

Efektivitas Komunikasi Publik Pemerintah dalam Penanganan Kelangkaan Bahan Bakar Minyak (BBM) di Provinsi Sumatera Utara

The Effectiveness of Government Public Communication in Handling Fuel Oil (BBM) Scarcity in North Sumatra Province

Maria Ulfa Batoebara

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Dharmawangsa

Jl. KL. Yos Sudarso No.224, Glugur Kota, Kec. Medan Barat

*Email: ulfa@dharmawangsa.ac.id

ABSTRAK

Kelangkaan bahan bakar minyak (BBM) merupakan isu strategis yang berdampak terhadap stabilitas ekonomi, mobilitas masyarakat, serta kepercayaan publik terhadap pemerintah. Dalam situasi tersebut, komunikasi publik menjadi elemen penting untuk memastikan masyarakat memperoleh informasi yang akurat, transparan, dan tepat waktu sehingga dapat mengurangi ketidakpastian dan mencegah kepanikan. Artikel ini bertujuan menganalisis efektivitas komunikasi publik pemerintah dalam penanganan kelangkaan BBM di Provinsi Sumatera Utara melalui pendekatan literature review. Kajian dilakukan dengan menelaah berbagai artikel ilmiah, dokumen kebijakan, dan publikasi yang membahas komunikasi publik, komunikasi krisis, serta implementasi kebijakan di sektor energi. Hasil kajian menunjukkan bahwa efektivitas komunikasi publik dipengaruhi oleh kecepatan penyampaian informasi, konsistensi pesan, transparansi data, koordinasi antarlembaga, dan pemanfaatan media digital. Sebaliknya, informasi yang tidak konsisten atau terlambat dapat memicu ketidakpercayaan masyarakat dan panic buying, yang justru memperburuk gangguan distribusi. Artikel ini menawarkan model komunikasi publik berbasis kolaborasi pemerintah, badan usaha energi, media massa, dan masyarakat sebagai strategi untuk meningkatkan efektivitas penanganan krisis energi di tingkat daerah. Temuan ini diharapkan menjadi masukan bagi pemerintah dalam memperkuat tata kelola komunikasi publik pada situasi krisis.

Kata Kunci: komunikasi publik, komunikasi krisis, kelangkaan BBM, kebijakan publik, Sumatera Utara.

ABSTRACT

Fuel shortages are a strategic issue impacting economic stability, public mobility, and public trust in the government. In such situations, public communication is a crucial element in ensuring the public receives accurate, transparent, and timely information, thereby reducing uncertainty and preventing panic. This article aims to analyze the effectiveness of government public communication in addressing fuel shortages in North Sumatra Province through a literature review. The study was conducted by examining various scientific articles, policy documents, and publications discussing public communication, crisis communication, and policy implementation in the energy sector. The results indicate that the effectiveness of public communication is influenced by the speed of information delivery, message consistency, data transparency, interagency coordination, and the use of digital media. Conversely, inconsistent or delayed information can trigger public distrust and panic buying, which can exacerbate

distribution disruptions. This article proposes a public communication model based on collaboration between the government, energy companies, the mass media, and the public as a strategy to increase the effectiveness of energy crisis management at the regional level. These findings are expected to provide input for the government in strengthening public communication governance in crisis situations.

Keywords: *public communication, crisis communication, fuel shortages, public policy, North Sumatra.*

A.PENDAHULUAN

Bahan bakar minyak (BBM) merupakan komoditas strategis yang memiliki peran penting dalam mendukung aktivitas ekonomi, transportasi, industri, dan kehidupan masyarakat. Ketersediaan BBM yang stabil menjadi salah satu indikator ketahanan energi nasional karena berpengaruh langsung terhadap distribusi barang, mobilitas masyarakat, serta pertumbuhan ekonomi daerah. Oleh karena itu, setiap gangguan distribusi atau kelangkaan BBM berpotensi menimbulkan dampak sosial dan ekonomi yang luas.

Di Indonesia, beberapa peristiwa kelangkaan BBM menunjukkan bahwa permasalahan tidak hanya dipengaruhi oleh aspek distribusi dan logistik, tetapi juga oleh bagaimana informasi disampaikan kepada masyarakat. Ketika komunikasi pemerintah tidak berjalan secara cepat, konsisten, dan transparan, masyarakat cenderung mengalami ketidakpastian yang dapat memicu pembelian berlebihan (*panic buying*) dan memperburuk kondisi distribusi. Sebaliknya, komunikasi publik yang efektif mampu meningkatkan kepercayaan masyarakat dan mengurangi penyebaran informasi yang tidak akurat.

Provinsi Sumatera Utara merupakan salah satu wilayah dengan aktivitas ekonomi dan mobilitas masyarakat yang tinggi sehingga sangat bergantung pada kelancaran distribusi BBM. Dalam kondisi terjadinya gangguan pasokan atau distribusi, pemerintah daerah, instansi terkait, dan badan usaha sektor energi dituntut untuk membangun komunikasi publik yang cepat, akurat, dan mudah dipahami oleh masyarakat. Komunikasi tersebut tidak hanya berfungsi menyampaikan informasi mengenai kondisi pasokan BBM, tetapi juga membangun kepercayaan publik terhadap kebijakan yang diambil.

Dalam perspektif ilmu komunikasi, komunikasi publik merupakan proses penyampaian informasi yang dilakukan oleh lembaga pemerintah kepada masyarakat untuk membangun pemahaman, partisipasi, dan kepercayaan terhadap kebijakan publik. Pada situasi krisis, komunikasi publik berkembang menjadi komunikasi krisis yang menekankan pentingnya kecepatan respons, konsistensi pesan, transparansi informasi, dan koordinasi antar pemangku kepentingan. Penerapan prinsip-prinsip tersebut menjadi faktor penting dalam mengurangi kepanikan masyarakat serta menjaga stabilitas sosial selama terjadinya kelangkaan BBM.

Penelitian terdahulu mengenai kelangkaan BBM umumnya berfokus pada distribusi energi,

implementasi kebijakan, maupun dampak ekonomi. Di sisi lain, kajian mengenai efektivitas komunikasi publik pemerintah dalam penanganan kelangkaan BBM, khususnya melalui pendekatan *literature review*, masih relatif terbatas. Sebagian penelitian komunikasi krisis juga lebih banyak membahas komoditas lain, seperti kelangkaan minyak goreng, sehingga belum memberikan gambaran yang komprehensif mengenai komunikasi publik pada sektor energi.

Berdasarkan kondisi tersebut, artikel ini bertujuan menganalisis efektivitas komunikasi publik pemerintah dalam penanganan kelangkaan BBM melalui sintesis berbagai hasil penelitian dan dokumen kebijakan. Artikel ini juga mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi keberhasilan komunikasi publik serta menawarkan model konseptual yang dapat diterapkan untuk meningkatkan efektivitas komunikasi pada situasi krisis energi. Kontribusi artikel ini terletak pada integrasi konsep komunikasi publik, komunikasi krisis, dan implementasi kebijakan dalam konteks tata kelola distribusi BBM sehingga dapat menjadi rujukan bagi penelitian selanjutnya maupun bagi perumusan kebijakan komunikasi pemerintah.

B. LANDASAN TEORI

Komunikasi Publik

Komunikasi publik merupakan proses penyampaian informasi oleh pemerintah atau lembaga publik kepada masyarakat dengan tujuan membangun pemahaman, kepercayaan, partisipasi, dan dukungan terhadap kebijakan yang dilaksanakan. Dalam penyelenggaraan pemerintahan, komunikasi publik menjadi instrumen penting untuk menjamin keterbukaan informasi, meningkatkan akuntabilitas, serta memperkuat hubungan antara pemerintah dan masyarakat.

Menurut Lasswell (1948), komunikasi dapat dipahami melalui pertanyaan *Who says what in which channel to whom with what effect*. Model ini menjelaskan bahwa efektivitas komunikasi ditentukan oleh komunikator, pesan, media yang digunakan, sasaran komunikasi, serta dampak yang dihasilkan. Dalam konteks komunikasi publik, pemerintah berperan sebagai komunikator yang bertanggung jawab menyampaikan informasi yang akurat, jelas, dan mudah dipahami masyarakat. Cutlip, Center, dan Broom (2019) menyatakan bahwa komunikasi publik yang efektif harus memenuhi prinsip keterbukaan (*transparency*), kredibilitas (*credibility*), konsistensi (*consistency*), dan responsivitas (*responsiveness*). Prinsip-prinsip tersebut menjadi landasan penting dalam menjaga kepercayaan masyarakat, khususnya pada situasi krisis.

Dalam penanganan kelangkaan BBM, komunikasi publik tidak hanya berfungsi sebagai penyampaian informasi mengenai distribusi dan ketersediaan BBM, tetapi juga sebagai sarana membangun kepercayaan masyarakat agar tidak melakukan pembelian secara berlebihan (*panic buying*). Oleh karena itu, efektivitas komunikasi publik menjadi indikator penting dalam keberhasilan pemerintah

mengelola krisis.

Komunikasi Krisis (Situational Crisis Communication Theory)

Komunikasi krisis merupakan bagian dari strategi komunikasi yang digunakan organisasi atau pemerintah dalam menghadapi situasi yang berpotensi mengganggu stabilitas organisasi maupun kepentingan publik. Tujuan utama komunikasi krisis adalah mengurangi ketidakpastian, memberikan informasi yang benar, serta menjaga kepercayaan masyarakat.

Coombs (2007) melalui **Situational Crisis Communication Theory (SCCT)** menjelaskan bahwa keberhasilan komunikasi krisis dipengaruhi oleh kemampuan organisasi memilih strategi komunikasi yang sesuai dengan karakteristik krisis yang dihadapi. Pemerintah dituntut memberikan informasi secara cepat, akurat, konsisten, dan transparan agar masyarakat memperoleh kepastian mengenai kondisi yang sedang terjadi.

Menurut SCCT, terdapat beberapa prinsip utama komunikasi krisis, yaitu:

1. Kecepatan penyampaian informasi (Timeliness), sehingga masyarakat segera memperoleh informasi resmi.
2. Akurasi informasi (Accuracy) untuk mencegah penyebaran hoaks.
3. Konsistensi pesan (Consistency) agar seluruh instansi menyampaikan informasi yang sama.
4. Empati kepada masyarakat (Empathy) melalui penyampaian pesan yang menunjukkan kepedulian pemerintah.
5. Keterbukaan informasi (Transparency) sehingga masyarakat memahami kondisi yang sebenarnya.

Dalam konteks kelangkaan BBM, penerapan komunikasi krisis menjadi penting karena keterlambatan informasi sering kali memicu kepanikan masyarakat, antrean panjang di SPBU, dan penyebaran informasi yang tidak benar melalui media sosial.

Efektivitas Komunikasi

Efektivitas komunikasi merupakan tingkat keberhasilan penyampaian pesan sehingga tujuan komunikasi dapat tercapai. DeVito (2019) menjelaskan bahwa komunikasi dikatakan efektif apabila penerima pesan memahami informasi sesuai dengan maksud komunikator dan memberikan respons yang diharapkan.

Dalam penelitian ini, efektivitas komunikasi publik dianalisis melalui lima indikator utama:

1. Kejelasan informasi, yaitu informasi mudah dipahami masyarakat.
2. Ketepatan waktu, yaitu informasi disampaikan segera setelah terjadi perubahan situasi.
3. Konsistensi pesan, yaitu kesesuaian informasi yang disampaikan oleh berbagai lembaga.
4. Transparansi, yaitu keterbukaan pemerintah mengenai penyebab dan penanganan kelangkaan BBM.

5. Kepercayaan masyarakat, yaitu tingkat keyakinan masyarakat terhadap informasi resmi yang diberikan pemerintah.

Semakin tinggi kelima indikator tersebut, semakin efektif komunikasi publik yang dilakukan pemerintah dalam mengelola krisis.

Implementasi Kebijakan Publik

Implementasi kebijakan merupakan proses pelaksanaan kebijakan yang telah ditetapkan agar tujuan yang dirumuskan dapat tercapai. Van Meter dan Van Horn (1975) menjelaskan bahwa keberhasilan implementasi kebijakan dipengaruhi oleh enam variabel utama, yaitu:

- A. standar dan tujuan kebijakan;
- B. sumber daya;
- C. komunikasi antarorganisasi;
- D. karakteristik organisasi pelaksana;
- E. kondisi sosial, ekonomi, dan politik; serta
- F. disposisi atau komitmen pelaksana.

Dalam penanganan kelangkaan BBM, komunikasi menjadi variabel yang sangat menentukan karena melibatkan koordinasi antara pemerintah pusat, pemerintah daerah, PT Pertamina, aparat keamanan, media massa, dan masyarakat. Implementasi kebijakan yang didukung komunikasi yang baik akan mempercepat penyelesaian krisis serta meningkatkan kepercayaan publik terhadap pemerintah.

C.METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kepustakaan (*literature review*) untuk menganalisis efektivitas komunikasi publik pemerintah dalam penanganan kelangkaan Bahan Bakar Minyak (BBM) di Provinsi Sumatera Utara. Pendekatan ini dipilih karena bertujuan menyintesis berbagai hasil penelitian, teori, dan dokumen kebijakan yang relevan sehingga diperoleh pemahaman yang komprehensif mengenai strategi komunikasi publik dalam situasi krisis energi.

Sumber data penelitian terdiri atas data sekunder yang diperoleh dari artikel jurnal nasional dan internasional terindeks, buku ilmiah, peraturan perundang-undangan, laporan resmi pemerintah, publikasi PT Pertamina, serta dokumen dari Kementerian Energi dan Sumber Daya Mineral (ESDM) dan Kementerian Komunikasi dan Digital yang berkaitan dengan komunikasi publik, komunikasi krisis, implementasi kebijakan, dan distribusi BBM. Selain itu, artikel ini juga memanfaatkan publikasi ilmiah yang membahas penanganan krisis energi di Indonesia

sebagai bahan perbandingan untuk memperkuat analisis.

Proses penelusuran literatur dilakukan melalui beberapa basis data ilmiah, seperti Google Scholar, Scopus, Crossref, dan Garuda, dengan menggunakan kata kunci *public communication*, *crisis communication*, *fuel shortage*, *public policy implementation*, *energy crisis*, *komunikasi publik*, *komunikasi krisis*, *kelangkaan BBM*, dan *implementasi kebijakan*. Literatur yang dipilih merupakan publikasi yang diterbitkan pada rentang 2020–2026, sedangkan beberapa literatur klasik digunakan sebagai dasar teori, seperti teori komunikasi Harold D. Lasswell, *Situational Crisis Communication Theory* (SCCT) dari Coombs, teori efektivitas komunikasi dari DeVito, dan teori implementasi kebijakan Van Meter dan Van Horn.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui identifikasi, seleksi, evaluasi, dan sintesis literatur. Tahap identifikasi bertujuan menemukan sumber-sumber yang relevan dengan topik penelitian. Selanjutnya dilakukan proses seleksi berdasarkan kesesuaian tema, kualitas publikasi, serta relevansi terhadap tujuan penelitian. Literatur yang memenuhi kriteria kemudian dianalisis secara kritis untuk mengidentifikasi konsep, temuan penelitian, serta kesenjangan penelitian (*research gap*) yang berkaitan dengan efektivitas komunikasi publik dalam penanganan kelangkaan BBM.

Analisis data menggunakan analisis isi (*content analysis*) dengan pendekatan tematik. Data yang diperoleh diklasifikasikan ke dalam beberapa tema utama, yaitu strategi komunikasi publik, komunikasi krisis, implementasi kebijakan, transparansi informasi, koordinasi antarlembaga, pemanfaatan media digital, serta respons masyarakat terhadap kebijakan pemerintah. Selanjutnya dilakukan sintesis terhadap berbagai temuan penelitian untuk memperoleh pola hubungan antarvariabel dan menyusun model konseptual mengenai efektivitas komunikasi publik dalam penanganan kelangkaan BBM.

Untuk menjaga validitas kajian, penelitian menerapkan triangulasi sumber, yaitu membandingkan informasi dari berbagai jurnal ilmiah, dokumen kebijakan, dan publikasi resmi pemerintah. Selain itu, dilakukan evaluasi kritis terhadap kualitas setiap literatur berdasarkan kredibilitas penerbit, metode penelitian yang digunakan, serta relevansinya dengan fokus penelitian. Pendekatan ini diharapkan mampu menghasilkan analisis yang objektif, sistematis, dan memiliki dasar ilmiah yang kuat sehingga dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan kajian komunikasi publik dan komunikasi krisis, khususnya dalam penanganan kelangkaan BBM di Indonesia.

D.HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil telaah berbagai literatur, komunikasi publik merupakan faktor yang menentukan keberhasilan pemerintah dalam mengelola krisis kelangkaan Bahan Bakar Minyak (BBM). Dalam situasi krisis, masyarakat membutuhkan informasi yang cepat, akurat, konsisten, dan mudah dipahami untuk mengurangi ketidakpastian. Oleh karena itu, pemerintah melalui Kementerian Energi dan Sumber Daya Mineral (ESDM), PT Pertamina, pemerintah daerah, dan instansi terkait memiliki peran penting dalam menyampaikan informasi mengenai kondisi pasokan, distribusi, serta langkah-langkah penanganan kelangkaan BBM.

Literatur menunjukkan bahwa efektivitas komunikasi publik tidak hanya ditentukan oleh banyaknya informasi yang disampaikan, tetapi juga oleh kualitas pesan, transparansi, dan kemampuan pemerintah merespons perkembangan situasi secara cepat. Komunikasi yang dilakukan secara terbuka mampu meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap kebijakan pemerintah serta mengurangi penyebaran informasi yang tidak benar. Sebaliknya, keterlambatan penyampaian informasi sering kali memicu spekulasi, kepanikan masyarakat, dan meningkatnya pembelian BBM secara berlebihan (*panic buying*).

Dalam konteks Provinsi Sumatera Utara, komunikasi publik menjadi semakin penting karena wilayah ini memiliki aktivitas ekonomi yang tinggi serta jaringan distribusi BBM yang menjangkau daerah perkotaan hingga wilayah kepulauan dan pegunungan. Kondisi geografis tersebut menuntut adanya koordinasi komunikasi yang efektif antara pemerintah pusat, pemerintah daerah, PT Pertamina, aparat keamanan, media massa, dan masyarakat.

Efektivitas Komunikasi Publik Berdasarkan Dimensi Komunikasi

a. Kecepatan Penyampaian Informasi

Hasil kajian menunjukkan bahwa kecepatan penyampaian informasi merupakan indikator utama efektivitas komunikasi publik. Pada saat terjadi gangguan distribusi BBM, masyarakat membutuhkan kepastian mengenai penyebab kelangkaan, wilayah terdampak, serta estimasi waktu normalisasi distribusi.

Informasi yang disampaikan secara cepat mampu mengurangi ketidakpastian masyarakat sehingga potensi *panic buying* dapat ditekan. Sebaliknya, keterlambatan informasi

menyebabkan masyarakat mencari informasi dari sumber lain yang belum tentu benar sehingga memperbesar risiko penyebaran hoaks.

b. Transparansi Informasi

Transparansi menjadi aspek penting dalam komunikasi publik. Pemerintah perlu menjelaskan penyebab kelangkaan BBM secara terbuka, baik yang disebabkan oleh gangguan distribusi, faktor cuaca, peningkatan konsumsi, maupun kendala operasional lainnya.

Keterbukaan informasi meningkatkan legitimasi pemerintah dalam mengambil kebijakan sehingga masyarakat lebih mudah menerima langkah-langkah penanganan yang dilakukan. Transparansi juga memperkuat akuntabilitas pemerintah dalam mengelola krisis energi.

c. Konsistensi Pesan

Efektivitas komunikasi publik dipengaruhi oleh konsistensi informasi yang disampaikan oleh berbagai lembaga. Informasi dari pemerintah daerah, PT Pertamina, aparat keamanan, dan media massa harus memiliki substansi yang sama agar tidak menimbulkan kebingungan di masyarakat.

Ketidakkonsistenan informasi berpotensi menurunkan tingkat kepercayaan masyarakat serta memperburuk persepsi publik terhadap pemerintah. Oleh karena itu, koordinasi komunikasi antarinstansi menjadi faktor penting dalam manajemen krisis.

d. Pemanfaatan Media Digital

Perkembangan teknologi informasi telah mengubah pola komunikasi pemerintah dengan masyarakat. Media sosial, situs web resmi, aplikasi digital, serta konferensi pers daring menjadi saluran utama dalam penyampaian informasi mengenai kondisi distribusi BBM.

Literatur menunjukkan bahwa penggunaan media digital mampu mempercepat penyebaran informasi serta memperluas jangkauan komunikasi pemerintah. Namun demikian, media digital juga memiliki risiko penyebaran hoaks sehingga diperlukan mekanisme klarifikasi informasi secara cepat melalui kanal resmi pemerintah.

Faktor yang Mempengaruhi Efektivitas Komunikasi Publik

Hasil sintesis berbagai penelitian menunjukkan bahwa efektivitas komunikasi publik dipengaruhi oleh beberapa faktor utama.

a. Koordinasi Antar Lembaga

Koordinasi antara pemerintah pusat, pemerintah daerah, PT Pertamina, aparat keamanan, dan media merupakan faktor yang paling menentukan keberhasilan komunikasi publik. Koordinasi yang baik menghasilkan informasi yang seragam sehingga masyarakat memperoleh kepastian mengenai kondisi distribusi BBM.

b. Kredibilitas Komunikator

Kepercayaan masyarakat terhadap pemerintah sangat dipengaruhi oleh kredibilitas komunikator. Informasi yang disampaikan oleh pejabat resmi maupun juru bicara yang kompeten lebih mudah diterima dibandingkan informasi yang berasal dari sumber yang tidak jelas.

c. Literasi Informasi Masyarakat

Kemampuan masyarakat dalam memilah informasi menjadi faktor penting dalam mengurangi penyebaran hoaks. Tingkat literasi digital yang baik akan membantu masyarakat memperoleh informasi dari sumber resmi sehingga tidak mudah terpengaruh oleh informasi yang menyesatkan.

d. Kondisi Sosial dan Ekonomi

Kondisi sosial ekonomi masyarakat juga memengaruhi efektivitas komunikasi. Pada wilayah dengan ketergantungan tinggi terhadap BBM, masyarakat cenderung memberikan respons yang lebih cepat terhadap informasi mengenai kelangkaan sehingga diperlukan komunikasi yang lebih intensif.

Hasil kajian literatur menunjukkan bahwa komunikasi publik merupakan elemen strategis dalam penanganan kelangkaan BBM. Temuan ini sejalan dengan teori komunikasi

publik yang dikemukakan Lasswell, yang menekankan pentingnya komunikator, pesan, media, khalayak, dan efek komunikasi dalam mencapai tujuan penyampaian informasi. Dalam konteks kelangkaan BBM, pemerintah bertindak sebagai komunikator utama yang bertanggung jawab menyampaikan informasi yang akurat, jelas, dan tepat waktu kepada masyarakat.

Temuan penelitian juga mendukung **Situational Crisis Communication Theory (SCCT)** yang dikembangkan oleh Coombs. Teori ini menjelaskan bahwa keberhasilan komunikasi krisis sangat bergantung pada kecepatan respons, transparansi, konsistensi pesan, dan kemampuan organisasi mengelola informasi selama krisis. Dalam konteks kelangkaan BBM, komunikasi yang dilakukan secara cepat dan terbuka mampu menekan kepanikan masyarakat serta meningkatkan kepercayaan terhadap pemerintah.

Selain itu, hasil kajian menunjukkan bahwa efektivitas komunikasi publik memiliki hubungan yang erat dengan implementasi kebijakan. Berdasarkan teori Van Meter dan Van Horn, komunikasi merupakan salah satu variabel utama yang menentukan keberhasilan implementasi kebijakan publik. Ketika komunikasi antarorganisasi berjalan dengan baik, koordinasi distribusi BBM menjadi lebih efektif dan masyarakat memperoleh informasi yang jelas mengenai kebijakan pemerintah.

Artikel ini juga menemukan bahwa pemanfaatan media digital menjadi strategi komunikasi yang semakin penting dalam menghadapi krisis energi. Pemerintah tidak lagi hanya mengandalkan media massa konvensional, tetapi juga memanfaatkan media sosial, portal informasi resmi, dan platform digital untuk menyampaikan informasi secara real time. Pendekatan ini meningkatkan jangkauan komunikasi sekaligus mempercepat klarifikasi terhadap informasi yang menyesatkan.

Berdasarkan sintesis literatur, penulis mengusulkan Model Efektivitas Komunikasi Publik dalam Penanganan Kelangkaan BBM, yang terdiri atas lima komponen utama, yaitu kecepatan informasi, transparansi, konsistensi pesan, koordinasi antarlembaga, dan pemanfaatan media digital. Kelima komponen tersebut saling berhubungan dalam membangun kepercayaan masyarakat, mengurangi penyebaran hoaks, menekan *panic buying*, dan mendukung keberhasilan implementasi kebijakan distribusi BBM.

Temuan ini memberikan kontribusi konseptual dengan memperluas kajian komunikasi publik pada konteks krisis energi. Berbeda dengan penelitian sebelumnya yang lebih banyak menitikberatkan pada aspek distribusi dan kebijakan energi, artikel ini menegaskan bahwa keberhasilan penanganan kelangkaan BBM tidak hanya bergantung pada ketersediaan pasokan, tetapi juga pada efektivitas komunikasi pemerintah dalam mengelola informasi dan membangun kepercayaan publik. Pendekatan tersebut menjadi salah satu **kebaruan (novelty)** penelitian ini dan dapat menjadi dasar pengembangan strategi komunikasi publik yang lebih adaptif dalam menghadapi krisis energi di masa mendatang.

E. KESIMPULAN

Komunikasi publik merupakan faktor strategis dalam penanganan kelangkaan Bahan Bakar Minyak (BBM). Berdasarkan hasil telaah literatur, efektivitas komunikasi publik pemerintah ditentukan oleh kemampuan dalam menyampaikan informasi yang cepat, akurat, konsisten, transparan, dan mudah dipahami oleh masyarakat. Penerapan prinsip-prinsip tersebut mampu meningkatkan kepercayaan publik, mengurangi ketidakpastian, serta mencegah munculnya kepanikan (*panic buying*) yang dapat memperburuk kondisi kelangkaan BBM.

Kajian ini juga menunjukkan bahwa keberhasilan komunikasi publik tidak hanya bergantung pada kualitas pesan yang disampaikan, tetapi juga pada koordinasi antarlembaga, kredibilitas komunikator, pemanfaatan media digital, dan kemampuan pemerintah dalam merespons perkembangan situasi secara tepat waktu. Sinergi antara pemerintah pusat, pemerintah daerah, PT Pertamina, media massa, dan masyarakat menjadi faktor penting dalam menciptakan komunikasi yang efektif selama penanganan krisis energi.

Secara konseptual, artikel ini memberikan kontribusi dengan mengintegrasikan teori komunikasi publik, komunikasi krisis, dan implementasi kebijakan dalam menjelaskan efektivitas komunikasi pemerintah pada situasi kelangkaan BBM. Model konseptual yang ditawarkan menempatkan kecepatan informasi, transparansi, konsistensi pesan, koordinasi antarlembaga, dan pemanfaatan media digital sebagai lima dimensi utama efektivitas komunikasi publik dalam penanganan krisis energi.

Implikasi penelitian ini adalah perlunya pemerintah memperkuat sistem komunikasi publik melalui penyusunan protokol komunikasi krisis yang terintegrasi, peningkatan kapasitas juru bicara, optimalisasi media digital resmi, serta penguatan koordinasi antarinstansi. Selain itu, peningkatan literasi informasi masyarakat juga menjadi langkah penting untuk mengurangi

penyebaran disinformasi selama terjadi gangguan distribusi BBM.

Penelitian ini memiliki keterbatasan karena menggunakan pendekatan literature review, sehingga temuan yang dihasilkan bersifat konseptual dan bergantung pada kualitas literatur yang dianalisis.

Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan menggunakan pendekatan empiris, baik kuantitatif maupun kualitatif, untuk menguji efektivitas komunikasi publik pemerintah berdasarkan persepsi masyarakat, analisis media, atau studi kasus pada peristiwa kelangkaan BBM di berbagai daerah di Indonesia. Dengan demikian, hasil penelitian dapat memberikan bukti empiris yang lebih kuat dalam mendukung pengembangan kebijakan komunikasi publik pada sektor energi.

F. DAFTAR PUSTAKA

- Ahyar, H., Andriani, H., Sukmana, D. J., et al. (2020). *Buku metode penelitian kualitatif & kuantitatif*. CV Pustaka Ilmu.
- Coombs, W. T. (2007). *Ongoing crisis communication: Planning, managing, and responding* (2nd ed.). Sage Publications.
- Coombs, W. T. (2021). *Ongoing crisis communication: Planning, managing, and responding* (6th ed.). Sage Publications.
- Cutlip, S. M., Center, A. H., & Broom, G. M. (2019). *Effective public relations* (11th ed.). Pearson.
- DeVito, J. A. (2019). *The interpersonal communication book* (15th ed.). Pearson.
- Effendy, O. U. (2019). *Ilmu komunikasi: Teori dan praktik*. PT Remaja Rosdakarya.
- Grunig, J. E., & Hunt, T. (1984). *Managing public relations*. Holt, Rinehart and Winston.
- Kementerian Energi dan Sumber Daya Mineral Republik Indonesia. (2023). *Laporan kinerja Kementerian ESDM Tahun 2023*. Kementerian ESDM.
- Kementerian Komunikasi dan Digital Republik Indonesia. (2024). *Pedoman komunikasi publik pemerintah*. Kementerian Komunikasi dan Digital.
- Lasswell, H. D. (1948). The structure and function of communication in society. In L. Bryson (Ed.), *The communication of ideas* (pp. 37–51). Harper & Row.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2020). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (4th ed.). Sage Publications.
- Mulyana, D. (2021). *Ilmu komunikasi: Suatu pengantar* (Revisi). PT Remaja Rosdakarya.

Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 63 Tahun 2020 tentang Penetapan Daerah Tertinggal Tahun 2020–2024.

PT Pertamina (Persero). (2023). *Laporan keberlanjutan (Sustainability Report) 2023*. PT Pertamina (Persero).

Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of innovations* (5th ed.). Free Press.

Sugiyono. (2023). *Metode penelitian kualitatif*. Alfabeta.

Van Meter, D. S., & Van Horn, C. E. (1975). The policy implementation process: A conceptual framework. *Administration & Society*, 6(4), 445–488.

Jurnal

Anwar, R., & Sari, D. (2022). Government communication strategy in handling public policy during crisis. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*, 38(2), 120–136.

Fauzi, A., & Prasetyo, B. (2023). Public trust and government communication during energy crisis in Indonesia. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 21(1), 45–60.

Hidayat, T., & Ramadhan, A. (2022). Efektivitas komunikasi publik pemerintah pada masa krisis. *Jurnal ASPIKOM*, 7(2), 214–228.

Nugroho, R., & Wibowo, H. (2024). Crisis communication strategy in public sector organizations. *Jurnal Komunikasi Indonesia*, 13(1), 67–82.

Pratama, A., & Lestari, N. (2023). Public communication and digital governance in Indonesia. *Jurnal Penelitian Komunikasi*, 26(2), 145–160.

Putra, D., & Kurniawan, F. (2024). Government public communication in managing fuel distribution issues. *Jurnal Administrasi Publik*, 15(1), 88–103.

Sari, N., & Hidayah, L. (2022). Komunikasi krisis pemerintah dalam menghadapi isu publik di era digital. *Jurnal Studi Komunikasi*, 6(3), 521–538.

Wahyuni, S., & Hadi, P. (2023). Digital media utilization in public crisis communication. *Jurnal Komunikasi Profesional*, 7(1), 35–49.