

Upaya Humas PTPN V Dalam Membangun Good Relations Dengan Masyarakat Desa Gobah Kampar

Raja Widya Novchi¹, Nurul Huda², Lukman Hakim³

¹Universitas Muhammadiyah Riau, Pekanbaru, Indonesia

²Politeknik LP3I, Bandung, Indonesia

³Universitas Muhammadiyah Riau, Pekanbaru, Indonesia
rajawidya@umri.ac.id

Abstract: *This qualitative research examines the public relations efforts of PT Perkebunan Nusantara V (PTPN V) Pekanbaru in building good relations with the oil palm smallholder community, especially following the land conflict in Gobah Village that led to the termination of cooperation. The conflict stemmed from the community's demand for the return of customary land. The research was conducted at PTPN V head office with three informants, using data collection methods of interview, observation, and documentation, and based on Cutlip & Center public relations strategy theory. The results showed that PTPN V's strategy includes fact finding to understand the needs and impacts of the conflict for the community and the company, partnership through joint empowerment programs, socialization, publication, campaigns, and evaluation of communication.*

Keywords: *Good Relationship, Public Relations, PTPN V*

Abstrak: *Penelitian kualitatif ini mengkaji upaya humas PT Perkebunan Nusantara V (PTPN V) Pekanbaru dalam membangun hubungan baik dengan komunitas petani sawit, khususnya menyusul konflik lahan di Desa Gobah yang berujung pada pemutusan kerja sama. Konflik tersebut berlatar belakang tuntutan masyarakat atas pengembalian tanah ulayat. Penelitian dilakukan di kantor pusat PTPN V dengan tiga informan, menggunakan metode pengumpulan data wawancara, observasi, dan dokumentasi, serta berlandaskan teori strategi humas Cutlip & Center. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi PTPN V meliputi fact finding untuk memahami kebutuhan dan dampak konflik bagi masyarakat dan perusahaan, kemitraan melalui program pemberdayaan bersama, sosialisasi, publikasi, kampanye, dan evaluasi komunikasi.*

Kata kunci: *Hubungan Baik, Humas, PTPN V*

Pendahuluan

Praktik hubungan masyarakat (Humas) atau *Public Relations* (PR) telah lazim dilakukan oleh individu, organisasi, dan pemerintah dalam aktivitas sehari-hari, memengaruhi setiap individu yang berinteraksi dengan orang lain (Garba, & Msaughter, 2023). Di era global saat ini, (Graham dkk, 2015) Humas menjadi krusial bagi keberlangsungan perusahaan, khususnya yang memiliki keterkaitan erat dengan masyarakat. Peran Humas adalah menyediakan akses informasi yang cepat dan akurat bagi publik, membangun komunikasi efektif untuk menyampaikan pesan sesuai kebutuhan khalayak, demi tercapainya tujuan perusahaan.

Era keterbukaan informasi menuntut organisasi untuk menyadari pentingnya Humas dalam membangun citra positif (Theunissen, 2019). Kebebasan berekspresi telah meningkatkan sikap kritis publik, sehingga perusahaan wajib melibatkan masyarakat (*Bahri, dkk 2024*) dalam aktivitasnya dan merespons tuntutan media serta karyawan secara tepat dan cepat, terutama saat krisis. Bruning, dkk 2018, Manajemen informasi dan data menjadi kunci keberhasilan komunikasi dan pembentukan citra perusahaan yang baik (Bortree & Waters, 2018). Humas berperan vital dalam pengelolaan permasalahan publik dan pencegahan krisis. Kegagalan dalam pengelolaan dapat berujung pada kehancuran organisasi, hilangnya kepercayaan publik, dan kerusakan reputasi. Oleh karena itu, praktisi Humas membutuhkan kemampuan manajerial yang kuat, termasuk pengelolaan opini, isu,

krisis, dan reputasi. Humas memfasilitasi hubungan yang saling menguntungkan antara organisasi dan publiknya, membangun *goodwill* dan citra positif melalui komunikasi efektif. Manajemen isu dan krisis merupakan strategi penting dalam mempertahankan organisasi, bahkan mengubah krisis menjadi peluang (Ginting & Simamora, 2019).

PT Perkebunan Nusantara V (PTPN V), sebuah Badan Usaha Milik Negara (BUMN), didirikan berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 10 Tahun 1996 sebagai konsolidasi proyek perkebunan eks PT Perkebunan (PTP) II, IV, dan V di Riau. Perusahaan ini memiliki wewenang mengelola perkebunan di Indonesia dan berkomitmen terhadap pemberdayaan masyarakat setempat melalui program Bina Lingkungan/CD. Program tersebut menyalurkan dana untuk sektor pendidikan, kerohanian, kesehatan, olahraga, kesenian, penanggulangan bencana alam, dan infrastruktur di berbagai kabupaten/kota di Riau. Komunitas lokal, sebagai mitra PTPN V, merupakan sumber daya berharga yang kaya akan modal sosial, mampu memberdayakan anggotanya dan berkontribusi bagi kesejahteraan bersama. Dalam konteks perusahaan perkebunan seperti PTPN V, Humas berperan kunci dalam membangun hubungan positif dengan masyarakat sekitar. Raya & Apriliani (2024) dalam risetnya menyebutkan bahwa perubahan dinamika sosial, teknologi, dan ekonomi menuntut komunikasi yang efektif, akurat, dan transparan untuk menjaga citra positif, kepercayaan, dan kepuasan publik.

Namun, saat ini perusahaan menghadapi sengketa lahan dengan masyarakat Desa Gobah. Masyarakat Desa Gobah menuntut pengembalian tanah ulayat seluas 1.400 hektar yang mereka klaim telah dirampas oleh PTPN V sejak tahun 1985. Klaim ini didasarkan pada pemanfaatan lahan tersebut sejak tahun 1980 dalam Program Pusat Koagulasi Karet Rakyat (PPKR) dan kepemilikan turun-temurun oleh Ninik Mamak Desa Gobah, jauh sebelum operasional PTPN V di wilayah tersebut. Konflik ini terkait dengan hak-hak masyarakat atas tanah ulayat mereka dan berpotensi menimbulkan kerugian serta ketidakadilan.

Masyarakat Desa Gobah, Kabupaten Kampar, Provinsi Riau, telah mempersiapkan pengambilalihan lahan seluas 1.620 Ha yang telah diputuskan Pengadilan Negeri Bangkinang menjadi milik mereka. Lahan tersebut sebelumnya disengketakan dengan PTPN V, yang menurut warga telah melakukan penyerobotan sejak tahun 1980 atas lahan warisan leluhur. Dalam upaya eksekusi putusan pengadilan, warga telah berkoordinasi dengan Camat, Polres (khususnya Polsek Tambang), perangkat desa, dan ninik mamak, dihadiri ribuan penduduk. Pertemuan tersebut menyepakati dukungan penuh terhadap pengambilalihan lahan yang telah dimenangkan di pengadilan. Putusan pengadilan menyatakan PTPN V melakukan wanprestasi atas penguasaan lahan tersebut karena ingkar janji, sehingga masyarakat menuntut pemenuhan janji tersebut melalui jalur hukum. Manajemen perusahaan tidak bisa mengabaikan konflik masyarakat yang menuntut dilibatkannya mereka dalam aktivitas keseharian perusahaan. Jika permasalahan-permasalahan tersebut tidak ditangani dan dikelola secara baik maka sangat berpotensi menjadi krisis dan oleh sebab itu membutuhkan penanganan komunikasi dengan sigap.

Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, sesuai dengan metodologi penelitian yang fokus pada pemaparan situasi dan peristiwa tanpa pengujian hipotesis atau prediksi. Penelitian kualitatif meneliti fenomena sosial dan permasalahan manusia, sementara pendekatan deskriptif bertujuan mengumpulkan informasi aktual secara detail. Objek penelitian adalah PTPN V Kota Pekanbaru (Jl. Rambutan No.43, Pekanbaru-Riau 28294, Kel/Ds. Sidomulyo Kec. Tampan Pekanbaru Riau), dengan narasumber berjumlah 3 orang. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara dan dokumentasi.

Hasil dan Pembahasan

a) Membuka Pintu Dialog dengan Masyarakat

PTPN V berkomitmen membangun dialog terbuka dan berkelanjutan dengan komunitas dan masyarakat sebagai fondasi keberlangsungan bisnisnya. Hal ini sejalan dengan tuntutan era digital yang menuntut responsivitas tinggi terhadap aspirasi dan kebutuhan masyarakat. Keberhasilan ini

bergantung pada riset komprehensif dan pemahaman mendalam atas aspirasi tersebut, yang diwujudkan melalui komunikasi dua arah, baik langsung maupun daring melalui media sosial, melibatkan seluruh pemangku kepentingan, termasuk pemerintah dan mitra bisnis. Pemantauan media sosial menjadi alat penting untuk memahami respons publik terhadap kebijakan dan operasional perusahaan.

Dalam era globalisasi dan perkembangan teknologi informasi yang cepat, PTPN V menganggap pemahaman mendalam terhadap kebutuhan komunitas dan kepatuhan terhadap tuntutan kualitas produk, layanan, transparansi, dan tanggung jawab sosial perusahaan sebagai kunci keberhasilan dan reputasi. Hubungan baik dengan komunitas dibangun untuk mendukung pertumbuhan berkelanjutan dan citra perusahaan yang positif. Proaktivitas dalam riset dan pemanfaatan media sosial untuk memonitor respons publik terhadap kebijakan perusahaan merupakan strategi kunci. Meskipun potensi konflik mungkin muncul, perusahaan berupaya menyeimbangkan kepentingan bisnis dengan kepuasan masyarakat melalui kontribusi positif.

Kolaborasi berkelanjutan dengan komunitas merupakan komitmen berlandaskan nilai-nilai perusahaan, yang diwujudkan dalam perencanaan jangka panjang program-program seperti Tanggung Jawab Sosial Lingkungan (TJSL) dan Program Peremajaan Sawit Rakyat (PSR), dirancang untuk memberdayakan petani dan memberikan dampak positif yang luas. Inisiatif-inisiatif ini menjadi contoh terbaik upaya memperkuat hubungan dengan komunitas. Humas bertindak sebagai penghubung antara kebijakan perusahaan dan implementasinya, memastikan komunikasi yang efektif dan konsisten. Pendekatan ini bertujuan untuk memperkuat hubungan positif dengan pemangku kepentingan dan meningkatkan citra perusahaan. Pengelolaan konflik yang efektif, dengan mengedepankan dialog dan mempertimbangkan kepentingan masyarakat, merupakan bagian penting dalam menyeimbangkan kepentingan bisnis dan tanggung jawab sosial. Komunikasi terstruktur dan penyampaian informasi yang relevan dan tepat waktu, misalnya terkait program pasar murah, dilakukan untuk membangun kepercayaan publik dan menunjukkan komitmen sosial perusahaan.

b. Memberikan Program dan Bantuan kepada Masyarakat

PTPN V berkomitmen mendukung pemberdayaan masyarakat melalui berbagai program tanggung jawab sosial dan lingkungan (TJSL). Program UMKM Pandai Besi di Kabupaten Kampar, misalnya, bertujuan meningkatkan perekonomian pengrajin lokal, kendati telah memiliki keahlian bertahun-tahun. Melalui kolaborasi internal, PTPN V memberikan bantuan yang terarah dan meningkatkan visibilitas usaha mereka. Selain itu, program Peningkatan Produktivitas Sawit Rakyat (PSR) sejak 1996 meningkatkan kesejahteraan petani sawit melalui peningkatan produktivitas, pendampingan teknis, dan pengelolaan lingkungan berkelanjutan. Distribusi bibit sawit unggul bersertifikat dengan harga terjangkau juga mendukung percepatan PSR dan pemulihan ekonomi nasional. Dalam upaya mengurangi stunting, PTPN V memberikan bantuan nutrisi kepada anak-anak yang membutuhkan, mendapat apresiasi dari BKKBN. Program beasiswa bagi pelajar dan mahasiswa serta bantuan sembako merupakan wujud komitmen PTPN V terhadap SDGs poin 4 (pendidikan berkualitas) dan pilar sosial TJSL BUMN, serta mendukung ketahanan pangan Kabupaten Kampar. Lebih lanjut, PTPN V juga berkontribusi pada peningkatan kualitas pendidikan di daerah terpencil melalui perbaikan ruang kelas dan peningkatan literasi. Kerja sama dengan PNM Cabang Pekanbaru pun dilakukan untuk memberdayakan UMKM ayam pedaging.

c. Melakukan Evaluasi terhadap Kebijakan dan Kinerja yang telah dilaksanakan

Evaluasi berkelanjutan atas kualitas, kuantitas, dan ketepatan sasaran komunikasi merupakan unsur vital dalam fungsi humas PT Perkebunan Nusantara V. Hasil evaluasi tersebut menjadi dasar penyusunan strategi perbaikan berkelanjutan demi meningkatkan efisiensi dan dampak komunikasi. Seiring dengan itu, PTPN V memperkuat penerapan teknologi dan digitalisasi untuk mendukung transformasi perusahaan, meningkatkan efektivitas kinerja, dan menyesuaikan diri dengan perkembangan zaman. Sebagai wujud komitmen untuk kembali pada jati dirinya sebagai perusahaan perkebunan yang melayani rakyat, PTPN V mendukung peremajaan sawit rakyat dengan menyediakan 1,4 juta bibit sawit unggul bersertifikat kepada 5.000 petani, yang telah ditanam di lahan seluas kurang lebih 10.000 hektar.

Pembahasan

Research and Listening

Tahapan ini bertujuan menggali data primer langsung dari lapangan dan aspek terkait persepsi, sikap, serta respons publik terhadap kebijakan organisasi/perusahaan. Informasi yang terkumpul kemudian dievaluasi untuk menghasilkan pedoman pengambilan keputusan yang tepat. Aspek riset dan pendengaran, meliputi pengembangan hubungan baik dengan komunitas, tercermin dalam wawancara dengan Humas pusat PTPN V. Wawancara tersebut menunjukkan kontribusi perusahaan kepada komunitas melalui program CSR dan dukungan UMKM. Riset dan pendengaran krusial bagi strategi humas PTPN V karena memungkinkan pemahaman respons dan harapan komunitas, terutama yang berbatasan langsung dengan perusahaan. Dengan demikian, perusahaan dapat berupaya memenuhi harapan komunitas, berkontribusi secara optimal dan positif, serta tumbuh bersama masyarakat.

Planning and Decision

Perencanaan strategis organisasi, khususnya dalam konteks perusahaan publik seperti PTPN V, melibatkan proses perencanaan, pengambilan keputusan, dan penyusunan program kerja yang selaras dengan kepentingan publik dan mempertimbangkan respons spesifik dari berbagai pemangku kepentingan. Wawancara dengan Humas PTPN V menekankan peran vital komunikasi dalam membangun pemahaman di kalangan komunitas, stakeholders, dan pemegang saham. PTPN V, sebagai BUMN di bawah Kementerian BUMN, berkomitmen pada penyampaian informasi yang transparan dan efektif guna mencegah konflik, serta berupaya membangun kemitraan yang harmonis dan saling menguntungkan dengan masyarakat. Implementasi kebijakan perusahaan, termasuk langkah-langkah perencanaan dan pengambilan keputusan, didukung penuh oleh Humas melalui strategi komunikasi terencana yang dijabarkan dalam agenda bulanan untuk memastikan tercapainya tujuan organisasi.

Communication and Action

Humas PTPN V melaksanakan program-program yang telah disetujui bersama, berdasarkan perencanaan strategis dan data faktual untuk menciptakan pesan-pesan komunikasi yang efektif dan mempengaruhi opini publik serta stakeholder kunci. Hal ini mendukung pencapaian tujuan strategis perusahaan. Wawancara dengan Humas PT Perkebunan Nusantara V menunjukkan komitmen mereka dalam membangun komunikasi dua arah yang responsif terhadap aspirasi masyarakat. Selain menyebarkan informasi, Humas PT Perkebunan Nusantara V aktif berkolaborasi dengan departemen lain untuk menindaklanjuti kebutuhan masyarakat. Lebih lanjut, perusahaan menjalankan beragam program pemberdayaan masyarakat, meliputi program PSR dan replanting untuk pengembangan perkebunan sawit dan peningkatan kesejahteraan petani, program TJSL, program beasiswa, program ketahanan pangan, program lingkungan (reboisasi dan pennebaran ikan), serta pendampingan UMKM melalui pembiayaan usaha yang berkolaborasi dengan lembaga perbankan seperti BRI.

Evaluation

Evaluasi program di PT Perkebunan Nusantara V (PTPN V) merupakan instrumen kunci untuk mengukur keberhasilan, memonitor pencapaian tujuan, serta mendorong perbaikan dan pengembangan berkelanjutan. Evaluasi yang komprehensif meliputi riset, perencanaan, dan efektivitas manajemen, dengan batasan waktu yang jelas untuk setiap tahapan. PTPN V melibatkan berbagai pemangku kepentingan dalam pengambilan keputusan dan secara proaktif beradaptasi dengan tren komunikasi terkini, beralih dari media massa konvensional ke platform daring dan media sosial guna memastikan relevansi dan efektivitas komunikasi serta pencapaian tujuan perusahaan. Evaluasi periodik terhadap kualitas, kuantitas, dan akurasi komunikasi menjadi dasar perencanaan strategis perusahaan untuk langkah-langkah selanjutnya.

Kesimpulan

PTPN V berkomitmen membangun hubungan yang harmonis dan produktif dengan komunitas sekitar melalui dialog terbuka, baik langsung maupun tidak langsung, selaras dengan kebijakan perusahaan untuk berkontribusi optimal dan berkelanjutan. Komitmen ini diwujudkan melalui beragam program pemberdayaan masyarakat, seperti Program Peremajaan Sawit Rakyat (PSR), program *replanting* sawit terluas di Indonesia, penyediaan bibit unggul, serta program Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL), program pendidikan "Cerdas Bersama PTPN", dan beasiswa.

Upaya PTPN V juga mencakup penguatan ketahanan pangan melalui reboisasi dan penebaran ikan, serta dukungan signifikan terhadap Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Secara keseluruhan, PTPN V berupaya meningkatkan kesejahteraan masyarakat, melestarikan lingkungan, dan mendorong pertumbuhan ekonomi lokal yang berkelanjutan.

Ucapan Terima Kasih

Ucapan terima kasih ditujukan kepada pihak PTVN V yang memberikan akses dan dukungan sehingga penelitian ini dapat berjalan dengan lancar.

Referensi

- Bahri, S., Firdaus, S., & Wijaya, M. (2024). Communication Strategies in Building Public Trust Based On Cyber Public Relations. *Proceeding of International Conference on Education, Society and Humanity*, 2(1), 1-11.
- Benard, L. (2025). Public Relations and Peace Building: A Study of Bayero University Relationship with Host Communities. *Britain International of Humanities and Social Science*, 7(1), 46:58.
- Bortree, D. S., & Waters, R. D. (2018). Stakeholder engagement and social media: A study of mutual relationships between organizations and publics. *Journal of Public Relations Research*, 30(1-2), 2-19.
- Bruning, S. D., Ledingham, J. A., & Pau, M. (2018). Public Relations as Relationship Management: A relational Approach to the Study and Practice of Public Relations. Routledge.
- Garba, S., & Msaughter, A. E. (2023). Newspaper Content Analysis of 2012-2015 Ombaste Ethnic Conflict in Nasarawa State: A Framing Theory Perspective. *Konfrontasi: Jurnal Kultural, Ekonomi dan Perubahan Sosial*, 10 (2), 69-77.
- Ginting, S., & Simamora, N. (2019). Peran Public Relations Pt. Coca-Cola Amatil Indonesia Medan Dalam Membangun Citra Positif Perusahaan Di Kelurahan Martubung Kecamatan Medan Labuhan Kota Medan. *Jurnal Lensa Mutiara Komunikasi*, 2(1), 1-15
- Graham, M., Avery, E. J., & Park, S. (2015). The role of social media in local government crisis communications. *Public Relations Review*, 41 (3), 386-394.
- Mojaye, E. M., & Aondover, E. M. (2022). Theoretical perspectives in world information systems: A propositional appraisal of new media communication imperatives. *Journal of Communication and Media Research*, 14(1), 100-106
- Raya, D. & Apriliani, R. (2024). The Role Of Government Public Relations In Building A Positive Image. *Jurnal ISO: Jurnal Ilmu Sosial, Politik dan Humaniora*, 4(1), 1-12
- Rahmadani, F., & .Andrini, S. (2021). Strategi Public Relations Dalam Membangun Citra Perusahaan Melalui Pameran Indonesia International Motor Show (Iims). *Jurnal Audience*, 4(1), 38-59.
- Silviani, I. (2020). Public Relations sebagai solusi Komunikasi Krisis. Scopindo Media Pustaka.
- Taryana, A. (2023). Peran Humas, Media Digital, dan Manajemen Opini Publik di Pertamina Internasional EP. *Jurnal Penelitian Inovatif*, 3(2), 403-414.
- Theunissen, P. (2019). Extending public relationship-building through the theory of politeness. *Public Relations Review*, 45 (3).
- Van. R., B., & Vercic, D. (2012). Public Relations and Communication Management: Current Trends and Emerging Topics. Routledge.