
RELATIONSHIP MANAGEMENT STAF HUMAS PABRIK GULA KWALA MADU (PGKM) PT. PERKEBUNAN NUSANTARA II

Ade Muana Husniaty, S.Sos., M.Si¹, Dr. Ainol Mardhiah², Kamaruddin, S.Sos., M.Si³
dan Nensi Anggreni Br Ginting⁴

^{1,2,3} Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Malikussaleh

⁴ Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Malikussaleh

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul *Relationship Management* Staf Humas Pabrik Gula Kwala Madu (PGKM) PT. Perkebunan Nusantara II. Penelitian ini berfokus pada *Relationship Management* staf Humas Pabrik Gula Kwala Madu kepada karyawan tetap dan karyawan PKWT dan hambatan pada humas Pabrik Gula Kwala Madu dari masyarakat yang beragam macam dan sifat yang berbeda-beda. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis bagaimana *Relationship Management* staf humas Pabrik Gula Kwala Madu (PGKM) PT. Perkebunan Nusantara II. Untuk mencapai tujuan tersebut, maka dipilih penelitian deskriptif kualitatif (*Descriptif Qualitative*). Data penelitian dikumpulkan melalui observasi, dekomendasi, dan wawancara mendalam dengan sejumlah informan. Peran humas di PGKM dalam menjalankan tugasnya sudah sesuai dengan SOP yang ditentukan oleh perusahaan dan seluruh keluhan karyawan juga di respon dengan baik begitu pun dengan komunikasi internal yang mereka terapkan sudah sesuai dengan peran humas pada umumnya, meskipun humas yang ada di PGKM ditempatkan di departemen yang sama dengan SDM/ HRD (*Human Resources Development*). Begitu juga dengan hambatan yang terjadi dari masyarakat yang beragam dan sifat yang berbeda-beda semua ditanggapi dengan tenang sehingga tidak pernah terjadi keributan antara staf humas dengan karyawan atau masyarakat.

Kata Kunci: *Relationship Management*, *Humas*, *Pabrik Gula Kwala Madu*

Pendahuluan

Aktivitas *Public Relations* adalah menyelenggarakan komunikasi timbal balik antara perusahaan dengan publik yang bertujuan untuk menciptakan saling pengertian dan dukungan (Ruslan, 2005 : 1). Tidak banyak dari mereka yang bergelut didunia organisasi

serta memahami secara praktik akan tahapan-tahapan sistem manajemen. *Public Relations* merupakan praktik yang digunakan untuk membangun relasi dengan publik, baik publik yang bersifat internal maupun publik yang bersifat eksternal. *Public internal* adalah mereka yang berada di dalam organisasi yaitu karyawan, manajer, supervisor, serikat pekerja, dan dewan direksi. *Public external* adalah mereka yang tidak secara langsung berhubungan dengan perusahaan. Misalnya pemerintah pusat dan daerah, konsumen, masyarakat sekitar, pemasok dan media. Nova (2014 : 8)

Menurut Ruslan (2005) *Public Relations* merupakan seni (*art*) dan gabungan dari disiplin ilmu manajemen, komunikasi, psikologi, sosial dan marketing, untuk membentuk perusahaan atau lembaga, gagasan atau ide yang ditawarkan, nama dan produknya menjadi disukai dan dipercaya oleh publiknya. Keberadaan PR dalam sebuah lembaga atau instansi dapat menjadi jembatan penghubung antara perusahaan tersebut dengan publik. Pada dasarnya tujuan *Public Relations* adalah untuk menyebarkan informasi, menciptakan, memelihara, dan membina hubungan baik yang harmonis sehingga mendapatkan citra positif terhadap perusahaan atau instansi tersebut. Hal ini disebabkan karena PR merupakan salah satu *front liner* penting dalam berkomunikasi baik kepada karyawan. Tanpa adanya PR akan menimbulkan hambatan atau problem komunikasi baik dalam lingkungan eksternal maupun internal.

Relationship Management adalah strategi dimana organisasi mempertahankan tingkat keterlibatan yang berkelanjutan dengan audiensnya, ini merupakan hal penting yang perlu diperhatikan oleh perusahaan yang siap bersaing di era globalisasi, perusahaan harus mampu mengakomodasi *stakeholder* dan *shareholder* nya jika ingin berkembang. Kesuksesan dan kegagalan perusahaan tergantung kepada kemampuannya untuk menjalin hubungan yang harmonis dengan pelanggannya. Pada kenyataannya akhir-akhir ini banyak perhatian tercurah pada konsep kepuasan “total” yang implikasinya

adalah mencapai kepuasan sebagian saja sudah cukup untuk membuat pelanggan setia dan kembali lagi. Ketika pelanggan merasa puas akan pelayanan yang didapatkan pada saat proses transaksi dan juga puas akan barang atau jasa yang mereka dapatkan, besar kemungkinan mereka akan kembali lagi. (Barnes : 2003)

Sama seperti halnya pada perusahaan Pabrik Gula Kwala Madu atau biasa disebut PGKM adalah satu dari dua pabrik gula yang saat ini dimiliki PT. Perkebunan Nusantara II yang terletak di Langkat, Sumatera Utara. Selain Pabrik Gula Kwala Madu PT. Perkebunan Nusantara II juga memiliki pabrik gula lain yang juga memproduksi gula pasir yaitu Pabrik Gula Sei Semayang (PGSS) yang terletak di Kabupaten Deli Serdang. Pendistribusian produk ini merupakan salah satu pelayanan kepada masyarakat di berbagai daerah karena gula pasir adalah sembako yang dibutuhkan oleh masyarakat.

Dengan situasi ini tentunya dibutuhkan kerjasama serta dorongan dari pihak-pihak internal maupun pihak eksternal, Dari kerjasama ini akan menumbuhkan sikap *profesionalisme* atau (*image*) positif untuk masyarakat. PR lah yang menjadi tim manajemen untuk membentuk sebuah komunikasi yang efektif kepada karyawan dan publiknya, penyandang profesi *public relations officer* (pejabat humas) di dalam menjalankantugas dan fungsinya harus selalu berusaha memenuhi keinginan perusahaan atau lembaga yang diwakilinya maka staf humas harus selalu menginformasikan, temanya apa, untuk berapa lama, sejauh mana dukungan dana, manajemen dan fasilitas serta dapatkah mencapai target penjualan. Berdasarkan observasi awal dan data yang penulis dapatkan karena penulis *On Job Training* di perusahaan ini maka penulis melihat bagaimana komunikasi yang dilakukan oleh staf humas dengan *Assistant Umum*, mereka di tempatkan pada satu ruangan yang sama guna menyelesaikan keluhan-keluhan karyawan.

Di Pabrik Gula Kwala Madu (PGKM) terdapat karyawan tetap dan karyawan

musiman dimana karyawan tetap terdiri dari 15 karyawan pimpinan dan 205 karyawan pelaksana begitu pula dengan karyawan musiman yang terdiri dari karyawan harian lepas. Karyawan musiman adalah karyawan yang bekerja pada musim giling/musim panen sesuai dengan kontrak kerja, jumlah karyawan musiman atau yang sering disebut karyawan PKWT yang diperlukan setiap tahunnya di Pabrik Gula Kwala Madu berjumlah ±380 tenaga kerja. Secara kasat mata suasana kerja *public relations* pada publik internal di beberapa departemen pada perusahaan terlihat nyaman dan santai khususnya di bidang PR, namun berbeda dengan yang terjadi di lapangan. Apabila dicermati lebih mendalasingkali ditemukan di banyak perusahaan *Public Relations* tidak berjalan sebagaimana mestinya sehingga banyak orang yang meremehkan dan mengesampingkan peran *public relations* bahkan tidak jarang menganggap PR hanya sebagai pelengkap di sebuah perusahaan semata. Hambatan PR dari masyarakat beragam yang juga terjadi di lapangan yaitu kurangnya informasi kepada masyarakat yang tinggal di rumah komplek atau rumah dinas, beberapa masyarakat tidak merawatnya sehingga banyak yang hancur dan tidak layak huni.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan sebelumnya, maka masalah dalam penelitian ini dapat dirumuskan Bagaimana *Relationship Management* Staf Humas Pabrik Gula Kwala Madu (PGKM) PT. Perkebunan Nusantara II

Landasan Teori

Teori Dialektika Relasional merupakan salah satu teori komunikasi, teori ini pertama kali dikembangkan oleh Leslie Baxter 1988 dan WK Rawlins pada tahun 1992 yang mendefinisikan pola komunikasi antara mitra hubungan sebagai akibat dari ketegangan dialektis endemik. Menurut Baxter bahwa teori ini tumbuh dari

ketidakpuasan akan bias-bias *monologic* (bersifat individual) dari penelitian komunikasi keluarga atau interpersonal tradisional, yang mana wacana-wacana keterbukaan, kepastian, dan keterkaitan memiliki hak istimewa ketika wacana yang bersifat non pengungkapan, ketidakterdugaan, dan hak otonomi dibungkam.

Teori dialektika relasional menggambarkan hidup hubungan sebagai kemajuan dan pergerakan yang konstan. Orang-orang yang terlibat di dalam hubungan terus merasakan dorongan dan tarikan dari keinginan-keinginan yang bertolak belakang di dalam seluruh bagian hidup berhubungan. Pada dasarnya orang menginginkan kebaikan-kebaikan, paling tidak mengarah kepada perubahan untuk mendapatkan kebaikan, namun dalam hal ini ada konstan yang berlawanan bukan hanya ketika membicarakan dua tujuan yang berlawanan akan tetapi selalu ada kontradiktif dalam mencapai suatu tujuan. (Nuruddin : 2016).

Ketika orang berkomunikasi, di dalam sebuah proses interaksi mereka akan selalu berusaha mendamaikan keinginan-keinginan yang saling bertolak belakang, namun mereka juga tidak menghapus kebutuhan mereka pada kedua bagian yang saling bertolak belakang. Teori dialektika relasional menyatakan bahwa hidup berhubungan dicirikan oleh ketegangan-ketegangan yang berkelanjutan antara impuls-impuls yang kontradiktif. Asumsi dasar Teori Dialektika Relasional, sebagai berikut :

- Hubungan tidak bersifat linear. Asumsi ini berpendapat hubungan manusia terdiri atas *fluktuasi* yang terjadi antara keinginan-keinginan yang kontradiktif.
- Hidup berhubungan ditandai dengan adanya perubahan. Proses atau perubahan suatu hubungan merujuk pada pergerakan kuantitatif dan kualitatif sejalan dengan waktu dan kontraksi-kontraksi yang terjadi, diseperti mana suatu hubungan dikelola.

-
- Kontradiksi merupakan fakta fundamental dalam hidup berhubungan. Kontradiksi atau ketegangan terjadi antara dua hal yang berlawanan tidak pernah hilang dan tidak pernah berhenti menciptakan ketegangan.
 - Komunikasi sangat penting dalam mengelola dan menegosiasikan kontradiksi-kontradiksi dalam hubungan.

Public Relations

Public Relations merupakan bagian integral dari suatu kelembagaan dan bukan fungsi atau bagian yang berdiri sendiri. *Public Relations* adalah penyelenggara komunikasi timbal balik antara satu lembaga dengan publik yang mempengaruhi sukses tidaknya lembaga tersebut. Dari satu pihak lembaga, komunikasi seperti ini ditunjukkan untuk menciptakan saling pengertian dan dukungan bagi tercapainya tujuan kebijakan dan tindakan lembaga tersebut. (Nurtjahjani, 2018:5) Menurut Onong (1989), *Public Relations* merupakan kegiatan dua arah secara timbal balik antara suatu organisasi dengan publik atau khalayaknya, baik publik internal maupun eksternal dalam rangka mendukung fungsi dan tujuan manajemen organisasi tersebut, dengan meningkatkan pembinaan kerjasama dan pemenuhan kepentingan bersama, yang dilandas asas saling pengertian dan saling mempercayai kebanyakan organisasi besar memiliki staf humas tersendiri, juga dapat mengakibatkan kerja ganda. W. Emerson Rock juga mengemukakan bahwa *public relations* adalah kelanjutan dari proses penetapan kebijaksanaan, penentuan pelayanan-pelayanan dan sikap yang disesuaikan dengan kepentingan orang-orang atau golongan, agar orang atau lembaga itu memperoleh kepercayaan dan *goodwill* dari mereka.

Aktivitas seorang *Public Relations* sehari-hari yaitu menyelenggarakan komunikasi timbal balik (*two way communications*) antara perusahaan atau suatu lembaga dengan pihak publik yang bertujuan untuk menciptakan saling pengertian dan

dukungan bagi tercapainya suatu tujuan tertentu, kebijakan, kegiatan produksi barang dan pelayanan jasa semua demi kemajuan perusahaan atau citra positif bagi lembaga yang bersangkutan. Jadi, kegiatan *Public Relations* tersebut sangat erat hubungannya dengan pembentukan opini publik dan perubahan sikap dari masyarakat. Ruslan (2005 : 1)

Metode Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Menurut Sugiono (2016 : 9) metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, dimana peneliti adalah instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada “generalisasi”. Generalisasi dalam penelitian kualitatif disebut dengan *transferability* dalam bahasa Indonesia dinamakan Keterlihatan. Sugiyono (2016 : 13).

Dalam hal ini peneliti ingin mengetahui bagaimana *Public Relations* yang dijalankan Pabrik Gula Kwala Madu (PGKM) PT. Perkebunan Nusantara II dengan menggunakan teori dialektika relasional. Menurut Sugiyono (2016) data yang telah dikumpulkan dari hasil penelitian akan diolah dengan menggunakan metode analisis deskriptif, yaitu suatu metode dalam meneliti suatu kelompok manusia, suatu objek, suatu set, dan dianalisis dengan cara mengumpulkan, mengolah, dan menafsirkan data sehingga dapat memberikan gambaran secara sistematis, faktual dan akurat mengenai kata-kata yang diselidiki.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Gambaran Umum Pabrik Gula Kwala Madu (PGKM)

Pabrik Gula Kwala Madu (PGKM) adalah perusahaan yang bergerak dalam bidang manufaktur yaitu proses pengolahan tebu menjadi Gula Putih Kristal (GPK), Pabrik Gula Kwala Madu (PGKM) merupakan perusahaan dalam bidang industri pangan yang dibutuhkan oleh masyarakat banyak, Pabrik ini berkapasitas 2700 – 4000 ton/hari. Tebu merupakan bahan baku yang digunakan sebagai proses produksi gula sedangkan bahan tambahan dalam pembuatan gula adalah air, susu kapur, gas belerang, dan asam fosfat. Tebu adalah tanaman semusim yang luas lahannya tidak jauh dari pabrik, tanaman tebu dipanen pada saat tanaman memiliki kadar gula atau sukrosa yang tinggi (umur 10-12 bulan) akibatnya PGKM hanya akan berproduksi saat tanaman tebu terpenuhi kadar sukrosa untuk diolah menjadi gula.

Pabrik Gula Kwala Madu atau biasa di sebut PGKM adalah satu dari dua pabrik gula yang saat ini dimiliki PT. Perkebunan Nusantara II yang terletak di Langkat, Sumatera Utara. Selain Pabrik Gula Kwala Madu, PT. Perkebunan Nusantara II juga memiliki pabrik gula lain yang juga memproduksi gula pasir yaitu Pabrik Gula Sei Semayang (PGSS) yang terletak di Kabupaten Deli Serdang. Pembangunan Pabrik Gula Kwala Madu di mulai dari proyek gula PT. Perkebunan Nusantara IX sebagai pengelola hanya memanfaatkan area perkebunan ini untuk tanaman tembakau sebagai komoditi ekspor utama. Karena adanya berbagai permasalahan dalam pengusahaan tembakau dipasaran serta pemanfaatan tanah secara khusus maka proyek pengembangan industri gula (PPIG) tahun 1975 di lakukan pada:

- Perkebunan Tanjung Morawa
- Perkebunan Batang Kuis

-
- Perkebunan Sei Semayang
 - Perkebunan Kwala Madu

Pabrik Gula Kwala Madu selesai pembangunannya pada tahun 1983, mulai beroperasi pada tahun 1984. Pembangunan PG Kwala Madu merupakan proyek pemerintah dengan nama sebelumnya adalah Sei Semayang II. Pada tanggal 14 Februari 1996 berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 6 s/d 19 tahun 1996 tentang peleburan 26 BUMN menjadi 14 BUMN maka PTP- IX dengan PTP II bergabung menjadi PTP Nusantara II.

***Relationship Management* Staf Humas, Karyawan Tetap dan Karyawan Kontrak di Pabrik Gula Kwala Madu**

Hasil penelitian yang di bahas pada bab ini adalah hasil wawancara dari sumber yang dapat dipercaya dan memiliki pengalaman - pengalaman pribadi di bidangnya masing-masing. Sumber data yang saya dapatkan diperoleh dari karyawan tetap dan karyawan PKWT yang ada di unit PT. Perkebunan Nusantara II yaitu Pabrik Gula Kwala Madu (PGKM). Dari hasil wawancara inilah peneliti kemudian mengolah data ini menjadi sebuah pembahasan hasil penelitian yang digunakan untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan dan mencapai tujuan penelitian yaitu untuk menganalisis bagaimana *Relationship Management* staf humas Pabrik Gula Kwala Madu (PGKM) PT. Perkebunan Nusantara II.

Relationship Management yang dilakukan oleh staf humas Pabrik Gula Kwala Madu mencakup 2 jenis kategori karyawan yaitu karyawan tetap dan karyawan PKWT. Dimana karyawan tetap adalah karyawan golongan yang tetap bekerja walaupun tidak musim panen atau yang disebut Overhaul sedangkan karyawan PKWT adalah karyawan yang bekerja hanya saat musim giling saja atau sering disebut musim panen tebu. Disinilah humas harus berperan dalam fungsi manajemen yang membangun dan mempertahankan hubungan baik dengan karyawan tetap maupun karyawan PKWT. Hal ini sesuai dengan

hasil wawancara yang dilakukan penulis dengan bapak Rahmat S. Sos selaku *Assistant umum* yang ditempatkan di departemen Humas PGKM, yaitu sebagai berikut

“ peran kami disini yah menjalankan komunikasi dan komunikasi yang terjadi disini sesuai dengan Serikat Pekerja sehingga sama- sama menjalin hubungan dan saling menjaga komunikasi antar sesama karyawan karena Serikat Kerja adalah Mitra perusahaan, Nahh...dengan begitu mereka juga akan mengontrol komunikasi yang kita gunakan. Komunikasi lah yang selama ini kita jalankan disini karena Kalau komunikasi sudah tersumbat pasti banyak masalah.” (Wawancara, 11 Februari 2021)

Peneliti melihat dari wawancara tersebut bahwa pernyataan dari *Assistant Umum* mengenai serikat pekerja yang ada di PGKM sudah sesuai dengan pernyataan humas yang dimana serikat pekerja merupakan organisasi yang dibentuk untuk pekerja, baik itu pekerja di luar perusahaan maupun di dalam perusahaan yang bersifat bebas dan bertanggung jawab untuk membela dan melindungi hak dan kepentingan pekerja serta meningkatkan kesejahteraan pekerja beserta keluarganya. Komunikasi yang dijalankan harus dijaga agar semua tetap kondusif.

SDM merupakan faktor penting dalam sebuah organisasi. Manusia memiliki kemampuan untuk menggerakkan semua sumber daya yang ada, tanpa ada SDM yang baik maka perusahaan akan sulit berkembang. Kekuatan setiap perusahaan atau organisasi terletak pada SDM yang mengelola dan menanganinya. Dan inilah yang di paparkan oleh Bapak Sariyal selaku kerani SDM Umum atau staf Humas.

“humas dan SDM umum yang ada di PGKM adalah satu, maka dari itu disini Assistant SDM strip umum jadi semua yang berkaitan dengan masalah umum kamilah yang menangani di luar dari masalah teknis yang ada di dalam pabrik”. (Wawancara, 22 Desember 2020)

Peneliti melihat dari yang dipaparkan oleh pak Sariyal lalu peneliti menjelaskan bahwa humas yang ditempatkan didalam departemen SDM itu karena SOP yang sudah ditentukan dari Perusahaan sehingga peran humas yang ada di PGKM juga mencakup

beberapa peran yang seharusnya di lakukan oleh SDM/ HRD (*Human Resource Department*), semua di kerjakan karena sudah menjadi tanggung jawab humas yang di tempatkan disatu bagian dengan SDM untuk menangani keluhan karyawan di luar masalah-masalah teknis yang terjadi dalam pabrik.

Dalam sebuah instansi perusahaan, *Public Relations* harus mampu menampilkan kesan yang baik dari instansinya untuk publik. Kesan disini berarti gambaran yang diperoleh seseorang tentang suatu fakta sesuai dengan tingkat pengetahuan dan pengertian mereka terhadap suatu hal berupa produk, orang dan situasi. Sebelumnya peneliti sudah menjelaskan bahwa penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan menggunakan metode deskriptif dan penelitian ini memfokuskan pada karyawan tetap dan karyawan PKWT.

Peran sebagai humas merupakan posisi penting dalam sebuah perusahaan. Berdasarkan hasil wawancara, observasi, dan data dokumentasi yang didapatkan oleh penulis selama penelitian di lapangan pada perusahaan Pabrik Gula Kwala Madu (PGKM) PT. Perkebunan Nusantara II. Dari hasil penelitian ini peneliti melihat bahwa *Relationship Management* staf humas secara internal di PGKM sudah berjalan dengan baik. Hal ini diperkuat dengan hasil wawancara yang peneliti lakukan dengan 6 informan karyawan dan 2 staf Humas, hampir semua informan menjawab bahwa humas atau SDM umum yang ada di PGKM sudah melakukan tugas nya sesuai dengan SOP yang ditentukan oleh perusahaan, mereka juga sudah merespon dengan baik semua keluhan karyawan terkhususnya masalah umum.

Peneliti melihat bahwa peran humas PGKM menyelesaikan tugas seperti rekrutmen karyawan kontrak, seleksi berkas, membuat surat teguran kepada karyawan dan melaksanakan *job description* humas lah yang menyelesaikan tugas tersebut tetapi yang pada dasarnya tugas tersebut sudah ditentukan oleh SOP perusahaan. Peran humas

secara eksternal juga di lakukan seperti memberikan bantuan kepada anak yatim kepada masyarakat di sekitar PGKM sebelum masa giling, membuat event di saat 17 Agustus dan memberikan bantuan sosial kepada masyarakat sekitar kebun.

Pada umumnya Humas dan SDM itu berbeda kalau humas adalah penyelenggara komunikasi timbal balik antara satu lembaga dengan publik sedangkan SDM atau HRD (Human Resource Department) merupakan proses manajerial Sumber Daya Manusia di dalam sebuah perusahaan Public Relations merupakan darah dari sebuah perusahaan maka perusahaan harus memberikan identitas organisasi dengan tepat dan benar serta mampu memberikan kesan terbaik, penelitian ini memfokuskan kepada publik internal di PGKM yaitu karyawan tetap dan karyawan PKWT, melalui penelitian ini saya melihat bagaimana komunikasi yang terjadi, mereka saling bekerja sama baik itu di stasiun sendiri ataupun diluar stasiun mereka karena stasiun satu dengan stasiun yang lainnya saling berhubungan untuk menyelesaikan produksi.

Semakin besar perusahaan akan membutuhkan karyawan yang semakin banyak, hal ini karena semakin banyak bidang kerja yang harus dilakukan. Sedangkan kemampuan seorang karyawan tentu memiliki keterbatasan dalam melaksanakan tugas secara keseluruhan oleh karena itu dibutuhkan lebih banyak tenaga kerja untuk menyelesaikannya sama halnya seperti di Pabrik Gula Kwala Madu (PGKM) akan menambah kurang lebih 400 tenaga kerja setiap tahun yang di kontrak selama musim giling saja dan itu biasa berlangsung selama 6 bulan. Di luar musim giling perusahaan hanya menggunakan tenaga kerja karyawan tetap atau karyawan golongan untuk mengoptimalkan pabrik yang biasanya di sebut Overhoul.

Interaksi karyawan dalam lingkungan perusahaan merupakan hal yang tidak dapat dipisahkan yang mana akan menimbulkan tingkat kepuasan kerja karyawan, dengan sarana hubungan yang nyaman akan lebih betah dan senang dalam menyelesaikan tugas.

Hubungan antar manusia dalam perusahaan merupakan jembatan antara karyawan dengan sesama karyawan maupun karyawan dengan pimpinan/atasan. Segala macam informasi yang menyangkut keberadaan dan operasional perusahaan, arus masuknya melalui *public relations*. Dari *public relations* inilah manajemen dapat menerima dan mengolah informasi yang ada untuk diambil sebuah keputusan dan strategis dalam rangka mengembangkan perusahaan. Fungsi manajemen humas yaitu membangun dan mempertahankan hubungan baik dan bermanfaat antara perusahaan dengan publik yang mempengaruhi kesuksesan atau kegagalan dalam sebuah perusahaan. Jadi, humas memiliki kedudukan dalam suatu perusahaan sebagai penghubung antara perusahaan dengan publiknya. *Internal Relations* memiliki peran yang sangat besar dalam sebuah perusahaan, begitu pula dengan PGKM. Strategi yang digunakan oleh *internal relations* tidak lepas dengan komunikasi. Komunikasi adalah hal yang sangat penting dalam sebuah perusahaan.

Dimana *internal relations* dapat mensinergikan perencanaan program sesuai dengan komitmen dan nilai-nilai yang dianut oleh sebuah perusahaan. Dengan melakukan komunikasi yang baik terhadap *stakeholder*, perusahaan secara tidak langsung telah membentuk opini positif dari publik *internal*. Komunikasi efektif adalah tujuan yang ingin dicapai berkaitan dengan hubungan manajemen yang dilakukan sebuah perusahaan.

Bila dikaitkan dengan teori Diaklektika Relasional dimana teori ini adalah dasar dari penelitian ini, teori ini melahirkan 4 asumsi yaitu Hubungan tidak linear, perubahan, ketegangan/konflik dan komunikasi. Dari keempat asumsi tersebut sudah menjawab dari fenomenal penelitian ini. Misalkan perubahan yang mereka rasakan yaitu perubahan aturan, dimana aturan yang ada di PGKM semakin baik setiap tahunnya misalnya saja tahun-tahun sebelumnya penjagaan dan pemeriksaan pintu gerbang utama masuk hanya di periksa oleh *security* pabrik tetapi dua tahun terakhir ini penjagaan sudah di tambah

dengan tentara sehingga penjagaannya lebih ketat dan itu membuat karyawan lebih disiplin dalam bekerja dan karyawan juga tidak sesuka hati untuk keluar masuk pabrik di jam bekerja.

Kalau hubungan tidak linear juga terjadi di pabrik ini karena disaat karyawan mengeluhkan keluhan mereka atasan langsung merespon misalnya saja dibagian pengupahan seluruh penekanan dan laporan harus dilaporkan ke atasan yaitu KTU (Kepala Tata Usaha) dan KTU langsung meresponnya dengan mengirim semua permintaan upah ke kantor direksi sehingga upah karyawan selalu di transfer ke rekening masing-masing karyawan setiap tanggal 5, dari sinilah saya melihat bahwa komunikasi yang dijalankan sudah baik dari karyawan ke atasan begitu juga sebaliknya. Semua orang butuh komunikasi apalagi ini di dalam ruang lingkup perusahaan pasti komunikasi yang dijalankan harus selalu berjalan dengan baik, baik itu komunikasi antara karyawan dengan atasan atau sesama karyawan. Komunikasi menduduki peran penting dalam proses organisasi yang berlangsung.

Hambatan Humas dari Masyarakat yang Beragam dan Sifat yang Berbeda-beda Masyarakat yang Beragam

Berdasarkan hasil penelitian penulis pada wawancara, observasi, dan data dokumentasi pada Pabrik Gula Kwala Madu (PGKM) PT. Perkebunan Nusantara II, penulis menyimpulkan ada beberapa kendala yang menghambat SDM umum atau humas salah satunya yaitu masyarakat yang beragam disitulah humas atau SDM umum harus bisa menyikapi watak masyarakat yang berbeda-beda. Bentuk keberagaman masyarakat terjadi karena kondisi dalam masyarakat yang terdapat banyak perbedaan dalam berbagai bidang, perbedaan tersebut dalam hal suku, bangsa, agama, sosial-budaya dan ekonomi begitu lah yang terjadi di komplek PGKM, karena di komplek PGKM banyak pendatang yang di tugaskan pada PGKM sehingga terjadi hambatan masyarakat beragam.

Dari masyarakat yang beragam sesekali pasti ada kesalahfahaman antara kedua belah pihak dan praktisi humas harus bisa menyikapinya dengan tenang dan sabar, misalnya saja rumah dinas yang dihuni oleh karyawan golongan banyak sekali yang tidak terawat sehingga sesekali pasti terjadi kesalahfahaman antara perusahaan dengan masyarakat.

Proses komunikasi yang harus dilakukan antara staf humas kepada masyarakat harus lebih ekstra karena masyarakat secara tidak langsung menjadi bagian dari aktivitas perusahaan maka selaku Humas PGKM harus mampu menghadapi perilaku masyarakat yang beragam, baik itu individu yang tinggal di komplek perusahaan ataupun kelompok sosial yang berada di daerah perusahaan misalnya desa yang terdekat dengan PGKM, humas harus ikut bertanggung jawab terhadap masalah-masalah sosial di sekitar wilayah perusahaan karena itu adalah bagian dari peran Humas.

Sifat yang Berbeda-beda

Karena PGKM adalah pabrik yang bergerak di bidang manufaktur yang akan menambah karyawan kontrak selama musim panen tebu sehingga ada yang membedakan kategori karyawan, ada karyawan golongan dan ada juga karyawan kontrak atau yang sering disebut karyawan PKWT kategori ini akan membedakan berbagai sifat karyawan, dimana karyawan PKWT akan lebih ekstra dalam bekerja karena pekerjaan yang mereka lakukan tahun ini akan berdampak dengan masa kerja mereka di tahun berikutnya misalnya tahun ini karyawan kontrak banyak peringatan ataupun kurang disiplin dalam bekerja pasti pihak perusahaan akan mempertimbangkan untuk dikontrak ditahun berikutnya.

Perbedaan karakteristik individu dapat menerangkan penyebab berbedanya kinerja karyawan yang satu dengan yang lainnya. Karakteristik merupakan ciri, tabiat, kebiasaan atau sifat yang membedakan seseorang dengan yang lain serta berkemampuan

dalam mengarahkan tindakan seorang individu (Husein : 2012). Karakteristik karyawan yang baik akan mudah beradaptasi dengan lingkungan tempat kerja dan meningkatkan kinerja karyawan tersebut. Lingkungan kerja merupakan segala sesuatu yang ada disekitar para pekerja yang dapat mempengaruhi dirinya dalam menyelesaikan pekerjaannya.

Sifat yang berbeda-beda akan berlaku di perusahaan mana pun kita bekerja kurangnya toleransi terhadap sesama dan merasa menjadi yang paling benar dalam setiap pengambilan keputusan menjadi salah satu contoh masalah yang sering terjadi di perusahaan mana pun karena setiap perusahaan pasti memiliki karyawan dalam jumlah yang tidak sedikit sehingga memiliki sifat yang berbedabeda pula, semua itu kembali ke karakteristik individu itu sendiri apakah bekerja secara profesional atau tidak, dengan begitu karyawan dapat memahami karakter antar sesama karyawan dan memposisikan diri pada atasan/pimpinan.

Karyawan harus menunjukkan perbedaan seseorang tentang inisiatif, kemampuan untuk tetap tegar menghadapi tugas/ kewajiban sampai tuntas, memecahkan masalah atau bagaimana menyesuaikan perubahan yang terkait erat dengan lingkungan yang mempengaruhi kinerja individu. Oleh karena itu perbedaan karakteristik individu dari setiap karyawan harus menjadi perhatian manajemen perusahaan jika ingin tujuan perusahaan tercapai. Perbedaan-perbedaan karakteristik individu dapat diketahui dengan kinerja karyawan yang satu dengan yang lain.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah penulis lakukan, *Relationship Management* staf humas Pabrik Gula Kwala Madu (PGKM) PT. Perkebunan Nusantara II maka dapat disimpulkan: Peran humas di PGKM dalam menjalankan tugasnya sudah

sesuai dengan SOP yang ditentukan oleh perusahaan dan seluruh keluhan karyawan juga di respon dengan baik begitu pun dengan komunikasi internal yang mereka terapkan sudah sesuai dengan peran humas pada umumnya, meskipun humas yang ada di PGKM ditempatkan di departemen yang sama dengan SDM/ HRD (*Human Resources Development*) sehingga humas yang ada di PGKM juga melakukan beberapa peran selain tugas nya sebagai praktisi humas tetapi itu semua karena sudah ketentuan dari perusahaan PT. Perkebunan Nusantara II.

Begitu juga dengan hambatan yang terjadi dari masyarakat yang beragam dan sifat yang berbeda-beda semua ditanggapi dengan tenang sehingga tidak pernah terjadi keributan antara staf humas dengan karyawan ataupun masyarakat di PGKM tetapi humas yang bertugas di SDM bagian umum hanya 2 orang yang dipimpin oleh Asisten umum dan seorang rekan dengan jabatan kerani SDM sehingga jika ada pekerjaan yang dilakukan di luar PGKM akan banyak sekali karyawan/pensiunan yang mencari staf Humas untuk menyelesaikan masalah umum.

DAFTAR PUSTAKA

- Barnes. (2003). *Secrets Of Costumer Relationship Management*. Yogyakarta : Penerbit ANDI
- Bungin. (2009). *Penelitian Kualitatif : Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group.
- Effendi, Onong Uchjana.(2011) *Komunikasi Teori dan Praktek*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Idrus. (2009). *Metode Penelitian Ilmu Sosial*. Yogyakarta : PT. Gelora Akasara Pratama.
- Kriyantono, Rachmat, (2014). *Teori Public Relations Perspektif Barat dan Lokal*, Jakarta: Kencana.
- Moleong, L. J. (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Remaja Rosda Karya: Bandung
- Narbuko dan Achmadi.(2013). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Nurrudin. (2016). *Ilmu Komunikasi Ilmiah dan Populer*. Jakarta : PT. Rajagrafindo Persada
- Nurtjahjani. (2018). *Public Relations Citra & Praktek*, Malang : Polinema Press
- Nova. (2017). *Crisis Public Relations*, Depok : PT Rajagrafindo Persada
- Onong. (2006). *Komunikasi Teori dan Praktek*, Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Radita. (2019). *Riset Kualitatif Public Relations*, Surabaya : CV Jakad Publishing
- Ruslan, Rosadi. (2010). *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Perada
- , (2005). *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Perada
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta
- Sutopo. (2002). *Metodelogi Penelitian Kualitatif*. Surakarta: Sebelas Maret University Press.
- Ishak Aswat. (2012). Peran *Public Relations* dalam komunikasi organisasi. *Jurnal komunikasi*, Volume I, No.4, 374,379. Dosen Ilmu Komunikasi UMY

-
- Agustya dan Bambang. (2018). Pengaruh Karakteristik Individu dan Lingkungan kerja terhadap kinerja karyawan (Studi pada karyawan PT. Tigaraksa Satria Tbk cabang Malang), *Jurnal Administrasi Bisnis*, Volume 61 No.3, 110-111. Mahasiswa Universitas Brawijaya Malang.
- Galih dan Aziz. (2017). Analisis Pengaruh *Human Relations* dan kondisi fisik lingkungan kerja dan kinerja karyawan PT. Karunia Adijya Mandiri Semarang. Page 2 of 9. Dosen dan Mahasiswa Universitas Pandanaran.
- Husain. (2015). *Hambatan Kegiatan Humas baik internasional, pemerintah, industri, dan bisnis*, (<http://andhinyhusain.blogspot.com/2015/06/hambatan-kegiatan-humas-baik.html?m=1>), diakses, 25/11/2020
- Wikipedia. (2017) *Teori Dialektika Relasional* (https://id.wikipedia.org/wiki/Teori_dialektika_relasional), diakses 27/11/2020