

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam dinamika perusahaan agribisnis modern, Humas (PR) memegang peran strategis sebagai jembatan komunikasi antara perusahaan dan komunitas di sekitarnya. “humas bukan sekadar fungsi penyebaran informasi, tetapi bagian dari manajemen strategis yang bertugas membangun hubungan saling menguntungkan (*mutual understanding*) antara organisasi dan publiknya”. Menurut (Rachmat Kriyantono, 2014)

Peran utama Humas membangun komunikasi dua arah (*two-way communication*). Industri tidak bisa hanya menyampaikan kebijakan atau program secara sepihak, tetapi harus membuka ruang dialog. Melalui komunikasi dua arah, perusahaan dapat: Mendengar aspirasi masyarakat, Mengidentifikasi potensi konflik, Menyesuaikan kebijakan dengan kebutuhan komunitas (Rachmat Kriyantono, 2014)

Model komunikasi dua arah simetris yang dijelaskan Kriyantono menekankan keseimbangan kepentingan antara perusahaan dan masyarakat. Dalam konteks industri, hal ini penting untuk mencegah resistensi sosial. Industri seringkali berdampak langsung pada lingkungan sosial dan ekonomi masyarakat. Oleh karena itu, PR berperan dalam: Membangun kepercayaan (*trust building*), Menjaga reputasi perusahaan, Mengelola isu dan krisis, Memperkuat citra positif perusahaan. Hubungan yang baik tidak terbentuk secara instan, melainkan melalui interaksi berkelanjutan, program sosial, serta keterlibatan dalam kegiatan masyarakat. (Rachmat Kriyantono, 2014)

Community relations adalah bagian dari fungsi Humas yang secara khusus berfokus pada hubungan dengan komunitas lokal. Dalam kerangka manajemen PR menurut Rachmat Kriyantono, strategi ini dijalankan melalui empat tahapan: *Fact Finding* – Mengidentifikasi karakteristik sosial, budaya, dan kebutuhan masyarakat sekitar industri. *Planning* – Merancang program yang relevan dengan kepentingan komunitas. *Communication/Action* – Melaksanakan program dan membangun partisipasi aktif masyarakat. *Evaluation* – Mengukur efektivitas program dan dampaknya terhadap hubungan sosial. Melalui tahapan ini, PR tidak hanya berperan sebagai pelaksana teknis, tetapi juga sebagai analis sosial dan perencana kebijakan komunikasi. (Rachmat Kriyantono, 2014)

Dalam konteks industri modern, perusahaan tidak hanya membutuhkan izin formal dari pemerintah, tetapi juga penerimaan sosial dari masyarakat (*social license to operate*). Peran PR di sini adalah memastikan bahwa perusahaan dipersepsikan sebagai bagian dari komunitas, bukan pihak luar yang hanya mengejar keuntungan ekonomi. Hubungan yang harmonis akan berdampak pada: Stabilitas operasional perusahaan, Dukungan masyarakat terhadap program perusahaan, Minimnya konflik sosial, Keberlanjutan usaha jangka panjang

Industri yang beroperasi di wilayah dengan tradisi kuat perlu mengintegrasikan nilai budaya lokal dalam strategi komunikasi. Kegiatan berbasis budaya, seperti tradisi pertanian atau kegiatan sosial masyarakat, dapat menjadi media efektif dalam mempererat hubungan emosional antara perusahaan dan komunitas. (Alvionita Anggraeni, 2024)

Keberlanjutan perusahaan (*corporate sustainability*) tidak hanya ditentukan oleh kinerja finansial, tetapi juga oleh kualitas hubungan sosial dengan komunitas di sekitar wilayah operasionalnya. Dalam konteks ini, strategi *community relations* menjadi elemen krusial karena perusahaan merupakan bagian dari sistem sosial yang saling terhubung dengan masyarakat. Tanpa dukungan komunitas, operasional industri rentan terhadap konflik sosial, penolakan, hingga gangguan aktivitas produksi. (Rahmatia, 2025)

Kepercayaan (*trust*) merupakan aset tidak berwujud yang sangat menentukan keberlanjutan perusahaan. Strategi *community relations* yang konsisten akan membentuk citra perusahaan sebagai institusi yang peduli, bertanggung jawab, dan terbuka. Reputasi positif ini berdampak pada: Loyalitas mitra kerja dan masyarakat, Dukungan terhadap program perusahaan, Kemudahan dalam ekspansi atau pengembangan usaha. Reputasi yang baik menjadi modal sosial yang memperkuat posisi perusahaan dalam jangka panjang.

Hubungan harmonis dengan komunitas memungkinkan terciptanya kolaborasi yang produktif, seperti: Kemitraan dengan petani atau pelaku UMKM lokal, Program pemberdayaan masyarakat, Peningkatan kesejahteraan ekonomi sekitar industri. Ketika perusahaan dan masyarakat tumbuh bersama, maka tercipta hubungan saling ketergantungan yang positif. Keberlanjutan perusahaan bukan hanya tentang profit, tetapi juga tentang kontribusi terhadap pembangunan sosial.

Strategi *community relations* memiliki peran vital dalam menjaga keberlanjutan perusahaan karena berfungsi sebagai fondasi hubungan sosial yang stabil, harmonis, dan saling menguntungkan. Dalam perspektif manajemen Public Relations menurut Rachmat Kriyantono, keberhasilan strategi ini diukur dari kemampuan perusahaan menciptakan komunikasi dua arah, membangun kepercayaan, serta mempertahankan legitimasi sosial di tengah masyarakat. Dengan demikian, *community relations* bukan sekadar aktivitas komunikasi, melainkan strategi keberlanjutan jangka panjang perusahaan. (Kriyantono, 2014)

Tradisi Bongkar Ratoon merupakan salah satu bentuk kearifan lokal yang tumbuh dan berkembang dalam budaya pertanian tebu, khususnya di wilayah sentra produksi gula. Secara agronomis, ratoon merujuk pada sistem penanaman tebu yang memanfaatkan kembali sisa akar atau tunggul tanaman setelah panen untuk menghasilkan pertumbuhan berikutnya. Namun, dalam praktik sosialnya, proses bongkar ratoon tidak hanya dimaknai sebagai kegiatan teknis pertanian, melainkan juga sebagai momentum kolektif yang melibatkan petani, buruh tani, serta unsur masyarakat sekitar. Tradisi ini

biasanya dilakukan secara bersama-sama, mengandung nilai gotong royong, solidaritas, dan kebersamaan yang telah mengakar dalam kehidupan agraris. (Rahmatia, 2025)

Sebagai kearifan lokal, Tradisi Bongkar Ratoon mencerminkan hubungan erat antara manusia, alam, dan sistem ekonomi berbasis pertanian. Aktivitas ini tidak sekadar bertujuan meningkatkan produktivitas lahan, tetapi juga menjadi ruang interaksi sosial yang memperkuat jaringan komunitas petani tebu. Dalam konteks budaya lokal, kegiatan tersebut seringkali disertai dengan simbol-simbol tertentu, doa bersama, atau bentuk ungkapan syukur atas hasil panen sebelumnya dan harapan terhadap musim tanam berikutnya. Nilai-nilai ini memperlihatkan bahwa praktik pertanian tidak berdiri sendiri sebagai aktivitas ekonomi, melainkan menyatu dengan sistem nilai dan tradisi masyarakat.

Di tengah perkembangan industri gula modern, keberadaan Tradisi Bongkar Ratoon menunjukkan bahwa modernisasi tidak sepenuhnya menghilangkan praktik budaya lokal. Justru, tradisi ini dapat menjadi identitas sosial komunitas petani tebu sekaligus penanda kontinuitas sejarah pertanian di suatu daerah. Oleh karena itu, memahami Tradisi Bongkar Ratoon sebagai kearifan lokal berarti melihatnya tidak hanya dari aspek teknis budidaya, tetapi juga dari dimensi sosial, budaya, dan simbolik yang menyertainya. Perspektif ini penting dalam penelitian komunikasi, karena tradisi tersebut berpotensi menjadi media interaksi dan penguatan hubungan antara perusahaan industri gula dan komunitas petani sebagai bagian dari ekosistem sosial yang saling bergantung. (Rahmatia, 2025)

Pelebaran atau perluasan lahan pertanian tebu merupakan salah satu strategi yang dilakukan untuk meningkatkan kapasitas produksi bahan baku, khususnya menjelang musim giling. Dalam konteks industri gula, musim giling menjadi periode krusial karena pada fase inilah seluruh hasil panen tebu diproses untuk mencapai target produksi yang telah ditetapkan perusahaan. Ketersediaan bahan baku dalam jumlah dan kualitas yang memadai sangat menentukan keberhasilan pencapaian target tersebut. Oleh karena itu,

perluasan lahan menjadi langkah strategis guna menjamin kontinuitas pasokan tebu ke pabrik. (Putri, 2025)

Secara agronomis, perluasan lahan memungkinkan peningkatan volume tanam sehingga potensi hasil panen juga bertambah. Langkah ini biasanya diikuti dengan perencanaan teknis seperti pemilihan varietas unggul, pengelolaan kesuburan tanah, serta pengaturan pola tanam yang selaras dengan jadwal giling pabrik. Dengan manajemen yang tepat, perluasan lahan tidak hanya meningkatkan kuantitas produksi, tetapi juga menjaga kualitas tebu agar rendemen gula tetap optimal saat proses pengolahan berlangsung.

Dari perspektif sosial dan manajerial, pelebaran lahan juga berkaitan dengan kemitraan antara perusahaan dan petani. Kerja sama yang baik dalam bentuk pendampingan teknis, penyediaan bibit, hingga dukungan sarana produksi menjadi faktor penting agar perluasan lahan berjalan efektif. Dengan demikian, upaya mencapai target musim giling bukan hanya soal penambahan luas tanam, tetapi juga tentang sinergi antara perusahaan dan komunitas petani dalam membangun sistem produksi yang berkelanjutan dan terintegrasi.

Posisi Pabrik Gula Gempolkrep sebagai industri pengolahan tebu menempatkannya dalam hubungan yang sangat dekat dan langsung dengan masyarakat petani. Berbeda dengan industri manufaktur tertutup yang bahan bakunya diperoleh dari pihak ketiga tanpa keterlibatan sosial yang intens, pabrik gula sangat bergantung pada hasil budidaya tebu yang ditanam oleh petani di wilayah sekitar. Ketergantungan ini menciptakan hubungan timbal balik yang bersifat struktural maupun kultural, di mana keberlangsungan operasional pabrik ditentukan oleh produktivitas petani, sementara kesejahteraan petani turut dipengaruhi oleh stabilitas dan kebijakan perusahaan.

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa *community relations* merupakan strategi penting dalam membangun hubungan yang harmonis antara organisasi dengan masyarakat. Joan Sutarto dan El Chris Natalia melalui penelitian berjudul *Analisis Strategi CSR Bank Indonesia dalam Membangun Hubungan Komunitas* menjelaskan bahwa program Corporate Social

Responsibility (CSR) tidak hanya menjadi bentuk tanggung jawab sosial perusahaan, tetapi juga menjadi strategi komunikasi yang mampu membangun kepercayaan, partisipasi, dan hubungan jangka panjang dengan komunitas. (Sutarto, (2023))

Selanjutnya, penelitian Fadhlizha I.R.F., Nabila N.A., dan Maulana Irfan yang berjudul *Analisis Kemitraan Plan International Indonesia Menggunakan Strategi Community Relations* mengungkapkan bahwa keberhasilan *community relations* sangat dipengaruhi oleh kemitraan yang melibatkan masyarakat secara aktif sehingga tercipta hubungan yang saling menguntungkan antara organisasi dan komunitas. (Firamadhina, (2022))

Di sisi lain, penelitian mengenai tradisi lokal juga menunjukkan bahwa budaya memiliki peran penting dalam membangun hubungan sosial. Penelitian Adinda Dhea Rahmatia, Arief Sudrajat, dan Rizky Trisna Putri yang berjudul *Interaksi Sosial dan Makna Simbolis Tradisi Manten Tebu di Pabrik Gula Gempolkerep dalam Membentuk Sinergi Sosial* menjelaskan bahwa Tradisi Manten Tebu mengandung makna simbolis yang mampu memperkuat solidaritas, sinergi sosial, serta hubungan emosional antara petani tebu, masyarakat, dan pihak pabrik melalui nilai-nilai kearifan lokal. ([Literasi Sains](#)) Selain itu, penelitian *Public Relations dan Community Engagement dalam Mempromosikan Wisata Konservasi Penyu di Serangan, Denpasar Selatan* menunjukkan bahwa keterlibatan masyarakat (*community engagement*) yang difasilitasi melalui aktivitas kehumasan mampu meningkatkan partisipasi publik, rasa memiliki terhadap program, dan keberlanjutan hubungan antara organisasi dengan komunitas. (Rahmatia, 2025)

Meskipun demikian, keempat penelitian tersebut masih berfokus pada implementasi *community relations* melalui program CSR, kemitraan organisasi, *community engagement*, maupun tradisi budaya yang dikaji dari perspektif sosiologi dan interaksi sosial. Belum banyak penelitian yang mengkaji bagaimana sebuah tradisi lokal dimanfaatkan secara sadar sebagai strategi *community relations* oleh fungsi Humas perusahaan. Oleh karena itu, penelitian ini mengisi celah tersebut dengan mengkaji **Tradisi Bongkar Ratoon sebagai Strategi Community Relations Humas Pabrik Gula Gempolkrep**

Mojokerto. Penelitian ini berfokus pada bagaimana Humas memanfaatkan tradisi Bongkar Ratoon sebagai media komunikasi, membangun kepercayaan, mempererat hubungan dengan petani tebu dan masyarakat sekitar, serta menciptakan hubungan yang harmonis dan berkelanjutan melalui pendekatan berbasis kearifan lokal. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi baru dalam pengembangan kajian Public Relations, khususnya pada implementasi strategi *community relations* yang memanfaatkan tradisi budaya sebagai media komunikasi organisasi.

Interaksi tersebut tidak hanya terjadi dalam aspek ekonomi melalui transaksi jual beli tebu, tetapi juga dalam bentuk kemitraan, pendampingan teknis, hingga koordinasi jadwal tanam dan musim giling. Pabrik gula berperan sebagai pusat pengolahan sekaligus penggerak ekosistem agribisnis tebu, sedangkan petani menjadi pemasok utama bahan baku yang menentukan kapasitas produksi gula. Relasi ini menuntut adanya komunikasi yang intensif, transparan, dan berkelanjutan agar tidak terjadi kesenjangan informasi maupun konflik kepentingan.

Berdasarkan kondisi tersebut, terdapat *research gap* atau kesenjangan penelitian, yaitu belum adanya penelitian yang mengkaji bagaimana tradisi Bongkar Ratoon dimanfaatkan sebagai strategi *community relations* oleh humas perusahaan dalam membangun hubungan yang harmonis dengan masyarakat sekitar. Penelitian ini juga berupaya mengisi kesenjangan teoritis mengenai penerapan konsep *community relations* melalui pendekatan budaya lokal yang selama ini belum banyak dibahas dalam literatur hubungan masyarakat di Indonesia.

Selain memiliki kontribusi akademis dalam pengembangan kajian hubungan masyarakat, penelitian ini juga memiliki nilai praktis bagi perusahaan, khususnya dalam merumuskan strategi komunikasi berbasis budaya lokal yang dapat meningkatkan keberterimaan sosial perusahaan di masyarakat. Dengan demikian, penelitian berjudul "**Tradisi Bongkar Ratoon sebagai Strategi Community Relations Humas Pabrik Gula Gempolkrep Mojokerto**" menjadi penting untuk dilakukan guna memahami bagaimana tradisi lokal dapat berfungsi sebagai sarana komunikasi, membangun kepercayaan, memperkuat

hubungan sosial, serta menciptakan hubungan yang berkelanjutan antara perusahaan dan masyarakat.

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana pelaksanaan Tradisi Bongkar Ratoon sebagai strategi *community relations* Humas Pabrik Gula Gempolkrep Mojokerto?.

1.3 Tujuan Penelitian

Untuk mendeskripsikan dan menganalisis pelaksanaan Tradisi Bongkar Ratoon sebagai strategi *community relations* yang diterapkan oleh Humas Pabrik Gula Gempolkrep Mojokerto.

1.4 Manfaat Penelitian

- 1.4.1 Manfaat akademis, Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat akademis berupa kontribusi terhadap pengembangan ilmu komunikasi, khususnya dalam kajian Humas dan *community relations*,
- 1.4.2 Manfaat praktis berupa rekomendasi strategis bagi Humas perusahaan industri dalam mengelola hubungan dengan komunitas secara efektif dan berkelanjutan.