menjadi langkah penting untuk meningkatkan kualitas pemberitaan. Selain itu, hubungan yang baik dengan jurnalis membantu perusahaan menyampaikan pesan secara lebih efektif sehingga informasi mengenai energi bersih dapat diterima masyarakat secara luas dan berkelanjutan.

Optimalisasi media relations tersebut juga diperkuat melalui pemanfaatan teknologi digital yang memungkinkan penyebaran informasi secara cepat, luas, dan mudah diakses oleh berbagai kelompok masyarakat. Dengan pendekatan ini, efektivitas edukasi publik mengenai manfaat energi bersih dapat diukur melalui peningkatan eksposur media, interaksi publik, serta tumbuhnya kesadaran terhadap isu keberlanjutan. Dampak yang dihasilkan tidak hanya berkontribusi pada penguatan reputasi korporasi, tetapi juga mendukung terbentuknya kesadaran kolektif mengenai pentingnya kemandirian energi nasional. Keberlanjutan strategi komunikasi tersebut akan menjadi faktor penting dalam mendorong partisipasi aktif masyarakat untuk mendukung kebijakan transisi energi yang dijalankan pemerintah melalui Pertamina.





Gambar 4.4 : Komunikasi Media Relations yang diterapkan oleh Pertamina New & Renewable Energy

Sumber : Olahan Peneliti, 2026



Gambar 4.5 : Upaya Optimalisasi Media Relations oleh Pertamina New & Renewable Energy kepada Media

Sumber : Olahan Peneliti, 2026

BAB 5 PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Pertamina NRE menerapkan komunikasi *media relations* yang mengintegrasikan penyederhanaan bahasa teknis dengan pembangunan hubungan personal yang kuat bersama jurnalis. Melalui koordinasi internal yang ketat dan penggunaan multiplatform digital, perusahaan berhasil mentransformasi isu energi kompleks menjadi narasi publik yang kredibel.
2. Optimalisasi dilakukan melalui transparansi akses data, kegiatan *press tour* lapangan, dan pemanfaatan data analytics untuk menjangkau generasi muda. Kolaborasi dengan pemengaruh digital serta penguatan forum diskusi pemimpin redaksi menjadi strategi kunci dalam memperluas literasi energi baru terbarukan.
3. Secara keseluruhan, praktik *media relations* yang dijalankan Pertamina NRE telah bertransformasi dari fungsi publikasi administratif menjadi instrumen edukasi publik yang strategis. Temuan ini juga diperkuat oleh data survei Stakeholder Satisfaction Index (SSI) PNRE tahun 2026 yang menunjukkan peningkatan skor kepuasan stakeholder dari 4,15 menjadi 4,30, sehingga dapat disimpulkan bahwa strategi media relations yang diterapkan turut berkontribusi terhadap penguatan pemahaman publik atas energi baru dan terbarukan sekaligus memperkuat posisi Pertamina NRE sebagai pelopor transisi energi berkelanjutan di Indonesia.

5.2 Saran

1. Saran untuk Perusahaan (PNRE)

PNRE disarankan meningkatkan transparansi informasi secara konsisten melalui berbagai platform digital dan kegiatan langsung seperti media gathering serta *press tour*. Selain itu, perusahaan perlu memperluas jangkauan edukasi hingga ke daerah dengan pendekatan komunikasi yang lebih sederhana agar pemahaman masyarakat terhadap energi baru terbarukan semakin merata.

2. Saran untuk *Media relations*

Tim *media relations* perlu lebih proaktif dalam menjalin hubungan dengan jurnalis melalui komunikasi informal dan kolaborasi berkelanjutan. Penyediaan data yang cepat, akurat, dan mudah dipahami juga penting agar media dapat menyampaikan informasi secara tepat, sehingga meningkatkan kualitas pemberitaan serta pemahaman publik secara luas.

3. Saran untuk Pemerintah

Pemerintah diharapkan dapat mendukung melalui kebijakan yang konsisten serta memperkuat sosialisasi energi baru terbarukan kepada masyarakat. Sinergi dengan perusahaan dan media perlu ditingkatkan agar pesan transisi energi tersampaikan secara terpadu, sehingga mendorong percepatan pencapaian target energi bersih nasional secara efektif dan berkelanjutan.

4. Saran untuk Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya disarankan memperluas objek penelitian serta menggunakan metode yang lebih variatif, seperti pendekatan kuantitatif

atau mixed methods. Hal ini bertujuan untuk mendapatkan gambaran yang lebih komprehensif terkait efektivitas *media relations* dalam meningkatkan pemahaman publik terhadap energi baru terbarukan di berbagai konteks wilayah

