

Penerapan Proses *Public Relations* pada Program CSR PT. Pertamina Ep Asset 3 Cirebon

Implementation of Public Relations Process on The Program CSR PT. Pertamina Ep Asset 3 Cirebon

¹Dian Andrea, ²M.Husen Fahmi

^{1,2}*Prodi Public Relation, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung,
Jl. Tamansari No.1 Bandung 40116*

Email: ¹d.andrea36@yahoo.com, ²dianandrea0519@outlook.com

Abstract. CSR exercised by PT. Pertamina ep asset 3 Cirebon as a recognition of the importance of the application of corporate social responsibility in its implementation, Pertamina ep 3 asset Cirebon always felt as part of a community and responsible over the sustainability of public life. PT. Pertamina ep asset 3 Cirebon there has been much activity or activity corporate social responsibility who were able to reach the whole societ. PT. Pertamina ep asset 3 Cirebon own, corporate communication plays an important role in dealing with our external relations firm on social responsibility company with the wider community. CSR PT. Pertamina ep 3 asset Cirebon is focused on the program that would be sustainable .But , the strategy is the application of corporate social responsibility from PT. Pertamina ep asset 3 Cirebon has improved positive image of companies.The purpose of research to find information gathering (pengumpulan informasi), planning (perencanaan), communicating (pengkomunikasian), and evaluating (Penilaian) of the process Public Relations on CSR programs PT. Pertamina EP Asset 3 Cirebon. In this study, the authors used descriptive research method with interviewing, observation, and literature review that explains or discusses events without testing hypotheses or numbers. Discussion result indicates that the process of public relations through the collection of information gathering, planning, communicating, and evaluating to create a smooth distribution of CSR funds and targeted to its special area of Subang. No longer errors that were previously wrong in channeling CSR funds. PT Pertamina EP Asset 3 Cirebon, in running its CSR program has been very good, so that is done only from the programs - programs that are running.

Keywords: *Proses Public Relations, Information Gathering, Planning, Communicating, Evaluating.*

Abstrak. Program CSR yang dilaksanakan oleh PT. Pertamina EP Asset 3 Cirebon sebagai bentuk kesadaran tentang pentingnya penerapan Corporate Social Responsibility (CSR) dalam implementasinya, PT. Pertamina EP Asset 3 Cirebon senantiasa merasa sebagai bagian dari komunitas dan bertanggung jawab terhadap keberlangsungan hidup masyarakat. PT. Pertamina EP Asset 3 Cirebon sendiri sudah banyak melakukan aktivitas atau kegiatan Corporate Social Responsibility (CSR) yang sekiranya dapat menyentuh seluruh lapisan masyarakat. PT. Pertamina EP Asset 3 Cirebon sendiri, Corporate Communication memegang peranan penting dalam menangani hubungan eksternal perusahaan yang menyangkut tanggungjawab sosial perusahaan dengan masyarakat secara luas. CSR PT. Pertamina EP Asset 3 Cirebon ini difokuskan kepada program yang sifatnya berkelanjutan. Namun, apakah upaya penerapan strategi program Corporate Social Responsibility (CSR) dari PT. Pertamina EP Asset 3 Cirebon sudah meningkatkan citra positif perusahaan. Tujuan penelitian untuk mengetahui information gathering (pengumpulan informasi), planning (perencanaan), communicating (pengkomunikasian), serta evaluating (penilaian) dari proses Public Relations pada program CSR PT. Pertamina EP Asset 3 Cirebon. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode penelitian deskriptif dengan teknik wawancara, observasi, dan tinjauan pustaka yang memaparkan atau membahas peristiwa tanpa menguji hipotesis atau angka-angka. Hasil pembahasan menunjukkan bahwa proses Public Relations melalui Information Gathering (Pengumpulan Informasi), Planning (Perencanaan), Communicating (Pengkomunikasian), dan Evaluating (Penilaian) sehingga menciptakan kelancaran terhadap pembagian dana CSR serta tepat sasaran kepada wilayah khusus nya Subang. Sehingga tidak terjadi lagi kesalahan-kesalahan yang sebelumnya salah dalam menyalurkan dana CSR. PT Pertamina EP Asset 3 Cirebon, dalam menjalankan program CSR nya sudah sangat baik, sehingga yang dilakukan hanya evaluasi dari program - program yang sedang berjalan.

Kata Kunci: *Proses Public Relations, Information Gathering (Pengumpulan Informasi), Planning (Perencanaan), Communicating (Pengkomunikasian), Evaluating (Penilaian).*

A. Pendahuluan

Keberadaan *Public Relations* dalam suatu organisasi perusahaan terutama difungsikan untuk menunjang fungsi-fungsi manajemen perusahaan untuk mencapai tujuan bersama. Adanya berbagai kemajuan telah mengakibatkan terjadinya pembaruan dalam masyarakat.

Cara hidup masyarakat yang semakin modern dan semakin terspesialisasi dalam bidang-bidang tertentu, semakin mempengaruhi fungsi tersebut. Peran manajerial *Publik Relations* secara eksternal adalah adanya pengelolaan program CSR (*Corporate Social Responsibility*), hal tersebut dikarenakan setiap perusahaan tidak hanya memiliki sisi tanggungjawab ekonomis. Perusahaan dalam melaksanakan kegiatan operasionalnya akan berinteraksi secara langsung maupun tidak langsung dengan lingkungannya. Interaksi ini karena sumber-sumber ekonomi yang digunakan oleh perusahaan secara keseluruhan berasal dari lingkungan dan pada akhirnya dikonsumsi juga oleh lingkungan.

Pelaksanaan kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan yang menggunakan CSR, tentu akan membangun citra yang positif karena bertujuan untuk menjalin hubungan atau kerjasama yang lebih baik dengan masyarakat. Salah satu program CSR PT. Pertamina dalam membangun citra yang positif adalah program CSR PT. Pertamina EP Asset 3 Cirebon yang lebih difokuskan kepada *field* Subang.

Sesuai dengan latar belakang masalah di atas maka dapat dirumuskan permasalahannya sebagai berikut: “Bagaimana Penerapan Proses *Public Relations* pada Program CSR PT. Pertamina EP Asset 3 Cirebon *Field* Subang?” Selanjutnya, tujuan dalam penelitian ini diuraikan dalam pokok-pokok sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui *information gathering* (pengumpulan informasi) pada program CSR PT. Pertamina EP Asset 3 Cirebon *Field* Subang?
2. Untuk mengetahui *planning* (perencanaan) pada program CSR PT. Pertamina EP Asset 3 Cirebon *Field* Subang?
3. Untuk Mengetahui *communicating* (pengkomunikasian) pada program CSR PT. Pertamina EP Asset 3 Cirebon *Field* Subang?
4. Untuk mengetahui *evaluating* (penilaian) pada program CSR PT. Pertamina EP Asset 3 Cirebon *Field* Subang?

B. Landasan Teori

Semua bentuk komunikasi yang terencana, baik itu ke dalam maupun ke luar, antara suatu organisasi dengan semua khalayaknya dalam rangka mencapai tujuan-tujuan spesifik yang berlandaskan pada saling pengertian.” (Wilson, 2000:10). Dalam menjalankan fungsinya *Public relations* berorientasi kepada publik internal dan eksternal. Banyak definisi yang ditujukan untuk *Public relations* di antaranya adalah menurut kamus *Fund and Wagnal, American Standard Desk Dictionary* seperti dikutip oleh Anggoro bahwa: *Public relations* adalah segenap kegiatan yang digunakan oleh organisasi atau individu untuk menciptakan atau memelihara suatu sikap dan tanggapan yang baik dari pihak luar terhadap keberadaan dan sepek terjangnya sebuah perusahaan, lembaga, dan lain sebagainya (Anggoro, 2000:2).

Public relations menurut Widjaja yaitu “Untuk menciptakan, membina dan memelihara sikap budi yang menyenangkan bagi lembaga atau organisasi di satu pihak dan dengan publik di lain pihak dengan komunikasi yang harmonis dan timbal balik” (Widjaja, 2002:55). Dalam sebuah organisasi, *public relations* dibentuk untuk menunjang manajemen yang berupaya untuk mencapai tujuan organisasi, sehingga tujuan utama yang akan dicapai oleh *public relations* adalah tujuan organisasi. Proses

perencanaan program kerja bertujuan untuk mengelola berbagai aktivitas Humas tersebut agar dapat diwujudkan jika terorganisasi dengan baik melalui manajemen Humas yang dikelola secara profesional dan dapat dipertanggungjawabkan hasil atau sasarannya, kemudian adanya pertukaran pendapat, pesan, dan informasi yang jelas, serta mudah dimengerti oleh kedua belah pihak (komunikator dan komunikan) yang terlibat melalui sistem saluran (*channel*), media massa atau bentuk media non massa lainnya yang dapat dimanfaatkan sebagai alat (*tool*) untuk kegiatan atau aktivitas komunikasi dua arah timbal balik (*reciprocal two ways traffic communication*) dalam hal pencapaian umpan balik (*feed back*) yang positif. Kegiatan yang dilaksanakan oleh Humas bertujuan mencakup terciptanya citra positif (*good image*), kemauan yang baik (*goodwill*), saling menghargai (*mutual understanding*), toleransi (*tolerance*) antara kedua belah pihak yang terkait dan sebagainya, tidak seluruh kegiatan yang dilakukan disebarkan kepada publik, karena yang diperlihatkan kepada publik hanya proses pelaksanaannya (*communicating*) sedangkan proses, seperti; *fact finding*, *planning*, *communicating*, dan *evaluating* tidak diperlihatkan. Sehingga kegiatan yang diketahui oleh publik dan bagianbagian perusahaan selain Humas hanya pada proses *communicating*-nya, dan mereka menilai bahwa kegiatan tersebut adalah keseluruhan dari program Humas yang telah direncanakan.

Berikut ini adalah penjelasan secara rinci masing-masing elemen proses *public relations*/Humas tersebut:

1. Informations Gathering (pengumpulan informasi)

Sebelum melakukan berbagai kegiatan manajerial *Public Relations*, PR harus melakukan tahap ini dengan cara membuat berbagai macam catatan kronologis, istematis, dan terkategori. Dan itu berasal dari peristiwa yang terjadi, dokumen, sejarah, informasi lisan/tertulis, majalah, berbagai macam koran, sangat penting data yang aktual, objektif, dan seterusnya.

2. *Planning* (perencanaan)

Perencanaan disusun dengan berpijak pada data dan fakta yang diperoleh pada tahap penemuan data tadi. "Fakta adalah hal-hal yang dilihat sendiri atau hasil-hasil *interview* dengan orang-orang yang bersangkutan dengan pekerjaan yang digarap.

3. *Communicating* (pengkomunikasian)

Tahap ini adalah menjelaskan dan sekaligus mendramatisir informasi mengenai langkah-langkah yang akan dilakukan, sehingga mampu menimbulkan kesan-kesan yang secara efektif untuk dapat mempengaruhi bagi pihak-pihak yang dianggap penting dan berpotensi dalam upaya memberikan dukungan sepenuhnya: *Here's what we did and why?* (Apa yang telah kita lakukan dan mengapa begitu)

4. *Evaluating* (Penilaian)

Evaluating merupakan tahapan yang terakhir dalam proses Humas. Maksud dari evaluasi ini adalah untuk mengetahui apakah suatu program itu dapat mencapai tujuan yang dikehendaki oleh organisasi. Berhubungan dengan itu, maka evaluasi dilakukan terhadap baik dan efektifnya program serta hasil-hasil yang dicapainya setelah pelaksanaan program tersebut.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Kegiatan program CSR (*Corporate Social Responsibility*) PT. Pertamina EP Asset 3 Cirebon *Field* Subang adalah suatu konsep atau tindakan yang dilakukan oleh perusahaan sebagai rasa tanggungjawab perusahaan terhadap sosial maupun lingkungan sekitar di mana perusahaan itu berada, seperti melakukan suatu kegiatan yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitar dan menjaga lingkungan, memberikan

beasiswa untuk anak tidak mampu di daerah tersebut, dana untuk pemeliharaan fasilitas umum, sumbangan untuk membangun desa/fasilitas masyarakat yang bersifat sosial dan berguna untuk masyarakat banyak, khususnya masyarakat yang berada di sekitar perusahaan tersebut berada. Kegiatan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan sebuah fenomena dan strategi yang digunakan perusahaan untuk mengakomodasi kebutuhan dan kepentingan *stakeholder*. CSR dimulai sejak era di mana kesadaran akan *sustainability* perusahaan jangka panjang adalah lebih penting daripada sekedar *profitability* perusahaan. Kegiatan ini juga sebagai bagian dari program yang dilakukan PT. Pertamina EP Asset 3 Cirebon pada *Field* Subang dalam hal memberikan dana yang dikemas dengan penerapan *Public Relations* dari program CSR berupa pemberian bantuan kepada 8 desa yang membutuhkan bantuan dari Pertamina, yang di antaranya memperbaiki jalan umum yang sudah rusak parah karena dilalui kendaraan alat berat Pertamina, sehingga 8 desa ini mengajukan bantuan dana perbaikan ke Pertamina. Program CSR yang telah dilaksanakan oleh PT. Pertamina EP Asset 3 Cirebon sebagai bentuk kesadaran tentang pentingnya penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam implementasinya, PT Pertamina EP Asset 3 Cirebon senantiasa merasa sebagai bagian dari komunitas dan bertanggung jawab terhadap keberlangsungan hidup masyarakat. PT. Pertamina EP Asset 3 Cirebon sendiri sudah banyak melakukan aktivitas atau kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang sekiranya dapat menyentuh seluruh lapisan masyarakat.

Program CSR yang telah dilaksanakan oleh PT. Pertamina EP Asset 3 Cirebon hal tersebut sebagai bentuk kesadaran tentang pentingnya penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam implementasinya, PT Pertamina EP Asset 3 Cirebon senantiasa merasa sebagai bagian dari komunitas dan bertanggung jawab terhadap keberlangsungan hidup masyarakat. PT. Pertamina EP Asset 3 Cirebon sendiri sudah banyak melakukan aktivitas atau kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang sekiranya dapat menyentuh seluruh lapisan masyarakat khususnya pada *Field* Subang.

D. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka penulis mencoba menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. *Information gathering* (pengumpulan informasi) pada *Public Relations* PT. Pertamina EP Asset 3 Cirebon dalam program CSR *Field* Subang sudah menerapkan proses yang baik yaitu dengan mengumpulkan informasi-informasi sebelum menjalankan program CSR *Field* Subang tersebut. *Public relations* PT. Pertamina EP Asset 3 Cirebon telah mengadakan perbandingan, pertimbangan, dan penilaian, sehingga akhirnya dapat diperoleh kesimpulan sampai di mana derajat kebenaran dari data yang diperoleh yang kemudian dijadikan bahan untuk merumuskan strategi program. Beberapa teknik pengumpulan pun dilakukan oleh *public relations* PT. Pertamina EP Asset 3 Cirebon seperti adanya tahap catatan kronologis wilayah yang akan diberikan CSR oleh Pertamina. Kategorisasi wilayah yang akan diberikan CSR oleh Pertamina. Data dokumentasi wilayah yang akan diberikan CSR oleh Pertamina.
 - a. Catatan Kronologis: Dari pengumpulan informasi yaitu tahap catatan kronologis wilayah yang akan diberikan CSR oleh Pertamina dari *field* yang harus dibantu. Adapun rencana pemberian CSR itu sendiri ke wilayah Subang, berdasarkan data yang sudah didapat dari *Public Relations* Pertamina terdapat 8 (delapan) Desa yang perlu dibantu karena Desa tersebut mengalami kerusakan jalan dan hal itu harus diperbaiki oleh Pertamina karena jalan umum tersebut mengalami kerusakan parah oleh kendaraan alat

berat Pertamina. Dalam proses tahapan catatan kronologis, pihak Pertamina sudah mengantongi 8 (delapan) desa yang membutuhkan dana CSR yang di antaranya memperbaiki jalan umum yang sudah rusak parah karena dilalui kendaraan alat berat Pertamina, sehingga delapan desa ini mengajukan bantuan dana perbaikan ke Pertamina. Delapan desa tersebut meliputi: (1). Desa Jatimulya, Kec. Compreg, Kab. Subang. (2). Desa Sukadana, Kec. Compreg, Kab. Subang. (3). Desa Sukatani, Kec. Compreg, Kab. Subang. (4). Desa Jatiraya, Kec. Compreg, Kab. Subang. (5). Desa Tanjungsalep Kec. Compreg, Kab. Subang. (6). Desa Cigadung, Kec. Tambak Dahan, Kab. Subang. (7). Desa Tambangsari, Kec. Binong, Kab. Subang. (8). Desa Wates Kec. Binong, Kab. Subang. Catatan kronologis wilayah tersebut sebagai data utama yang harus ditangani oleh *Public Relations* Pertamina karena ke delapan Desa itu sendiri sebagai bagian dari wilayah yang seringkali dilalui oleh kendaraan berat Pertamina, oleh karena itu pihak *Public Relations* mengutamakan delapan desa dalam hal pemberian dana CSR untuk memperbaiki jalan yang rusak.

- b. Kategorisasi Wilayah: Dalam kategorisasi wilayah yang akan diberikan CSR oleh Pertamina sebagai bentuk analisa yang baik dari *Public Relations* Pertamina di mana pelaksanaan kategorisasi wilayah memberikan kemudahan dalam hal pembagian dana CSR lebih tepat sasaran kewilayah desa yang membutuhkan. Selain itu, dengan adanya kategorisasi wilayah dapat menciptakan keadilan yang merata bagi delapan desa yang ada di Subang tersebut.
 - c. Data Dokumentasi: Dari data dokumentasi secara keseluruhan program CSR PEP Asset 3 *Field* Subang berfokus pada bidang infrastruktur, pendidikan, kesehatan, lingkungan dan ekonomi dengan wilayah penerima manfaat yang tersebar di wilayah Subang. Dari 10 desa yang berada di wilayah kerja PT. Pertamina Ep Asset 3, *Field* Subang, ada 8 desa yang membutuhkan bantuan dari Pertamina, untuk memperbaiki jalan umum yang sudah rusak parah karena dilalui kendaraan alat berat Pertamina, sehingga 8 desa ini mengajukan bantuan dana perbaikan ke Pertamina, meliputi: Desa Jatimulya, Kec. Compreg, Kab. Subang. Desa Sukadana, Kec. Compreg, Kab. Subang. Desa Sukatani, Kec. Compreg, Kab. Subang. Desa Jatiraya, Kec. Compreg, Kab. Subang. Desa Tanjungsalep Kec. Compreg, Kab. Subang. Desa Cigadung, Kec. Tambak Dahan, Kab. Subang. Desa Tambangsari, Kec. Binong, Kab. Subang. Desa Wates Kec. Binong, Kab. Subang.
2. *Planning and programming* (perencanaan dan program). Dalam hal ini, *Public Relations* PT. Pertamina EP Asset 3 Cirebon melakukan perencanaan program seperti merumuskan penyaluran dana CSR untuk delapan wilayah yang sudah terdata berdasarkan fakta observasi yang didapat dari *Information gathering* (pengumpulan informasi). Adapun perencanaan dan program yang dilaksanakan berupa perbaikan jalan, pembuatan rumah limbah, pembuatan masjid, dan lain sebagainya. Rencana penyusunan dana CSR yang akan disalurkan kedelapan desa di wilayah Subang yang di mana perencanaan PR tersebut sebagai langkah-langkah yang harus diambil untuk menyelesaikan masalah yang ditemui. Rencana dapat disusun setelah mengetahui apa masalah yang dihadapi, sementara masalah diketahui melalui riset yang telah dilakukan untuk itu. Perencanaan penyusunan dilakukan berdasarkan *information gathering* (pengumpulan informasi) dari Proses *Public Relations* pada program CSR PT. Pertamina EP Asset 3 Cirebon

Field Subang yang didapat dari delapan desa di wilayah Subang.

3. Proses *communicating* (komunikasi). Dalam menjalankan program CSR PT. Pertamina EP Asset 3 Cirebon sangat bergantung sekali dengan media massa, baik cetak maupun elektronik dimana setiap kegiatan CSR yang dilakukan Pertamina dipublikasikan melalui media yang bertujuan untuk membangun citra yang baik baik secara internal maupun eksternal masyarakat umum khususnya di wilayah Subang, umumnya masyarakat Indonesia. Pentingnya *media relations* bagi sebuah organisasi tidak terlepas dari “kekuatan” media massa yang tidak hanya mampu menyampaikan pesan kepada banyak khalayak, namun lebih dari itu, media sebagaimana konsep dasar yang diusungnya memiliki fungsi mendidik, memengaruhi, mengawasi, menginformasikan, menghibur, memobilisasi. Dari sinilah media memiliki potensi strategis untuk memberi pengertian, membangkitkan kesadaran, mengubah sikap, pendapat, dan perilaku sebagaimana tujuan yang hendak disasar lembaga yang menciptakan konferensi pers seperti yang dilakukan oleh Pertamina dalam kegiatan CSR ke wilayah Subang.
4. Proses *evaluating* (evaluasi) dalam hal ini, *Public Relations* PT. Pertamina EP Asset 3 Cirebon seringkali melakukan evaluasi baik secara formatif berupa mengamati terus-menerus arah dan kemajuan proyek CSR yang dilaksanakan Pertamina, maupun secara evaluasi sumatif di mana pihak *Public Relations* PT. Pertamina EP Asset 3 Cirebon seringkali melakukan evaluasi keseluruhan setelah pembagian CSR ke wilayah Subang sudah selesai. Adanya evaluasi ini, agar pihak *Public Relations* PT. Pertamina EP Asset 3 Cirebon tidak mengulangi kesalahan dan kekurangan yang sudah terjadi di lapangan.
 - a. Evaluasi Formatif : Dengan adanya evaluasi formatif yang dilakukan Pertamina pada program CSR di wilayah Subang mempermudah pengontrolan atas kesalahan yang dilakukan oleh praktisi CSR di lapangan, artinya dengan seringnya evaluasi secara formatif pada saat program tersebut sedang berjalan karena dengan adanya evaluasi kita bisa mengontrol program dengan baik dan benar, serta dapat menciptakan solusi yang baik pada saat terjadi kesalahan pada program CSR wilayah itu sendiri. Salah satu contohnya yaitu pada saat kami melakukan kesalahan dalam hal dalam pembagian wilayah desa yang harus diutamakan dalam pembagian CSR maka saat itu juga kami mengevaluasi kinerja kami sehingga dengan adanya evaluasi formatif program CSR yang sedang berjalan mudah terkontrol.
 - b. Evaluasi Sumatif : Dengan adanya evaluasi sumatif dapat mengetahui tingkat kesalahan dan kekurangan secara keseluruhan dari program CSR wilayah Subang yang sudah dilaksanakan agar ke depannya kegiatan CSR lebih baik dan tidak mengulangi kesalahan seperti yang terjadi sebelumnya dan untuk meningkatkan progresivitas penyaluran CSR tepat sasaran.

E. Saran

Saran Teoritis

1. Penelitian ini, diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran dan membuka ruang pengkajian bagi pengembangan Ilmu Komunikasi. Khususnya *Public Relations* yang berkaitan dengan metode deskriptif dengan perspektif kualitatif tentang penerapan proses *Public Relations* pada program CSR PT. Pertamina EP Asset 3 Cirebon *Field* Subang.

2. Dalam membahas fenomena penerapan Proses *Public Relations* pada program CSR perusahaan, sebaiknya peneliti selanjutnya untuk menekankan kepada teori dan konsep yang lebih mengarah kepada studi kasus seperti memakai konsep dari Robert K. Yin yang penelitiannya lebih menitikberatkan pada 5 W + 1 H.

Saran Praktis

1. Saran secara *information gathering* (pengumpulan informasi) pada *Public Relations* PT. Pertamina EP Asset 3 Cirebon dalam program CSR *Field* Subang sebaiknya pihak PR lebih mengolah dan lebih mendata secara objektif terhadap wilayah-wilayah Subang yang harus didahulukan dalam pemberian CSR agar pemberian dana tersebut merata sesuai dengan pengumpulan informasi yang sudah dilakukan.
2. Saran untuk *planning and programming* (perencanaan dan program). CSR PT. Pertamina EP Asset 3 Cirebon *Field* Subang ini diharapkan untuk ke depannya lebih fokus terhadap perencanaan perbaikan jalan ke berbagai wilayah Subang karena setiap wilayah jalan yang sering dilalui oleh mobil Pertamina perlu diperbaiki. Selain itu, perencanaan lain yang harus diutamakan adalah harus mempercepat pembuatan rumah limbah agar lingkungan sekitar wilayah tetap terjaga dan tidak tercemar akan limbah dari Pertamina tersebut.
3. Untuk proses *communicating* (komunikasi) diharapkan untuk ke depannya pihak PR Pertamina harus sering membangun relasi dengan awak media massa karena hal tersebut dapat menguntungkan Pertamina dalam hal membangun citra yang lebih baik lagi di mata masyarakat.
4. Sementara saran buat evaluasi diharapkan untuk ke depannya pihak PR Pertamina lebih sering mengevaluasi baik secara formatif maupun secara evaluasi sumatif karena faktor evaluasi bisa menjamin program CSR wilayah Subang akan berjalan dengan baik dan lancar.

Daftar Pustaka

- Abdurrahman, Oemi. 2000. *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung: PT. Rosda Karya Persada
- Ardianto, Elvinaro, 2011, *Handbook of Public Relations*. Bandung: Simbiosis Reklatama Media
- Anggoro, Linggar. 2000. *Teori dan Profesi Kehumasan*. Jakarta: Bumi Aksara
- Assumpta, Rumanti. 2005. *Dasar-Dasar Public Relations Teori dan Praktik* Bandung: Simbosa Rekatama Media.
- Atkin, Douglas, 2006. *Membangun Kesetiaan Merek*. Yogyakarta: PT. Bintang Pustaka