

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

LPG tabung 3 kg bersubsidi merupakan program pemerintah yang ditujukan bagi rumah tangga sasaran, usaha mikro, nelayan sasaran, dan petani sasaran agar manfaat subsidi dapat diterima oleh masyarakat yang benar-benar membutuhkan. Pembatasan tersebut dilakukan agar subsidi energi tepat sasaran dan sesuai dengan tujuan kebijakan pemerintah. Oleh karena itu, masyarakat perlu memahami ketentuan penggunaan LPG bersubsidi agar pemanfaatannya sesuai dengan kelompok penerima yang telah ditetapkan.

Dalam upaya mewujudkan distribusi LPG bersubsidi yang tepat sasaran, pemerintah melakukan penyempurnaan distribusi melalui pendataan pengguna dan pencatatan transaksi menggunakan Nomor Induk Kependudukan (NIK) sebagaimana diatur dalam Keputusan Menteri Energi dan Sumber Daya Mineral Nomor 37.K/MG.01/MEM.M/2023. Kebijakan tersebut bertujuan untuk memastikan bahwa LPG bersubsidi diterima oleh masyarakat yang berhak sesuai dengan kriteria penerima subsidi.

Permasalahan dalam distribusi LPG bersubsidi tidak hanya berkaitan dengan ketersediaan stok dan kelancaran distribusi, tetapi juga berkaitan dengan pemahaman masyarakat mengenai ketentuan penggunaan LPG 3 kilogram. Sebagian masyarakat masih belum memahami bahwa LPG tabung 3 kg hanya diperuntukkan bagi kelompok masyarakat tertentu yang telah memenuhi kriteria sebagai penerima subsidi. Selain itu, masih terdapat masyarakat yang beranggapan

bahwa LPG bersubsidi merupakan barang kebutuhan umum yang dapat dibeli oleh siapa saja selama stok masih tersedia di pangkalan. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa keberhasilan program LPG bersubsidi tidak hanya ditentukan oleh sistem distribusi secara administratif, tetapi juga dipengaruhi oleh efektivitas penyampaian informasi kepada masyarakat (Suryanti, 2024).

Dalam sistem distribusi LPG bersubsidi, pangkalan LPG memiliki peran penting karena menjadi pihak yang berinteraksi secara langsung dengan masyarakat sebagai pengguna akhir. Pangkalan tidak hanya menjalankan fungsi penjualan dan penyaluran LPG berdasarkan alokasi yang diberikan oleh agen, tetapi juga memiliki tanggung jawab untuk menyampaikan informasi mengenai prosedur pembelian, kriteria penerima subsidi, jadwal distribusi, dan ketentuan penggunaan LPG bersubsidi.

Interaksi langsung antara petugas pangkalan dan masyarakat menjadi ruang komunikasi yang dapat dimanfaatkan untuk memberikan edukasi mengenai kebijakan LPG bersubsidi. Keberhasilan sosialisasi suatu program sangat dipengaruhi oleh strategi komunikasi yang digunakan dalam penyampaian informasi kepada masyarakat.

Strategi komunikasi merupakan serangkaian perencanaan dan langkah-langkah komunikasi yang disusun secara sistematis untuk mencapai tujuan komunikasi melalui penyampaian pesan yang sesuai dengan karakteristik sasaran (Harahap et al., 2022). Dalam konteks distribusi LPG 3 kg bersubsidi, strategi komunikasi diperlukan agar masyarakat memahami tujuan pemerintah, mengetahui kelompok penerima subsidi, serta memahami aturan penggunaan LPG

bersubsidi. Salah satu bentuk komunikasi yang relevan dalam proses tersebut adalah komunikasi interpersonal karena memungkinkan adanya interaksi langsung antara pihak pangkalan dan masyarakat.

Menurut Mahdar et al. (2025), komunikasi interpersonal merupakan proses penyampaian pesan secara langsung antara komunikator dan komunikan yang memungkinkan terjadinya interaksi dua arah, umpan balik, serta terciptanya pemahaman bersama. Komunikasi interpersonal yang berlangsung secara intensif juga dapat membangun kepercayaan, kedekatan emosional, dan pemahaman bersama antara komunikator dan komunikan (Subhani et al., 2024).

Menurut Devito (2016), efektivitas komunikasi interpersonal dapat dilihat melalui lima unsur utama, yaitu keterbukaan (*openness*), empati (*empathy*), sikap mendukung (*supportiveness*), sikap positif (*positiveness*), dan kesetaraan (*equality*).

Pentingnya komunikasi interpersonal dalam meningkatkan pemahaman masyarakat didukung oleh hasil penelitian Nugroho (2025) yang menunjukkan bahwa komunikasi interpersonal yang dilakukan secara terbuka, interaktif, dan berkelanjutan mampu meningkatkan pemahaman masyarakat terhadap informasi yang disampaikan sehingga mendorong perubahan sikap dan perilaku sesuai dengan tujuan komunikasi. Temuan tersebut sejalan dengan penelitian Dewi et al. (2025) yang menyatakan bahwa komunikasi interpersonal yang terbuka dan setara mampu membangun kepercayaan serta meningkatkan penerimaan masyarakat terhadap informasi yang disampaikan. Selain itu, Said et al. (2025) menjelaskan bahwa komunikasi interpersonal yang efektif merupakan proses penyampaian

pesan secara langsung yang memungkinkan terjadinya umpan balik sehingga informasi dapat dipahami dengan baik dan meminimalkan kesalahpahaman.

Fenomena serupa juga dijumpai di Kota Lhokseumawe, terutama di Kecamatan Banda Sakti. Pada beberapa kawasan seperti Cunda, kebutuhan energi rumah tangga telah dipenuhi melalui pemanfaatan jaringan gas rumah tangga (PGN) sebagai alternatif penggunaan LPG. Berbeda dengan kondisi tersebut, masyarakat di Gampong Uteun Bayi hingga saat ini masih mengandalkan LPG tabung 3 kg bersubsidi sebagai sumber energi utama untuk memenuhi kebutuhan memasak sehari-hari.

Perbedaan karakteristik pemenuhan energi rumah tangga tersebut menunjukkan bahwa keberadaan LPG bersubsidi masih memiliki peran yang sangat penting bagi masyarakat Gampong Uteun Bayi. Oleh sebab itu, penyampaian informasi yang dilakukan oleh agen pangkalan menjadi aspek yang perlu mendapat perhatian karena berkontribusi dalam meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai penggunaan LPG bersubsidi.

Berdasarkan observasi awal yang dilakukan peneliti pada tanggal 30 Juni 2026, distribusi LPG tabung 3 kg bersubsidi di Gampong Uteun Bayi dilakukan melalui dua pangkalan resmi, yaitu UD Mina Jaya dan UD BUMG Uteun Bayi Sakti. UD Mina Jaya memperoleh alokasi LPG bersubsidi sekitar 1.050–1.100 tabung setiap bulan dengan jumlah pelanggan terdaftar sebanyak 380 orang. Sementara itu, UD BUMG Uteun Bayi Sakti memperoleh alokasi sekitar 600–800 tabung LPG setiap bulan dan melayani sebanyak 227 pelanggan terdaftar. Kedua pangkalan tersebut memperoleh pasokan LPG bersubsidi dari agen PT Kaneubi

Rahmat Raseuki dengan jadwal distribusi sebanyak delapan kali dalam satu bulan, dengan jumlah pengiriman berkisar antara 80–150 tabung LPG pada setiap distribusi.

Tabel 1. 1
Rata-Rata Penyaluran LPG Bersubsidi 3 Kg di Gampong Uteun Bayi

No	Nama Pangkalan	Rata-Rata Penyaluran LPG 3 Kg per Bulan (Tabung)	Jumlah Pelanggan Terdaftar
1	UD Mina Jaya	±1.050–1.100 tabung	380 pelanggan
2	UD BUMG Uteun Bayi Sakti	±600–800 tabung	227 pelanggan
Total		±1.650–1.900 tabung	607 pelanggan

Sumber: Data Pangkalan LPG Gampong Uteun Bayi, 2026 (diolah peneliti).

Tingginya aktivitas distribusi di UD Mina Jaya dan UD BUMG Uteun Bayi Sakti menunjukkan adanya interaksi yang intensif antara petugas pangkalan dan masyarakat, sehingga pangkalan memiliki peluang untuk menyampaikan informasi mengenai kriteria penerima subsidi, prosedur pembelian, dan ketentuan penggunaan LPG bersubsidi.

Namun, berdasarkan hasil observasi awal yang dilakukan peneliti, komunikasi yang berlangsung antara UD Mina Jaya, UD BUMG Uteun Bayi Sakti, dan masyarakat masih lebih banyak berfokus pada aktivitas transaksi jual beli LPG. Petugas pangkalan lebih dominan memberikan informasi mengenai harga, jumlah tabung yang tersedia, serta waktu pengambilan LPG dibandingkan dengan memberikan edukasi mengenai aturan penggunaan LPG bersubsidi. Penyampaian informasi mengenai kriteria penerima subsidi, batasan penggunaan LPG 3 kilogram, serta mekanisme pembelian sesuai dengan kebijakan pemerintah masih belum dilakukan secara optimal.

Kondisi tersebut menyebabkan masih terdapat masyarakat yang belum sepenuhnya memahami bahwa LPG tabung 3 kg bersubsidi hanya diperuntukkan bagi kelompok masyarakat tertentu, yaitu rumah tangga sasaran dan usaha mikro yang memenuhi ketentuan. Sebagian masyarakat masih memiliki pemahaman bahwa LPG bersubsidi dapat digunakan oleh seluruh masyarakat tanpa adanya batasan penerima selama LPG masih tersedia di pangkalan. Pemahaman tersebut menunjukkan adanya kesenjangan antara tujuan pemerintah dalam menerapkan kebijakan LPG tepat sasaran dengan kondisi pemahaman masyarakat di lapangan.

Keterlambatan distribusi akibat kendala operasional pada Stasiun Pengisian Bulk Elpiji (SPBE) juga menuntut pihak pangkalan untuk menyampaikan informasi secara terbuka agar tidak menimbulkan kesalahpahaman mengenai ketersediaan LPG. Efektivitas komunikasi interpersonal menjadi salah satu faktor yang mendukung kelancaran pelaksanaan distribusi LPG bersubsidi.

Hubungan komunikasi antara pangkalan dan masyarakat berkembang melalui interaksi yang berlangsung secara berulang. Kondisi tersebut sesuai dengan Teori Penetrasi Sosial Altman dan Taylor (1973) yang menjelaskan bahwa keterbukaan dan komunikasi yang berkelanjutan dapat membangun kedekatan, kepercayaan, dan pemahaman yang lebih baik.

Berbagai penelitian sebelumnya telah mengkaji mengenai distribusi LPG bersubsidi, baik dari aspek efektivitas kebijakan, mekanisme pendistribusian, pengawasan penyaluran, maupun implementasi program LPG tepat sasaran. Sebagian besar penelitian tersebut lebih banyak membahas aspek administratif, kebijakan pemerintah, serta pengawasan terhadap distribusi LPG bersubsidi.

Sementara itu, penelitian yang secara khusus mengkaji strategi komunikasi interpersonal yang dilakukan oleh pangkalan LPG sebagai pihak yang berinteraksi langsung dengan masyarakat masih relatif terbatas.

Penelitian ini memiliki kebaruan dengan memfokuskan kajian pada strategi komunikasi interpersonal yang diterapkan oleh UD Mina Jaya dan UD BUMG Uteun Bayi Sakti dalam meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai penggunaan LPG tabung 3 kg bersubsidi di Gampong Uteun Bayi.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat diketahui bahwa masih terdapat kesenjangan antara tujuan pemerintah dalam mewujudkan distribusi LPG bersubsidi yang tepat sasaran dengan kondisi masyarakat yang belum sepenuhnya memahami aturan penggunaan LPG subsidi. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Strategi Komunikasi Interpersonal Pangkalan LPG dalam Meningkatkan Pemahaman Penggunaan Gas Bersubsidi bagi Masyarakat Gampong Uteun Bayi.”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana strategi komunikasi interpersonal agen pangkalan LPG dalam meningkatkan pemahaman penggunaan gas bersubsidi bagi masyarakat Gampong Uteun Bayi?
2. Bagaimana hambatan yang dihadapi agen pangkalan LPG dalam menerapkan strategi komunikasi interpersonal untuk meningkatkan

pemahaman penggunaan gas bersubsidi bagi masyarakat Gampong Uteun Bayi?

1.3 Fokus Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka fokus penelitian yang dapat diambil dalam penelitian ini yaitu:

1. Mengkaji strategi komunikasi interpersonal yang diterapkan oleh agen pangkalan LPG dalam meningkatkan pemahaman penggunaan gas bersubsidi bagi masyarakat Gampong Uteun Bayi.
2. Mengkaji hambatan yang dihadapi agen pangkalan LPG dalam menerapkan strategi komunikasi interpersonal untuk meningkatkan pemahaman penggunaan gas bersubsidi bagi masyarakat Gampong Uteun Bayi.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah dan fokus penelitian di atas, maka tujuan penelitian yang dapat diambil dalam penelitian ini yaitu:

1. Untuk mendeskripsikan strategi komunikasi interpersonal yang diterapkan oleh agen pangkalan LPG dalam meningkatkan pemahaman penggunaan gas bersubsidi bagi masyarakat Gampong Uteun Bayi.
2. Untuk mendeskripsikan faktor-faktor yang menghambat strategi komunikasi interpersonal agen pangkalan LPG dalam meningkatkan pemahaman masyarakat Gampong Uteun Bayi.

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang membutuhkan. Adapun manfaat yang diharapkan dalam penelitian ini baik secara teoritis maupun praktis :

1. Manfaat Teoritis

- a. Memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu komunikasi, khususnya dalam kajian strategi komunikasi interpersonal dalam meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai penggunaan gas bersubsidi.
- b. Mengembangkan kajian komunikasi interpersonal dengan menyoroti penerapan dimensi keterbukaan (*openness*), empati (*empathy*), sikap mendukung (*supportiveness*), sikap positif (*positiveness*), dan kesetaraan (*equality*) dalam membangun pemahaman masyarakat mengenai penggunaan gas bersubsidi.

2. Manfaat Praktis

- a. Memberikan masukan dan rekomendasi kepada agen pangkalan LPG, khususnya UD Mina Jaya dan UD BUMG Uteun Bayi Sakti, dalam menerapkan strategi komunikasi interpersonal yang lebih efektif untuk meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai penggunaan gas bersubsidi.
- b. Menjadi bahan evaluasi bagi PT Pertamina (Persero), pemerintah daerah, serta pihak terkait dalam meningkatkan efektivitas penyampaian informasi mengenai sasaran penerima, ketentuan penggunaan, dan

tujuan pemberian subsidi LPG, sehingga pemahaman masyarakat terhadap penggunaan gas bersubsidi dapat terus ditingkatkan.