

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis mengenai tradisi Bongkar Ratoon sebagai bentuk *community relations* antara perusahaan dan masyarakat, dapat disimpulkan bahwa tradisi Bongkar Ratoon merupakan implementasi strategi *community relations* yang efektif dalam membangun, memelihara, dan memperkuat hubungan yang harmonis antara perusahaan dengan masyarakat di sekitar wilayah operasionalnya, khususnya petani tebu sebagai pemangku kepentingan (*stakeholders*) utama. Tradisi ini tidak hanya memiliki makna sebagai warisan budaya yang dilestarikan secara turun-temurun, tetapi juga berfungsi sebagai media komunikasi sosial yang mampu mempertemukan perusahaan dan masyarakat dalam suasana yang partisipatif, inklusif, dan berlandaskan nilai-nilai kebersamaan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelaksanaan tradisi Bongkar Ratoon telah mengimplementasikan prinsip-prinsip *community relations* sebagaimana dikemukakan oleh Rachmat Kriyantono, yaitu komunikasi dua arah (*two-way communication*), partisipasi masyarakat (*community participation*), kemitraan (*partnership*), kepercayaan (*trust*), serta terciptanya hubungan yang saling menguntungkan (*mutual benefit*). Melalui tradisi tersebut, perusahaan memperoleh ruang untuk menyampaikan informasi, program, dan komitmennya kepada masyarakat, sementara masyarakat memiliki kesempatan untuk berpartisipasi secara aktif, menyampaikan aspirasi, serta terlibat dalam berbagai kegiatan yang berkaitan dengan pelestarian budaya maupun pengembangan sektor pertanian tebu.

Lebih lanjut, hubungan timbal balik yang terbangun melalui tradisi Bongkar Ratoon mencerminkan adanya kemitraan yang berkelanjutan antara perusahaan dan masyarakat. Masyarakat berperan sebagai mitra aktif yang memberikan dukungan terhadap keberlangsungan kegiatan perusahaan, sedangkan perusahaan menunjukkan komitmennya melalui berbagai bentuk pembinaan, pendampingan, serta dukungan terhadap pengembangan sektor pertanian tebu dan pelestarian budaya lokal. Hubungan tersebut tidak hanya

memperkuat kerja sama dan solidaritas sosial, tetapi juga meningkatkan penerimaan masyarakat (*social acceptance*) dan legitimasi sosial (*social legitimacy*) terhadap keberadaan perusahaan.

Penelitian ini juga menunjukkan bahwa pendekatan yang berbasis pada budaya lokal merupakan strategi yang efektif dalam membangun hubungan masyarakat. Pengintegrasian tradisi Bongkar Ratoon ke dalam pelaksanaan *community relations* menunjukkan bahwa penghormatan terhadap nilai-nilai budaya dan kearifan lokal mampu menciptakan kedekatan emosional, meningkatkan rasa memiliki (*sense of belonging*), memperkuat kepercayaan, serta mendorong partisipasi aktif masyarakat dalam berbagai program perusahaan. Pendekatan tersebut menjadikan komunikasi yang dibangun perusahaan lebih mudah diterima karena selaras dengan karakteristik sosial dan budaya masyarakat setempat.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tradisi Bongkar Ratoon tidak hanya berfungsi sebagai kegiatan budaya, tetapi juga merupakan instrumen strategis dalam implementasi *community relations*. Tradisi ini mampu mengintegrasikan kepentingan perusahaan dengan kebutuhan, nilai-nilai budaya, dan harapan masyarakat melalui komunikasi yang dialogis, partisipasi yang aktif, serta kemitraan yang berkelanjutan. Oleh karena itu, tradisi Bongkar Ratoon menjadi model praktik *community relations* berbasis kearifan lokal yang berkontribusi terhadap terciptanya hubungan yang harmonis, peningkatan kepercayaan masyarakat, penguatan legitimasi sosial perusahaan, serta keberlanjutan hubungan antara perusahaan dan masyarakat.

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian mengenai tradisi Bongkar Ratoon sebagai bentuk *community relations* antara perusahaan dan masyarakat, peneliti memberikan beberapa saran yang diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan dalam pengembangan program *community relations* maupun penelitian selanjutnya.

### 5.2.1 Bagi Perusahaan

Perusahaan diharapkan dapat mempertahankan sekaligus mengembangkan tradisi Bongkar Ratoon sebagai salah satu strategi *community relations* yang berbasis pada kearifan lokal. Pelestarian tradisi ini tidak hanya berkontribusi terhadap keberlanjutan warisan budaya masyarakat, tetapi juga memperkuat hubungan yang harmonis antara perusahaan dan komunitas di sekitar wilayah operasionalnya. Selain itu, perusahaan perlu meningkatkan kualitas partisipasi masyarakat melalui pelibatan yang lebih aktif pada setiap tahapan kegiatan, mulai dari proses perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi program. Pendekatan yang lebih partisipatif diharapkan mampu memperkuat rasa memiliki (*sense of belonging*), meningkatkan kepercayaan (*trust*), serta membangun kemitraan yang berkelanjutan antara perusahaan dan masyarakat.

### 5.2.2 Bagi Masyarakat dan Petani Tebu

Masyarakat dan petani tebu diharapkan dapat terus berpartisipasi secara aktif dalam pelaksanaan tradisi Bongkar Ratoon maupun berbagai program kemitraan yang diselenggarakan oleh perusahaan. Partisipasi tersebut tidak hanya penting dalam menjaga keberlangsungan tradisi sebagai bagian dari identitas budaya lokal, tetapi juga menjadi faktor yang mendukung terwujudnya komunikasi yang efektif, kerja sama yang harmonis, serta hubungan yang saling menguntungkan antara masyarakat dan perusahaan. Melalui keterlibatan yang berkelanjutan, masyarakat diharapkan dapat berperan sebagai mitra strategis dalam mendukung keberhasilan program-program perusahaan sekaligus

menjaga kelestarian nilai-nilai budaya yang diwariskan secara turun-temurun.

### 5.2.3 Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini memiliki keterbatasan karena hanya berfokus pada analisis *community relations* melalui satu tradisi budaya, yaitu tradisi Bongkar Ratoon. Oleh karena itu, peneliti selanjutnya disarankan untuk mengembangkan kajian dengan memperluas objek penelitian pada program *community relations* lainnya, baik yang berbasis budaya maupun pemberdayaan masyarakat, sehingga diperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai implementasi hubungan masyarakat dalam berbagai konteks organisasi. Selain itu, penelitian selanjutnya dapat menggunakan pendekatan metodologis maupun perspektif teori yang berbeda, seperti teori *stakeholder*, *social capital*, *corporate social responsibility* (CSR), atau *community engagement*, guna memperkaya analisis mengenai hubungan antara perusahaan dan masyarakat. Penelitian komparatif pada sektor industri lain atau di wilayah yang berbeda juga dapat dilakukan untuk menghasilkan temuan yang lebih luas dan memperkuat pengembangan kajian akademik di bidang hubungan masyarakat (*public relations*), khususnya *community relations* berbasis kearifan lokal.

## DAFTAR PUSTAKA

- Kriyantono, R. (2021). *Public Relations, Issue & Crisis Management: Pendekatan Critical Public Relations, Etnografi Kritis dan Kualitatif*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Kriyantono, R. (2020). *Teknik Praktis Riset Komunikasi Kuantitatif dan Kualitatif*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Moleong, L. J. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, D. (2018). *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nasution, S. (2017). *Metode Research (Penelitian Ilmiah)*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Ruslan, R. (2017). *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Widjaja, H. A. W. (2019). *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Yin, R. K. (2018). *Case Study Research and Applications: Design and Methods* (6th ed.). Sage Publications.
- Jurnal
- Ariyanto, A., & Putri, D. A. (2023). Strategi Community Relations dalam Membangun Hubungan Harmonis antara Perusahaan dan Masyarakat. *Jurnal Komunikasi Indonesia*, 12(2), 115–128.
- Hidayat, M., & Rahmawati, N. (2022). Peran Public Relations dalam Penguatan Hubungan Perusahaan dengan Komunitas Lokal. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(1), 45–58.
- Pratama, R., & Kurniawan, A. (2024). Community Relations sebagai Strategi Corporate Communication dalam Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 8(1), 77–89.
- Dokumen Perusahaan
- PT Sinergi Gula Nusantara. (2025). *Profil Perusahaan PT Sinergi Gula Nusantara*. Surabaya: PT Sinergi Gula Nusantara.
- PT Sinergi Gula Nusantara. (2025). *Laporan Program Kemitraan dan Community Relations Tahun 2025*. Surabaya: PT Sinergi Gula Nusantara.