

**KOMUNIKASI PERSUASIF HUMAS PT TUNGGAL PERKASA
PLANTATION DALAM MENYELESAIKAN KONFLIK SENGKETA LAHAN
DI KECAMATAN PASIR PENYU INDRAGIRI HULU**

Budi Indra

Email :Boedy.bm@gmail.com

Pembimbing : Nurjanah, M. Si

Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
Universitas Riau

Program Studi S1 Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Riau
Kampus Bina Widya jl. H. R. Soebrantas Km. 12,5 Simp. Baru Pekanbaru 28293-
Telp/Fax. 0761-63277

Abstract

Conflict land dispute between PT Tunggal Perkasa Plantation with the local community triggered by the expiration of the permit Hak Guna Usaha (HGU) plantation area of PT TPP since 2010. The fact that the company extended the concession of land up to 25 years. Furthermore, the Society requires companies to establish plantations of 20% of the total land area cultivated for the local community enterprise pursuant to Regulation No. 6 of 2007. PR of PT TPP seeks to resolve the conflict with the approach of persuasive communication. Thus, this study aims to determine (1) how the process of persuasive communication by PR PT TPP and (2) how persuasive communication techniques by PR PT TPP.

This study uses a qualitative method and uses the concepts of persuasive communication. The subjects in this study amounted to 5 persons consisting of 1 PR / CDO (Community Development Officer) PT Tunggal Perkasa Plantation, two community leaders involved in persuasive communication, two community leaders to take action prosecution land. Subjects selected by using purposive technique. Data collected by interview, observation and documentation.

The results of the studies showed that; (1) The process of persuasive communication done by Public Relations of PT TPP involve community leaders as a source. Recipients of persuasive communication is the local community that demands plantations partnership by doing blockade and taked over the land . Channel used in conveying the message is informal channels with the situation face to face and formal channel through the media. Feedback and effects of persuasive communication by Public Relations of PT TPP is the mass resignation and blockade against the company discontinued so that the company can re-work as usual. (2) Persuasive Communication Messages are delivered using the techniques of persuasive communication techniques including; inquire and express, take advantage of the situation, expressed consent to and sustainable approach.

Keywords: *Persuasif Communication, Public Relations, Local Community*

Pendahuluan

Perusahaan perkebunan kelapa sawit sedang marak-maraknya berkembang di Indonesia. Terlebih karena Indonesia merupakan negara tropis, sangat cocok untuk tumbuhan industri tersebut. Tumbuhan penghasil minyak masak maupun minyak industri ini menghasilkan keuntungan besar sehingga banyak hutan, lahan dan perkebunan lama yang dikonversi menjadi perkebunan kelapa sawit.

Banyaknya pendirian perkebunan kelapa sawit ini berimbang pada pembukaan lahan yang luas, yakni mulai dari 25 hektare hingga ratusan hektare. Hal ini sangat risikan pada konflik sengketa lahan antara lahan yang dimiliki perusahaan dengan lahan yang sudah lama dimiliki oleh masyarakat. Maka dari itu, segala ketentuan pendirian perusahaan perkebunan telah diatur dalam Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2004 tentang Perkebunan.

PT Tunggal Perkasa Plantation merupakan salah satu perusahaan Perkebunan Kelapa Sawit terbesar di Kabupaten Indragiri Hulu. Luas wilayah Hak Guna Usaha (HGU) lahan perkebunannya seluas 14.935,40 hektar yang meliputi tiga kecamatan yakni kecamatan Lirik, kecamatan Pasir Penyu dan kecamatan Lalak. Perusahaan ini merupakan anak dari PT Astra Agro Lestari Tbk yang berpusat di Jakarta.

Pada awalnya luas areal lahan yang saat ini diusahakan oleh PT Tunggal Perkasa Plantation mencapai luas hingga 28.000 hektar yang meliputi wilayah Kecamatan Pasir Penyu sejak tahun 1918 (sekarang kecamatan Lirik, kecamatan Pasir Penyu dan kecamatan Sei Lalak).

Seiring berjalananya waktu luas wilayah yang diusahakan mengalami penyusutan setelah beberapa kali dilikuidasi oleh pemerintah dan telah dikelola beberapa perusahaan. Sampai saat ini, lahan perkebunan tersebut banyak dialokasikan untuk perluasan wilayah pemukiman penduduk transmigran dan pendatang dari daerah lain.

Pada 2013 lalu, terjadi konflik sengketa lahan HGU PT Tunggal Perkasa Plantation dengan masyarakat setempat yang dipicu berakhirnya masa izin HGU lahan kebun PT TPP sejak 2010 lalu. Dengan demikian, menurut masyarakat setempat perusahaan kembali pada pemerintah dan dapat dimiliki oleh warga masyarakat sekitar perusahaan melalui sebuah koperasi masyarakat. Maka, masyarakat secara beramai-ramai mendatangi perusahaan menuntut kejelasan tentang HGU lahan perusahaan setelah sebelumnya menguasai lahan dan memblokade aktifitas PT TPP. Akan tetapi, faktanya perusahaan memperpanjang HGU lahan hingga 25 tahun. Masyarakat selanjutnya menuntut perusahaan untuk membangun lahan perkebunan sebesar 20% dari total luas lahan yang diusahakan perusahaan bagi masyarakat setempat dengan pola KKPA (Kredit Koperasi Primer Anggota) sesuai Permentan No 6 tahun 2007.

Selain lambatnya publikasi tentang perpanjangan HGU PT TPP, alasan masyarakat menguasai lahan perkebunan PT TPP adalah Permentan (Peraturan Menteri Pertanian) tentang kewajiban perusahaan dalam prosedur perpanjangan masa HGU lahan. Masyarakat memahami bahwa jika

izin HGU telah habis maka lahan perkebunan tersebut kembali ke tangan pemerintah dan masyarakat bisa memiliki lahan tersebut melalui sebuah institusi berbadan hukum. Maka dari itu, sebagian masyarakat bergabung dalam Koperasi CUM (Citra Usaha Mandiri).

Selama perpanjangan HGU lahan PT TPP belum jelas dan tuntutan warga belum dipenuhi, masyarakat Kecamatan Pasir Penyu dan sekitarnya memblokade aktifitas perusahaan dan menduduki lahan perkebunan yang disengketakan.

"Pos Satpam milik perusahaan berada di simpang Jalan Elak juga dikuasai warga, portal besi dirantai dan dikunci hingga tidak bisa dibuka. Akibat penutupan akses jalan tersebut, aktifitas di PKS PT TPP terganggu, karena kendaraan pengangkut CPO tidak dapat keluar dan masuk ke lokasi PKS." (Pekanbaru.tribun, 2013,
<http://pekanbaru.tribunnews.com/2013/07/31/warga-rantai-dan-gembok-portal> diakses pada 26 Maret 2016)

Sumber lain menyebutkan, Setelah menguasai dan melumpuhkan perkebunan kelapa sawit di area HGU PT Tunggal Perkasa Plantations (TPP) sejak akhir Juli 2013, massa yang tergabung dalam Koperasi Cipta Usaha Mandiri (KCUM) Air Molek bersama warga lainnya kembali menargetkan

pegunaan Pabrik Kelapa Sawit (PKS) PT TPP. (Riau-global.com, 2013 diakses pada 26 Maret 2016)

Tuntutan masyarakat berlandaskan pada peraturan menteri pertanian No 26 Tahun 2007 pasal 11 ayat 1 yang berbunyi sebagai berikut; Perusahaan perkebunan yang memiliki IUP atau IUP-B, wajib membangun kebun untuk masyarakat sekitar paling rendah seluas 20% (dua puluh per seratus) dari total luas areal kebun yang diusahakan oleh perusahaan. (Permentan No 26 Tahun 2007).

Oleh sebab itu, kelompok masyarakat yang tergabung dalam Koperasi Citra Usaha Mandiri (KCUM) yang dibentuk oleh LSM Masyarakat Peduli Reformasi Berwawasan Nasional (*MPR Ber-Nas*) yang diketuai oleh pak Hatta Munir. Koperasi ini memiliki tujuan yang salah satunya mewadahi masyarakat yang ingin mendapatkan lahan perkebunan yang dikelola PT TPP dengan menyotrokan sejumlah uang sesuai harga yang ditetapkan Koperasi untuk luasan lahan eks PT TPP. Dalam sebuah kutipan berita *online* terdapat pernyataan sebagai berikut:

"Janji mendapatkan lahan dari KCUM kepada anggota itu akan tetap diperjuangkan, meskipun PT TPP sudah memperpanjang HGU nya. "Dalam peraturan menteri pertanian nomor 26 tahun 2007, setiap perusahaan memiliki kewajiban memberikan 20 persen dari luas HGU nya kepada warga, melalui wadah yang berkekuatan hukum,"

kata Hatta. Makanya pihak KCUM, sambung Hatta, yang memiliki badan hukum nomor 23/BH/IV.2/I/2011 yang beralamatkan di Jalan Jenderal Sudirman, nomor 79, Air Molek Kecamatan Pasir Penyu Kabupaten Indragiri Hulu, Riau. "Jadi warga diminta sabar menunggu untuk kita perjuangkan agar PT TPP mematuhi peraturan permentan tersebut." (Riauterkini, 2013, <http://www.riauterkini.com/hukum.php?arr=66510> diakses pada 20 Oktober 2016)

Tuntutan warga masyarakat terhadap PT TPP yang menimbulkan konflik berdampak pada gejolak politik, ekonomi dan sosial masyarakat di sekitar perusahaan. Masyarakat menilai pemerintah daerah lamban dalam menangani kasus sengketa lahan antara masyarakat dengan PT TPP. Perekonomian masyarakat di sekitar perusahaan menjadi tidak stabil karena karyawan PT TPP yang jumlahnya ribuan tidak mendapatkan pemasukan yang optimal karena aktifitas perusahaan yang terhenti akibat blokade masyarakat. Omset para pedagang di pasar-pasar dan pusat perbelanjaan yang berada di tiga kecamatan, Pasir Penyu, Lirik dan Sei Lala menjadi menurun.

Terjadi perpecahan dalam masyarakat antara karyawan PT TPP dengan warga masyarakat yang menuntut lahan. Karyawan PT TPP menginginkan aktifitas perusahaan berjalan secara normal seperti biasa untuk menopang kehidupan sehari-hari bagi mereka yang

bekerja sebagai mandor, tukang panen, pekerja kantor, supir pengangkut TBS (Tandan Buah Segar) kelapa sawit dan pekerjaan lainnya. Sementara warga masyarakat yang menuntut lahan menginginkan PT TPP berhenti beraktifitas karena masa izin Hak Guna Usaha (HGU) yang telah habis. Dua kepentingan ini berbenturan dalam konflik sehingga terjadi bentrokan antara masyarakat dan karyawan PT TPP.

PT Tunggal Perkasa Plantation berusaha meluruskan pemahaman masyarakat tentang HGU perusahaan dan juga mengenai Permentan No 26 tahun 2007 tersebut. Dalam hal ini pihak perusahaan meminta masyarakat agar menghentikan blokade yang dilakukan terhadap perusahaan yang mengakibatkan kegiatan produksi perusahaan terhenti dengan metode komunikasi persuasif. Divisi *Community Development Officer* (CDO) atau yang menjalankan tugas Hubungan Masyarakat PT TPP melakukan langkah-langkah strategis untuk memperbaiki keadaan yang semakin memburuk dan terjadinya krisis komunikasi.

Humas PT Tunggal Perkasa Plantation berupaya melakukan pendekatan persuasif kepada masyarakat dan para tokoh-tokoh masyarakat agar konflik tidak berlarut-larut. Tokoh masyarakat dan pemuka pendapat diharapkan agar tidak terpengaruh oleh pihak-pihak yang mungkin berusaha menghambat aktivitas perusahaan demi keutungan tertentu. Selain itu, pihak perusahaan juga menegaskan bahwa tidak ada maksud untuk merugikan masyarakat bahkan perusahaan selalu memberikan pelayanan terbaik kepada masyarakat sekitar serta menjalankan program-program CSR sebagaimana mestinya.

Hal ini disampaikan langsung kepada masyarakat dan juga diakui oleh tokoh masyarakat setempat tentang manfaat yang telah diberikan perusahaan.

Humas PT TPP memilih menggunakan pendekatan persuasif dalam menyelesaikan konflik. Cara ini dipilih karena masalah yang terjadi adalah akibat pemahaman masyarakat dan dorongan dari pihak luar. Tidak ada negosiasi dalam penyelesaian konflik antara masyarakat dengan perusahaan. Akan tetapi, pendekatan komunikasi persuasif yang dilakukan berhasil mempengaruhi masyarakat sehingga konflik dapat terselesaikan tanpa ada pihak yang menang atau pihak yang kalah.

Masyarakat meninggalkan area lahan yang disengketakan setelah selama tiga bulan dikuasai dan aktifitas perusahaan. Blokade terhadap perusahaan dan penguasaan lahan oleh masyarakat menimbulkan dampak yang merugikan tidak hanya bagi kedua belah pihak, namun juga menimbulkan polemik di bidang sosial dan ekonomi masyarakat di Kecamatan Pasir Penyu dan sekitarnya. Pada Oktober 2013, perusahaan PT TPP dapat kembali menjalankan aktifitas produksi dengan kerugian yang ditimbulkan akibat konflik.

Kasus sengketa lahan selanjutnya bergulir di jalur hukum antara masyarakat dengan BPN RI yang mengeluarkan perpanjangan izin HGU PT TPP. Masyarakat yang tergabung dalam Koperasi Citra Usaha Mandiri (CUM) melayangkan gugatan terhadap BPN RI serta meminta permohonan uji materi SK perpanjangan HGU tersebut kepada Mahkamah Konstitusi (MK). Hal ini dilakukan karena perusahaan dianggap

tidak memenuhi syarat untuk perpanjangan HGU, yakni mambangun lahan kebun pola kemitraan bagi masyarakat setempat. Namun, upaya ini ditolak oleh MK dengan alasan bahwa permasalahan pengujian materi SK HGU yang diterbitkan BPN bukan termasuk dalam kewenangan MK. Berdasarkan arahan dari MK, masyarakat melanjutkan permohonan ke Pengadilan Tata Usaha Negara (PTUN) dengan harapan SK HGU tersebut dapat dibatalkan. Namun, usaha tersebut tetap tidak berhasil.

Karena tidak berhasil dalam tuntutannya, masyarakat balik menuntut pihak Koperasi CUM karena merasa dirugikan. Masyarakat anggota Koperasi telah menyertorkan sejumlah uang kepada Koperasi sebagai harga lahan eks PT TPP yang akan diterima oleh masyarakat. Namun, lahan yang dijanjikan akan dibagi tersebut tidak berhasil diperjuangkan meski telah melewati jalur hukum. Sementara itu, pihak Koperasi CUM tidak mampu mengembalikan uang yang disetorkan anggotanya yang mencapai milyaran rupiah. Maka, masyarakat yang merasa telah ditipu oleh pihak Koperasi melaporkan ketua dan wakil ketua Koperasi Citra Usaha Mandiri (KCUM) dengan tuduhan penipuan. Hal ini mengungkap fakta bahwa terjadinya konflik antara masyarakat dengan PT TPP ada kaitannya dengan motif penipuan yang dilakukan Koperasi CUM.

Secara garis besar, alasan penulis meneliti kasus ini adalah terkait yang dilakukan Humas PT TPP dalam menyelesaikan konflik dengan masyarakat yaitu dengan metode pendekatan komunikasi persuasif. Pada umumnya, penyelesaian konflik

dilakukan dengan menggunakan teknik negosiasi, arbitrasi atau sebagainya. Humas PT TPP mengambil langkah persuasif karena konflik yang terjadi disebabkan karena persepsi masyarakat dipengaruhi oleh isu yang disebarluaskan Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM). Maka, Humas PT TPP ingin merubah kembali persepsi dan sikap masyarakat untuk menyelesaikan konflik.

Dalam proses untuk mencapai suatu mufakat dalam penyelesaian konflik komunikasi yang dilakukan disesuaikan dengan situasi dan kondisi yang terjadi, keadaan kepribadian publiknya, keadaan emosional serta norma-norma kelompok yang berlaku di dalam publik itu.

Menurut Wilbur Schramm (dalam Kustadi Suhandang, 2004:63) dalam upaya mempengaruhi publik, di samping usaha menumbuhkan perhatian komunikasi sebagai langkah utamanya, ada tiga unsur lagi yang bisa menentukan efektifitas suatu komunikasi, yaitu: (1) situasi di mana komunikasi itu berlangsung, (2) status pribadi komunikan, dan (3) ikatan norma-norma kelompok komunikan.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan penyajian data secara deskriptif. Menurut Bagdan dan Taylor (Moelong, 2005:4) mendefinisikan metode kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskripsi berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati.

Metode penelitian kualitatif bertujuan untuk menjelaskan fenomena-fenomena melalui

pengumpulan data secara mendalam. Populasi dan sampling dalam penelitian kualitatif sangat terbatas. Dengan keterbatasan populasi dan sampling, maka data yang dikumpulkan haruslah mendalam dan dapat menjelaskan fenomena yang diteliti. Disini yang lebih ditekankan adalah persoalan kedalaman (kualitas) data (Kriyantono, 2008:56-57).

Analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan sebelum memasuki lapangan, selama di lapangan, dan setelah selesai di lapangan. Dalam hal ini Nasution (dalam Sugiyono, 2012:89) menyatakan bahwa analisis telah mulai sejak merumuskan dan menjelaskan masalah, sebelum terjun ke lapangan, dan berlangsung terus sampai hasil penelitian.

Analisis data adalah proses penyusunan data agar dapat ditafsirkan. Menyusun data berarti menggolongkannya ke dalam pola, tema atau kategori sehingga dengan demikian tidak akan terjadi kesalahan dalam penafsiran.

Hasil Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian, proses komunikasi persuasif Humas PT TPP dapat dideskripsikan sebagai berikut:

1. **Sumber Komunikasi Persuasif Humas PT TPP**

Sumber (*source*) dalam komunikasi persuasif adalah individu atau sekelompok orang yang berinisiatif untuk melakukan komunikasi. Sumber yang berinisiatif melakukan komunikasi tersebut adalah pengirim (*sender*) pesan persuasi ataupun pembicara yang menyampaikan pesan tersebut secara

verbal maupun nonverbal dengan tujuan untuk mempersuasi penerima pesan. Sumber adalah unsur dari proses yang berusaha untuk menghasilkan efek persuasif. (Soemirat, dkk, 2008 : 2.7)

Inisiator komunikasi persuasif dalam menyelesaikan konflik antara masyarakat Kecamatan Pasir Penyu dengan PT TPP adalah kepala divisi Humas PT TPP atau Community Development Officer (CDO). Selain itu, beberapa orang tokoh masyarakat atau pemuka pendapat (opinion leader) juga dilibatkan dalam melakukan komunikasi persuasi kepada anggota masyarakatnya.

Beberapa tokoh masyarakat tersebut antara lain, ketua Asosiasi Pemerintahan Desa Seluruh Indonesia (APDESI) Kabupaten Indragiri Hulu yang merupakan jajaran pemimpin masyarakat desa. Inisiator lainnya dalam komunikasi persuasif ini juga terdiri dari ketua ataupun pemimpin-pemimpin kelompok masyarakat yang ada di Kecamatan Pasir Penyu antara lain yaitu, ketua Lembaga Adat Melayu (LAM) Pasir Penyu, ketua Perkumpulan Keluarga Jawa (PKJ) Kecamatan Pasir Penyu, ketua Laskar Hulu Balang (organisasi pemuda melayu) Kecamatan Pasir Penyu dan lainnya.

2. Sasaran Komunikasi Persuasif Humas PT TPP

Penerima (*receiver*) adalah individu atau kelompok yang menjadi sasaran dari sumber komunikasi. Sumber bertindak untuk membuat perubahan sikap, nilai dan atau perilaku penerima persuasi, (Soemirat, dkk, 2008 : 2.7).

Penerima atau disebut juga dengan Persuadee merupakan orang

atau kelompok yang menjadi tujuan pesan untuk disampaikan baik secara verbal maupun non verbal. Menurut Mar'at (dalam Soemirat, 2008:2.31) seorang persuadee walaupun telah menerima pesan, namun sikapnya belum tentu berubah. Faktor tersebut mempengaruhi kepercayaan masyarakat terhadap pesan dan sumber pesan, serta motivasi masyarakat yang juga dipengaruhi oleh LSM dan pihak-pihak yang kontra terhadap sumber.

3. Pesan Komunikasi Persuasif Humas PT TPP

Pesan (*Message*) adalah informasi yang disampaikan oleh sumber kepada penerima. Menurut Simons (1976:48) dalam Soemirat dkk, secara sederhana dapat dikatakan bahwa pesan (*message*) adalah apa yang diucapkan oleh komunikator melalui kata-kata, gerak tubuh, dan nada suaranya. Pesan yang disampaikan oleh Humas PT TPP dan beberapa tokoh masyarakat bertujuan untuk merubah sikap dan perilaku masyarakat dengan meluruskan persepsi masyarakat yang salah. Disampaikan dengan memperhatikan disposisi ketika berbicara, argumentasi dan pertimbangan-pertimbangan yang digunakan, serta materi yang disajikan. Dalam konteks yang lebih sempit, pemilihan terhadap kata-kata dan tanda-tanda nonverbal, secara bersama-sama merupakan presentasi atau penampilan pesan.

Terdapat dua bentuk dasar pesan, nonverbal dan verbal. Pesan verbal yang disampaikan berupa argumentasi mengenai perpanjangan izin Hak Guna Usaha (HGU) sudah dilakukan sehingga perusahaan berhak kembali menjalankan aktifitas seperti semula. Selain itu, pesan yang

disampaikan juga berupa argumentasi tentang pembangunan kebun kemitraan yang sudah dilaksanakan sehingga PT TPP tidak lagi berkewajiban membangun kebun kemitraan pada perpanjangan izin HGU lahan.

Pesan nonverbal disampaikan dengan menunjukkan kepedulian kepada masyarakat melalui penyaluran bantuan dan peningkatan program CSR (Corporate Social Responsibility) serta pelepasan lahan yang dimiliki PT TPP untuk pengembangan keperluan masyarakat. Dengan ini, masyarakat merasakan ketulusan dan manfaat yang diberikan oleh PT TPP dalam berkontribusi pada kemajuan dan kesejahteraan masyarakat.

4. Saluran Komunikasi Persuasif Humas PT TPP

Saluran (*Channel*) merupakan sarana dimana pesan mengalir antara sumber ke penerima. Menurut Achmad (dalam Soemirat, dkk, 2008:2.36), saluran komunikasi terdiri atas dua kelompok besar, yakni saluran formal dan saluran informal.

Saluran formal yang digunakan Humas PT TPP yaitu berupa media elektronik seperti situs berita online melalui konferensi pers, tanpa menggunakan radio, televisi, film dan sebagainya yang juga merupakan saluran formal. Saluran informal dalam menyampaikan pesan persuasif Humas PT TPP dengan cara antarpersona langsung melalui situasi tatap muka.

5. Umpulan balik Komunikasi Persuasif Humas PT TPP

Umpulan balik (Feedback) yaitu mengacu pada berulangnya proses komunikasi dimana sumber dapat mengetahui bagaimana pesan yang disampaikan dan diinterpretasikan. Apakah penerima berkata: "Ya, saya

setuju dengan argumentasi yang anda kemukakan", (Soemirat, dkk, 2008 : 2.8) atau sebaliknya.

Umpulan balik atau feedback adalah jawaban atau reaksi yang datang dari persuadee atau juga bisa datang dari pesan itu sendiri. Dalam komunikasi persuasif yang dilakukan Humas PT TPP, umpan balik dari masyarakat adalah dengan mengakui hak perpanjangan izin HGU lahan perusahaan dan pendudukan sebagai pendatang merupakan interpretasi masyarakat terhadap pesan persuasif Humas PT TPP dan tokoh masyarakat yang atas pesan-pesan yang disampaikan. Sedangkan efek adalah perubahan yang terjadi pada diri persuadee sebagai akibat dari diterimanya pesan melalui proses komunikasi.

Perubahan yang terjadi bisa berupa perubahan sikap, pendapat, dan tingkah laku. Dalam komunikasi persuasif, terjadinya perubahan baik dalam aspek sikap, pendapat maupun perilaku pada diri masyarakat seperti dihentikannya blokade dan pendudukan lahan perkebunan PT TPP oleh sebagian masyarakat pemblokade dan kembalinya aktifitas perusahaan seperti biasanya yang merupakan tujuan utama komunikasi persuasif yang dilakukan Humas PT TPP.

6. Lingkungan Komunikasi Persuasif Humas PT TPP

Lingkungan komunikasi persuasif merupakan konteks situasional untuk terjadinya proses komunikasi tersebut. Konteks tersebut berupa kondisi latar belakang dan fisik etika komunikasi persuasif tersebut dilakukan. Komunikasi persuasif akan berhasil jika dilakukan dengan

mengambil langkah-langkah strategis sesuai lingkungannya.

Lingkungan komunikasi persuasif Humas PT TPP adalah kondisi konflik sengketa dengan masyarakat setempat yang mana masyarakat tersebut adalah stakeholder bagi perusahaan. Sebagai stakeholder bagi perusahaan, seharusnya hubungan antara PT TPP dengan masyarakat adalah saling menguntungkan. Sebaliknya, jika hubungan antara masyarakat dengan perusahaan tidak baik, maka akan terjadi ketidakstabilan dalam berbagai aspek.

Terhentinya aktifitas PT TPP berdampak pada bidang ekonomi dan sosial masyarakat yang menjadi terganggu. Ketidaknyamanan yang ditimbulkan akibat konflik dirasakan oleh seluruh masyarakat di sekitar perusahaan, Kecamatan Pasir Penyu, Kecamatan Sei Lala dan Kecamatan Lirik. Masyarakat yang tidak terlibat dalam konflik juga tidak luput dari kekacauan konflik, seperti para pedagang di pasar-pasar dan masyarakat lainnya.

Penutup

Kesimpulan

Dari pembahasan di atas maka dapat ditarik kesimpulan bahwa

1. Proses komunikasi persuasif yang dilakukan oleh Humas PT TPP melibatkan tokoh masyarakat sebagai sumber. Penerima komunikasi persuasif adalah masyarakat yang menuntut lahan kebun kemitraan dan melakukan aksi blokade serta penguasaan lahan. Saluran yang digunakan dalam menyampaikan pesan adalah saluran informal dengan situasi tatap muka langsung serta saluran formal melalui media.

Umpulan balik dan efek dari komunikasi persuasif Humas PT TPP adalah mundurnya masyarakat dan blokade terhadap perusahaan dihentikan sehingga perusahaan dapat kembali beraktifitas seperti biasa. Lingkungan yang dimanfaatkan dalam proses komunikasi persuasif adalah lingkungan pertemuan yang bersifat kekeluargaan dan persaudaraan.

2. Pesan Komunikasi Persuasif disampaikan dengan menggunakan teknik-teknik komunikasi persuasif diantaranya dengan teknik; menanyakan dan menyatakan, memanfaatkan situasi, menyatakan kesetujuan dan pendekatan berkesinambungan.

Saran

Untuk pasangan Harris-Zardewan, diharapkan sesudah terpilihnya pasangan tersebut untuk kedepannya agar betul-betul bisa menjalankan program kerja lanjutan yang sudah di tawarkan kepada masyarakat. Bagi pasangan calon yang belum terpilih untuk tidak patah semangat, walaupun tidak terpilih pada pilkada Pelalawan 2015, pasangan calon Zukri-Anas bisa konsisten dalam mengumpulkan suara agar pada masa pemilihan kepala daerah selanjutnya bisa mencalonkan diri dan memiliki strategi yang jauh lebih ampuh untuk memenangkan pilkada Pelalawan 2021.Untuk masyarakat Pelalawan khususnya Kecamatan Ukui diharakan selalu mengawasi kinerja bupati dan wakil bupati terpilih. Hal tersebut bertujuan agar pasangan terpilih tidak

semena-mena dalam menjalankan masa jabatannya.

Daftar Pustaka

- Ardianto, Elvinaro. 2013. *Handbook of Public Relations*. Bandung: Rosdakarya.
- Ardianto dan Soemirat. 2010. *Dasar-dasar Public Relations*. Bandung. Rosdakarya.
- Bungin, M. Burhan. 2003. *Sosiologi Komunikasi*. jakarta: kencana Perdana Media Group
- Cangara, Hafield. 2010. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta. Rajawali Pers.
- Forsyth, Patrick.1998. *Komunikasi Persuasif yang Berhasil*. Jakarta: Arca.
- Kriyantono, Rachmat. 2008. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta. Kencana.
- Kustadi, Suhandang. 2004. *Public Relations Perusahaan*. Bandung: Nuansa.
- Moeloeng, Lexy J. 2005. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Nurjaman, dkk. 2012. *Komunikasi & Public Relations*. Bandung. Pustaka Setia.
- Pace, dkk. 2010. *Komunikasi Organisasi: Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahan*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Pruitt, dkk. 2004. *Teori Konflik Sosial*. Yogyakarta: Penerbit dan Pustaka Pelajar.
- Purnawan, Hardo. 2002. *Dynamic Persuasion, Persuasi Efektif dengan Bahasa Hipnotis*.
- Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Ruslan, Rosady, 2003. *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*. jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Soemirat, Soleh. 2008. *Komunikasi Persuasif*. Jakarta: Universitas Terbuka.
- Sugiyono. 2012. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&B. Bandung: Alfabeta.
- Wahyudi, DR. 2011. *Manajemen Konflik Dalam Organisasi*. Bandung: Alfabeta.
- Wirawan.2010. *Konflik dan manajemen konflik: teori, aplikasi, dan penelitian*. Jakarta: Salemba Humanika

Sumber lain:

- Purnomo, Bayu A. 2014. *Strategi Komunikasi Balai Taman Nasional Tesso Nilo Dalam Menyelesaikan Konflik Sosial Masyarakat Taman Nasional Tesso Nilo Kabupaten Pelelawan*. Universitas Riau
- Susilowati, Dwi. 2013. *Strategi Komunikasi Dalam Manajemen Konflik Hubungan Industrial (Teknik Negosiasi Konfederasi Serikat Buruh Sejahtera Indonesia (KSBSI) Dengan Perseroan Terbatas Flaro Surya Sepakat (PT. FSS) untuk Mencapai Kesepakatan Kompensasi Buruh Di Pekanbaru)*. Universitas Riau

Jurnal

- Nurjanah. "Komunikasi Persuasif Dalam Menyelesaikan Konflik Antara Nelayan. Diunduh pada

29 Maret 2016. Pukul 2.51
WIB.

Online

http://infoin hil.com/index.php?option=com_content&view=article&id=2212:konflik-lahan-karyawan-ptpp-bentrok-dengan-warga-inhu&catid=42:hukum-a-kriminal&Itemid=324

<http://www.goriau.com/berita/indragiri-hulu/hgu-pt-tpp-diperpanjang-masyarakat-akan-lakukan-upaya-hukum.html>
(<http://formatnews.com/v1/view.php?newsid=52552>)
riaupos.co/35982-arsip-hak-guna-usaha-pt-tpp-di-inhu-diperpanjang-25-tahun-lagi.html