

Efektivitas Komunikasi Interpersonal Agen Pangkalan LPG terhadap Pemahaman Masyarakat

Ulfa Musfirah¹, Subhani², Zahari³, Jafaruddin⁴, Teuku Muzaffarsyah⁵

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial & Ilmu Politik, Universitas Malikussaleh^{1,2,3,4,5}

*Email: ulfamusfirah@gmail.com¹, zahari@unimal.ac.id²

Diterima: 03-09-2026 | Disetujui: 09-09-2026 | Diterbitkan: 11-09-2026

ABSTRACT

This study examines interpersonal communication strategies of LPG station agents in improving community understanding of subsidized gas usage. Conducted in Gampong Uteun Bayi, Lhokseumawe City, the research used a qualitative descriptive approach with seven informants. Data were collected through observation, interviews, and documentation, analyzed using the Miles and Huberman model. Altman and Taylor's Social Penetration Theory and DeVito's five dimensions openness, empathy, supportiveness, positiveness, and equality were applied. Findings show face-to-face communication as the main strategy to deliver information on identification numbers, retail prices, stock, schedules, and purchasing rules. Communication develops gradually, building trust between agents and the community. Obstacles include varied understanding, limited time, technical issues, and misinterpretation, addressed through repeated and simplified communication.

Keywords: LPG Agents, Interpersonal Communication, Communication Strategy, Subsidized Gas

ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji strategi komunikasi interpersonal agen pangkalan LPG dalam meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai penggunaan gas bersubsidi. Penelitian dilakukan di Gampong Uteun Bayi, Kota Lhokseumawe, dengan pendekatan kualitatif deskriptif dan tujuh informan. Data diperoleh melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi, lalu dianalisis dengan model Miles dan Huberman. Teori Penetrasi Sosial Altman dan Taylor serta lima dimensi komunikasi DeVito digunakan sebagai kerangka analisis. Hasil menunjukkan bahwa komunikasi tatap muka menjadi strategi utama dalam menyampaikan informasi terkait NIK, harga eceran, stok, jadwal distribusi, dan aturan pembelian. Komunikasi berkembang secara bertahap hingga terbentuk kepercayaan. Hambatan berupa perbedaan pemahaman, keterbatasan waktu, gangguan teknis, dan kesalahan penafsiran diatasi melalui komunikasi berulang dan sederhana.

Kata Kunci: Agen LPG, Komunikasi Interpersonal, Strategi Komunikasi, Gas Bersubsidi, Bersubsidi

Bagaimana Cara Sitasi Artikel ini:

Musfirah, U. ., Subhani, S., Zahari, Z., Jafaruddin, J., & Muzaffarsyah, T. . (2026). Efektivitas Komunikasi Interpersonal Agen Pangkalan LPG terhadap Pemahaman Masyarakat. Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora, 2(3), 3922-3930. <https://doi.org/10.63822/ta72vj04>

PENDAHULUAN

Program LPG tabung 3 Kg bersubsidi merupakan kebijakan pemerintah yang ditujukan bagi rumah tangga sasaran, usaha mikro, nelayan, dan petani agar manfaat subsidi diterima oleh masyarakat yang tepat sasaran. Pemerintah menyempurnakan sistem 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 (Kementerian ESDM, 2023). Meskipun demikian, keberhasilan program tersebut tidak hanya ditentukan oleh sistem distribusi secara administratif, tetapi juga oleh efektivitas penyampaian informasi kepada masyarakat (Suryanti & Rauf, 2024).

Dalam sistem distribusi tersebut, pangkalan LPG menjadi pihak yang berinteraksi langsung dengan masyarakat sebagai pengguna akhir, sehingga memiliki tanggung jawab untuk menyampaikan informasi mengenai prosedur pembelian, kriteria penerima subsidi, jadwal distribusi, dan ketentuan penggunaan LPG (Agustina et al., 2024). Interaksi langsung tersebut menjadi ruang komunikasi yang dapat dimanfaatkan untuk memberikan edukasi mengenai kebijakan LPG bersubsidi, karena keberhasilan sosialisasi suatu program sangat dipengaruhi oleh strategi komunikasi yang digunakan dalam penyampaian informasi (Agustina, Subhani, Fitri, & Muzaffarsyah, 2024). Komunikasi interpersonal menjadi bentuk komunikasi yang relevan dalam konteks ini karena memungkinkan interaksi dua arah, umpan balik, serta terciptanya pemahaman bersama antara agen pangkalan dan masyarakat (Mahdar et al., 2025). Efektivitas komunikasi interpersonal dalam penelitian ini dilihat melalui lima dimensi yang dikemukakan DeVito (2016), yaitu keterbukaan (openness), empati (empathy), sikap mendukung (supportiveness), sikap positif (positiveness), dan kesetaraan (equality).

Fenomena tersebut ditemukan di Gampong Uteun Bayi, Kecamatan Banda Sakti, Kota Lhokseumawe, yang hingga saat ini masih mengandalkan LPG tabung 3 kg bersubsidi sebagai sumber energi utama untuk memenuhi kebutuhan memasak sehari-hari. Berdasarkan observasi awal, distribusi LPG di wilayah ini dilayani oleh dua pangkalan resmi, yaitu UD Mina Jaya dengan alokasi sekitar 1.050–1.100 tabung dan 380 pelanggan terdaftar per bulan, serta UD BUMG Uteun Bayi Sakti dengan alokasi sekitar 600–800 tabung dan 227 pelanggan terdaftar per bulan (Tabel 1). Tingginya aktivitas distribusi tersebut menunjukkan adanya interaksi yang intensif antara petugas pangkalan dan masyarakat, sehingga pangkalan memiliki peluang besar untuk menyampaikan informasi mengenai kriteria penerima subsidi, prosedur pembelian, dan ketentuan penggunaan LPG bersubsidi.

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

No	Nama Pangkalan	Rata-Rata Penyaluran LPG 3 Kg per Bulan	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).

Hasil observasi awal menunjukkan bahwa komunikasi yang berlangsung antara petugas pangkalan

dan masyarakat masih lebih banyak berfokus pada aktivitas transaksi jual beli LPG, sementara penyampaian informasi mengenai kriteria penerima subsidi dan batasan penggunaan LPG 3 Kg belum dilakukan secara optimal. Kondisi tersebut menyebabkan sebagian masyarakat masih beranggapan bahwa LPG bersubsidi dapat dibeli oleh siapa saja selama stok masih tersedia di pangkalan, sehingga terdapat kesenjangan antara tujuan kebijakan LPG tepat sasaran dengan kondisi pemahaman masyarakat di lapangan.

Penelitian terdahulu mengenai distribusi LPG bersubsidi lebih banyak membahas aspek administratif, kebijakan pemerintah, serta pengawasan penyaluran (Fadjaray, 2023; Sufi, Safriana, & Iryani, 2021), sementara kajian yang secara khusus meneliti strategi komunikasi interpersonal pangkalan LPG dalam meningkatkan pemahaman masyarakat masih relatif terbatas. Penelitian ini memiliki kebaruan dengan memfokuskan kajian pada strategi komunikasi interpersonal yang diterapkan oleh dua pangkalan LPG di Gampong Uteun Bayi melalui pendekatan efektivitas komunikasi DeVito dan Teori Penetrasi Sosial Altman dan Taylor. Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan strategi komunikasi interpersonal agen pangkalan LPG dalam meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai penggunaan gas bersubsidi, serta mendeskripsikan hambatan yang dihadapi dalam penerapannya.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif untuk mendeskripsikan strategi komunikasi interpersonal agen pangkalan LPG dalam meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai penggunaan gas bersubsidi (Sugiyono, 2022; Moleong, 2018). Penelitian dilaksanakan di Gampong Uteun Bayi, Kecamatan Banda Sakti, Kota Lhokseumawe, yang dipilih secara purposif karena wilayah ini masih mengandalkan LPG bersubsidi sebagai sumber energi utama dan memiliki pola komunikasi langsung antara pangkalan dan masyarakat. Informan penelitian dipilih menggunakan teknik purposive sampling (Sugiyono, 2022) yang terdiri atas tujuh orang, yaitu dua agen pangkalan LPG (pengelola UD Mina Jaya dan UD BUMG Uteun Bayi Sakti), tiga pengguna LPG untuk usaha mikro, dan dua pengguna LPG untuk kebutuhan rumah tangga. Jumlah informan disesuaikan dengan kebutuhan data hingga mencapai titik kejenuhan data (data saturation), yaitu kondisi ketika informasi yang diperoleh telah berulang dan tidak ditemukan lagi informasi baru yang signifikan.

Data dikumpulkan melalui tiga teknik, yaitu observasi nonpartisipan terhadap interaksi pelayanan LPG, wawancara semi terstruktur kepada seluruh informan, dan dokumentasi berupa foto kegiatan pelayanan dan distribusi LPG. Data primer diperoleh langsung dari informan, sedangkan data sekunder diperoleh dari dokumen kebijakan pemerintah, buku, dan jurnal ilmiah yang relevan (Sugiyono, 2022). Analisis data menggunakan model interaktif Miles dan Huberman yang meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Teori Penetrasi Sosial digunakan sebagai landasan analisis proses komunikasi, sedangkan lima dimensi efektivitas komunikasi DeVito digunakan sebagai indikator kualitas komunikasi. Keabsahan data diperiksa melalui triangulasi sumber, yaitu membandingkan keterangan agen pangkalan dengan keterangan masyarakat pengguna LPG, dan triangulasi teknik, yaitu membandingkan hasil wawancara dengan hasil observasi dan dokumentasi (Sugiyono, 2022).

TINJAUAN PUSTAKA

Komunikasi interpersonal merupakan proses pertukaran pesan yang dilakukan secara langsung antara dua orang atau lebih dengan tujuan menciptakan pemahaman bersama, yang memungkinkan terjadinya umpan balik secara langsung sehingga komunikator dapat mengetahui respons komunikan secara segera (DeVito, 2011). Komunikasi interpersonal dinilai efektif karena berlangsung secara tatap muka dan memungkinkan terjadinya interaksi yang lebih mendalam antara komunikator dan komunikan (Effendy, 2017; Subhani, 2024).

Strategi komunikasi interpersonal merupakan perencanaan komunikasi yang disusun secara sistematis untuk mencapai tujuan tertentu melalui interaksi antarindividu (Effendy, 2017), yang tidak hanya menitikberatkan pada isi pesan, tetapi juga cara penyampaian pesan, penggunaan bahasa, dan kemampuan komunikator dalam memahami kondisi komunikan (Littlejohn & Foss, 2011). Efektivitas komunikasi interpersonal dalam penelitian ini dianalisis melalui lima dimensi yang dikemukakan DeVito (2016), yaitu keterbukaan (openness), empati (empathy), sikap mendukung (supportiveness), sikap positif (positiveness), dan kesetaraan (equality).

Sebagai landasan analisis utama, penelitian ini menggunakan Teori Penetrasi Sosial (Social Penetration Theory) yang dikemukakan oleh Altman dan Taylor (1973). Teori ini menjelaskan bahwa hubungan interpersonal berkembang secara bertahap melalui proses pengungkapan diri (self-disclosure), dari komunikasi yang bersifat umum menuju komunikasi yang lebih mendalam, dan digambarkan melalui analogi lapisan bawang (onion analogy) yang terdiri atas tiga tahap, yaitu lapisan luar (surface layer) yang berisi informasi umum, lapisan menengah (intermediate layer) yang ditandai komunikasi dua arah dan pertukaran informasi, serta lapisan inti (core layer) yang menunjukkan hubungan yang telah dilandasi kepercayaan (West & Turner, 2008).

Pemahaman masyarakat dalam konteks penggunaan LPG bersubsidi berkaitan dengan kemampuan masyarakat mengetahui dan menerapkan ketentuan penggunaan sesuai kebijakan pemerintah, sebagaimana diatur dalam Peraturan Presiden Nomor 104 Tahun 2007 dan Keputusan Menteri ESDM Nomor 37.K/MG.01/MEM.M/2023 (Kementerian ESDM, 2007, 2023). Pemahaman tersebut mencakup pengetahuan mengenai tujuan pemberian subsidi, kriteria penerima, prosedur pembelian, dan ketentuan penggunaan tabung 3 kilogram (Said et al., 2025).

Komunikasi interpersonal tidak selalu berlangsung secara efektif karena adanya hambatan pada berbagai tahap proses komunikasi. Sahri (2004, dalam Abidin et al., 2022) mengklasifikasikan hambatan komunikasi interpersonal menjadi hambatan pengirim pesan (sender barrier), penyandian pesan (encoding barrier), media (media barrier), bahasa sandi (decoding barrier), penerima pesan (receiver barrier), dan umpan balik (feedback barrier). Keenam bentuk hambatan tersebut digunakan sebagai landasan untuk menganalisis kendala yang dihadapi agen pangkalan LPG dalam penelitian ini.

Beberapa penelitian terdahulu memperkuat pentingnya komunikasi interpersonal dalam meningkatkan pemahaman masyarakat. Nugroho dan Agustin (2025) menemukan bahwa penerapan lima dimensi DeVito dalam pelayanan publik UPPD Pulau Tidung meningkatkan efektivitas pelayanan dan kepercayaan masyarakat. Fahriansyah dan Fajarni (2025) menunjukkan bahwa keterbukaan, empati, dan konsistensi membangun hubungan interpersonal yang stabil dalam konteks hubungan jarak jauh. Sementara itu, Agustina, Subhani, Fitri, dan Muzaffarsyah (2024) mengungkapkan bahwa komunikasi langsung membantu meningkatkan pemahaman masyarakat terhadap suatu program meskipun masih menghadapi hambatan dalam penyampaian informasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian dilakukan pada dua pangkalan LPG di Gampong Uteun Bayi, yaitu UD Mina Jaya dan UD BUMG Uteun Bayi Sakti, dengan tujuh informan yang terdiri atas dua agen pangkalan, yaitu Jurmina dan Putri, serta lima pengguna LPG, yaitu Zakaria, Irwansyah, Tifani, Ida, dan Ika. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi antara petugas pangkalan dan masyarakat berlangsung secara tatap muka, terutama ketika masyarakat datang membeli LPG 3 kg. Dalam interaksi tersebut, petugas tidak hanya melayani transaksi, tetapi juga menyampaikan informasi mengenai NIK, harga sesuai Harga Eceran Tertinggi (HET), ketersediaan stok, jadwal distribusi, dan aturan pembelian.

"Kalo ada masyarakat datang beli gas, biasanya kami kasih tau dulu soal NIK. Kalo mereka belum ngerti, kami jelasin lagi pelan pelan sampe mereka paham." (Jurmina, Hasil Wawancara, 24 Juli 2026).

Keterangan tersebut menunjukkan bahwa petugas memberikan penjelasan secara langsung dan bersedia mengulangnya apabila masyarakat belum memahami. Putri, selaku pihak yang terlibat dalam pengelolaan UD BUMG Uteun Bayi Sakti, juga menyampaikan bahwa informasi mengenai keterlambatan distribusi turut disampaikan secara terbuka agar tidak menimbulkan kesalahpahaman mengenai ketersediaan LPG. Strategi komunikasi interpersonal yang diterapkan agen pangkalan dapat dijelaskan melalui lima dimensi efektivitas komunikasi DeVito (2016) sebagai berikut.

a. Keterbukaan (*Openness*)

Keterbukaan ditunjukkan melalui kesediaan agen menyampaikan informasi mengenai aturan pembelian, NIK, HET, ketersediaan stok, serta perubahan aturan dan kondisi distribusi secara langsung kepada masyarakat, termasuk ketika stok LPG habis atau terjadi keterlambatan. Masyarakat juga diberi kesempatan bertanya apabila terdapat informasi yang belum dipahami, sehingga komunikasi tidak hanya berjalan satu arah. Temuan ini sejalan dengan Fahriansyah dan Fajarni (2025) yang menemukan bahwa keterbukaan berperan penting dalam membangun hubungan komunikasi yang lebih mendalam, meskipun pada konteks penelitian yang berbeda. Keterbukaan yang diterapkan agen pangkalan dapat dipahami sebagai strategi untuk mengurangi kesalahpahaman sekaligus membangun kepercayaan masyarakat terhadap informasi yang diberikan.

b. Empati (*Empathy*)

Empati diterapkan melalui kemampuan agen memahami kondisi masyarakat ketika menghadapi kesulitan memperoleh LPG maupun memahami aturan pembelian. Agen bersedia mendengarkan permasalahan masyarakat dan memberikan penjelasan secara perlahan dan berulang, terutama kepada masyarakat lanjut usia yang membutuhkan penjelasan lebih rinci. Temuan ini konsisten dengan hasil penelitian Mubarroq, Masriadi, Muchlis, dan Zahari (2025) yang menunjukkan bahwa kemampuan komunikator mengelola perbedaan latar belakang penerima pesan menjadi kunci efektivitas komunikasi tatap muka di lingkungan masyarakat lokal Lhokseumawe. Empati berfungsi sebagai penghubung antara penyampaian dan penerimaan informasi, sehingga pesan mengenai LPG bersubsidi lebih mudah dipahami sesuai kondisi komunikan.

c. Sikap Mendukung (*Supportiveness*)

Sikap mendukung diwujudkan melalui kesediaan agen membantu masyarakat yang mengalami kendala dalam proses pembelian, termasuk memberikan pendampingan dalam memahami prosedur NIK. Dukungan tersebut memberikan rasa aman kepada masyarakat untuk menyampaikan pertanyaan maupun permasalahan. Temuan ini memiliki kesamaan dengan penelitian Nugroho dan Agustin (2025) mengenai strategi komunikasi interpersonal dalam pelayanan publik UPPD Pulau Tidung, yang menunjukkan bahwa penerapan sikap mendukung dapat meningkatkan efektivitas pelayanan serta membangun kepercayaan masyarakat.

d. Sikap Positif (*Positiveness*)

Sikap positif terlihat melalui keramahan, kesopanan, dan kesabaran agen dalam menjaga suasana komunikasi tetap kondusif, meskipun terdapat masyarakat yang mengeluh tentang stok LPG atau mengajukan pertanyaan berulang. Sikap tersebut membuat masyarakat merasa nyaman dan lebih terbuka untuk mendengarkan penjelasan, sehingga persoalan yang muncul tidak berkembang menjadi konflik komunikasi. Temuan ini sejalan dengan penelitian Nugroho dan Agustin (2025) yang menunjukkan bahwa sikap positif dapat meningkatkan kualitas pelayanan sekaligus membangun kepercayaan masyarakat.

e. Kesetaraan (*Equality*)

Kesetaraan diterapkan melalui pemberian pelayanan dan penerapan aturan yang sama kepada seluruh masyarakat tanpa perlakuan khusus, baik dalam prosedur pembelian, penggunaan NIK, maupun antrian. Penerapan kesetaraan yang konsisten membuat masyarakat mengetahui bahwa ketentuan pembelian LPG bersubsidi berlaku bagi semua pihak, sehingga membantu menciptakan persepsi bahwa pelayanan dilakukan berdasarkan aturan yang berlaku dan mendukung terbentuknya kepercayaan masyarakat.

Kelima dimensi tersebut dapat dipahami bahwa strategi komunikasi interpersonal agen pangkalan LPG di Gampong Uteun Bayi telah menunjukkan penerapan komunikasi interpersonal yang efektif. Keterbukaan membantu masyarakat memperoleh informasi yang jelas, empati membantu agen menyesuaikan komunikasi dengan kondisi masyarakat, sikap mendukung memberikan pendampingan ketika masyarakat mengalami kesulitan, sikap positif menciptakan suasana komunikasi yang nyaman, sedangkan kesetaraan memastikan seluruh masyarakat mendapatkan pelayanan dan informasi berdasarkan aturan yang sama. Kelima aspek tersebut saling berkaitan dan tidak berdiri sendiri dalam proses komunikasi.

Strategi komunikasi agen pangkalan LPG juga dapat dipahami melalui Teori Penetrasi Sosial Altman dan Taylor (1973), yang menjelaskan bahwa hubungan interpersonal berkembang secara bertahap dari komunikasi yang bersifat umum menuju komunikasi yang lebih mendalam melalui proses keterbukaan dan pembentukan kepercayaan. Pada lapisan luar (*surface layer*), komunikasi masih berfokus pada informasi umum dan bersifat administratif, seperti prosedur pembelian, penggunaan NIK, HET, dan ketentuan jumlah pembelian yang disampaikan sebelum transaksi dilakukan. Pada lapisan menengah (*intermediate layer*), komunikasi berkembang menjadi proses pemberian penjelasan dan edukasi; ketika masyarakat mempertanyakan alasan penggunaan NIK dan pembatasan pembelian, agen menjelaskan tujuan

kebijakan tersebut agar LPG bersubsidi dapat diterima oleh masyarakat yang berhak. Sementara itu, lapisan inti (core layer) ditandai dengan terbentuknya kepercayaan antara agen dan masyarakat, sehingga hubungan yang terbentuk tidak lagi semata-mata hubungan penjual dan pembeli, tetapi telah berkembang menjadi hubungan yang dilandasi rasa saling percaya. Ketiga tahapan tersebut saling berhubungan dalam membangun pemahaman masyarakat mengenai penggunaan LPG bersubsidi.

Temuan penelitian ini secara umum memperkuat hasil beberapa penelitian terdahulu. Fahriansyah dan Fajarni (2025) menunjukkan bahwa keterbukaan, empati, dan konsistensi dalam komunikasi interpersonal dapat membangun hubungan yang lebih stabil dan berkembang secara mendalam; hasil penelitian ini menunjukkan pola yang sejalan pada konteks pelayanan dan edukasi LPG bersubsidi. Nugroho dan Agustin (2025) menemukan bahwa penerapan keterbukaan, empati, sikap mendukung, sikap positif, dan kesetaraan dalam komunikasi interpersonal dapat meningkatkan efektivitas pelayanan serta membangun kepercayaan masyarakat, sejalan dengan temuan penelitian ini meskipun pada objek pelayanan yang berbeda. Sementara itu, Agustina, Subhani, Fitri, dan Muzaffarsyah (2024) mengenai strategi komunikasi dalam mensosialisasikan program LAPOR di Kota Padangsidempuan menunjukkan bahwa komunikasi langsung dapat membantu meningkatkan pemahaman masyarakat terhadap suatu program, meskipun masih ditemukan hambatan karena sebagian masyarakat belum sepenuhnya mengetahui program yang disosialisasikan; persamaan tersebut terletak pada peran komunikasi langsung dalam meningkatkan pemahaman masyarakat, sedangkan perbedaannya terletak pada objek dan bentuk komunikasi yang dikaji.

Penerapan strategi komunikasi interpersonal agen pangkalan LPG tidak terlepas dari hambatan dalam proses komunikasi. Mengacu pada klasifikasi Sahri (2004, dalam Abidin et al., 2022), hambatan tersebut meliputi enam bentuk sebagai berikut.

a. Hambatan dari Pengirim Pesan (*Sender Barrier*)

Hambatan ini terlihat dari perlunya agen mengulangi informasi mengenai NIK, batas pembelian, dan prosedur pembelian LPG bersubsidi karena tingkat pemahaman masyarakat yang berbeda-beda. *"Menurut saya, kendalanya bukan di petugas, tapi karena tiap masyarakat punya pemahaman yang berbeda beda jadi buat petugas harus menjelaskan berulang kali."* (Ika, Hasil Wawancara, 25 Juli 2026)

b. Hambatan Penyandian atau Simbol (*Encoding Barrier*)

Hambatan ini berkaitan dengan penggunaan istilah administratif seperti NIK dan data subsidi yang belum mudah dipahami masyarakat, sehingga agen perlu menyederhanakan bahasa yang digunakan.

c. Hambatan Media (*Media Barrier*)

Hambatan ini terjadi ketika jaringan internet atau aplikasi pendataan seperti Merchant Apps Pertamina (MAP) mengalami gangguan sehingga proses pendataan pembelian berdasarkan NIK menjadi lebih lama, meskipun agen tetap menjelaskan penyebab keterlambatan kepada masyarakat.

d. Hambatan Bahasa Sandi (*Decoding Barrier*)

Hambatan ini terlihat ketika masyarakat menafsirkan informasi mengenai NIK dan pembatasan pembelian secara berbeda dari maksud sebenarnya, misalnya menganggap NIK membatasi hak pembelian, padahal bertujuan agar penyaluran LPG lebih tepat sasaran. Hambatan tersebut

dikurangi melalui klarifikasi dan penjelasan ulang.

e. Hambatan dari Penerima Pesan (Receiver Barrier)

Hambatan ini berkaitan dengan perbedaan kemampuan masyarakat dalam menerima dan memahami informasi; sebagian masyarakat, terutama yang berusia lanjut, membutuhkan penjelasan berulang kali dibandingkan masyarakat lainnya.

f. Hambatan Umpan Balik (Feedback Barrier)

Hambatan ini terjadi ketika masyarakat tidak memberikan respons yang cukup jelas atau enggan bertanya meskipun belum sepenuhnya memahami penjelasan, sehingga agen melakukan konfirmasi ulang untuk memastikan informasi telah dipahami dengan benar.

Meskipun terdapat hambatan pada keenam tahap tersebut, agen pangkalan berupaya mengatasinya melalui pengulangan penjelasan, penggunaan bahasa yang lebih sederhana, klarifikasi secara langsung, pemberian kesempatan kepada masyarakat untuk bertanya, serta konfirmasi kembali terhadap pemahaman masyarakat. Dengan demikian, hambatan yang ditemukan tidak menghentikan proses komunikasi interpersonal, tetapi menjadi kondisi yang dihadapi dan diatasi oleh agen agar informasi mengenai penggunaan LPG 3 kg bersubsidi dapat dipahami masyarakat secara tepat.

KESIMPULAN

Strategi komunikasi interpersonal agen pangkalan LPG dalam meningkatkan pemahaman penggunaan gas bersubsidi bagi masyarakat Gampong Uteun Bayi dilakukan melalui komunikasi tatap muka secara langsung yang berlangsung terutama ketika masyarakat datang membeli LPG 3 kg. Berdasarkan konsep efektivitas komunikasi interpersonal DeVito, strategi tersebut ditunjukkan melalui keterbukaan, empati, sikap mendukung, sikap positif, dan kesetaraan, sedangkan berdasarkan Teori Penetrasi Sosial Altman dan Taylor, komunikasi berkembang secara bertahap dari lapisan luar, lapisan menengah, hingga lapisan inti yang ditandai dengan terbentuknya kepercayaan antara agen pangkalan dan masyarakat. Komunikasi langsung tersebut memberikan kesempatan kepada masyarakat untuk memperoleh informasi, mengajukan pertanyaan, dan mendapatkan penjelasan kembali apabila terdapat ketentuan yang belum dipahami.

Hambatan yang dihadapi agen pangkalan LPG dalam menerapkan strategi komunikasi interpersonal meliputi perbedaan tingkat pemahaman masyarakat, penggunaan istilah yang belum mudah dipahami, gangguan pada sarana pendataan, perbedaan penafsiran terhadap informasi, serta keterbatasan umpan balik dari masyarakat. Hambatan tersebut diatasi melalui pengulangan penjelasan, penyederhanaan bahasa, klarifikasi langsung, dan konfirmasi kembali terhadap pemahaman masyarakat. Dengan demikian, keberhasilan komunikasi interpersonal tidak hanya dipengaruhi oleh kemampuan agen dalam menyampaikan informasi, tetapi juga oleh kemampuan masyarakat menerima pesan serta kondisi sarana pendukung pelayanan. Bagi agen pangkalan LPG, disarankan untuk mempertahankan komunikasi tatap muka dengan bahasa yang sederhana disertai konfirmasi pemahaman, sedangkan masyarakat disarankan lebih aktif menyampaikan pertanyaan agar kesalahpahaman mengenai ketentuan penggunaan LPG bersubsidi dapat diminimalkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, E. D., Sumarna, O., Susilo, J., Simamora, J., Purnomo, T. J., Kristialingsih, S. A., Adam, F., Luhukay, S., Kumalasari, I., Lumempouw, V., Aprianto, G., & Djaya, R. (2022). Teori komunikasi: Konsep, teori, dan transformasi. Eureka Media Aksara.
- Agustina, S., Subhani, S., Fitri, D., & Muzaffarsyah, T. (2024). Strategi komunikasi pemerintah dalam mensosialisasikan program website layanan aspirasi dan pengaduan online rakyat (LAPOR) di Kota Padangsidimpuan. *Cendekia: Jurnal Hukum, Sosial dan Humaniora*, 2(1), 434–446. <https://doi.org/10.5281/zenodo.10464325>
- Altman, I., & Taylor, D. A. (1973). *Social penetration: The development of interpersonal relationships*. Holt, Rinehart and Winston.
- DeVito, J. A. (2011). *Komunikasi antarmanusia (Edisi Kelima)*. Karisma Publishing Group.
- DeVito, J. A. (2016). *The interpersonal communication book (14th ed.)*. Pearson Education.
- Effendy, O. U. (2017). *Ilmu komunikasi: Teori dan praktik*. PT Remaja Rosdakarya.
- Fadjaray, A. (2023). Peran agen dan pangkalan dalam sistem distribusi LPG bersubsidi di Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Kebijakan Publik*.
- Fahriansyah, D., & Fajarni, S. D. (2025). Komunikasi interpersonal dalam pemeliharaan hubungan jarak jauh. *Jurnal Komunikasi dan Interaksi Sosial*.
- Kementerian Energi dan Sumber Daya Mineral Republik Indonesia. (2007). *Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 104 Tahun 2007 tentang Penyediaan, Pendistribusian, dan Penetapan Harga Liquefied Petroleum Gas Tabung 3 Kilogram*. Kementerian ESDM.
- Kementerian Energi dan Sumber Daya Mineral Republik Indonesia. (2023). *Keputusan Menteri Energi dan Sumber Daya Mineral Nomor 37.K/MG.01/MEM.M/2023 tentang Petunjuk Teknis Pendistribusian Isi Ulang Liquefied Petroleum Gas Tertentu Tepat Sasaran*. Kementerian ESDM.
- Littlejohn, S. W., & Foss, K. A. (2011). *Theories of human communication (10th ed.)*. Waveland Press.
- Mahdar, M., Rusli, A. O., & Sirait, A. (2025). Komunikasi interpersonal mendukung efektivitas pelayanan pajak dan retribusi daerah. *Jurnal Penelitian Ilmu Sosial dan Eksakta*. <https://trilogi.pubmedia.id/index.php/trilogi/article/view/1642>
- Moleong, L. J. (2018). *Metodologi penelitian kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya.
- Mubarroq, R., Masriadi, Muchlis, & Zahari. (2025). Analisis komunikasi antar budaya mahasiswa Papua dengan masyarakat Kota Lhokseumawe. *Aceh Anthropological Journal*, 9(2), 249–257.
- Nugroho, Y. W., & Agustin, D. A. C. (2025). Strategi komunikasi interpersonal dalam pelayanan publik UPPD Pulau Tidung. *Jurnal Ilmu Komunikasi dan Pelayanan Publik*.
- Said, S., et al. (2025). Proses komunikasi dan pemahaman pesan dalam interaksi sosial. *Jurnal Komunikasi dan Informasi*.
- Sufi, Safriana, R., & Iryani, L. (2021). Penyaluran gas LPG bersubsidi di Kabupaten Aceh Utara: Kebijakan pemerintah versus mekanisme pasar. *Jurnal Administrasi Publik dan Kebijakan*.
- Sugiyono. (2022). *Metode penelitian kualitatif*. Alfabeta.
- Suryanti, N., & Rauf, M. A. (2024). Implementasi Peraturan Presiden Nomor 104 Tahun 2007 tentang Penyediaan, Pendistribusian dan Penetapan Harga Liquefied Petroleum Gas Tabung 3 Kilogram. *Pattimura Legal Journal*, 3(1), 9–17. <https://doi.org/10.47268/pela.v3i1.12526>
- West, R., & Turner, L. H. (2008). *Pengantar teori komunikasi: Analisis dan aplikasi (Buku 1)*. Salemba Humanika.