

STRATEGI *EMPLOYEE RELATIONS* DALAM MENINGKATKAN PRODUKTIVITAS PT. CANDI NGRIMBI UNIT I TAMAN SARI BANYUWANGI

¹Aldo Dihardiko Pradipto, ²Teguh Priyo Sadono, ³Herlina Kusumanigrum

^{1,2,3}Ilmu Komunikasi, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

aldopradipto58@gmail.com

teguh@untag-sby.ac.id

herlinakusumanigrum@untag-sby.ac.id

Abstract

This research aims to determine employee relations strategies in increasing employee productivity at PT. Ngrimbi Temple Unit I Taman Sari Banyuwangi. The method used is qualitative with an exploratory approach. Data collection was carried out through interviews, observation and documentation to understand the role of public relations and employee relations programs in the company. The results of the research show that the role of public relations which includes expert advisors, communication facilitators, problem solvers, and communication technicians is carried out by the leadership and finance section of unit I. Furthermore, employee relations strategies include planning through surveys and observations, appropriate budget management, monitoring program implementation, evaluation of program effectiveness, and program development based on evaluation results. The implementation of 5 employee relations programs succeeded in increasing productivity, although there were financial obstacles that caused the termination of several programs. The findings from this research contribute to the validation of organizational communication theory and the concept of employee relations in the context of the sulfur mineral natural resource management and distributor industry, as well as providing concrete recommendations for increasing productivity at PT. Ngrimbi Temple Unit I Taman Sari Banyuwangi.

Keyword : Employee Relations, Role of Public Relations, Productivity, Organizational Communication, Sulfur Industry.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi *employee relations* dalam meningkatkan produktivitas karyawan di PT. Candi Ngrimbi Unit I Taman Sari Banyuwangi. Metode yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan eksploratif. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi untuk memahami peran *public relations* dan program *employee relations* di perusahaan tersebut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa peran *public relations* yang mencakup penasehat ahli, fasilitator komunikasi, pemecah masalah, dan teknisi komunikasi dilaksanakan oleh pimpinan dan bagian keuangan unit I. Selanjutnya strategi *employee relations* meliputi perencanaan melalui survei dan observasi, pengelolaan anggaran yang tepat, pengawasan pelaksanaan program, evaluasi efektivitas program, dan pengembangan program berdasarkan hasil evaluasi. Implementasi 5 program *employee relations* berhasil meningkatkan produktivitas, meskipun terdapat hambatan keuangan yang menyebabkan penghentian beberapa program. Temuan dari hasil penelitian ini

memberikan kontribusi pada validasi teori komunikasi organisasi dan konsep *employee relations* dalam konteks industri pengelolaan dan distributor sumber daya alam mineral sulfur (belerang), serta memberikan rekomendasi konkret untuk meningkatkan produktivitas di PT. Candi Ngrimbi Unit I Taman Sari Banyuwangi.

Kata kunci: *Employee Relations*, Peran *Public Relations*, Komunikasi Organisasi, Produktivitas, Industri Belerang.

Pendahuluan

PT. Candi Ngrimbi adalah perusahaan yang mengelola dan mendistribusikan belerang melalui proses sublimasi di Taman Wisata Alam (TWA) Kawah Ijen Banyuwangi. Berdiri sejak 1969, ini adalah satu-satunya perusahaan yang diizinkan oleh pemerintah untuk melakukan pengolahan dan eksplorasi belerang di kawasan tersebut. TWA Kawah Ijen mencakup 3,59% dari total 2.560 ha Cagar Alam Merapi Ungup-Ungup (Rahmatin, 2021). Perusahaan yang telah menjadi bagian integral dari masyarakat lokal Kabupaten Banyuwangi saat ini menghadapi tantangan yaitu pariwisata lokal yang berkembang. Berdasarkan data Balai Konservasi Sumber Daya Alam (BKSDA) Wilayah III terkait jumlah pengunjung TWA Kawah Ijen Banyuwangi tercatat bahwa per tahun 2016 angka wisatawan lokal berada pada 23.607 orang, sedangkan per tahun 2020 angka wisatawan meningkat drastis yaitu berada pada 154.565 orang wisatawan lokal (Fauzi & Aminulloh, 2020). Berdasarkan tingginya angka kenaikan pariwisata menawarkan pekerjaan alternatif baru seperti menjadi pekerja troli wisatawan yang dianggap lebih menguntungkan dibandingkan mengangkut belerang. Hal ini menyebabkan penurunan jumlah karyawan pengangkut belerang yang signifikan. Berdasarkan data skripsi tercatat bahwa pada tahun 2016 PT. Candi Ngrimbi Unit I Taman Sari, Banyuwangi memiliki jumlah pengangkut belerang sejumlah 260 orang (FANANI, 2016) namun, pada tahun 2024 menjadi sekitar 50 orang yang tetap bekerja sebagai pengangkut belerang (KabarPedia, 2024). Produktivitas perusahaan tentunya berpengaruh akibat pergeseran preferensi pekerjaan masyarakat setempat.

PT. Candi Ngrimbi Unit I Taman Sari, Banyuwangi memiliki dua klasifikasi karyawan di lapangan sulfatara, yaitu : pengangkut belerang (PB) dan petugas sulfatara (PS). PB mengangkut belerang dari lapangan sulfatara ke penimbangan di Paltuding, sementara PS selain mengangkut juga berkewajiban mengelola operasional sublimasi di lapangan sulfatara. PB dibayar berdasarkan jumlah tonase yang diangkut, sedangkan PS tentunya dibayar lebih tinggi dengan upah bulanan dan tonase yang diangkut. Solusi yang dapat diambil adalah penerapan strategi *employee relations* yang tepat & efektif, dimana bertujuan untuk saling pengertian, percaya, dan saling memahami pada karyawan (Rochmaniah et al., 2021). Dengan strategi yang tepat, perusahaan dapat membantu karyawan merasa didengar, terinformasi, dan terlibat dalam proses perusahaan. Melalui komunikasi yang baik memungkinkan perusahaan mengklarifikasi isu-isu dan memberikan kesempatan bagi karyawan untuk berpartisipasi dalam pengambilan keputusan. Sejalan dengan itu, (Efendi, 2009) menjelaskan pula manfaat utama dari komunikasi dalam organisasi yaitu memudahkan anggota untuk mampu mengikuti instruksi atasan dan mengurangi kesalahpahaman yang sering terjadi dalam organisasi (Banjarnahor et al., 2022).

Dengan begitu peran *public relations* dapat memperkuat hubungan karyawan. Dengan memperhatikan kebutuhan dan harapan karyawan serta berkomunikasi terbuka, perusahaan dapat membangun citra positif. Tanpa pemahaman yang jelas tentang kebijakan perusahaan, karyawan mungkin merasa keputusan tidak adil, mengurangi kepercayaan dan komitmen. Kurangnya klarifikasi dapat menimbulkan ketidakpuasan dan menurunkan produktivitas. Berdasarkan data yang diperoleh dari portal berita online harga kenaikan jasa angkut belerang bersifat dinamis dalam periode dua dekade rata-rata harga belerang naik 8,33% per tahun, tepatnya ada tahun 2013 adalah Rp 780/Kg, sedangkan pada tahun 2003 berada pada angka Rp

450/Kg (Syafi, 2013), sedangkan tahun 2023, harga belerang berada pada kisaran Rp 1.000 hingga Rp 1.200 (Safitri, 2023).

Penelitian ini menggunakan teori dan konsep komunikasi organisasi, peran *public relations*, strategi *employee relations*, dan produktivitas. Menurut (Mulyana, 2013), komunikasi organisasi adalah suatu pendekatan yang digunakan untuk mempelajari sikap, persepsi, dan keputusan anggota dalam organisasi, sehingga dapat memberikan informasi yang baik tentang aspek komunikasi di dalamnya. Berikutnya Weick dalam (Littlejohn & Foss, 2018), bahwa organisasi tidak hanya terdiri dari struktur hierarkis dan peran yang ditetapkan, tetapi juga hasil dari interaksi dan aktivitas komunikasi. Komunikasi menjadi elemen utama yang membentuk dinamika dan pola perilaku dalam organisasi. Sejalan dengan itu Rahmawati & Sutarto (2017:13) dalam (Simanjuntak, 2023) menjelaskan komunikasi organisasi adalah proses penyampaian pesan, gagasan, dan informasi untuk memperoleh respons atau umpan balik yang mendukung tercapainya tujuan organisasi. Berikutnya (Siregar et al., 2021) dalam bukunya berjudul “KOMUNIKASI ORGANISASI” menjelaskan bahwa terdapat 2 jenis pola komunikasi organisasi yaitu : komunikasi vertikal dan komunikasi horizontal. Komunikasi vertikal terbagi menjadi dua: komunikasi ke bawah (*Downward Communication*) dan komunikasi ke atas (*Upward Communications*). Berikutnya komunikasi horizontal yaitu terjadi melalui percakapan dengan rekan kerja atau departemen lain yang setara dalam organisasi, tanpa hubungan atasan-bawahan. Selanjutnya model komunikasi organisasi menurut Poppy Ruliana (2014) dalam (Virginia, 2023), terdapat tiga model komunikasi organisasi: komunikasi linear, komunikasi transaksional, dan komunikasi interaksional. Selanjutnya peran *public relations* menurut oleh Dozier dan Broom dalam (Ruslan, 2014) Terdiri dari 4 peran penting seorang *public relations*, yaitu : penasehat ahli, fasilitator komunikasi, fasilitator pemecah masalah, dan teknisi komunikasi. Berikutnya strategi *employee relations* perlu untuk dapat dilakukan secara strategis untuk tercapai secara tepat dan akurat. Berikutnya menurut Rahmi (2018) dalam (Asita, 2023) menjelaskan bahwa dalam strategi *employee relations* meliputi beberapa langkah, yaitu : perencanaan, pengelolaan, pengawasan, evaluasi, dan pengembangan. Berikutnya menurut (Ruslan, 2014) *employee relations* dapat diwujudkan melalui 5 kegiatan, yaitu : program pendidikan dan pelatihan, program motivasi kerja beprestasi, program penghargaan, program acara khusus, dan program media komunikasi internal. Terakhir konsep produktivitas Berikutnya Menurut Umar (2004) dalam (Nadeak, 2019), produktivitas terbagi menjadi 2 dimensi, yaitu : efektivitas dan efisiensi.

Pada penelitian saat ini tentunya, memiliki persamaan dan perbedaan dengan beberapa penelitian-penelitian terdahulu. Pada penelitian yang dilakukan oleh Actavia Nur Asita, Bagus Cahyo Shah Adhi Pradana, Widiyatmo Ekoputro (2023) yang berjudul “Strategi Employee Relations Humas PT Perkebunan Nusantara XI Surabaya dalam Meningkatkan Loyalitas Karyawan” Terdapat persamaan penelitian meliputi objek dan pendekatan penelitian yaitu kualitatif. Namun, perbedaan terlihat jelas pada subjek dan jenis penelitian. Bidang perusahaan yang dijadikan subjek adalah Perusahaan BUMN (Badan Usaha Milik Negara) yang bergerak pada bidang perkebunan dan agribisnis. Sedangkan, penelitian ini menggunakan jenis penelitian eksploratif dan perusahaan yang menjadi subjek penelitian merupakan perusahaan tambang yang bergerak pada pengelolaan dan distributor sumber daya alam *sulfur* (belerang).

Melalui deskripsi di atas menyiratkan bahwa komunikasi antara PT. Candi Ngrimbi dan karyawan tidak sesuai dengan yang diharapkan, khususnya pada Kantor Unit I Taman Sari, Banyuwangi. Ketidakpuasan ini dapat memengaruhi produktivitas karyawan dan berpotensi menurunkan produktivitas PT. Candi Ngrimbi Kantor Unit I Taman Sari. Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan, mengetahui, dan mengeksplorasi strategi *employee relations* dalam meningkatkan produktivitas di PT. Candi Ngrimbi Unit I Taman Sari, Banyuwangi, menggunakan pendekatan kualitatif eksploratif melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi.

Metode Penelitian

Pada penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif dengan jenis eksploratif. Menurut (Sugiyono, 2022) kualitatif digunakan untuk menggali objek secara mendalam untuk menemukan potensi, masalah, dan hipotesis. Metode pengumpulan data menggunakan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Selanjutnya teknik analisis data pada penelitian ini menggunakan triangulasi data meliputi triangulasi sumber, teknik, dan waktu.

Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan hasil temuan penelitian dilapangan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi PT. Candi Ngrimbi Unit I Taman Sari, Banyuwangi telah menggambarkan bagaimana peran *public relations*, pola dan model komunikasi organisasi, program *employee relations*, dan strategi *employee relations*, sebagai berikut :

A. Peran *Public Relations*

Public relations menjalankan peran penting pada suatu perusahaan untuk membangun hubungan komunikasi yang saling pengertian (*mutual understanding*) namun, secara spesifik tidak semua organisasi atau perusahaan memiliki divisi atau struktural khusus yang menduduki *public relations* begitu pula PT. Candi Ngrimbi yang tidak memiliki struktural atau divisi khusus *public relations*. Hal tersebut juga dipengaruhi oleh banyak faktor seperti terbatas sumber daya yang membuat organisasi atau perusahaan tidak memiliki divisi atau skruktural khusus *public relations*. Walaupun demikian Pimpinan & Bagian Keuangan Unit I telah melakukan peran *public relations*, sesuai dengan Dozier dan Broom dalam (Ruslan, 2014) yang meliputi 4 peran, yaitu :

1. Penasehat Ahli

Melalui hasil wawancara dengan Pimpinan & Bagian Keuangan Unit I cukup menggambarkan peran *peran public relations* sebagai penasehat ahli tentang bagaimana menjelaskan masalah yang terjadi di lapangan sulfatara dan memberikan nasehat telah terpenuhi untuk menaikan suplai belerang.

2. Fasilitator Komunikasi

Melalui hasil wawancara dengan Pimpinan Unit I peran *public relations* sebagai fasilitator komunikasi cukup menggambarkan tentang bagaimana manajemen mendengarkan harapan serta kebutuhan dan menjaga alur komunikasi dalam memberikan informasi yang dibutuhkan oleh publik.

3. Fasilitator Pemecah Masalah

Melalui hasil wawancacara dengan Pimpinan Unit I cukup menggambarkan tentang bagaimana peran *peran public relations* sebagai fasilitator pemecahan masalah dalam dengan memberikan saran dan bantuan yang bisa dilakukan.

4. Teknisi Komunikasi

Melalui hasil wawancara dengan Bagian Keuangan Unit I cukup menggambarkan tentang bagaimana peran *peran public relations* sebagai teknisi komunikasi yaitu menampung saran dan penyediaan informasi.

B. Komunikasi Organisasi

1. Pola Komunikasi Organisasi

- **Komunikasi Vertikal**

(**Upward Communications**) Melalui hasil wawancara dengan Pimpinan Unit I Pola komunikasi ke bawah yang dilakukan cukup

menggambarkan bahwa pesan yang disampaikan jelas, spesifik, sederhana, dan mempertimbangkan kemampuan penerima. Tujuan dari penyampaian pesan yang jelas, spesifik, sederhana, dan mempertimbangkan kemampuan penerima adalah untuk mencegah kesalahpahaman, memahami pendapat, mengubah sikap, mengurangi ketakutan, dan membantu adaptasi anggota organisasi terhadap perubahan.

(Downward Communications) melalui hasil wawancara dengan Pimpinan Unit I Pola komunikasi ke atas yang dilakukan cukup menggambarkan bagaimana gagasan yang diberikan karyawan. Ini membantu perusahaan memahami tentang motivasi dan reaksi bawahan terhadap kebijakan pada keterbukaan atasan dalam berbagi ide dan pandangan karyawan.

- **Komunikasi Horizontal**

Melalui hasil wawancara dengan Pimpinan Unit I Pola komunikasi horizontal/lateral ini cukup menggambarkan bahwa komunikasi yang terjadi horizontal/lateral bersifat informal dan penting untuk mendukung iklim organisasi yang kondusif, serta dapat digunakan untuk mengatur dan mengoordinasikan kegiatan.

2. Model Komunikasi Organisasi

- **Komunikasi Linear** melalui hasil wawancara dengan Pimpinan Unit I Pola komunikasi linear cukup menggambarkan bagaimana komunikasi berlangsung secara linier dari satu pihak ke pihak lain, dengan fokus pada penyampaian informasi dari pengirim kepada penerima.
- **Komunikasi Transaksional** melalui hasil wawancara model komunikasi transaksional cukup menggambarkan bagaimana model ini menitikberatkan pada konteks sosial, budaya, dan hubungan, sehingga komunikasi tidak hanya berfokus pada pertukaran pesan tetapi juga membangun hubungan yang lebih dalam.
- **Komunikasi Interaksional** melalui hasil wawancara model komunikasi interaksional ini cukup menggambarkan bagaimana media sosial *WhatsApp* terjadi proses komunikasi berjalan secara sirkuler, dimana memungkinkan setiap anggota grup secara bergantian menjadi pengirim dan penerima pesan.

C. Program Employee Relations

1. Program Pelatihan dan Pendidikan

Melalui hasil wawancara dengan Bagian Keuangan Unit I, PT. Candi Ngrimbi Unit I Taman Sari, Banyuwangi sudah pernah melakukan program pelatihan dan pendidikan di PPSDM Geominerba Kementrian ESDM yang dimana program ini cukup menggambarkan dapat membentuk suatu kepiawaian & kualitas para karyawan dalam pengelolaan hingga saat ini yang tentunya juga membangun produktivitas karyawan.

2. Program Motivasi Kerja Berprestasi

Melalui hasil wawancara dengan Pimpinan dan Bagian Keuangan Unit I, telah cukup menggambarkan bagaimana program motivasi kerja berprestasi yang dilaksanakan PT. Candi Ngrimbi Unit I berhasil membangun produktivitas,

motivasi, dan disiplin karyawan khususnya bagi PS (petugas sulfatara) melalui pengumpulan pada forum singkat namun, untuk menarik kembali minat eks PB (pengangkut belerang) melalui program jemput bola yang kini menjadi pekerja troli wisata tidak bisa diharapkan/sulit.

3. Program Penghargaan

Melalui hasil wawancara dengan Pimpinan dan Bagian Keuangan Unit I, telah cukup menggambarkan bagaimana program penghargaan yang dilakukan oleh PT. Candi Ngrimbi Unit I sebagai bentuk apresiasi yang diterapkan berpengaruh khususnya pada produktivitas karyawan untuk meningkatkan suplai belerang melalui BPJS ketenagakerjaan dan kesehatan yang ditanggung serta pembagian sembako berupa (susu, gula, dan kacang hijau). Namun dengan eks PB (penambang belerang) melalui insentif capaian hari kerja 20 hari tidak sesuai dengan harapan untuk kembali berkerja, mungkin perlu adanya pengembangan lanjutan. Dengan demikian program yang diterapkan sesuai dengan *employee relations* yaitu program apresiasi.

4. Program Acara Khusus

Melalui hasil wawancara dengan Pimpinan dan Bagian Keuangan Unit I, terkait program acara khusus (*special event*) melalui acara selamatan yang diselenggarakan setahun sekali dengan penyembelihan kambing diterapkan oleh PT. Candi Ngrimbi Unit I cukup menggambarkan bagaimana program acara khusus (*special event*) yang dilaksanakan setahun sekali tersebut juga menjadi ajang silaturahmi berbagai pihak yang turut mengelola TWA (taman wisata alam) Kawah Ijen yang menciptakan keterbukaan. Interaksi-interaksi yang juga terjadi didalamnya mempererat hubungan antar rekan kerja yang hadir pada program tersebut.

5. Program Media Komunikasi Internal

Melalui hasil wawancara dengan Pimpinan dan Bagian Keuangan Unit I, terkait program media komunikasi internal yang diterapkan oleh PT. Candi Ngrimbi Unit I cukup menggambarkan bahwa melalui Media Sosial *WhatsApp* dapat sebagai media informasi dan pengumuman penting serta menjaring kritik dan saran dari para karyawan. Dengan tercapainya program media komunikasi internal ini melalui grup *WhatsApp* dapat menyediakan saluran komunikasi yang efektif.

D. Strategi Employee Relations

1. Perencanaan

Planning/perencanaan, merupakan suatu langkah dimana perusahaan/organisasi dalam melakukan *survey* dan observasi untuk melihat tujuan dari program tersebut dilaksanakan. Melalui hasil wawancara dengan Pimpinan & Bagian Keuangan Unit I terkait *survey* dan observasi forum singkat (setelah sesi pemberian gaji) tersebut cukup menggambarkan tentang apa yang dilakukan oleh PT. Candi Ngrimbi Unit I bertujuan melihat sumber daya yang tersedia. Hal tersebut sejalan dengan tahapan strategi *planning*/perencanaan yang berorientasi menetapkan tujuan dan melihat kemampuan sumber daya yang ada.

2. Pengelolaan

Pengelolaan yaitu perusahaan melaksanakan pemetaan/pembagian pada program yang akan dilaksanakan tujuan dari proses ini juga turut mempengaruhi dari terlaksananya program dengan tepat. Melalui hasil wawancara dengan Bagian Keuangan Unit I terkait cukup menggambarkan bahwa upaya menentukan besaran anggaran biaya merupakan tujuan untuk pengelolannya tepat pada pemetaan/pembagian keuangan perusahaan.

3. Pengawasan

Pengawasan dimana perusahaan melihat sejauh mana program yang dilaksanakan tersebut berjalan sesuai tujuan awal program tersebut direncanakan. Melalui hasil wawancara dengan Bagian Keuangan Unit I terkait adanya pengawasan yang diikuti oleh pihak kantor dan gudang dalam acara slametan tersebut cukup menggambarkan upaya untuk memenuhi pengawasan dalam tahapan strategi *employee relations*.

4. Evaluasi

Evaluasi dimana perusahaan melakukan analisis terkait apakah program *employee relations* perlu untuk dilakukan perbaikan dalam proses berjalannya program. Melalui hasil wawancara dengan Pimpinan & Bagian Keuangan Unit I terkait adanya evaluasi yang telah dilakukan untuk melihat seberapa jauh tercapainya tujuan program dengan mempertimbangkan sumber daya yang tersedia.

5. Pengembangan

Pengembangan dimana perusahaan melakukan pengembangan yang dilakukan sebagai bentuk dari evaluasi yang telah dilakukan. Melalui hasil wawancara dengan pimpinan unit I pengembangan yang telah dilakukan oleh Unit I PT. Candi Ngrimbi untuk mengetahui kekurangan dari program *employee relations* telah dilakukan melalui umpan balik yang terjadi. Hal tersebut telah sesuai pada pada langkah pengembangan dari strategi *employee relations*.

Penutup

Berdasarkan hasil penelitian mengenai strategi *employee relations* dalam membangun produktivitas karyawan di PT. Candi Ngrimbi Unit I, berikut kesimpulannya:

- A. Peran Public Relations: Meskipun tidak ada divisi khusus, peran PR dijalankan oleh pimpinan dan bagian keuangan yang bertindak sebagai penasehat ahli, fasilitator komunikasi, fasilitator pemecah masalah, dan teknisi komunikasi.
- B. Strategi Employee Relations: Melibatkan perencanaan melalui survei dan observasi, pengelolaan anggaran untuk program seperti pembagian sembako, pengawasan untuk memastikan program berjalan sesuai tujuan, evaluasi efektivitas program, dan pengembangan program berdasarkan evaluasi, seperti memantau kesehatan PS setelah pemberian gaji.
- C. Program Employee Relations: Meliputi pelatihan "Kepala Teknik", program motivasi kerja, program penghargaan seperti BPJS dan sembako, acara khusus seperti slametan tahunan, dan komunikasi internal melalui grup WhatsApp. Keseluruhan program ini bertujuan untuk meningkatkan produktivitas dan hubungan harmonis antara karyawan dan manajemen.

D. Komunikasi Organisasi: Menggunakan komunikasi vertikal dan horizontal untuk mendukung produktivitas. Komunikasi vertikal mencakup kebijakan dari pimpinan ke bawahan dan penyampaian masalah dari bawahan ke pimpinan. Komunikasi horizontal diterapkan melalui forum informal setelah pemberian gaji dan sembako.

Secara keseluruhan, strategi employee relations di PT. Candi Ngrimbi Unit I cukup efektif dalam meningkatkan produktivitas karyawan. Namun, evaluasi terus-menerus penting untuk mengidentifikasi dan memperbaiki strategi yang kurang berhasil. Penerapan strategi employee relations yang lebih efektif dan efisien, serta kejelasan status pekerjaan bagi PB (pengangkut belerang) untuk meningkatkan komitmen dan produktivitas. Penelitian ini dapat memberikan kontribusi signifikan untuk penelitian selanjutnya terkait teori komunikasi organisasi dan konsep employee relations dalam konteks industri khusus

Daftar Pustaka

- Asita, A. N. (2023). *Strategi Employee Relations Humas PT Perkebunan Nusantara XI Surabaya dalam meningkatkan loyalitas karyawan.*(PT Perkebunan Nusantara XI Surabaya's Public Relations Employee Relations Strategy in increasing employee loyalty). Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
- Banjarnahor, A. R., Handiman, S. P. U. T., Sesilia, A. P., Kato, S. S. I., Purba, A. T. L., Sahir, S. H., Widarman, A., Bonaraja, D. G., & Sianipar, J. H. (2022). *Dasar Komunikasi Organisasi* (A. Karim & J. Simarmata (ed.); Cetakan 1, Nomor August). Yayasan Kita Menulis.
- FANANI, A. R. (2016). *RELASI PATRON KLIEN ANTARA PT. CANDI NGRIMBI DENGAN PENAMBANG BELERANG DI KAWASAN KAWAH IJEN, KABUPATEN BANYUWANGI.*
- Fauzi, I., & Aminulloh. (2020). *Strategi peningkatan kemampuan sumberdaya manusia pelaku wisata alam kawah ijen kabupaten bondowoso.*
- KabarPedia. (2024). *Kawah Ijen: Perjuangan Penambang Belerang Melawan Asap.* <https://www.youtube.com/watch?v=sTkBRsFJn8E&t=311s>
- Littlejohn, S. W., & Foss, K. A. (2018). Teori Komunikasi. In *Salemba Humanika* (9 ed.). Salemba Humanika.
- Mulyana, D. (2013). Komunikasi organisasi: Strategi meningkatkan kinerja perusahaan. In *Bandung: PT Remaja Rosdakarya* (Edisi 9). Salemba Humanika.
- Nadeak, B. (2019). Buku Materi Pembelajaran Manajemen Pelatihan dan Pengembangan. In I. Jatmoko (Ed.), *UKI Press* (Cetakan 1).
- Rahmatin, L. (2021). Persepsi Masyarakat terhadap Dampak Perkembangan Taman Wisata Alam Kawah Ijen. *Jurnal Kajian dan Terapan Pariwisata*, 1(2), 22–34. <https://doi.org/10.53356/diparojs.v1i2.24>
- Robert Tua Siregar, Ujang Enas, D. E. P. (2021). KOMUNIKASI ORGANISASI. In *WIDINA BHAKTI PERSADA BANDUNG.* [http://digilib.uinsgd.ac.id/40787/1/KOMUNIKASI ORGANISASI CETAK.pdf](http://digilib.uinsgd.ac.id/40787/1/KOMUNIKASI%20ORGANISASI%20CETAK.pdf)
- Rochmaniah, A., Dharma, F. A., & Utomo, D. B. (2021). Buku Ajar Dasar-Dasar Public Relations. In *Umsida Press.* <https://press.umsida.ac.id/index.php/umsidapress/article/view/978-623-6292-23-5>
- Ruslan, R. (2014). *Manajemen Public Relations dan Komunikasi.* RAJA GRAFINDO PERSADA.
- Simanjuntak, A. T. B. (2023). *Iklim Komunikasi Organisasi di Cv. Pixxeled Indo Pratama (Epixpro) Kota Medan Sumatera Utara.*
- Sugiyono. (2022). Metode Penelitian Kualitatif (Untuk penelitian yang bersifat: eksploratif,

- enterpretif, interaktif dan konstruktif). In CV. Alfabeta.
<http://belajarpsikologi.com/metode-penelitian-kualitatif/>
- Syafi, F. (2013). *Penambang Belerang Minta Pengusaha Naikkan Harga*. Tempo.co.
<https://nasional.tempo.co/read/492920/penambang-belerang-minta-pengusaha-naikkan-harga>
- Virginia, V. V. (2023). *Strategi Employee Relations Dalam Membangun Produktivitas Karyawan di Perusahaan Vapeboss Surabaya.(Employee Relations Strategy in Building Employee Productivity at the Vapeboss Surabaya Company)*. Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.