STRATEGI KOMUNIKASI ORGANISASI HUMAS DALAM MENYELESAIKAN KONFLIK ANTAR UMAT BERAGAMA

(Studi Pada Kantor Bupati Aceh Singkil)

Syukur Kholil*, Lahmuddin, Nurjanah*****

*Prof.Dr., MA Pembimbing Tesis I Guru Besar Pascasarjana UIN Sumatera Utara
**Prof.Dr., MA Pembimbing Tesis II Guru Besar Pascasarjana UIN Sumatera Utara
***Mahasiswa Program Studi Komunikasi Islam, Pascasarjana UIN Sumatera Utara

Abstrak: The purpose of this study was to describe or describe strategies for organizational communication Public Relations, PR organizational effectiveness of communication strategies, as well as factors supporting and inhibiting komunikas oganisasi PR strategy in resolving religious conflicts in Aceh Singkil.

Methodology This study is a qualitative research with a description of the search, analyze and make interpretation of the data found through documents, interviews and observations. The collected data were examined its validity through the validity of the data in the form of trust. Data analysis technique is to reduce, present, and make conclusion of the study.

Results of the study is that organizational communication strategies that do PR office of Bupati Aceh Singkil in resolving religious conflicts is doing horizontal communication flows between the members of the organization / employees who are in the same hierarchical level. While communication strategies do PR office Bupati Aceh Singkil in resolving conflicts among religious adherents is a communication strategy through conciliation, the communication strategy through negotiation or consultation and communication strategies through mediation. While the effectiveness of the communication strategy of the organization that conducted the Public Relations office of the Regent of Aceh Singkil in resolving conflicts between religious communities is a formal communication such as communication by using communication technology as a communication channel, as well as informal communication channels such as talking directly to obtain information or provide information. Implementation of these activities fosters a desire for greater participation in leaders and employees of the organization. With several contributing factors: cooperation between organizations, means of communication and transport facilities, as well as some of the inhibiting factors: lack of discipline, lack of quality skills, the location, the different levels of education, and language differences.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan atau menguraikan strategi komunikasi organisasi Humas dalam menyelsaikan konflik antar umat bergama. Metodologi penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskripsi dengan mencari, menganalisis dan membuat interprestasi data yang ditemukan melalui hasil dokumen, wawancara dan pengamatan. Data yang telah dikumpulkan diperiksa keabsahannya melalui keabsahan data berupa kepercayaan. Teknik analisa data adalah mereduksi, menyajikan, dan membuat kesimpulan hasil penelitian. Hasil dari kajian ini adalah bahwa strategi komunikasi organisasi yang dilakukan Humas kantor Bupati Aceh Singkil dalam mengatasi konflik antar umat beragama adalah

melakukan komunikasi horizontal mengalir antara para anggota-anggota organisasi/para pegawai yang berada dalam level hirarki yang sama. Sedangkan strategi komunikasi yang dilakukan Humas kantor Bupati Aceh Singkil dalam menyelesaikan konflik antar umat bergama adalah Strategi komunikasi melalui konsiliasi, Strategi komunikasi melalui negoisasi atau musyawarah dan Strategi komunikasi melalui mediasi. Sedangkan efektifitas strategi komunikasi organisasi yang dilakukan Humas kantor Bupati Aceh Singkil dalam mengatasi konflik antar umat beragama adalah komunikasi formal seperti komunikasi dengan menggunakan teknologi komunikasi sebagai saluran komunikasi, serta saluran komunikasi informal seperti berbicara secara langsung dalam mendapatkan informasi atau memberikan informasi. Pelaksanaan aktivitas ini menumbuhkan keinginan untuk berpartisipasi yang lebih besar dalam diri para pemimpin dan pegawai terhadap organisasi. Dengan beberapa faktor pendukung: kerjasama antar organisasi, alat komunikasi dan fasilitas transportasi, serta beberapa faktor penghambatnya: kurang disiplin, lemahnya kualitas skill, tempat lokasi, perbedaan tingkat pendidikan, dan perbedaan bahasa.

Kata Kunci: *Strategi Komunikasi Organisasi*, *Humas*, *Konflik Antar Umat Beragama*

Pendahuluan

Tidak dapat dinafikan bahwa ssetiap agama mengajarkan perdamaian, persaudaraan, dan kerukunan serta tidak menghendaki perpecahan dan permusuhan antara pemeluk agama satu dan yang lainnya. Karena agama merupakan kebutuhan ideal manusia. Agama sering menampakkan diri sebagai sesuatu yang berwajah ganda. Pada satu sisi agama dianggap sebagai sumber moral dan nilai, dan pada satu sisi agama dianggap sebagai sumber konflik.[1] Oleh karena itu, konflik bernuansa agama seperti yang terjadi di Aceh Singkil, seiring mewarnai hubungan antarumat beragama di masyarakat. Untuk mengatasi hal tersebut, semuanya tidak terlepas yang namanya komunikasi. Oleh karena itu, agar terwujud kerukunan antar umat beragama dan hukum ditegakkan dengan benar. Hal tersebut, tidak terlapas dari yang namanya komunikasi, serta partisipasi dari pejabat pemerintahan Daerah setempat seperti humas disuatu pemerintahan tersebut.

Komunikasi merupakan aktivitas dasar manusia, dengan berkomunikasi, manusia dapat saling berhubungan satu sama lain baik dalam kehidupan sehari-hari di rumah tangga, di tempat pekerjaan, di pasar, dalam masyarakat atau di mana saja manusia berada. Tidak ada manusia yang tidak akan terlibat dalam komunikasi. Pentingnya komunikasi bagi manusia tidaklah dapat di pungkiri bagitu juga halnya bagi suatu organisasi. Dengan adanya komunikasi yang baik suatu organisasi dapat berjalan lancar dan berhasil dan begitu juga sebaliknya, kurangnya atau tidak adanya komunikasi organisasi dapat macet atau berantakan. Misalnya seperti dalam suatu organisasi humas di kantor pemerintahan tidak memberikan informasi kepada masyarakat tentang apa yang seharusnya mereka ketahui. Agar tidak terjadi perselisihan antara satu yang satu dengan yang lainnya. Oleh karena pentingnya komunikasi dalam organisasi dalam pemerintahan atau bukan, maka diperlukan yang namanya komunikasi.[2]

Komunikasi yang efektif adalah penting bagi semua organisasi. Oleh karena itu, para pemimpin organisasi dan para komunikator dalam organisasi perlu memahami dan menyempurnakan kemampuan komunikasi mereka. Untuk memahami komunikasi ini dengan mudah perlu terlebih dahulu mengetahui konsep-konsep dasar komunikasi.[3] Komunikasi menjadi begitu penting karena semua orang perlu untuk menyampaikan pikiran atau perasaan kepada orang lain. Karena organisasi adalah suatu sistem terbuka, maka selalu tercipta saling bertukar pesan diantara anggotanya.[4] Hal ini sebagai mana terdapat dalam QS. An-Nisa : 58.

Artinya: sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum diantara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang sebaik-baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah adalah Maha mendengar lagi Maha melihat *(Q.S. An-Nisa' : 58)*.[5]

Ayat di atas menegaskan bahwa kamunikasi itu penting dan Allah Swt telah memberikan kemampuan berkomunikasi kepada manusia. Kemampuan berbahasa dan menggunakan simbol, lambang, atau isyarat untuk menjelaskan berdasarkan pengetahuan. Bahwa kamunikasi merupakan suatu proses menyampaikan suatu pe-san yang dilakukan oleh komunikator (orang yang me-nyam-paikan pesan) kepada ko-munikan (penerima pesan) yang disertai sarana untuk mencapai suatu tujuan dengan ditandai adanya reaksi dari komunikan itu dalam merespon isi pesan tersebut.[6] Proses komunikasi berarti sesuatu yang sedang berlangsung, artinya proses perubahan atau serangkaian tindakan dan pristiwa selama beberapa waktu menuju hasil tertentu. Melalui pesan disampaikan atau yang di informasikan, sampai menimbulkan pengaruh atau perubahan pada sasaran.[7]

Salah satu strategi dan teknis dalam upaya penyelesaian konflik antar umat beragama di Aceh Singkil dengan cara bagaimana strategi komunikasi itu diterapkan. Strategi komunikasi yang dimaksud adalah bagaimana cara mengubah opini, sikap dan perilaku terhadap berbagai komponen yang terlibat dalam konflik antarumat beragama tersebut, untuk melakukan komunikasi yang itensif dalam suasana kekeluargaan guna mencapai titik kesamaan tentang persepsi penilaian atas kejian yang sedang bergejolak. Strategi komunikasi adalah suatu perencanaan dan manajemen dalam upaya menyelesaikan konflik, sebab hanya dengan melakukan komunikasi yang intens antara masyarakat maka seluruh masyarakat yang terlibat dalam konflik antarumat beragama dapat terselesaikan dengan baik.

Komunikasi organisasi merupakan bagian dari pengiriman dan penerimaan sebagai pesan di dalam organisasi baik dalam kelompok formal maupun kelompok informal. Jika organisasi semakin besar dan semakin kompleks, maka demikian juga komunikasinya. Sebagai lembaga komunikator aktif, pada umumnya harus menyusun strategi komunikasi yang tepat dan cermat, karena komunikasi merupakan proses yang dapat membangun suatu strategi yang benar, dibutuhkan strategi komunikasi organisasi adalah untuk membagun pengertian, dan pemahaman, serta dukungan atas suatu ide, perkara, jasa dan produk.[8]

Humas atau yang lebih dikenal sebagai PR (*Public Relation*) merupakan salah satu metode komunikasi untuk menciptakan cintra positif dari mitra organisasi atau institusi atas dasar menghormati kepentingan bersama. Pembentukan humas berfungsi untuk menterjemahkan kebijakan kepada pegawainya atau masyarakat (*Public*) dan untuk monitor setiap sikap dan tingkah laku publik untuk di sampaikan kepada pemimpin di dalam suatu institusi sebagai bahan pengambil keputusan.[9]

Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka yang menjadi pokok rumusan masalahnya yaitu "Bagaimana strategi komunikasi organisasi humas dalam menyelesaikan konflik antar umat beragama (studi pada kantor bupati Aceh Singkil)?".

Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka dalam penelitian ini penulis memiliki tujuan yaitu, "untuk mengetahui serta gambaran strategi komunikasi organisasi humas dalam menyelesaikan konflik antar umat beragama (studi pada kantor bupati Aceh Singkil)"

Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan penelitian ini adalah antara lain:

1. Secara teoritis, penelitian ini berguna bagi pengembangan ilmu komunikasi Islam.
2. Secara praktis, temuan yang dihasilkan dari penelitian ini dapat menjadi sumbangan bagi orang-orang yang membutuhkan informasi tentang Strategi Komunikasi Organisasi Humas yang dilakukan Kontor Bupati Aceh Singkil dalam Menyelesaikan Konfik Antar Umat Beragama.
3. Secara akademik, penelitian ini diharapkan bermanfaat sebagai bahan rujukan untuk penelitian lebih lanjut.

Kajian Teoretis

Strategi Komunikasi Organisasi

Strategi komunikasi meliputi kegiatan perencanaan maka prakteknya tercetus operasionalisasi kegiatan tersebut. misalnya; kegiatan-kegiatan yang dapat dimasukkan dalam strategi komunikasi adalah kegiatan persiapan, kegiatan pelaksnaan, dan kegiatan penyimpulan serta berbagai penjelasan dari masing-masing kegiatan.

Langkah-Langkah Strategi Komunikasi

Adapun langkah-langkah dalam strategi komunikasi adalah sebagai berikut:

1. Strategi dalam Penyajian Pesan.
2. Strategi Dalam Penentuan Tujuan Komunikasi
3. Strategi Dalam Teknik Komunikasi

Teori Strategi Komunikasi

1. Teori Harold D. Laswel**:** Laswel mengatakan bahwa cara yang terbaik untuk menerangkan kegiatan komunikasi ialah menjawab pertanyaan "*Who Says What In Which Channel To Whom With what Effec*?". Untuk relevannya strategi komunikasi, maka segala sesuatu harus di pautkan dengan komponen-komponen yang merupakan jawaban terhadap pertanyaan dalam rumus laswell tersebut, adalah who (siapakah komentatornya?), says what (pesan siapa yang ditanyakannya?), in which channel (media apa yang digunakannya?), to whom (siapa komunikannya?), with what effec (efek apa yang diharapkan?). Rumus Laswell ini tampaknya sederhana saja. Tetapi jika disajikan lebih jauh, pertanyaan "efek yang diharapkan", secara implisit mengandung pertanyaan lain yang perlu dijawab dengan seksama. Pertanyaan itu adalah: when (kapan dilaksanakannya?), how (bagaimana melaksanakannya?), why (mengapa dilaksanakan demikian?).
2. *Individual differencess theory*: Teori ini menyatakan bahwa khalayak yang secara selektif memperhatikan suatu pesan komunikasi, khususnya apabila yang bersangkutan dengan kepentingannya, akan sesuai dengan sikapnya, kepercayaan dan nilai-nilainya. Tanggapannya terhadap pesan komunikasi seperti ini akan diubah oleh tatanan psikologinya.[10]
3. *Social Categories Theory*: Teori ini menyatakan bahwa masyarakat modern sifatnya heterogen, orang yang mempunyai sejumlah sifat yang sama akan memiliki pola hidup tradisional yang sama. Kesamaan orientasi perilaku ini akan mempunyai kaitan dengan gejala yang diakibatkan komunikator, suatu kelompok dari khalayak akan memilih isi pesan komunikasi yang kira-kira sama dan akan memberikan tanggapan yang kira-kira sama pula[11].

Komunikasi Organisasi

Komunikasi organisasi adalah komunikasi antarmanusia (*human communication*) yang terjadi dalam konteks organisasi di mana terjadi jaringan-jaringan pesan satu sama lain yang saling bergantung satu sama lain.[12] Komunikasi organisasi juga merupakan suatu komunikasi yang terjadi dalam suatu organisasi tertentu. Dalam komunikasi organisasi dikenal adanya struktur informal dan formal, maka dalam komunikasinya yang ketiga adalah komunikasi antar pribadi, karena semua faktor yang telah dibahas yang berhubungan dengan komunikasi antarpribadi juga berlaku untuk komunikasi dalam organisasi.[13] Selain itu komunikasi organisasi juga merupakan suatu disiplin studi yang dapat mengambil sejumlah arah yang sah dan bermanfaat.[14]

Fungsi Komunikasi dalam Organisasi

1. *Fungsi informatif* yaitu Organinasi dapat dipandang sebagai sistem proses informasi (*information*-dapat memperoleh informasi yang lebih banyak, lebih baik, dan tepat waktu. Orang-orang dalam tatanan managemen membutuhkan informasi untuk membuat suatu kebijakan organisasi ataupun guna mengetasi konflik yang terjadi.
2. *Fungsi Regulatif* yaitu berkaitan dengan peraturan-peraturan yang berlaku dalam suatu organisasi.
3. *Fungsi Persuasif yaitu* mengatur suatu organisasi, kekuasaan dan kewenangan tidak akan selalu membawa hasil sesuai dengan yang diharapkan.
4. *Fungsi Integratif* Setiap organisasi berusaha untuk menyediakan saluran yang memungkinkan karyawan dapat melaksanakan tugas dan pekerjaan dengan baik.

Faktor yang Mempengaruhi Komunikasi Organisasi

Dalam komunikasi organisasi terdapat empat faktor yang mempengaruhi keefektifan komunikasi organisasi adalah sebagai berikut:[15]

1. Saluran komunikasi formal. Merupakan cara komunikasi yang didukung, dan mungkin dikendalikan oleh menejer. Contohnya *newsletter*, memo reguler, laporan, rapat staf, dan lain-lain.
2. Struktur wewenang. Perbedaan status dan kekuasaan dalam organisasi membantu menentukan siapa yang berkomunikasi dengan siapa. Selain itu isi dan akurasi komunikasi juga dipengaruhi oleh perbedaan wewenang.
3. Spesialisasi pekerjaan. Biasanya akan mempermudah komunikasi dalam kelompok yang berbeda-beda. Anggota suatu kelompok kerja biasanya memiliki jangkaun, pandangan mengenai wakttu, sasaran, tugas dan gaya pribadi yang sama.
4. Kepemilikan informasi. Setiap individu mempunyai informasi yang unik dan pengetahuan mengenai pekerjaan mereka, yang merupakan semacam kekuasaan bagi individu-individu yang memilikinya.[16]

Kedudukan Humas Dalam Organisasi

Kedudukan humas/*Public relations* adalah menilai sikap masyarakat (*public*) agar tercipta keserasian dengan sikap dan kebijaksanaan organisasi/instansi, disamping itu mulai dari aktivitas program humas, tujuan (*goal*) dan hingga sasaran (target) yang hendak dicapai oleh organisasi atau instansi tidak terlepas dari dukungan, dan kepercayaan serta citra positif dari pihak publiknya.[17]

Strategi Komunikasi Public Relations

Pelaksanaan *strategi public Relations* dalam berkomunikasi adalah sebagai berikut:[18]

1. *Credibility* yaitu komunikasi itu dimulai dari suasana kepercayaan yang diciptakan oleh pihak

komunikator secara sungguh-sungguh, untuk melayani publiknya yang memiliki keyakinan dan respek.

2. *Contex* yaitu menyangkut dengan sesuatu yang berhubungan lingkungan kehidupan sosial, dan pesan harus disampaikan jelas serta serta memperlihatkan sikap partisipasif. Komunikasi efektif diperlukan untuk mendukung lingkungan sosial melalui pemberitaan di berbagai media massa.
3. *Content* yaitu pesannya menyangkut kepentingan orang banyak/publik dan sehingga informasi dapat diterima sebagai sesuatu yang bermanfaat secara umum bagi masyarakat.
4. *Clarity* yaitu pesan harus disusun dengan kata-kata yang jelas mudah dimengerti, serta memiliki pemahaman yang sama antara komunikator dan komunikan dalam hal kesamaan maksud, tema dan tujuan semua pihak.
5. *Continuity and Consistency* yaitu komunikasi tersebut merupakan proses yang tidak pernah berakhir, oleh karena itu, dilakukan secara berulang-ulang dengan berbagai variasi pesan. Maka dengan cara demikian untuk mempermudah proses belajar, membujuk dan tema dari pesan-pesan tersebut harus konsisten.
6. *Channels* yaitu mempergunakan saluran media informasi yang tepat dan dipercaya serta dipilih oleh khalayak sebagai target sasaran. Pemakaian saluran media yang berbeda dan akan berbeda pula efeknya, maka hal hal tersebut dapat menghargai perbedaan dan proses penyebaran informasi secara efektif.
7. *Capability of the Audience* yaitu memperhitungkan kemampuan yang dimiliki oleh khalayak, dan komunikasi dapat efektif yang berkaitan dengan faktor-faktor bermanfaat, kebiasaan, kemampuan membaca dan mengembangkan pengetahuan bagi khalayaknya.

Tujuan Publik Relations

*Public Relations/*Humas mempunyai tujuan untuk menegakkan dan mengembangkan suatu "citra yang menguntungkan" (*faworable image*) bagi organisasi atau perusahaan, atau produk barang dan jasa terhadap para *stakeholders*-nya (khalayank sasaran yang terkait yaitu publik internal dan publik eksternal).[19] Untuk mencapai tujuan tersebut, maka strategi *Public Relations/* Humas semestinya diarahkan pada upaya menggarap persepsi para stakegolders-nya sebagai tempat akarnya sikap tindak dan persepsi mereka. Jika strategi penggarapan itu berhasil akan memproleh sikap tindak dan persepsi yang menguntungkan dari *stakeholder* sebagai khalayak sasarannya. Pada akhirnya akan tercipta suatu opini dan citra yang menguntungkan.[20]

Jenis-Jenis Pelayanan Public Relations/Humas

Dalam rangka menggalakkan fungsi humas dalam sauatu organisasi, *Charles H. Prout* dalam karyanya, berjudul *"Organization and Function of the Corporate Public Relations Departement",* yang dimuat dalam buku *Lesly's Public Relations Handbook,* mengatakan adanya empat jenis pelayanan dasar yang harus dipraktekkan, yakni [21]:

1. Nasihat *(advise and counsel*
2. Pelayanan komunikasi *(communication service)*
3. Pengkajian humas *(public relations research)*
4. Promosi humas *(public relations promotion)*

Teori Konflik

Pengertian Konflik

Secara etimologi, konflik (*conflict*) berasal dari kata kerja bahasa Latin, *configere* yang bererti saling memukul. Perkembangan sosiologis mengantarkan konflik pada arti sebagai interaksi sosial antara dua orang atau lebih (bisa juga kelompok) yang salah satu pihak berusaha menyingkirkan pihak lain dengan menghancurkannya atau membuatnya tidak berdaya. Dengan kata lain, Adon Nasrullah Jamaludin mengutip dari buku Chris Mitchell mengatakan bahwa, konlik dapat diartikan sebagai hubungan antardua pihak atau lebih (individu atau kelompok) yang memiliki sasaran-sasaran yang tidak sejalan.[22]

Akar Penyebab Konflik

Konflik muncul dalam setiap identitas Stratifikasi sosial dan setiap stratifikasi adalah posisi yang pantas di perjuangkan oleh manusia dan kelompoknya.[23] Konflik yang dilatarbelakangi oleh perbedaan ciri-ciri yang dibawa individu dalam suatu interaksi. perbedaan-perbedaan tersebut diantaranya adalah menyangkut ciri fisik, kepandaian, pengetahuan, adat istiadat, keyakinan, dan lain sebagainya. Dengan dibawasertanya ciri-ciri individual dalam interaksi sosial, konflik merupakan situasi yang wajar dalam setiap masyarakat dan tidak satu masyarakat pun yang tidak pernah mengalami konflik antar anggotanya atau dengan kelompok masyarakat lainnya, konflik hanya akan hilang bersamaan dengan hilangnya masyarakat itu sendiri: Hal ini dapat dilihat pada faktor penyebab konflik berikut[24]:

1. Perbedaan latar belakang kebudayaan sehingga membentuk pribadi-pribadi yang berbeda.
2. Perbedaan kepentingan antara individu atau kelompok.
3. Perubahan-perubahan nilai yang cepat dan mendadak dalam masyarakat.

Macam-macam Konflik

Menurut Elly M. Setiadi dalam buku Adon Nasrullah Jamaludin mengatakan ada beberapa jenis dan macam konflik yaitu sebagai berikut:[25]

1. Konflik gender, perbedaan laki-laki dan perempuan tidak dilihat pada aspek lahiriah, tetapi lebih beroreantasi pada aspek sosiokultural. Pada struktur masyarakat tradisional, istilah gender tidak memunculkan persoalan, tetapi pada masyarakat modern, istilah gender menjadi permasalahan yang cukup penting, terutama isu-isu emansipasi yang diluncurkan kaum wanita. Pandangan ini masalah gender kadang-kadang menjadi konflik di masyarakat.
2. Konflik rasial dan antarsuku. Konflik ini lebih mengedepankan aspek rasial (*ras*) di antara sebagian kelompok manusia dan konflik antarsuku yang ada di suatu tempat atau daerah, seperti konflik antarsuku atau etnis di papua, Maluku, Ambon, Poso dan lainnya.
3. Konflik antaragama. Agama dipandang sebagai perekat ikatan sosial, tetapi juga menjadi disintegrasi sosial. Konflik antaragama disebabkan perbedaan kenyakinan agama, munculnya agama baru, aliran sesat, pendirian rumah ibadah dan lainnya.
4. Konflik antar-golongan. Demokratisasi tidak hanya berdampak positif, tetapi juga mengantarkan berbagai konflik antar golongan. Masyarakat secara tidak langsung terdiferensiasi dalam berbagai golongan yang sangat rawan dengan pergolakan sosial. Pemicunya adalah satu golongan memaksakan kehendaknya kepada golongan lain.
5. Konflik kepentingan. Konflik ini indentik dengan konflik politik artinya, realitas politik selalu diwarnai oleh dua kelompok yang mempunyai kepentingan masing-masing sehingga berbenturan.

6. Konflik antarpribadi, disebut juga konflik antarindividu, dipicu adanya perbedaan kepentingan dan ketidakcocokan antarindividu.
7. Konflik antarkelas sosial. Konflik ini berupa konflik yang bersifat vertikal, yaitu konflik ini berupa konflik yang bersifat vertikal, yaitu konflik antarkelas sosial atas dan kelas sosial bawah. Konflik ini dipicu oleh perbedaan kepentingan yang berbeda.
8. Konflik antarnegara. Konflik yang terjadi antardua negara atau lebih dipicu oleh perbedaan tujuan negara dan upaya pemaksaan kehendak suatu negara kepada negara lainnya.

Upaya Untuk Mengatasi Konflik

Adapun bentuk penyelesaian konflik yang lazim dipakai, yakni konsiliasi, mediasi, arbitrasi, koersi (paksaan). Urutan ini berdasarkan kebiasaan orang mencari penyelesaian suatu masalah, yakni cara yang tidak formal lebih dahulu, kemudian cara yang formal, jika cara pertama membawa hasil.[26] Menurut Nasikun, bentuk-bentuk pengendalian konflik ada enam yaitu:

1. Konsiliasi (*conciliation*) yaitu Pengendalian semacam ini terwujud melalui lembaga-lembaga tertentu yang memungkinkan tumbuhnya pola diskusi dan pengambilan keputusan-keputusan diantara pihak-pihak yang berlawanan mengenai persoalan-persoalan yang mereka pertentangkan.
2. Mediasi (*mediation*) yaitu Bentuk pengendalian ini dilakukan bila kedua belah pihak yang bersengketa bersama-sama sepakat untk memberikan nasihat-nasihatnya tentang bagaimana mereka sebaiknya menyelesaikan pertentangan mereka.
3. Arbitrasi berasal dari kata latin arbitrium, artinya melalui pengadilan, dengan seorang hakim (arbiter) sebagai pengambil keputusan. Arbitrasi berbeda dengan konsiliasi dan mediasi. Seorang arbiter memberi keputusan yang mengikat kedua belah pihak yang bersengketa, artinya keputusan seorang hakim harus ditaati. Apabila salah satu pihak tidak menerima keputusan itu, ia dapat naik banding kepada pengadilan yang lebih tinggi sampai instansi pengadilan nasional yang tertinggi.
4. Perwasitan yaitu Di dalam hal ini kedua belah pihak yang bertentangan bersepakat untuk memberikan keputusan-keputusan tertentu untuk menyelesaikan konflik yang terjadi diantara mereka.

Konflik Antarumat Beragama

Secara umum, konflik keagamaan bisa diartikan sebagai pertikaian antarberagama, baik antar sesama penganut agama itu sendiri maupun antar agama satu dengan agama lainnya.[27] Rumusan ini masih dianggap umum. Hal ini dikarenakan definisi konflik keagamaan tidak hanya dilatarbelakangi oleh motif ekonomi, politik, dan kekuasaan. Berbagai tindakan protes atau kekerasan terkait konflik keagamaan banyak berasal dari sumber cultural dan ideologis agama itu sendiri dan lebih bersifat ekspresif atau simbolik; misalnya sebagai ekpresi dari apa yang dipahami suatu komunitas agama sebagai "ketaatan" terhadap ajaran agama atau sebagai simbol solidaritas terhadap komunitas. Artinya, setiap konflik keagamaan memiliki bentuk kekhasannya masing-masing. Suatu bentuk konflik keagamaan muncul pada waktu dan lokasi tertentu, sementara bentuk lainnya terjadi pada waktu dan tempat yang lain.[28]

Metode Penelitian

Metodologi penelitian ini penelitian kualitatif deskripsi dengan mencari, menganalisis dan membuat interprestasi data yang ditemukan melalui hasil dokumen, wawancara dan pengamatan. Data yang telah dikumpulkan diperiksa keabsahannya melalui keabsahan data berupa kepercayaan. Teknik analisa data adalah mereduksi, menyajikan, dan membuat kesimpulan hasil penelitian.

Hasil Dan Pembahasan

Strategi Komunikasi Organisasi Humas Kantor Bupati Aceh Singkil Dalam Menyelesaikan Konflik Antarumat Beragama

Sebagai kepala bagian komunikator Organisasi, humas harus memilih salah satu dari berbagai metode dan teknik komunikasi yang disesuaikan dengan situasi pada waktu komunikasi dilancarkan. Untuk menyesuaikan penyampaian pesan kepada kepada komunikan yang tepat. Kedudukan sebagai kepala suatu unit organisasi, membuat seorang humas melakukan tugas yang bersifat strategis. Dalam hal ini seorang humas berkesempatan untuk memberikan penerangan, penjelasan, imbauan, dan ajakan. Hal ini sebagai mana diungkapkan oleh kepala bagian Humas dan Protokol Setda Aceh Singkil, mengatakan bahwa:

> "*Ketika saya memberikan tugas pada para pegawai untuk menangani masyarakat yang berkonflik. Saya memberikan pengarahan agar melakukan langkah-langkah yang strategis kepada masyarakat yang berkenan untuk menuruti peraturan yang sudah ditetapkan*"[29].

Pesan dalam komunikasi ini mengalir dalam organisasi, komunikasi lateral ini memperlancar pertukaran metode antar humas dengan masyarakat, dan hasilnya bisa menyelesaikan masalah. Hal ini membantu pemerintah daerah untuk menghindari konflik agama, serta membangun semangat kerja dan kepuasan kerja. Kemauan seseorang untuk menjalankan kewajibannya, yang tercermin pada tingkah laku, kepribadian berintegritas, serta usaha-usaha yang serius dalam mewujudkan keinginan yang sudah direncanakan.

Humas melakukan strategi komunikasi dengan masyarakat yang berkonflik secara formal untuk mengatasi konflik. Setelah melalui mekanisme rapat mengenai konflik agama yang menyangkut peraturan pembangunan rumah ibadah, serta kerukunan umat beragama yang dilakukan masyarakat Aceh Singkil. Konflik yang yang selalu tak berkunjuang selesai dikarena beberapa hal seperti tidak menaatinya peraturan daerah yang sudah ditetapkan oleh pemerintah setempat. Adapun strategi yang dilakukan humas kantor bupati Aceh Singkil dalam menyelesaikan konflik antarumat beragama di daerah tersebut adalah sebagai berikut:

1. Strategi komunikasi Melalui Konsiliasi

Strategi komunikasi Humas dalam menyelesaikan konflik agama menggunakan komunikasi melalui konsiliasi. Konsiliasi dalam hal ini adalah usaha Humas untuk mempertemukan keinginan pihak yang berselisih untuk mencapai persetujuan dan penyelesaian pada kasus konflik antar umat bergama yang terjadi. Dalam hasil wawancara dengan Kepala Bagian Humas dan Protokol Setda Aceh Singkil menjelaskan kepada peneliti bahwa:

> *"Sejak awal sebelum saya menjabat sebagai Humas setda Aceh Singkil, saya selalu membentuk hubungan kekeluragaan dengan baik dan berbicara dengan bahasa yang mudah mereka mengerti, agar dalam menyelesaikan berbagai konflik termasuk konflik antar umat beragama yang baru ini saja terjadi, maka kami dan para pegawai melakukan pertama kali terjun kelapangan melihat kondisi konflik, mempertemukan keinginan pihak-pihak yang berselisih dan kami mencatatnya serta mengkaji ulang keinginan-keinginan masyarakat*"[30].

Dengan memiliki wawasan yang luas mengenai strategi komunikasi dalam menyelesaikan konflik agama. Humas mampu dalam menyelesaiakan konflik agama yang terjadi di Kabeupaten Aceh Singkil. Dalam hal ini Humas hanya sebagai konsiliator. Humas dalam hal ini dan memiliki tanggung jawab secara penuh untuk membantu kasus konflik yang terjadi. Pada penyelesaiannya konflik pada kasus

tahun 2010-2015. Solusi melalui peninjauan secara langsung dengan cara konsiliasi oleh Humas ditemukan titik penyelesaiannya.

2. Strategi Komunikasi Melalui Jalur Negoisasi/Musyawarah

Pada tahun 2010-2015 (dua ribu sepuluh sampai dua ribu lima belas) di Kabupaten Aceh Singkil terjadi 3 kali konflik agama yang pertama yaitu antara para demonstran berorasi sambil menuju gereja yang ada di kecematan Simpang Kanan untuk melakukan pembakaran karena mereka melangggar isi perjanjian, dengan masyarakat yang berada di dalam wilayah itu sendiri yang mayoritas kristen, dan konflik agama yang kedua yaitu sama juga dengan konflik pertama namun hanya berbeda kecematan saja, dan konflik agama yaitu pada 13 Oktober 2015. Dalam kasus konflik agama ini Humas berperan penting dalam membantu menyelesaikan konflik agama itu melalui strategi komunisasi yaitu negosiasi. Dalam menyelesaikan konflik agama Humas menggunakan strategi komunikasi melalui negosiasi melalui tahap musyawarah. Hal ini sebagaimana diungkapkan oleh Kepala Bagian Humas dan Protokol Setda Aceh Singkil menjelaskan kepada peneliti bahwa:

> "*Seperti saya katakan sebelumnya, setiap kami menangani konflik, apa lagi konflik menyangkut tentang agama, kami melakukan sistem musyawarah atau negoisasi, karena dalam perselisihan jalur komunikasi secara langsung dan bertatap muka kepada masyarakat adalah cara yang tepat untuk mengatasi konflik agam tersebut*"[31].

Dalam penelitian lapangan yang dilakukan oleh penulis bahwa bentuk penyelesaian melalui cara negosiasi ini, Humas telah berhasil dalam upaya melakukan penyelesaian konflik antar umat agama yang ada di Kabupaten Aceh Singkil. Dalam menyelesaiakan konflik antar umat agama yang terjadi di Kabupaten Aceh Singkil, walaupun terdapat beberapa kendala-kendala yang dianggap memperlambat jalannya penyelesaian kasus itu. Berdasarkan hasil musyawarah yang dilakukan oleh tokoh agama, Humas, serta pihak yang berkepentingan, bahwa bentuk penyelesaian melalui negosiasi ini mengharapkan *win-win solution* artinya dimana kedua belah pihak sama-sama diuntungkan tidak ada pihak lain yang dirugikan.

Melalui strategi komunikasi dengan cara negosiasi bahwa hasil akhir dari musyawarah mufakat yang dilakukan Humas Setda Aceh Singkil, bahwa para pihak-pihak yang terlibat dalam kasus konflik antar umat beragama baik dari dari masyarakat muslim maupun non muslim menyepakati bersama melalui keputusan yang diberikan oleh pemerintahan Daerah yaitu mengingatkan bahwa memang izin pendirian rumah ibadah bagi umat kristen yang berada di Kabupaten Aceh Singkil dan tepatnya di Kecamatan Gunung Meriah dan Kecamatan Simpang Kanan sudah ditetapkan jumlahnya serta tidak bisa ditambah lagi.

Hasil akhir proses negoisasi diungkapkan hasil kesepakatan tersebut kedalam suatu perjanjian dalam bentuk tertulis. Dalam pasal 6 ayat 2 Undang-Undang No. 30/1999 disebutkan: "penyelesaian sengketa atau beda pendapat melalui alternatif penyelesaian sengketa diselesaikan dalam pertemuan langsung oleh para pihak dalam waktu paling lama 14 (empat belas) hari dan hasilnya dituangkan dalam kesepakatan yang tertulis"[32]. Kesepakatan tersebut merupakan hasil final atau hasil akhir serta mengikat para pihak yang berkonflik.

Negoisasi merupakan komunikasi langsung yang didesain untuk mencapai kesepakatan pada saat kedua belah pihak mempunyai kepentingan yang sama atau berbeda. Komunikasi tersebut dibangun oleh para pihak tanpa keterlibatan pihak ketiga sebagai penengah[33]. Dalam proses negoisasi, para pihak yang berkonflik melakukan perundingan secara langsung tanpa dibantu pihak ketiga. Peran sebagai wakil atau kuasa memiliki beberapa kelemahan antara lain jika kewenanga wakil terlalu dibatasi. Hal itu tentu akan mengurangi kredibilitas wakil tersebut. artinya, pengambilan

keputusan dari kemungkinan menjadi dalil lambat karena setiap ada tawaran baru dari pihak lawan di luar batas kuasa yang diberikan.

3. Strategi Komunikasi Melalui Mediasi

Prosedur penengahan dimana seseorang bertindak sebagai "penengah" untuk berkomunikasi antara pihak, sehingga pandangan mereka yang berbeda atas permasalahan yang sedang terjadi tersebut dapat dipahami dan akan didamaikan, tetapi tanggung jawab utama tercapainya suatu perdamaian tetap berada ditangan para pihak sendiri. Dengan demikan, sebagai humas dianggap sebagai penengah bagi pihak yang berkonflik untuk sengat penting berkomunikasi untuk mencapai perdamaian. Salah satu cara untuk mencapai itu adalah dengan jalur mediasi. Berdasarkan hasil wawancara dengan kepala bagian Humas dan Protokol setda Aceh Singkil:

> "*Selaku kepala bagian humas sekretariat dearah, saya selalu membina hubungan baik dengan mereka, kami memanggil tokoh agama, Pranata Sosial, serta masyarakat yang berkonflik, yang membutuhkan membingan dan arahan. cara penyelesaian konflik agama tersebut dilakukan oleh hakim mediasi di pengadilan. Adapun tujuan pemanggilan tersebut adalah untuk mendengar permasalahan dan kesaksian dari para pihak yang mengetahui masalah konflik antar umat beragama tersebut, dengan bukti-bukti yang mereka miliki, dan nantinya hakim mediasilah yang memberikan putusannya*"[34].

Berdasarkan uraian diatas, mediasi yang merupakan suatu proses informal yang ditujukan untuk memungkinkan para pihak yang berkonflik mendiskusikan perbedaan-perbedaan mereka secara pribadi dengan bantuan pihak ketiga yaitu hakim mediasi. Mediator merancang dan memimpin diskusi serta bertindak sebagai penengah untuk memfasilitasi kemajuan kearah penyelesaian. Dalam sidang yang dilaksanakan di kantor Pengadilan maka dari pihak non muslim mengemukakan dalam sidang atau musyawarah mengatakan bahwa tempat ibadah yang mereka tempati sekarang ini sudah memikili izin atas persejutuan dari Bupati Makmur Syahputra Tahun 2004 yang lalu. Namun, hal tersebut tanpa ada izin dari warga masyarakat muslim yang bermukim di daerah itu.

Demikian pula peraturan dari masyakat muslim mereka tidak tahu mengenai asal usul ada surat perizinan tersebut, dan tanpa di buktikan dengan bukti-bukti yang otentik yang kuat masyarakat muslim hanya ingin beberapa gereja yang ada tersebut harus dikurangi dan dibongkar, karena yang menempati masyarakat kristen yang datang dari pakpak barat. Dalam persidangan musyawarah mufakat ini di hadiri oleh pihak-pihak saksi yaitu dari masyarakat muslim dan dari masyarakat non muslim setempat dan perwakilan dari tokoh agama, Pratana Sosial, serta humas. Setelah para pihak-pihak yang berkonflik menjelaskan kasus-kasus yang terjadi maka Hakim Mediasi mendapat kejelasan akan hal ini bahwa memang yang menjadi pemicu terjadinya konflik adalah dari adanya unsur politik pada tahun 2004 dan masyarakat non muslim yang memberikan fasilitas rumah ibadah untuk masyarakat luar daerah. Maka dalam hal ini Hakim Mediasi sebagai mediator berusaha menciptakan perdamaian serta menemukan *win-win solution* artinya sama-sama pihak diuntungkan tidak ada pihak-pihak yang dirugikan dalam konflik antar umat beragama atau tidak ada pihak-pihak yang terzalimi dalam masalah konflik agama.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang disesuaikan dengan rumusan masalah menyangkut Strategi Komunikasi Organisasi yang dilakukan Humas Kantor Bupati Aceh Singkil delam menyelesaikan konflik antar umat beragama, dapat disimpulkan bahwa, Strategi komunikasi organisasi yang dilakukan Humas kantor Bupati Aceh Singkil dalam mengatasi konflik antar umat beragama adalah melakukan komunikasi horizontal mengalir antara para anggota-onggota organisasi yang berada dalam level

hirarki yang sama. Sedangkan strategi komunikasi dalam menyelesaikan konflik antar umat bergama yang dilakukan Humas Kantor Bupati Aceh Singkil adalah:

1. Strategi komunikasi melalui konsiliasi
2. Strategi komunikasi melalui negoisasi/musyawarah
3. Strategi komunikasi melalui mediasi

(**Andnotes)**

[1]Adon Nasrullah Jamaludin, Agama dan Konflik Sosial (Bandung: Pustaka Setia, 2015), h. 17.

[2]Arni Muhammad, Komunikasi Organisasi (Jakarta: Bumi Aksara, 2002), h. 1.

[3]*Ibid.*

[4]Muhammad, Komunikasi Organisasi, h. 24.

[5] Departemen Agama RI, Al-Qur'an dan Terjemahan (Bandung: DiPonegoro, 2006), h. 69.

[6]Mulyona, Deddy, Nuansa-Nuansa Komunikasi (Bandung : Remaja Rosdakarya, 2005), h. 9.

[7]*Ibid,* h. 217.

[8]Joseph. A. Devito, Komunikasi Antarmanusia, Kuliah Dasar (Jakarta: Propessional Books, 1997), h. 107.

[9]*Ibid.*

[10]Effendi, Dinamika Komunikasi, h. 33.

[11]*Ibid.*

[12] Burhan Bungin, Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2008), h. 274.

[13]Syukur Kholil, Teori Komunikasi Massa (Bandung: Citapustaka Media Printis, 2011), h. 81.

[14]R. Wayne Pace & Don F. Faules, Komunikasi Organisasi Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2010), h. 25.

[15] Syukur Kholil, Teori Komunikasi Massa, h. 81.

[16]*Ibid.*

[17] Rosady Ruslan, Manajemen Humas & Komunikasi Konsepsi dan Aplikasi, h.115.

[18] Rosady Ruslan, Manajemen Humas & Komunikasi Konsepsi dan Aplikasi, h.110 -111.

[19] Ibid, h. 124.

[20]*Ibid.*

[21] Effendy, Effective Public Relations , h. 51.

[22] Adon Nasrullah Jamaludin, Agama & Konflik Sosial (Bandung: Pustaka Setia, 2015), h.33-34.

[23] Novri Susan, Pengantar Sosiologi Konflik (Jakarta: Prenada Media Group, 2010), h. 28.

[24]*Ibid,* h. 30.

[25] Adon Nasrullah Jamaludin, Agama & Konflik Sosial, h. 37.

[26] Nasikun, Sistem Sosial Indonesia, h. 22.

[27] Adon Nasrullah Jamaludin, Agama & Konflik Sosial, h. 132.

[28]*Ibid.*

[29]H. Khaldum S.E, Kepala Bagian Humas dan Protokol Setda Aceh Singkil, Wawancara, di Kantor Bupati Aceh Singkil, 16 Desember 2016.

[30]H. Khaldum S.E, Kepala Bagian Humas dan Protokol Setda Aceh Singkil, Wawancara, di Kantor Bupati Aceh Singkil, 16 Desember 2016.

[31]H. Khaldum S.E, Kepala Bagian Humas dan Protokol Setda Aceh Singkil, Wawancara, di Kantor Bupati Aceh Singkil, 16 Desember 2016.

[32]Undang-Undang Tentang Arbitrase Dan Alternatif Penyelesaian Sengketa Tahun 1999.

[33]Gatot Soermartono, Arbitrase dan Mediasi di Indonesia (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2006), h. 123,

[34] H. Khaldum S.E, Kepala Bagian Humas dan Protokol Setda Aceh Singkil, Wawancara, di Kantor Bupati Aceh Singkil, 16 Desember 2016.

Daftar Pustaka

Adon Nasrullah Jamaludin. 2015. *Agama dan Konflik Sosial* Bandung: Pustaka Setia.

Arni Muhammad. 2002. *Komunikasi Organisasi* Jakarta: Bumi Aksara.

Burhan Bungin. 2008. *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat* Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Departemen Agama RI. 2006. *Al-Qur'an dan Terjemahan* Bandung: DiPonegoro.

Effendy, Onong Uchjana. 2008. *Dinamika Komunikasi.* Bandung : Remaja Rosdakarya.

Effendy. 1991. *Effective Public Relations* Bandung: CV. Mandar Maju.

Gatot Soermartono. 2016. *Arbitrase dan Mediasi di Indonesia* Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Joseph. A. Devito. 1997. *Komunikasi Antarmanusia, Kuliah Dasar* Jakarta: Propessional Books.

Mulyona, Deddy. 2006. *Nuansa-Nuansa Komunikasi* Bandung : Remaja Rosdakarya.

Novri Susan. 2010. *Pengantar Sosiologi Konflik* Jakarta: Prenada Media Group.

Nurudin, 2004. *Sistem Komunikasi Indonesia* Raja Grafindo Persada, Jakarta.

R. Wayne Pace & Don F. Faules. 2010. *Komunikasi Organisasi Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan* Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Rosady Ruslan, *Manajemen Humas & Komunikasi Konsepsi dan Aplikasi*

Syukur Kholil. 2011. *Teori Komunikasi Massa* Bandung: Citapustaka Media Printis,

Undang-Undang Tentang Arbitrase Dan Alternatif Penyelesaian Sengketa Tahun 1999.