

**REPRESENTASI KOMUNIKASI KRISIS PASOKAN BBM PT
SHELL INDONESIA TERHADAP RESPON PUBLIK DI
INSTAGRAM @shell_indonesia Januari 2025**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk tugas akhir

SKRIPSI

PROGAM STUDI IMU KOMUNIKASI



Disusun Oleh :

Jihan Mahalia

210900064

**UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA 2025**

***REPRESENTATION OF CRISIS COMMUNICATION ON FUEL
SUPPLY BY PT SHELL INDONESIA TOWARDS PUBLIC
RESPONSE ON INSTAGRAM @shell_indonesia IN JANUARY
2025***

Submitted as one of the requirements for the final assignment

THESIS

COMMUNICATION SCIENCE STUDY PROGRAM



Complied by :

Jihan Mahalia

210900064

***SATYA NEGARA INDONESIA UNIVERSITY
FACULTY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCES
JAKARTA 2025***

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA

PERNYATAAN KEASLIAN/ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Karya tulis saya, (SKRIPSI) ini, adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (sarjana), baik di Universitas Satya Negara Indonesia maupun di perguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan Tim Pembimbing dan Tim Penguji.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Jakarta, 27 Agustus 2025

Yang membuat pernyataan,



(Jihan Mahalia)

210900064

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA**

TANDA PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

NAMA : Jihan Mahalia
NIM : 210900007
JUDUL : Representasi Komunikasi Krisis
Pasokan BBM Pt Shell Indonesia
Terhadap Respon Publik Di
Instagram @shell_indonesia
Januari 2025

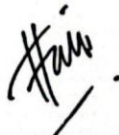
PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi
PEMINATAN : Public Relation

Telah disetujui oleh tim pembimbing untuk diajukan dalam sidang skripsi

Jakarta, 27 Agustus 2025

Menyetujui,

Pembimbing II



(Fitri Sarasati. M.Sc)

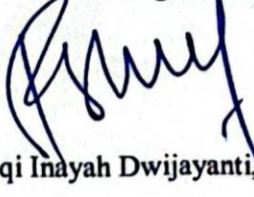
Pembimbing I



(Helen Olivia. M.Ikom)

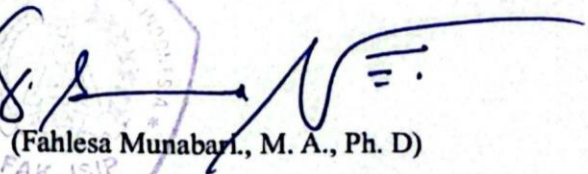
Mengetahui,

Ketua Program Studi



(Risqi Inayah Dwijayanti, M.Ikom)

Dekan FISIP



(Fahlesa Munabari, M. A., Ph. D)

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA**

TANDA PENGESAHAN SIDANG SKRIPSI

NAMA : Jihan Mahalia
NIM : 210900007
JUDUL : Representasi Komunikasi Krisis
Pasokan BBM Pt Shell Indonesia
Terhadap Respon Publik Di
Instagram @shell_indonesia
Januari 2025

PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi
PEMINATAN : Public Relation

Jakarta, 27 Agustus 2025

Menyetujui,

Ketua Penguji

(Helen Olivia, M.IKom)

: (.....)

Anggota Penguji I

(Risqi Inayah Dwijayanti, M.IKom)

: (.....)

Anggota Penguji II

(Dr. Achmad Budiman Sudarsono, M.IKom)

: (.....)

Mengetahui,

Ketua Program Studi

(Risqi Inayah Dwijayanti, M.IKom)

Dekan FISIP

(Fahlesa Munabari, M. A., Ph. D)

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA

NAMA : Jihan Mahalia
NIM : 210900007
JUDUL : Representasi Komunikasi Krisis
Pasokan BBM Pt Shell Indonesia
Terhadap Respon Publik Di
Instagram @shell_indonesia
Januari 2025
PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi
PEMINATAN : Public Relation

ABSTRAK

Komunikasi krisis sangat penting dalam mengatasi suatu krisis pada perusahaan atau organisasi. Penelitian ini merepresentasikan komunikasi krisis yang dilakukan oleh PT Shell Indonesia dalam menghadapi krisis pasokan BBM pada Januari 2025, serta respon publik yang tercermin melalui interaksi di media sosial Instagram.

Tujuan pada penelitian ini adalah untuk merepresentasikan komunikasi krisis yang dilakukan PT Shell Indonesia saat terjadi krisis pasokan BBM serta bagaimana respon yang diberikan publik khususnya di Instagram @shell_indonesia.

Penelitian ini menggunakan teori *Corporate Apologia* untuk mengidentifikasi strategi komunikasi krisis yang digunakan perusahaan dan teori *Analisis Konten* untuk menganalisis Instagram @shell_indonesia.

Pendekatan yang digunakan yaitu kualitatif dengan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi. Dengan menggunakan paradigma konstruktivisme, dan metode studi kasus.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa PT Shell Indonesia menggunakan strategi *denial*, *differentiation*, *blostering*, dan *transcendence* untuk mengkomunikasikan krisis. Serta respon publik yang diberikan yaitu meminta agar pihak Shell memberikan kepastian akan tersedianya BBM, transparansi, dan agar krisis tersebut tidak terjadi lagi.

Kata Kunci : Komunikasi, Krisis, Representasi, Respon, Publik,
Media Sosial, Instagram
Pembimbing I : Helen Olivia. M.Ikom.
Pembimbing II : Fitri Sarasati . M.Sc.

FACULTY OF SOCIAL SCIENCE AND POLITICAL SCIENCE

SATYA STATE UNIVERSITY OF INDONESIA

NAME : Jihan Mahalia
NIM : 210900007
TITLE : Representation of Crisis
Communication on Fuel Supply by
PT Shell Indonesia Toward Public
Response on Instagram
@shell_indonesia, January 2025
STUDY PROGRAM : Communication Science
SPECIALIZATION : Public Relations

ABSTRACT

Crisis communication plays a crucial role in addressing critical situations faced by companies or organizations. This study represents the crisis communication carried out by PT Shell Indonesia in response to the fuel supply crisis in January 2025, as well as the public's responses reflected through interactions on Instagram.

The objective of this research is to describe the crisis communication strategies employed by PT Shell Indonesia during the fuel supply crisis and to examine the public's responses, particularly on Instagram @shell_indonesia.

The study applies the Corporate Apologia theory to identify the crisis communication strategies used by the company and the Content Analysis theory to analyze public interactions on Instagram.

This research employs a qualitative approach with observation, interviews, and documentation as methods, adopting a constructivist paradigm and a case study method.

The findings reveal that PT Shell Indonesia adopted the strategies of denial, differentiation, bolstering, and transcendence in communicating the crisis. Meanwhile, public responses primarily demanded certainty regarding fuel availability, greater transparency from the company, and assurances that such a crisis would not recur in the future.

Keywords : Communication, Crisis, Representation, Reponse, Public, Social Media, Instagram

Advisor I : Helen Olivia. M.Ikom.

Advisor II : Fitri Sarasati . M.Sc