

## **BAB 1**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. LATAR BELAKANG**

Komunikasi merupakan aktifitas manusia yang sangat penting baik dalam kehidupan berorganisasi maupun dalam kehidupan sosial. Dalam keseharian di sadari atau tidak komunikasi sudah menjadi bagian dari kehidupan manusia itu sendiri. Untuk menjalin hubungan yang harmonis diperlukan rasa kemanusiaan yang akrab dan saling pengertian sesama anggota masyarakat. Hal itu bias terjadi karena adanya komunikasi yang dilakukan oleh anggota masyarakat. Dengan komunikasi kita dapat meminimalisir konflik yang ada dalam kehidupan sehari-hari, baik itu konflik antar individu, antar kelompok maupun konflik antar organisasi.

Komunikasi merupakan suatu proses penyampaian pesan dimana komunikator memberikan pesan kepada komunikan baik verbal maupun non-verbal melalui suatu saluran (*channel*) kemudian pesan tersebut mendapatkan tanggapan dari komunikan sehingga terjadi kesepahaman antara komunikator dengan komunikan. Menurut Effendi (2004:5) menyatakan bahwa komunikasi adalah proses penyampain suatu pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberi tahu atau untuk mengubah sikap, pendapat, atau perilaku, baik langsung secara lisan maupun tak langsung melalui media. Komunikasi berjalan dengan baik apabila terjadi saling pengertian antara

komunikator dengan komunikan, dimana sudah terjadi kesepahaman makna pesan antara komunikator dengan komunikan. Dalam hal seperti inilah komunikasi yang dilakukan telah berhasil baik atau komunikatif.

Dengan komunikasi kita dapat meminimalisir konflik yang ada dalam kehidupan sehari-hari, baik itu konflik antar individu, antar kelompok maupun konflik antar organisasi. Masalah penting yang dihadapi suatu perusahaan baik bisnis maupun jasa adalah bagaimana menjalin hubungan yang baik. Hal ini tentunya berkaitan langsung dengan komunikasi yang dilakukan oleh perusahaan. Permasalahan yang ada berfokus pada, bagaimana menciptakan komunikasi yang harmonis untuk membangun dan mengembangkan hubungan baik antara perusahaan tersebut dengan publiknya demi tercapainya tujuan dari perusahaan tersebut. Selain itu, masalah lain adalah bagaimana perusahaan mampu mencukupi kebutuhan pasar yang menjadi sasarannya. Ketika permintaan pasar meningkat dan produksi dari perusahaan tidak dapat memenuhinya, maka itu menjadi masalah besar bagi perusahaan.

PT. Dunia Sandang Abadi Textil adalah sebuah perusahaan textile yang senantiasa menjalin hubungan baik dengan publiknya, selain itu perusahaan tersebut berusaha untuk dapat memenuhi kebutuhan pasar yang menjadi sasarannya. Hal itu dilakukan demi untuk mencapai tujuan perusahaan. PT. Dunia Sandang Abadi Textil yang menyediakan barang-barang textile.

Di era globalisasi seperti sekarang ini perkembangan industri semakin maju. Banyak perusahaan-perusahaan swasta memperlebar jangkauan pasarnya ataupun memper banyak hasil produksinya karena tuntutan pasar yang semakin meningkat. Dalam upaya mencapai tujuannya PT. Dunia Sandang Abadi Textil telah membeli tanah di daerah Boyolali bagian utara yang rencananya akan didirikan pabrik guna meningkatkan produktifitasnya untuk memenuhi kebutuhan pasar.

PT. Dunia Sandang Abadi Textil membeli tanah di Desa Jaten, Kecamatan Klego Kabupaten Boyolali ini bertujuan untuk didirikan pabrik baru untuk menunjang proses produksi. Dalam proses pembebasan tanah ini, perusahaan terlebih dahulu melakukan negosiasi dengan perangkat desa yang terkait. Setelah bernegosiasi perangkat desa setuju untuk membatu proses pembebasan tanah ini. Perangkat desa sangat setuju jika di daerahnya akan didirikan pabrik. Dengan adanya pabrik maka nilai ekonomis desa ini akan menjadi meningkat, selain itu juga menciptakan lapangan pekerjaan baru.

Dalam proses berjalanya pembebasan tanah ini tidak berjalan dengan mulus. Timbul masalah-masalah dalam pembebasan tanah tersebut. Ada sebagian warga yang tidak setuju dengan pembebasan tanah dengan berbagai alasannya. Pada dasarnya proses pembebasan tanah tidaklah mudah untuk dilakukan. Karena setiap pemilik mempunyai karakteristik yang berbeda-beda. Terlebih lagi pembebasan tanah ini dilakukan di daerah pedesaan yang mayoritas penduduknya bekerja sebagai petani. Maka tanah sangatlah penting

dalah kehidupannya. Diperlukan komunikasi yang baik dan persuasif supaya warga setuju menjual tanahnya itu.

Masalah yang ada menimbulkan konflik antara pihak pembeli yaitu PT. Dunia Sandang Abadi Textil dengan pemilik tanah yaitu warga sekitar. Konflik yang terjadi ini bisa dari pihak perusahaan dan juga dari pihak warga sebagai pemilik tanah dibebaskan.

Komunikasi yang dilakukan oleh perusahaan kurang berjalan dengan baik sehingga menimbulkan ketidak sepahaman antara perusahaan dengan beberapa warga. Warga disini juga mempunyai latar belakang yang berbeda-beda, membuat penafsiran pesan yang disampaikan mendapatkan beragam reaksi, ada yang setuju adapula yang tidak setuju. Hal itu membuat warga belum menyetujui untuk menjual tanahnya. Maka terjadilah konflik karena komunikasi yang dilakukan tidak efektif.

Masalah lain yang menjadi kendala dalam proses pembebasan tanah tersebut adalah beberapa warga menilai imbalan yang diberikan perusahaan dianggap belum layak atau masih rendah. Warga menginginkan harga tanah lebih tinggi dari tawaran perusahaan, akan tetapi perusahaan tidak menyetujui keinginan warga tersebut. Perusahaan bersifat komersial mereka ingin mendapatkan produktifitas yang tinggi dengan biaya serendah mungkin. Hal ini juga memicu konflik dalam proses pembebasan tanah yang dilakukan PT. Dunia Sandang Abadi Textil.

Ada juga pemilik tanah yang tidak mau menjual tanahnya, hal ini juga menjadi kendala dalam proses pembebasan tanah tersebut. Pemilik yang tidak mau menjual tanahnya ini memiliki kebutuhan yang berbeda. Ia tidak mempunyai niatan untuk menjual tanahnya ke siapapun. Hal itu membuat perusahaan kesulitan untuk melakukan pembebasan tanah yang diinginkan di desa Jaten.

Permasalahan-permasalahan yang muncul tersebut membuat proses pembebasan tanah terhambat. Dengan adanya konflik dengan warga yang tidak setuju menjual tanahnya, maka PT. Dunia Sandang Abadi Textil meminta bantuan kepada perangkat desa Jaten untuk membantu melancarkan proses pembebasan tanah tersebut. Perangkat desa lebih memiliki kedekatan interpersonal dengan warganya dibanding PT. Dunia Sandang Abadi Textil.

Untuk mengkomunikasikan dan menyelesaikan permasalahan pemilik tanah dengan pihak pembeli yaitu PT. Dunia Sandang Abadi Textil maka perangkat desa memerlukan media komunikasi untuk menjembatani antara kepentingan warga sebagai pemilik tanah dengan PT. Dunia Sandang Abadi Textil sebagai pembeli sehingga tercapai kesepakatan antara kedua belah pihak.

Seiring dengan munculnya berbagai fenomena konflik yang terjadi antara perusahaan dengan warga pemilik tanah, perangkat desa membentuk forum mediasi untuk kedua belah pihak. Tujuan dari mediasi ini adalah untuk tercapainya kesepakatan antara perusahaan dengan warga pemilik tanah

dalam proses pembebasan tanah yang sedang berlangsung. Dengan mediasi diharapkan kesepakatan yang terjadi menguntungkan kedua belah pihak. Mediasi berorientasi pada masa depan sehingga berupaya menjalin hubungan yang baik.

Dalam proses mediasi ini, komunikasi interpersonal dinilai sangat ampuh untuk menyelesaikan permasalahan yang ada. Komunikasi interpersonal mempunyai peran yang sangat penting dalam kesuksesan pembebasan tanah tersebut. Jika komunikasi interpersonal yang dilakukan tidak berjalan efektif maka, pembebasan tanah yang dilakukan perusahaan akan mengalami jalan buntu dan tidak akan pernah ada suatu kesepakatan.

Komunikasi interpersonal menurut Effendi (1986b) adalah komunikasi antara seorang komunikator dengan seorang komunikan. Jenis komunikasi tersebut dianggap paling efektif untuk mengubah sikap, penadapat dan perilaku manusia berhubungan prosesnya yang dialogis (Liliweri, 1997:12).

Komunikasi interpersonal yang dilakukan perangkat desa kepada warganya untuk mencari sebuah kesepakatan untuk penyelesaian masalah dalam pembebasan tanah tersebut. Komunikasi interpersonal yang efektif bukanlah seberapa sering seseorang melakukan komunikasi, melainkan adanya kedekatan interpersonal diantara dua belah pihak.

Perangkat desa merupakan pamong bagi warganya, jadi bisa dikatakan perangkat desa memiliki kedekatan interpersonal dan emosional terhadap

warga yang masih menolak menjual tanahnya tersebut. Dengan adanya kedekatan interpersonal dan emosional tersebut maka menciptakan keterbukaan dan saling percaya satu sama lain. Sehingga dalam proses komunikasi interpersonal yang dilakukan, warga bisa menerima dan mengartikan pesan yang disampaikan.

Sejalan dengan tujuan komunikasi interpersonal yaitu, mengubah sikap dan perilaku orang lain. Komunikasi interpersonal yang dilakukan PT. Dunia Sandang Abadi Textil dengan perantara perangkat desa Jaten melakukan komunikasi interpersonal dengan warga yang bertujuan untuk mengubah sikap dan perilaku warga yang tadinya menolak menjual tanahnya mau menjual hak atas tanahnya tersebut. Jadi ketika komunikasi interpersonal yang dilakukan telah berlangsung efektif. Maka tujuan dari komunikasi interpersonal itu akan tercapai.

Berdasarkan latar belakang diatas maka penulis tertarik untuk mengangkat judul “Studi Deskriptif Kualitatif Peran Komunikasi Interpersonal Dalam Mediasi Pembebasan Tanah Oleh PT Dunia Sandang Abadi Textil Di Desa Jaten”.

## **B. RUMUSAN MASALAH**

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas maka peneliti dapat merumuskan permasalahan sebagai berikut : “Bagaimana komunikasi interpersonal yang dilakukan PT. Sandang dunia Abadi Textil dalam penyelesaian masalah pembebasan tanah?”.

## **C. TUJUAN PENELITIAN**

Berdasarkan uraian rumusan masalah yang sudah di jelaskan diatas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui gambaran komunikasi interpersonal yang dilakukan PT. Sandang dunia Abadi Textil dalam penyelesaian masalah pembebasan tanah.

## **D. MANFAAT PENELITIAN**

Manfaat dari penelitian yang dilakukan penulis ini antara lain :

1. Menambah wawasan penulis dalam menganalisa penyelesaian konflik dengan mendiskripsikan komunikasi interpersonal yang dilakukan dalam proses pembebasan tanah dengan warga yang menolak yang dilakukan PT. Sandang dunia Abadi Textil di desa Jaten.

2. Penelitian ini dapat dijadikan suatu referensi dalam upaya pembebasan tanah, sehingga mampu menyusun strategi dalam mengatasi kendala dalam proses pembebasan tanah.

## **E. LANDASAN TEORI**

### **1. Komunikasi**

Komunikasi adalah hubungan kontak antar manusia yang satu dengan manusia yang lain baik itu secara individu ataupun secara berkelompok. Disadari atau tidak komunikasi dilakukan manusia setiap harinya, karena komunikasi merupakan bagian dari proses berjalannya kehidupan. Bisa dikatakan keakraban dalam suatu masyarakat dapat tercipta karena adanya komunikasi yang membuat anggota masyarakatnya saling pengertian.

Menurut Effendi (2004:5) komunikasi adalah proses penyampaian suatu pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk member tahu atau untuk mengubah sikap, pendapat, atau perilaku baik secara lisan maupun tidak langsung melalui media. Dalam definisi tersebut tersimpul tujuan yakni, mengubah sikap, pendapat, atau perilaku.

Seperti yang dikemukakan oleh Effendi (2001:9) istilah “komunikasi” atau dalam bahasa inggris *communication* berasal dari kata dalam bahasa latin *communicatio*, dan bersumber dari kata *communis* yang

berarti sama. Sama yang dimaksud adalah sama maknanya. Komunikasi bisa diartikan suatu proses untuk menciptakan suatu kesamaan makna atau kesamaan pemikiran antara pengirim dan penerima.

Menurut Lasswell cara yang tepat untuk menjelaskan komunikasi adalah dengan menjawab pertanyaan : *who, say what, in which channel, to whom, with what effect?* Rumusan pertanyaan tersebut mengandung lima unsur dasar dalam komunikasi, yaitu:

- a. Siapa yang mengatakan? (komunikator, pengirim pesan, sumber)
- b. Apa yang disampaikan? (pesan, ide, gagasan)
- c. Dengan saluran mana? (media atau sarana)
- d. Kepada siapa? (komunikan, penerima pesan)
- e. Apa dampaknya? (efek atau hasil komunikasi)

Dari paradigma Lasswell tersebut dapat disimpulkan bahwa, komunikasi merupakan suatu proses penyampaian pesan, idea atau gagasan dari komunikator kepada komunikan melalui suatu saluran tertentu dan menghasilkan efek-efek tertentu pula. Manusia berkomunikasi untuk membagi pengetahuan taupun pengalaman. Komunikasi dilakukan manusia dengan berbagai cara, misalnya berbicara, tulisan dan gesture. Komunikasi dapat berupa interaktif, translatif, bertujuan atau tak bertujuan. Dengan komunikasi seseorang atau suatu kelompok dapat memahami sikap dan perasaan orang lain atau kelompok lain. Komunikasi dapat berjalan efektif ketika terjadi kesamaan makna antara komunikator

dengan komunikasi terhadap pesan yang diberikan komunikator kepada komunikan.

Peran komunikasi sangat penting bagi manusia dalam kehidupan sehari-hari, sesuai dengan fungsi komunikasi yang bersifat : *persuasif, edukatif dan informatif*. Dengan adanya komunikasi maka manusia akan sangat mudah dalam berinteraksi, pertukaran pemikiran, idea tau gagasan sehingga dapat tercapai tujuan bersama. Komunikasi berasal dari bahasa latin “communication: yang berarti “pemberitahuan” atau “pertukaran pikiran”. Dengan demikian maka secara garis besar dalam suatu proses komunikasi harus terdapat unsur-unsur kesamaan makna agar terjadi suatu pertukaran pikiran atau pengertian antara komunikator dan komunikan.

Pengertian serupa juga dikemukakan oleh Glueck yang dikutip oleh Widjaja (2002:8) bahwa komunikasi dapat dibagi dalam dua bagian utama, yaitu :

- a. Interpersonal communication, komunikasi antar pribadi yaitu proses pertukaran informasi serta perpindahan pengertian antar dua orang atau lebih dalam suatu kelompok kecil manusia.
- b. Organizational communication, yaitu dimana pembicara secara sistematis memberikan informasi dan memindahkan pengertian kepada orang banyak didalam organisasi dan kepada pribadi-pribadi dan lembaga-lembaga diluar yang ada hubungan.

Dapat di katakan bahwa komunikasi adalah penyampain informasidan pengertian dari seseorang kepada orang lain. Komunikasi akan berjalan dengan sukses apabila terjadi saling pengertian, yaitu jika

kedua belah pihak komunikator dan komunikan mempunyai satu pengertian.

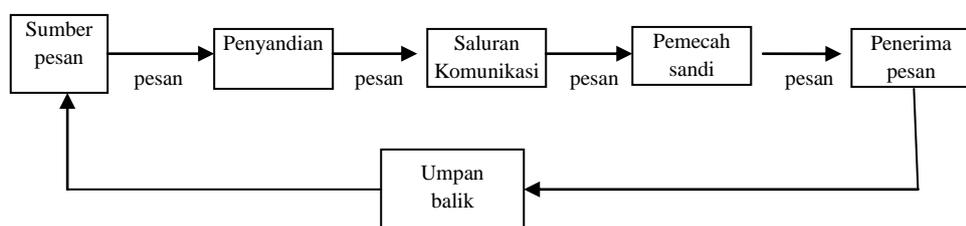
Proses komunikasi tradisional, dimana menggambarkan aliran pesan dari pengirim kepada penerima melalui sandi, media dan memecahkan kode, terlihat dari perubahan yang nyata dan terlibat dalam proses yang lebih interaktif dan dinamis. *“(The traditional communication process, which depicts the flow of messages from senders to receiver via element such as encoding, media, and decoding, has undergone noticeable changes and has evolved into a more interactive and dynamic process.)”*

Menurut Effendi (2004:6) dalam suatu proses komunikasi terdapat komponen atau unsur persyaratan terjadinya komunikasi sebagai berikut :

- a. Komunikator, orang yang menyampaikan pesan
- b. Pesan, pernyataan yang didukung oleh lambing
- c. Komunikan, orang yang menerima pesan
- d. Media, sarana atau saluran yang mendukung pesan bila komunikan jauh tempatnya atau banyak jumlahnya
- e. Efek, dampak sebagai pengaruh pesan

### Bagan 1

#### Proses Komunikasi



Sumber : Robins (2006:393)

Seperti yang diungkapkan oleh Shimp (2003:163) semua aktivitas komunikasi melibatkan delapan elemen berikut ini :

- a. Sumber atau pengirim adalah orang atau sekelompok orang yang memiliki pemikiran untuk disampaikan kepada orang atau kelompok orang lain.
- b. Penerjemah. Sumber menerjemahkan pesan (*encoding*). Encoding adalah suatu proses menerjemahkan pemikiran kedalam bentuk-bentuk simbolos. Sumber tersebut memilih tanda-tanda spesifik dari berbagai kata, struktur kalimat symbol, dan unsur nonverbal yang luas pilihanya untuk menerjemahkam sebuah pesan sehingga dapat dikomunikasikan dengan efektif kepada khalayak sasaran.
- c. Pesan (*message*) adalah suatu ekspresi simbolis dari pemikiran sang pengirim. Dalam komunikasi pemasaran, pesan dapat berbentuk dalam sebuah iklan, sebuah presentasi penjualan, sebuah rancangan kemasan, berbagai petunjuk di tempat-tempat pembelian (*point of purches*) dan sebagainya.
- d. Saluran penyampai pesan (*message chanel*) adalah suatu saluran yang dilalui pesan dari pihak pengirim, untuk disampaikan kepada pihak penerima. Perusahaan menggunakan media elektronik dan media cetak sebagai saluran untuk menyampaikan pesan iklan kepada pelanggan dan calon pelanggan. Pesan-pesan juga disampaikan kepada pelanggan secara langsung melalui wiraniaga, melalui telepon, brosur-brosur surat langsung, display di tempat pembelian, dan secara tidak langsung melalui berita dari mulut ke mulut.

- e. Penerima (*receiver*) adalah orang atau kelompok orang yang dengan mereka pihak pengirim berusaha untuk menyampaikan menyampaikan ide-idenya.
- f. Intepretasi. *Decoding* melibatkan aktivitas yang dilakukan pihak penerima dalam mengintepretasi atau mengartikan pesan pemasaran. Hal ini dikerenakan proses pembentukan arti mempunyai peran yang amat penting dalam suatu kegiatan komunikasi pemasaran.
- g. Gangguan. Sebuah pesan yang melintas dalam suatu saluran dipengaruhi oleh stimulus-stimulus eksternal yang mengganggu. Stimulus ini mengganggu penerima pesan dalam bentuk yang murni dan orisinil.
- h. Umpan balik (*feedback*). Umpan balik memungkinkan sumber untuk menentukan apakah pesan sampai pada target secara akurat atau apakah pesan tersebut perlu diubah untuk memberikan gambaran yang lebih jelas di benak penerima.

## **2. Komunikasi Interpersonal**

### **2.1. Pengertian Komunikasi Interpersonal**

Komunikasi interpersonal adalah komunikasi yang dilakukan anatar seseorang dengan orang lain dalam suatu masyarakat atau

organisasi, dengan menggunakan media tertentu dan dengan bahasa yang mudah dipahami untuk mencapai tujuan tertentu.

Komunikasi interpersonal menurut Effendi (1986b) adalah komunikasi antara seorang komunikator dengan seorang komunikan. Jenis komunikasi tersebut dianggap paling efektif untuk mengubah sikap, penadapat dan perilaku manusia berhubungan prosesnya yang dialogis (Liliweri, 1997:12).

Komunikasi interpersonal biasanya terjadi antara dua orang atau lebih secara tatap muka, walaupun juga dapat melalui media-media modern seperti sekarang ini misalnya, telepon dan internet. Komunikasi interpersonal akan terbangun ketika komunikasi yang dilakukan itu berjalan efektif saat berinteraksi. Hal terpenting dalam komunikasi interpersonal adalah membangun hubungan antar manusia.

Menurut Rachmadi (1992:2) Efektifitas komunikasi interpersonal baru tercapai jika memenuhi lima syarat, yaitu :

- a. Adanya kesamaan kepentingan antara komunikator dengan komunikan.
- b. Adanya sikap yang mendukung dari kedua belah pihak.
- c. Sikap positif, artinya pikiran atau ide yang diutarakan dapat diterima sebagai sesuatu yang mendatangkan manfaat bagi keduanya.
- d. Sikap keterbukaan yang ditampilkan kedua belah pihak.

- e. Masing-masing pihak mencoba menempatkan diri pada lawan bicaranya.

## 2.2. Faktor-Faktor dalam Komunikasi Interpersonal

Komunikasi yang efektif ditandai dengan hubungan interpersonal yang baik. Tidak benar anggapan bahwa semakin sering orang melakukan komunikasi interpersonal dengan orang lain, maka semakin baik hubungan mereka. Dalam hal ini yang menjadi masalah adalah bukan seberapa sering komunikasi yang dilakukan, tetapi bagaimana komunikasi itu dilakukan. Jika antara komunikator dengan komunikan muncul sikap curiga, semakin sering berkomunikasi maka semakin jauh hubungan antara komunikator dengan komunikan.

Untuk melakukan komunikasi interpersonal yang efektif diperlukan hubungan yang baik antara komunikator dengan komunikan. Menurut Rakhmat (1996:131-136) ada beberapa faktor yang mempengaruhi komunikasi interpersonal adalah :

- a. Dalam komunikasi interpersonal “percaya” adalah faktor yang sangat penting dalam efektifitas komunikasi. Jika seseorang mempunyai perasaan bahwa dirinya tidak akan dikhianati atau dirugikan maka orang itu akan lebih mudah membukan dirinya. Percaya pada orang lain akan tumbuh bila ada faktor-faktor sebagai berikut :

- 1) Karakteristik dan maksud orang lain, artinya orang tersebut memiliki kemampuan, ketrampilan, pengalaman dalam bidang tertentu. Orang itu memiliki sifat-sifat bisa diduga, diandalkan, jujur dan konsisten.
  - 2) Hubungan kekuasaan, artinya apabila seseorang mempunyai kekuasaan terhadap orang lain, maka orang lain akan patuh dan tunduk.
  - 3) Sifat dan kualitas komunikasi. Bila komunikasi bersifat terbuka, bila maksud dan tujuan komunikasi sudah jelas, bila ekspektasi sudah dinyatakan, maka akan tumbuh sikap percaya.
- b. Perilaku suportif akan meningkatkan kualitas komunikasi. Beberapa perilaku suportif yaitu :
- 1) Evaluasi dan diskripsi : maksudnya kita tidak perlu memberikan kecaman atas kelemahan dan kekurangannya.
  - 2) Orientasi masalah : mengkomunikasikan keinginan untuk kerja sama, mencari pemecahan masalah. Mengajak orang lain bersama-sama menetapkan tujuan dan menentukan cara mencapai tujuan.
  - 3) Spontanitas : sikap jujur dan dianggap tidak menyelimuti motif yang mendal.

- 4) Empati : menganggap orang lain sebagai personal.
  - 5) Persamaan : tidak mempertegas perbedaan, komunikasi tidak melihat perbedaan walaupun status berbeda, penghargaan dan rasa hormat terhadap perbedaan-perbedaan pandangan dan keyakinan.
  - 6) Profesionalisme : kesediaan untuk meninjau kembali pendapat sendiri.
- c. Sikap terbuka, kemampuan menilai secara obyektif, kemampuan membedakan dengan mudah, kemampuan melihat nuansa, orientasi isi, pencarian informasi dari berbagai sumber, kesediaan mengubah keyakinan, professional dan sebagainya.

### **2.3. Efektivitas Komunikasi Interpersonal**

Efektivitas dalam komunikasi interpersonal sangatlah penting karena apabila komunikasi interpersonal yang dilakukan tidak efektif maka tujuan yang diharapkan tidak akan tercapai. Untuk mengetahui komunikasi interpersonal yang dilakukan berjalan dengan efektif atau tidak, ada beberapa factor yang mempengaruhinya.

De Vito yang dikutip oleh Hidayat (2012:43) mengungkapkan efektivitas komunikasi interpersonal mengandung lima karakteristik, yaitu :

a. Keterbukaan (Openness)

Yaitu kemauan menanggapi dengan senang hati informasi yang diterima dalam menghadapi hubungan antarpribadi. Secara psikologis, apabila individu mau membuka diri pada orang lain maka orang lain yang diajak bicara akan merasa aman dalam melakukan komunikasi yang akhirnya orang lain tersebut akan turut membuka diri.

b. Empati (Empathy)

Yaitu merasakan apa yang dirasakan orang lain. Sugiyo (2005), empati dapat diartikan sebagai menghayati perasaan orang lain atau turut merasakan apa yang dirasakan orang lain. Empati berkaitan dengan aspek kognitif, afektif dan ditunjukkan dalam gerakan cara berkomunikasi.

c. Sikap mendukung (Supportiveness)

Yaitu situasi yang terbuka untuk mendukung komunikasi berlangsung efektif. Dalam komunikasi interpersonal diperlukan sikap member dukungan dari pihak komunikator agar komunikan mau berpartisipasi dalam komunikasi. Kita memperlihatkan sikap mendukung dengan bersikap (1) deskriptif, bukan evaluative, (2) spontan, bukan strategic, dan (3) provisional, bukan sangat yakin.

d. Sikap positif (Positiveness)

Seseorang harus memiliki perasaan positif terhadap dirinya, mendorong orang lain lebih aktif berpartisipasi, dan menciptakan situasi komunikasi kondusif untuk interaksi yang efektif.

e. Kesetaraan (Equity)

Yaitu pengakuan secara diam-diam bahwa keduabelah pihak menghargai, berguna, dan mempunyai sesuatu yang penting untuk disumbangkan. Rahmat (2005) mengemukakan bahwa persamaan atau kesetaraan adalah sikap memperlakukan orang lain secara horizontal dan demokratis, tidak menunjukkan diri sendiri lebih tinggi atau lebih baik dari orang lain karena status, kekuasaan, kemampuan intelektual, kekayaan atau kecantikan.

#### **2.4. Tujuan Komunikasi interpersonal**

Komunikasi interpersonal dilakukan dengan berbagai tujuan, seperti yang diungkapkan Hidayat (2012 :55) tujuan dari komunikasi interpersonal adalah :

- a. Mengetahui diri sendiri dan orang lain.
- b. Untuk mengetahui dunia luar.
- c. Menciptakan dan memelihara hubungan yang bermakna.
- d. Mengubah sikap dan perilaku orang lain.
- e. Bermain dan mencari hiburan.

f. Membantu orang lain.

Dari tujuan-tujuan komunikasi interpersonal tersebut diketahui bahwa komunikasi interpersonal dapat digunakan untuk mengubah sikap dan perilaku diantara kedua belah pihak yang berselisih.

### **3. Konflik**

#### **3.1. Pengertian Konflik**

Konflik merupakan salah satu bagian dari kehidupan dan perkembangan manusia yang mempunyai karakteristik yang sangat beragam. Manusia mempunyai banyak perbedaan misalnya suku, ras, agama, tingkat sosial dan ekonomi yang dapat memicu terjadinya konflik. Selama manusia masih mempunyai perbedaan maka konflik akan terus terjadi.

Istilah konflik berasal dari kata kerja bahasa Latin *configure* yang berarti saling memukul. Dari bahasa latin diadopsi kedalam bahasa Inggris, *conflict* yang kemudian diadopsi kedalam bahasa Indonesia, konflik (Wirawan 2010:4).

Konflik memiliki berbagai definisi yang dikemukakan oleh para pakar yang telah dikutip oleh Wirawan. Definisi-definisi tersebut antara lain : (Wirawan, 2010:5)

*“A process that begins when an individual or group perceives differences and opposition between itself and another individual or group about interest and resources, beliefs, values, or practices that matter to them.”* (Joel A. DiGirolamo)

Sedangkan menurut Wirawan (2010:5) konflik adalah proses pertentangan yang di ekspresikan di antara dua pihak atau lebih yang saling tergantung mengenai obyek konflik, menggunakan pola perilaku dan interaksi konflik yang menghasilkan keluaran konflik.

### **3.2. Penyebab Konflik**

Wirawan memaparkan adeg beberapa kondisi objektif yang dapat menimbulkan terjadinya konflik. Kondisi objektif tersebut adalah : (Wirawan, 2010:8)

- a. Keterbatasan sumber. Manusia selalu mengalami keterbatasan sumber-sumber yang mendukung kehidupannya. Keterbatasan itu menimbulkan kompetisi pada antara manusia untuk mendapatkan sumber yang diperlukan dalam hal ini sering kali menimbulkan konflik.
- b. Tujuan yang berbeda. Konflik dapat terjadi karena pihak-pihak yang terlibat konflik memiliki tujuan yang berbeda.
- c. Sistem imbalan yang tidak layak. Seperti dalam proses pembebasan tanah ini, pemilik belum merasa harga yang di tawarkan itu sesuai dengan nilai tanahnya maka terjadilah konflik.

- d. Komunikasi yang tidak baik. Komunikasi yang tidak baik sering kali menimbulkan konflik organisasi. Faktor komunikasi yang menyebabkan konflik, misalnya distorsi, informasi yang terbatas, dan penggunaan bahasa yang tidak dimengerti oleh pihak lain.
- e. Beragam karakteristik sistem sosial. Konflik dalam masyarakat sering terjadi karena anggotanya karakteristik yang beragam : suku, agama, dan ideologi.
- f. Kebutuhan. Orang mempunyai kebutuhan berbeda satu sama lain atau mempunyai kebutuhan yang sama mengenai sesuatu yang terbatas jumlahnya. Kebutuhan merupakan pendorong terjadinya perilaku manusia. Jika kebutuhan diabaikan atau terhambat, maka bisa memicu terjadinya konflik.

## **4. Mediasi**

### **4.1. Pengertian Mediasi**

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, mediasi diartikan proses pengikutsertaan pihak ketiga (mediator) dalam penyelesaian suatu perselisihan sebagai penasehat (Depdikbud, 1997:640). Mediasi muncul sebagai sebagai salah satu alternatif penyelesaian suatu masalah yang telah di kenal luas.

“Mediasi adalah suatu proses dimana para pihak dengan bantuan seseorang atau beberapa orang, secara sistematis menyelesaikan masalah yang di sengkatakan untuk mencari alternatif dan mencapai penyelesaian yang dapat mengakomodasi kebutuhan mereka (Folberg & Taylor, 1986)” (Nugraha, (2009:24).

Secara umum mediasi dapat diartikan upaya penyelesaian sengketa para pihak dengan kesepakatan bersama melalui mediator yang bersikap netral, dan tidak membuat keputusan atau kesimpulan bagi para pihak tetapi menunjang fasilitator untuk terlaksananya dialog antar pihak dengan suasana keterbukaan, kejujuran dan tukar pendapat untuk tercapainya mufakat. Dengan kata lain, proses negosiasi pemecahan masalah dimana pihak luar yang tidak memihak (*impartial*) dan netral bekerja dengan pihak yang bersengketa untuk membantu mereka memperoleh kesepakatan perjanjian dengan memuaskan. (Nugraha, 2009:25)

Nugraha (2009:41) menyebutkan pengertian mediasi mengandung unsur-unsur sebagai berikut :

- a. Sebuah proses penyelesaian sengketa berdasarkan perundingan
- b. Pihak ketiga atau moderator diterima kedua belah pihak yang bersengketa
- c. Mediator bertugas untuk membantu pihak yang bersengketa mencari jalan keluar pemecahan masalah

- d. Mediator tidak mempunyai kewenangan untuk membuat keputusan-keputusan selama proses mediasi berlangsung
- e. Tujuan mediasi adalah untuk mencapai atau menghasilkan kesepakatan yang dapat diterima pihak-pihak yang bersengketa untuk mengakhiri persengketaan.

Dalam mediasi diperlukan pihak ketiga yang di sebut mediator untuk memandu berjalanya mediasi. Mediator disini bersifat netral tidak memihak salah satu pihak. Keberadaan mediator sangatlah penting dalam keberhasilan suatu mediasi.

Christopher W Moore seperti yang dikutip oleh Nugraha (2009:26-27) membagi mediator dalam tiga tipologi :

- a. Social Network Mediators (dalam bahasa spanyol: confianza mediaton) yakni orang yang oleh pihak telah dikenal baik dan dapat dipercaya oleh pihak yang bertikai. Esensinya adalah upaya untuk mempertahankan keserasian atau hubungan baik dalam sebuah komunitas karena mediator dan para pihak menjadi bagian didalamnya.
- b. Autoritative Mediators adalah mediator yang berusaha membantu pihak-pihak yang bersengketa untuk menyelesaikan perbedaan-perbedaan dan memiliki posisi yang kuat, sehingga mereka memiliki potensi atau kapasitas untuk mempengaruhi hasil akhir dari suatu proses mediasi. Akan tetapi autorative

mediators selama menjalankan perannya tidak menggunakan kewenangan atau pengaruhnya. Hal ini didasarkan pada keyakinan atau pandangan bahwa pemecahan yang terbaik terhadap sebuah kasus bukanlah ditentukan oleh dirinya sendiri selaku pihak yang berpengaruh, melainkan harus dari dihasilkan oleh pihak-pihak yang bersengketa sendiri. Namun dalam situasi tertentu mediator otoratif akan memberikan batasan-batasan tertentu dalam upaya pemecahan masalah, dan mungkin juga memberikan ancaman-ancaman, jika para pihak sendiri tidak dapat mencari pendekatan kolaboratif atau kooperatif, maka mediator otoratif yang akhirnya membuat keputusan untuk penyelesaian yang harus diterima para pihak.

- c. Independent Mediators adalah mediator yang menjaga jarak terhadap pihak yang bersengketa atau menjaga jarak dengan persoalan yang dihadapi. Mediator tipe ini banyak ditemukan dalam masyarakat yang mengembangkan tradisi kemandirian dan telah menghasilkan mediator profesional. Tipologi mediator mandiri adalah mediator yang menjaga jarak antara pihak maupun personal yang tenagah dihadapi oleh para pihak.

Peran mediator sangatlah penting dalam berjalanya proses mediasi, karena mediator adalah pengontrol tunggal dari keseluruhan proses mediasi. Fungsi mediator dalam proses berjalanya mediasi

adalah menginterpretasikan pikiran, pertukaran informasi dan kekhawatiran para pihak dan memperkecil adanya masalah.

Kovach seperti yang dikutip oleh Nugraha (2009:43) menyebutkan peran mediator mencakup hal-hal berikut :

- a. Mengarahkan komunikasi diantara para pihak
- b. Memfasilitasi atau memimpin proses perundingan
- c. Mengevaluasi kemajuan proses perundingan
- d. Membantu para pihak mempelajari dan memahami pokok masalah dan berlangsungnya proses perundingan secara baik
- e. Mengajukan usul atau gagasan tentang proses dan penyelesaian sengketa.

Mediator tidak seperti hakim yang bias memutuskan sengketa yang ada. Mediator tidak mempunyai kewenangan untuk menentukan hasil mediasi, mediator hanya membantu para pihak yang bersengketa untuk menyelesaikan masalah-masalah yang dikuasakan padanya.

Dari beberapa pengertian mediasi tersebut, dapat disimpulkan mediasi adalah suatu proses penyelesaian masalah atau sengketa dengan cara negosiasi yang dibantu oleh pihak ketiga (mediator) yang bersifat netral. Sifat netral mediator dalam hal ini adalah

mediator tidak mempengaruhi para pihak yang bersengketa menerima atau menolak alternative penyelesaian sengketa yang di tawarkan oleh masing-masing pihak.

#### 4.2. Model-model Mediasi

Menurut Amriani ada empat model mediasi, yaitu : (Amriani, 2011:85-86)

##### a. Model Penyelesaian.

- 1) Biasanya mediator adalah orang yang ahli dalam bidang yang didiskusikan/dipersengketakan, tetapi tidak memiliki teknik mediasi atau teknik *mediation skills*.
- 2) Yang diutamakan adalah keahlian pada bidang yang disengketakan.
- 3) Berfokus pada penyelesaian bukan pada kepentingan.
- 4) Penyelesaian menjadi lebih cepat.
- 5) Kelemahannya para pihak akan merasa tidak memiliki hasil kesepakatan tersebut.

##### b. Model Fasilitasi.

- 1) Yang diutamakan adalah teknik mediasi tanpa harus ahli pada bidang yang dipersengketakan.

- 2) Kelebihannya adalah para pihak ketika selesai sengketa akan merasa puas, karena yang diangkat adalah kepentingan dan bukan sekedar hal yang dipersengketakan.
- 3) Kekurangannya adalah waktu yang dibutuhkan menjadi lebih lama.
- 4) Fokus pada kepentingan.

c. Therapeutic

- 1) Yang diharapkan adalah selesainya sengketa dan juga para pihak benar-benar menjadi baik/tetap berhubungan baik.
- 2) Biasanya digunakan dalam *family dispute* ( kasus keluarga)

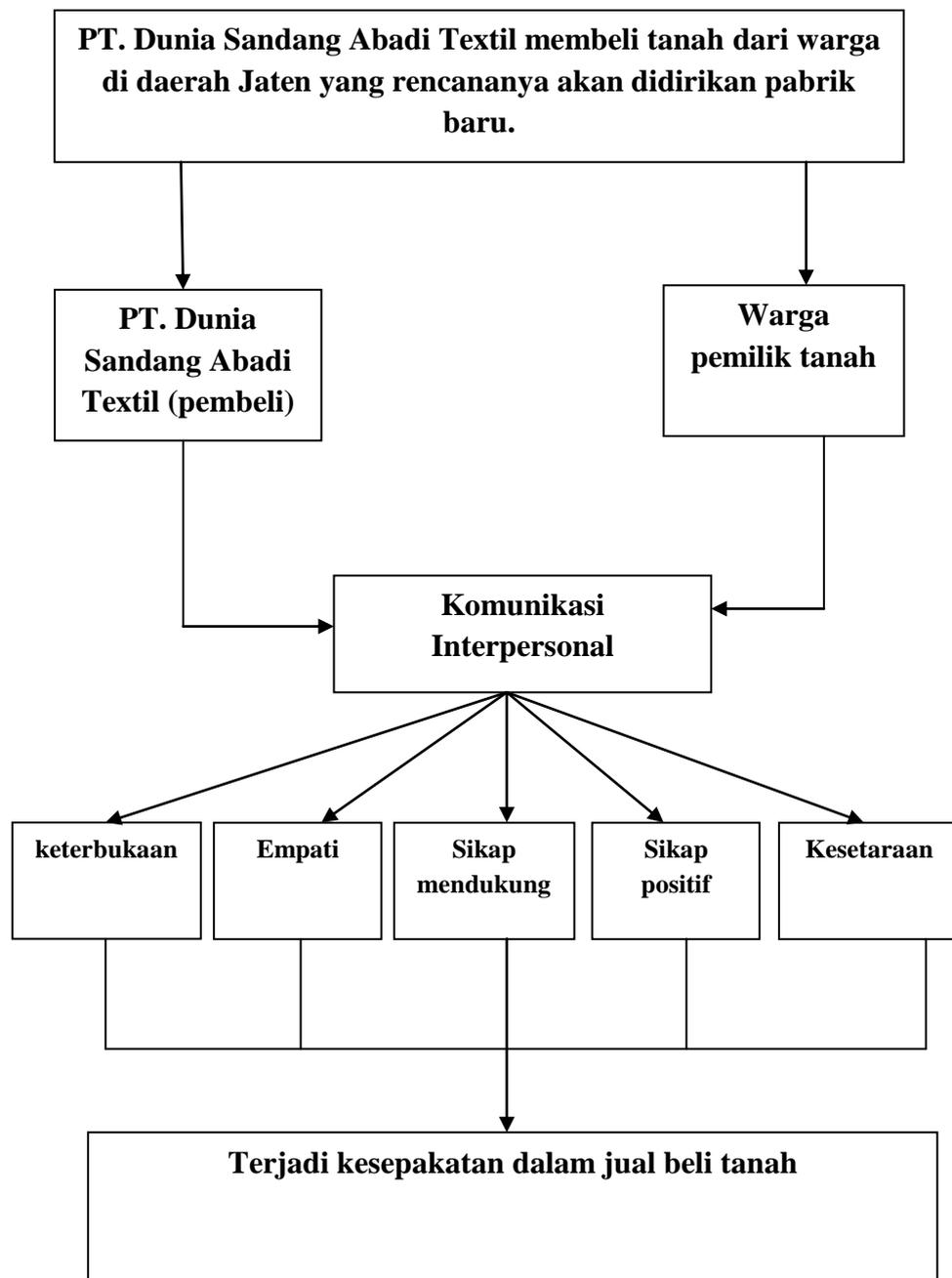
d. Evaluative

- 1) Para pihak datang dan mengharapkan mediator akan memberikan semacam pemahaman bahwa apabila kasus ini terus berlangsung, maka siapa yang akan menang dan siapa yang akan kalah.
- 2) Lebih berfokus pada hak dan kewajiban.

- 3) Mediator biasanya ahli dalam bidang hukum karena pendekatan yang difokuskan adalah pada hak dan standar penyelesaian atas kasus yang serupa.
- 4) Ada pemberian advice kepada para pihak berupa nasihat-nasihat hukum dalam proses mediasi, bisa juga menjadi semacam tempat dimana para pihak hadir dan ada porsi keputusan dari mediator atau semacam jalan ke luar yang diberikan oleh si mediator.
- 5) Kelemahannya adalah para pihak akan merasa tidak memiliki hasil kesepakatan yang ditandatangani bersama.

## F. Kerangka Pemikiran

Bagan 2



Sumber : De Vito dan modifikasi penulis

PT. Dunia Sandang Abadi Textil berencana mendirikan pabrik baru untuk meningkatkan produktifitasnya. Dalam rencana pembuatan pabrik baru tersebut

PT. Dunia Sandang Abadi Textil membeli tanah di desa Jaten. Dalam proses pembelian tanah, perusahaan mendapatkan berbagai masalah yang pada akhirnya terjadi konflik antara perusahaan dengan warga. Warga belum mau menjual tanahnya dengan berbagai alasan tertentu. Dengan adanya konflik tersebut perusahaan meminta bantuan perangkat desa untuk menyelesaikannya.

Dari konflik itu dilakukan mediasi untuk menyelesaikan permasalahan-permasalahan yang ada. Dalam proses mediasi terjadi komunikasi interpersonal. Komunikasi interpersonal terjadi antara PT. Dunia Sandang Abadi Textil yang diperantarai oleh perangkat desa dengan komunikannya yaitu warga pemilik tanah yang belum setuju untuk menjual tanahnya

Perangkat desa sejatinya memiliki kedekatan interpersonal kepada warganya. Dengan kedekatan tersebut komunikasi interpersonal yang dilakukan perangkat desa dapat berjalan secara efektif. Kerena sudah mempunyai kedekatan interpersonal maka efektifitas komunikasi interpersonal akan dapat diimplementasikan melalui keterbukaan, empati, sikap mendukung, sikap positif, dan kesetaraan. Dengan efektifitas komunikasi yang dilakukan tersebut membuat warga yang tadinya tidak mau menjual tanahnya berubah sikap menjadi mau menjual tanahnya tersebut. Sehingga terjadi kesepakatan jual beli tanah antara warga dengan PT. Dunia Sandang Abadi Textil.

## **G. Metode Penelitian**

### **1. Jenis Penelitian**

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif, yaitu penelitian yang dimaksud menggambarkan suatu fenomena atau kenyataan sosial. Penelitian diskriptif adalah penelitian yang menggambarkan atau melukiskan keadaan obyek penelitian pada saat sekarang sebagaimana adanya berdasarkan fakta-fakta. Penelitian diskriptif tidak dimaksudkan menguji hipotesis tertentu, tapi hanya menggambarkan “apa adanya” tentang sesuatu variable, gejala atau keadaan (Arikunto, 1990:310).

### **2. Metode Penelitian**

Penulis menggunakan metode penelitian kualitatif tidak bekerja dengan mempergunakan data untuk ditransformasikan dalam bilangan atau angka. Penelitian ini juga tidak mengolah rumus dan tidak ditafsirkan atau diinterpretasikan. Menurut Lexy Moleong, metode kualitatif merupakan prosedur penelitian yang menghasilkan data diskriptif berupa kata-kata, gambar dan bukan angka. Dengan demikian laporan penelitian ini akan berisi kutipan-kutipan data untuk memberikan gambaran penyajian laporan tersebut (Moloeng 1996:6).

### **3. Lokasi Penelitian**

Pada penelitian ini, lokasi yang digunakan penelitian adalah di daerah Boyolali utara tepatnya di Desa Jaten, Kecamatan Klego.

#### **4. Jenis Data**

Dalam penelitian ini penulis menggunakan dua jenis data yaitu :

##### **a. Data Primer**

Data primer yaitu data yang didapat dan dikumpulkan langsung dari sumber di lokasi penelitian. Dalam hal ini melakukan wawancara dengan perangkat desa, perwakilan PT. Sandang Dunia Abadi Textil dan warga setempat tentang bagaimana komunikasi Interpersonal yang dilakukan dalam proses pembebasan tanah.

##### **b. Data Sekunder**

Data sekunder merupakan data yang diperoleh secara tidak langsung yaitu dengan cara mengutip atau memperoleh data yang sudah tersedia dan berkaitan dengan proses pembebasan tanah.

#### **5. Teknik Pengambilan Sampel**

Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan teknik purposive sampling. Menurut Ruslan (2008:157) purposive sampling adalah pemilihan sampel berdasarkan pada karakteristik tertentu yang dianggap mempunyai sangkut pautnya dengan penelitian. Dengan kata lain peneliti cenderung memilih informan yang dianggap tahu dan dapat dipercaya menjadi narasumber yang mengetahui masalah secara mendalam. Dalam penelitian ini penulis mengambil sample dari perwakilan PT. Dunia Sandang Abadi Textil, perangkat desa dan warga.

## 6. Sumber Data

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini diperoleh dari sumber yang bersangkutan. Karakteristik sumber data terdiri dari :

### a. Perangkat desa

Perangkat desa adalah pihak yang berwenang untuk memberi ijin dan memberi legalitas atas pembelian tanah yang dilakukan oleh PT Dunia Sandang Abadi Textil.

### b. Pembeli

Pembeli adalah seseorang atau suatu perusahaan yang membeli barang tertentu atau menggunakan jasa tertentu. Dalam hal ini yang berperan sebagai pembeli adalah PT Dunia Sandang Abadi Textil

### c. Penjual

Pihak yang akan menjual barang atau jasa. Dalam hal ini yang berperan sebagai penjual adalah warga. Warga desa Jaten adalah pemilik tanah yang ingin dibeli pihak perusaha.

Data tersebut dikumpulkan dari hasil wawancara dengan menggunakan *interview guide* terhadap pihak-pihak yang bersangkutan dalam proses pembebasan tanah, yaitu :

a. Bapak Paryoto (Kades Jaten)

Penulis memilih bapak Paryoto dikarenakan dia adalah kepala desa yang mempunyai peran penting dalam proses pembebasan tanah. Selain itu sebagai pemimpin di daerah tersebut dia pasti tau apa yang terjadi di desanya.

b. Bapak Sutikno (perwakilan PT. Dunia Sandang Abadi Textil)

Peneliti memilih bapak Sutikno dikarenakan dia adalah pemimpin tim dari pihak perusahaan untuk pembebasan tanah.

c. Bapak Sabar (perangkat desa Jaten)

Peneliti memilih bapak Sabar karena dia adalah perangkat desa yang juga mengetahui apa yang terjadi didesanya dan juga sebagai pemilik tanah yang menjual tanahnya.

d. Bapak Joko Subagiyo (warga/pemilik tanah)

Peneliti memilih bapak Joko dikarenakan dia memiliki latar belakang pendidikan yang lebih tinggi disbanding warga lainnya.

e. Bapak Darto (warga/pemilik tanah)

Peneliti memilih bapak Darto sebagai sumber dikarenakan dia bisa dibbilang seorang tuan tanah di desa tersebut.

## 7. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan yaitu :

### a. Wawancara

Wawancara merupakan salah satu teknik pengumpulan data dalam metode survei melalui daftar pertanyaan yang diajukan secara terhadap responden. Kegiatan yang dilakukan peneliti yaitu dengan tanya jawab secara langsung dengan pihak-pihak yang berwenang dengan menggunakan *interview guide* sebagai instrument utamanya (Ruslan, 2008:23).

### b. Observasi

Proses pencatatan pola perilaku subyek (orang), obyek (benda-benda), atau kejadian yang sistematis tanpa adanya pertanyaan atau komunikasi dengan individu-individu yang diteliti (Indriantoro dan Supomo, 2002:157).

### c. Dokumentasi

Pengumpulan data dengan menggunakan bermacam-macam buku, selebaran serta informasi non manusia seperti dokumen, agenda (data-data) masa lalu yang dikumpulkan, dicatat dan disusun dalam arsip (Ruslan, 2008:260).

## **8. Validitas Data**

Untuk mengembangkan validitas data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan analisis triangulasi. Menurut Kriyantono (2010:72) analisis triangulasi yaitu menganalisis jawaban subyek dengan meneliti kebenarannya dengan data empiris (sumber data lainnya) yang tersedia. Hal tersebut dimaksudkan untuk mengecek atau sebagai perbandingan terhadap data.

Dalam hal ini, penelitian dengan menggunakan teknik triangulasi sumber. Kriyantono (2010:72) menjelaskan triangulasi sumber adalah membandingkan atau mengecek ulang derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh dari sumber yang berbeda. Dengan demikian keberadaan data yang satu akan dikonfirmasi dengan data yang lain dari sumber yang berbeda, sehingga validitasnya terjamin.

## **9. Teknik Analisis Data**

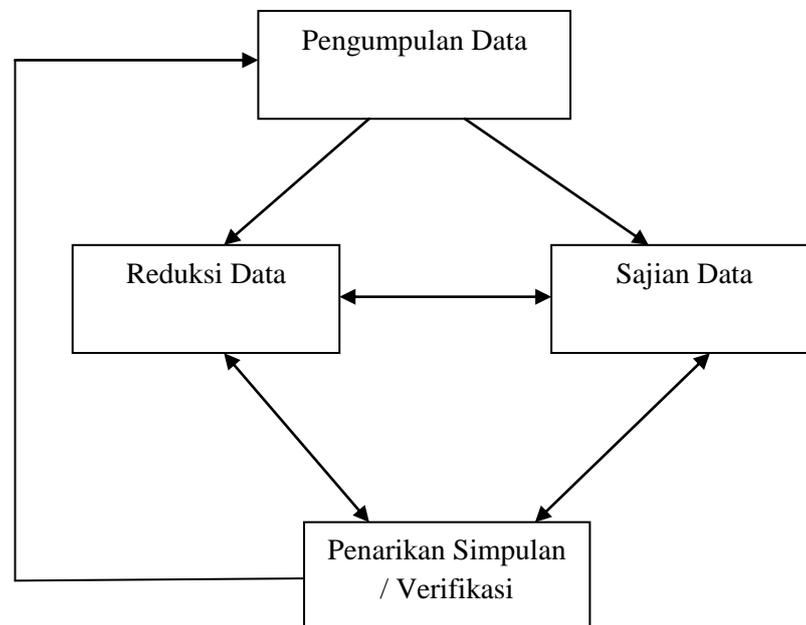
Dalam penelitian kualitatif, data yang terkumpul berupa kata-kata dan bukan angka-angka. Jika ada angka-angka itu pun dipisahkan dari kata-kata yang bermakna dalam penelitian. Salah satu cara yang dianjurkan dalam menganalisis data penelitian kualitatif adalah mengikuti langkah-langkah yang masih bersifat umum yaitu : reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

Pertama kali yang dilakukan dalam analisis data adalah reduksi data yaitu proses seleksi data yang diperoleh dari wawancara dan observasi yang

dilakukan. Data tersebut dipilih dan disederhanakan berdasarkan focus permasalahan yang akan dibahas. Langkah lanjutnya penyajian data hasil seleksi yang sesuai pokok permasalahan yang akan diteliti. Penyajian data dimaksudkan untuk mempermudah peneliti dalam memahami apa yang sedang terjadi dan apa yang harus dilakukan lebih jauh menganalisis berdasarkan pemahaman yang didapat dari data tersebut. Langkah terakhir adalah penarikan kesimpulan. Penarikan kesimpulan dalam penelitian kualitatif bukan berarti sudah berakhir, namun peneliti tetap beraktivitas dengan waktu yang tersisa. Model analisis ini disebut model analisis interaktif.

### Bagan 3

#### Model Analisis Interaktif



(Sumber: HB. Sutopo, 2002:96)

Yang dimaksud dengan ketiga komponen dalam proses analisa kualitatif interaktif di atas adalah :

a. Reduksi Data

Reduksi data adalah bagian analisis, merupakan bentuk analisis yang mempertegas, memperpendek, membuat focus, membuang hal-hal yang tidak penting dan mengatur data sedemikian rupa sehingga kesimpulan akhir dapat dilakukan.

b. Penyajian Data

Penyajian data adalah suatu rakitan organisasi informasi yang memungkinkan kesimpulan riset dapat dilakukan.

c. Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan terjadi saat proses pengumpulan data berakhir, dan diverifikasi sehingga makna data lebih lanjut dapat diuji validitasnya dan kesimpulan menjadi lebih kuat.