



PUBLIC RELATIONS SEBAGAI PROFESI

Hj. Ida Suryani Wijaya*

***Abstract:** Practicion of public relations should be a manager that has a managerial ability, and has a tecnical ability in communicating. To make the situation of an effective communication can be created in an organization then there are some requirements that must be had by a public relation, they are communication and relation, the nature of humble, conform fast, able in facing everybody who has variety of characteristics and good background of culture, able to communicate well, good in organizing everything, has personality integrity even in the profession or in personal life, has a strong imagination, also has to create and maintain a good image of organization, monitor the external opinion about anything related to the image, activity, and the interest of company, give advice to the management side about any important problems of communication, and provide information to the audience about the organization policy.*

Key words: Communication, information, professionalism

I. PENDAHULUAN

Manusia sebagai makhluk sosial tidak bisa lepas dari bantuan orang lain. Oleh karena itu manusia harus saling bekerjasama dalam berbagai bidang. Hal ini selain pekerjaan menjadi ringan, juga lebih memudahkan dalam menyelesaikan pekerjaan sehingga lebih cepat selesai. Karena manusia hidup dengan manusia lain, maka perlu membina hubungan baik dengan orang lain merupakan salah satu syarat terciptanya hidup yang damai dan harmonis. Dalam sebuah organisasi diperlukan kerjasama antara pimpinan dan pengurus, juga sag penting untuk membina hubungan baik dengan pihak eksternal yaitu organisasi lain. Disinilah arti penting mempelajari tentang public relations.

Pada dasarnya aktivitas public relations meliputi kegiatan mulai dari pembenahan organisasi, hingga kegiatan yang bersifat membangun atau menciptakan citra organisasi, dan hubungan yang positif di mata publiknya. Public relations merupakan bagian integral dari suatu kelembagaan atau organisas, dan bukan merupakan fungsi yang terpisah dari sistem manajemen organisasi. Hal ini dibuktikan dengan sangat menentukannya upaya public

* Dosen Tetap Jurusan Dakwah dan Komunikasi STAIN Samarinda



relations dalam menyelenggarakan komunikasi timbal balik antar organisasi dan publiknya dalam meraih citra yang positif.

II. PEMBAHASAN

A. Pengertian Public Relations

Dilihat dari asal kata Public dan Relations maka public relations dapat diartikan hubungan-hubungan antar publik. Dengan adanya kata antar disini, menunjukkan adanya banyak public yang harus melakukan hubungan tersebut, dan karena publiknya banyak, maka menandakan banyaknya hubungan. Sedangkan definisi menurut para ahli terdapat berbagai variasi, diantaranya: Menurut *Cultip n Center*, Public relations adalah fungsi manajemen yang menyatakan, membentuk, dan memelihara hubungan yang saling menguntungkan antara organisasi dengan berbagai macam public, dimana hal tersebut dapat menentukan sukses atau gagalnya organisasi.

Menurut Howard Bonham, public relations suatu seni untuk menciptakan pengertian public secara lebih baik, sehingga dapat memperdalam kepercayaan public terhadap suatu organisasi. Menurut Frank Jefkins, public relations adalah merupakan keseluruhan bentuk komunikasi yang terencana, baik itu keluar maupun kedalam, yakni antara suatu organisasi dengan publiknya dalam rangka mencapai tujuan yang spesifik atas dasar adanya saling pengertian¹. Sedangkan Grunig mengembangkan definisi tersebut menjadi manajemen komunikasi antara organisasi dan publiknya.

Adapun ruang lingkup tugas public relations dalam sebuah organisasi/lembaga antara lain:²

1. Membina hubungan ke dalam (*public internal*)

Yang dimaksud public internal adalah public yang menjadi bagian dari unit atau organisasi itu sendiri. Seorang public relations harus mampu mengidentifikasi atau mengenali hal-hal yang menimbulkan gambaran negatif di dalam masyarakat, sebelum kebijakan itu dijalankan oleh organisasi, yang termasuk dalam public internal pada dunia sebuah perusahaan adalah public pegawai, public manajer, public pemegang saham, public buruh. Sedangkan yang termasuk dalam public internal pada lembaga pendidikan suatu universitas adalah Publik pimpinan, public fakultas, public staff/pegawai, public yayasan, public pengawas atau dewan penyantun, public dosen dan public mahasiswa.

¹ Neni Yulianita, *Dasar-Dasar Public Relations*, (Bandung: Multimedia Fikom unisba, 2001), h. 36.

² Rosady Ruslan, *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*, (Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2005), h. 23.



Tujuan dibinanya hubungan dengan publik internal adalah untuk menciptakan hubungan yang harmonis, dalam rangka memperoleh kesediaan kerjasama diantara orang-orang yang menjadi bagian dari organisasi serta memungkinkan orang-orang tersebut untuk ikut berpartisipasi dan berprestasi lebih tinggi dengan mendapatkan kepuasan dari hasilnya. Menurut Griswold tujuan dibinanya hubungan dengan public internal adaah mencapai karyawan yang mempunyai kegairahan kerja.

2. Membina hubungan keluar (*public eksternal*)

Yang dimaksud public eksternal adalah public umum (masyarakat). Mengusahakan tumbuhnya sikap dan gambaran public yang positif terhadap lembaga yang diwakilinya. Public eksternal pada suatu perusahaan adalah publik pers, public pemerintah, public masyarakat sekitar, public rekanan, public pelanggan, public konsumen, public bidang pendidikan, public umum. Sedangkan public eksternal suatu lembaga pendidikan adalah: public pers, public pemerintah, publik umum, public alumni, public pemberi dana pendidikan, pubik bidang pendidikan.³

Tujuan dibinanya hubungan dengan public eksternal adalah untuk memperoleh dan meningkatkan citra yang baik dari public eksternal terhadap orgnisasi serta untu mendapatkan kepercayaan dan penilaian yang positif dari publiknya dan bila perlu untuk mmeperbaiki citra tersebut. Pada dasarnya public relations berfungsi untuk menghubungkan public-publik dengan pihak-pihak yang berkepentingan di dalam suatu organisasi.⁴ Hubungan yang efektif antara pihak-pihak yang berkepentingan ini adalah penting sekali untuk tercapainya kepentingan dan kepuasan bersama.

Sedangkan peranan public relations dalam suatu organisasi dapat dibagi empat kategori, antara lain:⁵

- a. Penasehat Ahli. Seorang praktisi public relations yang berpengalaman dan memiliki kemampuan tinggi dapat membantu mencarikan solusi dalam penyelesaian masalah hubungan dengan publiknya. Hubungan praktisi public relations dengan manajemen organisasi seperti hubungan antara dokter dan pasiennya. Artinya pihak manajemen bertindak pasif untuk menerima atau mempercayai apa yang telah disarankan atau usulan dari praktisi public relations tersebut dalam memecahkan dan mengatasi persoalan public relations yang tengah dihadapi oleh organisasi bersangkutan.
- b. Fasilitator Komunikasi. Dalam hal ini praktisi public relations bertindak sebagai komunikstor atau mediator untuk membantu pihak manajemen

³ Neni Yulianita, *Dasar-dasar.....*h. 69.

⁴ Oemi Abdurrachman, *Dasar-Dasar Public Relations*, (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2001), h. 29.

⁵ Rosadi Ruslan, *Manajemen.....*, h. 20.



dalam hal mendengarkan apa yang diinginkan dan diharapkan oleh publiknya. Dipihak lain, dia juga dituntut mampu menjelaskan kembali keinginan, kebijakan dan harapan organisasi kepada pihak publiknya. Sehingga dengan komunikasi timbale balik tersebut dapat tercipta saling pengertian, mempercayai, menghargai, mendukung dan toleransi yang baik dari kedua belah pihak.

- c. Fasilitator Proses Pemecahan Masalah. Peranan praktisi public relations dalam proses pemecahan persoalan merupakan bagian dari tim manajemen. Hal ini adimaksudkan untuk membantu pimpinan organisasi baik sebagai penasehat hingga mengambil tindakan eksekusi dalam mengatasi persoalan atau krisis yang tengah dihadapi secara rasional dan professional.

Dari ketiga kategori peran public relations tersebut diatas dapat disimpulkan bahwa seorang praktisi pulic relations harus menjadi manajer yang memiliki kemampuan manajerial, dan memiliki kemampuan teknis dalam berkomunikasi. Supaya suasana komunikasi yang efektif dapat tercipta di dalam suatu organisasi maka ada beberapa syarat yang harus dimiliki seorang public relations yaitu komunikasi dan relasi, sifat yang rendah hati, cepat menyesuaikan diri, mampu menghadapi semua orang yang memiliki aneka ragam karakter dan latar belakang budaya yang baik, mampu berkomunikasi dengan baik, pandai mengorganisir segala sesuatu, memiliki integritas personal baik dalam profesi maupun dalam kehidupan pribadi, punya imajinasi yang kuat, memiliki akses yang tinggi terhadap informasi.⁶

Sedangkan menurut Cutlip dan Center serta Canfield, maka peranan humas dapat dirumuskan sebagai berikut:⁷

- a. Menunjang kegiatan manajemen dalam mencapai tujuan organisasi
- b. Membina hubungan harmonis antara organisasi dengan public, baik public ekstern maupun intern
- c. Menciptakan komunikasi dua arah timbal balik dengan menyebarkan informasi dari organisasi kepada public dan menyalurkan opini public kepada masyarakat.
- d. Melayani public dan menasehati pimpinan organisasi demi kepentingan umum.

B. Kegiatan-kegiatan Public Relations

Masyarakat masih sering memberikan makna yang sama antara humas dan public relations, namun sebenarnya terdapat perbedaan antara humas dan public relations, hal ini terlihat dari kegiatan-kegiatannya. Kegiatan seorang

⁶ Rini Darmastuti, *Etika PR dan E-PR*, (Yogyakarta: Gava Media, 2007), h. 8.

⁷ Onong Uchyana Efendy, *Hubungan Masyarakat suatu Studi*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2002), h. 36.



human antara lain merancang pesan tematik agar pesan yang disampaikan oleh organisasi memiliki keseragaman atau keterkaitan pesan, melalui segmentasi media (seimbang antara media cetak dan media elektronik), melakukan komunikasi interaktif contohnya rubrik konsultasi atau jasa layanan konsumen melalui telepon, menjaga reputasi perusahaan dan citra produk melalui pemanfaatan kekuatan pesan atau kombinasinya, pemasaran dari mulut kemulut, dan melakukan komunikasi yang akrab dengan pelanggan.

Dari beberapa kegiatan humas tersebut terlihat bahwa tugas humas hanya meliputi hubungan dengan pihak eksternal yakni masyarakat atau konsumen. Oleh sebab itu, serag pejabat public relations dituntut untuk selalu belajar, tekun dan pandai menyesuaikan diri. Kemampuan dan keahlian mutlak diperlukan agar dapat menjalankan tugas dengan baik.

Dalam menjalankan tugasnya, praktisi public relations harus memiliki keahlian-keahlian antara lain:

1. Mampu dengan baik menghadapi semua orang dengan berbagai macam karakter dan sifat. Artinya, mampu dan berusaha memahami dan bersikap toleran kepada orang yang dihadapinya.
2. Mampu berkomunikasi dengan baik, artinya mampu menjelaskan segala sesuatu dengan jernih, jelas dan lugas. Baik secara lisan mapu tertulis, bahkan secara visual.
3. Pandai mengorganisasikan segala sesuatu. Artinya mampu merencanakan segala sesuatu dengan prima.
4. Memiliki integritas personal, baik secara profesi maupun di dalam kehidupan pribadinya.
5. Memiliki imajinasi. Artinya, memiliki daya kreatifitas yang baik dan mampu menemukan cara-cara untuk memecahkan masalah.
6. Kemampuan mencari tahu. Artinya harus memiliki akses informasi seluas-luasnya.
7. Mampu melakukan penelitian dan mengevaluasi hasil-hasil dari suatu kegiatan atau program.

Keahlian-keahlian tersebut sangat diperlukan untuk melaksanakan berbagai tugas dan pekerjaan public relations. Harold Oxley menguraikan tugas-tugas public relations sebagai berikut:⁸

1. Memberi saran kepada manajemen tentang semua perkembangan internal dan eksternal yang mungkin mempengaruhi hubungan organisasi dengan publik-publiknya.
2. Meneliti dan menafsirkan sikap publik untuk kepentingan organisasi atauantisipasi sika publik terhadap organisasi.
3. Bekerja sebagai penghubung antara manajemen dan publik-publiknya.

⁸ Ludwig Suparmo, *Aspek Ilmu Komunikasi Dalam Public Relations* (Jakarta: Indeks, 2011), h. 44.



4. Memberi laporan berkala kepada manajemen tentang semua kegiatan yang mempengaruhi hubungan publik serta organisasi.

Kegiatan-kegiatan di departemen public relations meliputi pekerjaan-pekerjaan yang harus dilakukan oleh manajer public relations dan staf-stafnya, yaitu:

1. Menyusun dan mendistribusikan siaran berita, foto-foto dan berbagai artikel bagi kalangan media massa.
2. Mengorganisasikan konferensi pers, acara-acara resepsi dan kunjungan kalangan media massa ke organisasi.
3. Menjalankan fungsi penyedia informasi utama
4. Mengatur acara wawancara antara kalangan pers baik cetak, radio, televisi dengan pihak manajemen.
5. Memberikan penerangan singkat kepada fotografer, serta membetuk dan mengelola sebuah perpustakaan foto.
6. Mengelola berbagai bentuk materi komunikasi internal seperti kaset rekaman video, slide presentasi, dan lain sebagainya.
7. Menyunting serta memproduksi jurnal-jurnal eksternal untuk konsumsi para distributor, pemakai jasa/produk perusahaan, konsumen langsung, dan lain sebagainya.
8. Menulis dan membuat bahan-bahan cetakan seperti literatur pendidikan, sejarah perusahaan, laporan tahunan, literatur pelantikan pegawai baru.
9. Mempersiapkan dan mengatur acara pameran dan menjalankan pameran public relations.
10. Menangani berbagai acara sponsor yang berhubungan dengan kegiatan public relations
11. Mempersiapkan survei-survei pendapat dan berbagai penelitian lainnya.
12. Menganalisis umpan balik dan mengevaluasi hasil dari upaya untuk mencapai tujuan.

Tugas-tugas public relations sebagai pengelola meliputi:

1. Merancang dan mengelola program-program public relations secara sistemik.
2. Memberikan nasihat dan anjuran manajerial dan merancang kebijakan komunikasi.
3. Dilibatkan dan terlibat ke dalam semua proses pengambilan keputusan.
4. Menganalisis dan memanfaatkan hasil penelitian untuk merancang dan mengevaluasi kerja bidang/bagian/departemen public relations.⁹

Kegiatan-kegiatan tersebut harus dilaksanakan secara terpadu dalam program public relations yang tersusun dan terencana sebelumnya. Oleh karena

⁹ Ludwig Suparmo, *Aspek Ilmu Komunikasi*, h. 44.



itu dibutuhkan kerjasama yang baik antara pimpinan (manajer) public relations dengan para stafnya.

C. Public Relations Sebagai Profesi

Public relations kini telah menjadi suatu keahlian yang dibutuhkan diberbagai organisasi. Seorang praktisi public relations dituntut untuk mampu mengerjakan banyak hal. Ia harus bisa menjadi seorang komunikator, seorang penasehat, dan sekaligus seorang perencana yang baik. Ia harus mengetahui benar seluk beluk organisasi dan mampu mewakilinya dalam berbagai kesempatan dan keperluan. Pentingnya peran public relations sangat menunjang kemajua organisasi, oleh karena itu dalam sebuah organisasi terdapat divisi atau departemen tersendiri bagi public relations.

Sebagai seorang profesional, maka mereka yang bergerak dibidang public relations haruslah mempunyai sikap yang memenuhi kriteria profesional. Berikut ini sikap yang harus dapat diterapkan oleh para profesional public relations dalam menjalankan profesinya:

1. Setia terhadap profesinya, yang tentu saja kesetiaan ini membawa konsekuensi pada kemampuandi seorang public relations profesional untuk lebih mementingkan pelayanan terhadap orag lain dipada kepentingannya sendiri. Dengan demikian seorang public relations profesional harus mempunyai tanggungjawab sosial yang tinggi dari sekedar ganjaran.
2. Mantap dalam *Body of knowledge* dan intelektualitasnya. Dengan demikian untuk usaha public relations profeinal haruslah digarap oleh orag yang mempunyai keahlian secara ilmiah. Mempunyai keterampilan-keterampilan teknis di bidang public relations yang diperlukan untuk mempersiapkan fasilitas-fasilitas atau pelayanan-pelayanan pokok.
3. Seorang public relations yang profesional itu harus mempunyai dan dapat mengembangkan keterampilan khusus/unik, sehingga dapat menjadikan profesinya yang exceptional.

Dalam buku yang lain disebutkan bahwa syarat untuk mejadi pejabat public relations yang baik adalah pertama; mempunyai kredibilitas dan kejujuran, kedua; keterbukaan, konsisten dalam tindakan, dan percaya diri. Ketiga; bersikap adil bagi kepentingan timbal balik. Keempat; komunikasi mencegah alienasi organisasi dan membangun relasi berkelanjutan. Kelima; analisis citra dan penyesuaian prilaku komunikasi.¹⁰

Sehubungan dengan sikap profesional tersebut, Cultip, Center n Broom mengemukakan hal-hal yang dibutuhkan bagi keberhasilan seorang profesional, yakni:

¹⁰ Alo Liliweri, *Sosiologi dan Komunikasi Organisasi* (Jakarta: Bumi Aksara, 2014), h. 262-264.



1. *Skills*: seorang public relations profesional harus memiliki keahlian untuk menulis secara efektif dan berbicara secara persuasif untuk dapat mempengaruhi dan menarik minat publik.
2. *Knowledge*: memiliki pengetahuan yang mendalam mengenai berbagai publik dan media, mengerti tentang proses manajemen organisasi dan memiliki ketepatan untuk mengantisipasi gejala yang terjadi terutama dalam masalah bisnis dan finansial.
3. *Abilities*: mampu memecahkan masalah, membuat keputusan yang tidak berpihak, bersikap objektif, dapat menangani masalah publik, mampu menumbuhkan kepercayaan dalam lingkungannya, serta keberanian untuk bertanggungjawab.
4. *Qualities*: mantap dan berakal sehat, dinamis, punya semangat tinggi, berwawasan luas, memiliki kemampuan untuk maju, bersikap positif, memiliki kemauan untuk mengembangkan intelektualitasnya, rasa ingin tahu yang tinggi, menjadi pendengar yang baik, toleransi terhadap frustrasi dan memiliki gaya yang khas dengan penampilan yang baik.

Sebagai suatu profesi, public relations makin kokoh karena menyatu dengan masyarakat. Walaupun begitu, dimasa mendatang profesi ini akan menghadapi tantangan isu-isu krusial yang harus diselesaikan. Di lain pihak, tantangan tersebut akan menjadi peluang bagi profesi public relations untuk lebih membumi. Mengingat kompleksnya persoalan, profesi public relations tidak dapat berjalan sendiri. Public relations harus dapat bekerjasama dengan bagian/divisi-divisi lain di organisasi.

Dalam masyarakat Islam tentu perilaku yang harusnya dimiliki oleh para praktisi public relations ini banyak dicontohkan oleh Nabi Muhammad Saw., dimana Nabi Muhammad Saw. memiliki gaya komunikasi yang luar biasa, *pertama*; Nabi Muhammad menggunakan bahasa sederhana, singkat, dan padat. *Kedua*; Nabi Muhammad sangat memperhatikan orang-orang yang dihadapinya dan menyesuaikan pesan komunikasi yang disampaikan sesuai dengan keadaan komunikannya. *Ketiga*; Nabi Muhammad mampu berkomunikasi melalui teladan, artinya nabi tidak hanya berbicara tetapi juga memberikan contoh.¹¹

Manajer public relations sebagai pimpinan tertinggi dalam departement public relations selain bertanggungjawab atas segala kegiatan public relations, juga bertugas menciptakan dan memelihara citra baik organisasi, memantau pendapat eksternal tentang segala sesuatu yang berkaitan dengan citra, kegiatan, dan kepentingan-kepentingan perusahaan, memberikan nasehat kepada pihak manajemen mengenai berbagai masalah komunikasi yang penting, dan menyediakan informasi kepada khalayak perihal kebijakan organisasi, kegiatan, produk, jasa, personalia, dan sebagainya.

¹¹ Iqra' Al-Firdaus, *Kiat Hebat Public Relations ala Nabi Muhammad Saw* (Yogyakarta: Najah, 2013), h. 137.



III. PENUTUP

Public relations memegang peran penting dalam suatu organisasi, peranan ini yang bisa menjadikan public relation menjadi sebuah profesi. Kategori profesi public relations antara lain: *pertama*; Penasehat Ahli. Seorang praktisi public relations yang berpengalaman dan memiliki kemampuan tinggi dapat membantu mencari solusi dalam penyelesaian masalah hubungan dengan publiknya. *Kedua*; Fasilitator Komunikasi. Dalam hal ini praktisi public relations bertindak sebagai komunikstor atau mediator untuk membantu pihak manajemen dalam hal mendengarkan apa yang diinginkan dan diharapkan oleh publiknya. *Ketiga*; Fasilitator Proses Pemecahan Masalah. Peranan praktisi public relations dalam proses pemecahan persoalan merupakan bagian dari tim manajemen.

Oleh karena itu seorang public relations tersebut harus menjadi manajer yang memiliki kemampuan manajerial, dan memiliki kemampuan teknis dalam berkomunikasi, yaitu: *Skills*: seorang public relations profesional harus memiliki keahlian untuk menulis secara efektif dan berbicara secara persuasif untuk dapat mempengaruhi dan menarik minat publik. *Knowledge*: memiliki pengetahuan yang mendalam mengenai berbagai publik dan media. *Abilities*: mampu memecahkan masalah, membuat keputusan yang tidak berpihak atau bersikap objektif. *Qualities*: mantap dan berakal sehat, dinamis, punya semangat tinggi, dan berwawasan luas.



DAFTAR PUSTAKA

- Alo Liliwari, *Sosiologi dan Komunikasi Organisasi* (Jakarta: Bumi Aksara, 2014)
- Iqra' Al-Firdaus, *Kiat Hebat Public Relations ala Nabi Muhammad Saw.* (Yogyakarta: Najah, 2013)
- Ludwig Suparmo, *Aspek Ilmu Komunikasi Dalam Public Relations* (Jakarta: Indeks, 2011)
- Neni Yulianita, *Dasar-Dasar Public Relations*, (Bandung: Multimedia Fikom Unisba, 2001)
- Oemi Abdurrachman, *Dasar-Dasar Public Relations*, (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2001)
- Onong Uchyana Efendy, *Hubungan Masyarakat suatu Studi* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2002)
- Rini Darmastuti, *Etika PR dan E-PR*, (Yogyakarta: Gava Media, 2007)
- Rosady Ruslan, *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*, (Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2005)



KONFLIK DAN NEGOSIASI DALAM PERSPEKTIF KOMUNIKASI

Sitti Syahar Inayah *

Abstract: *Conflict always appears in any level. The apparently conflict is usually handled by many ways and perspectives. The conflict completion from different perspective will give the different result, for example the perspective of Math, philosophy, and Communication. One of the way in completing the conflict is by negotiation. Negotiation from the perspective of communicative concerns to symbol, message, and language that is used in the exchange of proposal, the frame of issue, and persuade others in the process of achieving the deal.*

Key words: conflict, negotiation, communication

I. PENDAHULUAN

Hampir setiap hari kita disuguhi berita tentang konflik. Mulai dari lingkup antarpribadi hingga antar negara. Di Indonesia sendiri, konflik sudah menjadi gejala umum bagi perjalanan hidup bangsa. Konflik yang terjadi mulai skala kecil hingga besar seperti kerusuhan. Dari tahun 1990-an tercatat lebih dari 30 peristiwa kerusuhan baik yang bernuansa agama maupun sosial, seperti di Situbondo pada tanggal 10 Oktober 1996, di Karawang pada Tahun 1997, dan pada tanggal 13-5 Mei 1998 yang dikenal dengan ‘Tragedi Mei’ di Jakarta, Solo, Surabaya, Palembang, dan Medan. Di Ambon dan sekitarnya, Maluku Utara terjadi kerusuhan antara orang Kristen dan Islam pada tanggal 19 Januari 1998 sampai sekarang, tanggal 15 Desember 1999 di Kompleks Doulos Tugu Cipayung Jakarta Timur serta peristiwa-peristiwa kerusuhan lainnya.¹

Memasuki tahun 2000 hingga sekarang, kita senantiasa diperhadapkan pada konflik yang terjadi antara masyarakat dengan pemilik perusahaan setempat. Antara Buruh pabrik dan manajemen pabrik, dan lainnya. Konflik yang terjadi di Papua antara masyarakat lokal dengan PT Freefort Indonesia tahun 2006 hingga kini belum redah. Bahkan mulai meluas ke konflik antara karyawan dan manajemen PT. Freefort. Konflik di desa Sungai Sodong, Mesuji Sumatera Selatan antara masyarakat setempat dengan perusahaan kelapa sawit PT Sumber Wangi Alam (SWA) dan konflik juga terjadi antara perusahaan tambang PT Sumber Mineral Nusantara yang kemudian memicu konflik aparat

* Penulis adalah dosen pada Jurusan Dakwah dan Komunikasi STAIN Samarinda

¹ Imam Tholkah (ed), *Konflik Sosial Bernuansa Agama di Indonesia*, (Jakarta: Departemen Agama, 2002), h. Xi.



keamanan dengan masyarakat di Pelabuhan Sape tanggal 24 Desember 2011. Hingga memasuki tahun 2014 tidak terhitung konflik yang terjadi di Indonesia. Namun dari beberapa kasus dapat dilihat bahwa konflik terjadi pada semua asas.

Konflik yang terjadi tentu saja tidak dibiarkan begitu saja melainkan dilakukan upaya penyelesaian. Konflik di Ambon diselesaikan dengan perundingan yang di kenal dengan Perjanjian Malino I dan II. Rangkaian kasus kerusuhan di Poso sejak tahun 2001 hingga 2006 juga diselesaikan dengan perundingan yang kemudian dikenal dengan Rekonsiliasi Malino. Konflik antara GAM di Aceh dengan Pemerintah RI juga diselesaikan dengan perundingan.

II. PEMBAHASAN

A. Konflik dan Negosiasi

Indonesia kaya dengan pengalaman kerusuhan, ketegangan, dan konflik sosial, dan sekaligus kaya juga dengan cara-cara meredam konflik tersebut. Tapi sayangnya cara-cara yang dikembangkan untuk meredam kerusuhan, ketegangan, dan konflik sosial ini tidak pernah mampu meredam konflik secara tuntas. Kejadian kerusuhan, ketegangan, dan konflik muncul kembali di tempat lain atau mungkin juga di tempat yang sama dengan model konflik yang serupa dengan kejadian sebelumnya.

Karena itu perlu untuk meninjau lebih dalam tentang konflik dan upaya menyelesaikannya. Negosiasi merupakan salah satu pendekatan untuk mengelola konflik dalam setting antarpribadi, kelompok, organisasi, sosial, dan internasional. Negosiasi dibedakan secara tipikal dari bentuk manajemen konflik melalui penekanannya pada tujuan-tujuan yang tidak sesuai diantara orang-orang dan pertukaran usul yang bertujuan untuk mengurangi perbedaan antara dalam ketidaksesuaian dan menciptakan kesepakatan. Dalam konteks ini konflik dan negosiasi menjadi penting untuk dikaji.

Untuk memperdalam pemahaman tentang konflik dan negosiasi perlu definisi masing-masing dan makna yang muncul ketika kedua kata tersebut dirangkaikan. Konflik berasal dari kata kerja latin *configere* yang berarti saling memukul. Sedangkan negosiasi dalam Oxford adalah suatu cara untuk mencapai suatu kesepakatan melalui diskusi formal. Dalam KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia), kata negosiasi diartikan sebagai proses tawar-menawar dengan jalan berunding untuk memberi atau menerima guna mencapai kesepakatan bersama antara satu pihak (kelompok atau organisasi) dengan pihak lain.

Definisi tentang konflik beragam namun penulis mencoba mengajukan beberapa definisi yaitu:

Konflik sebagai oposisi sosial menurut James Schellenberg: *We may define sosial conflict as the opposition between individuals and group on the*



*basis of competing, different identities, and/or differing attitudes.*² Definisi ini berkonsentrasi pada konflik sosial, bukan konflik intrapersonal. Dengan demikian, konfliknya fokus pada orang-orang dan bukan pada personaliti. Ada tiga sumber perbedaan yang penting yaitu kompetisi, identitas, dan sikap.

Konflik sebagai pertentangan tujuan-tujuan oleh Gay Lumsden dan Donald Lumsden: *Conflict occurs when two or more people perceive their individual goals as being mutually exclusive—that is, if they perceive that accomplishing one person's goal keeps another's goal from being achieved.*³ Definisi ini menekankan pentingnya peran dalam konflik. Selain itu, dalam konflik ada yang menang ada yang kalah yaitu ketika seseorang berusaha mencapai keinginannya, maka ada orang lain yang secara otomatis kehilangan.

Konflik sebagai antagonisme oleh Clinton Fink: *conflict is any social situation or process in which two or more social entities are linked by at least one form of antagonistic psychological relation or at least one form of antagonistic interaction.*⁴ Ada beberapa variabel dalam konflik yang didefinisikan disini yaitu entitas sosial termasuk orang-orang, kelompok, institusi, dan bahkan negara. Hal ini menunjukkan luasnya level konflik. Variabel lain yaitu hubungan, penyampaian gagasan bahwa kelompok yang berkonflik dihubungkan dalam beragam cara. Hubungan yang dimaksudkan di sini adalah hubungan komunikasi

Konflik dalam *Encyclopedia of Communication Theory* (1) didefinisikan sebagai interaksi saling ketergantungan orang-orang yang melihat pertentangan tujuan-tujuan, maksud, dan atau nilai-nilai dan siapa yang melihat kelompok lain berpotensi mengganggu realisasi tujuan.⁵ Ada tiga poin penting dalam definisi tersebut yaitu interaksi, ketidakcocokan, dan saling ketergantungan.

Adapun definisi negosiasi menurut Goodpaster: proses interaksi dan komunikasi yang dinamis dan beraneka ragam, mengandung seni dan penuh rahasia, untuk mencapai suatu tujuan yang dianggap menguntungkan para pihak. Interaksi, komunikasi dan seni, serta tujuan merupakan elemen dalam definisi di atas.⁶

Negosiasi diartikan oleh Friedrich-Naumann-Stiftung sebagai suatu proses dimana sedikitnya dua orang (atau lebih) berusaha mencapai sesuatu, agar hal itu tercapai, kedua pihak harus menyepakati suatu cara pemecahan. Namun itu baru

² Stephen W. Littlejohn, & Kathy Domenici, *Communication, Conflict, and The Management of Difference*, (Long Grove, Illinois: Waveland Press Inc, 2007), h. 7.

³ ibid

⁴ ibid, h. 8.

⁵ Littlejohn, Stephen W. & Foss. Karen. *Encyclopedia of Communication Theory* (1&2). (Sage, 2009)

⁶ Cahyo S. Wijaya, *Jurus Maut Negosiasi: Kiat Efektif Menjadi Negosiator Handal*, (Yogyakarta: Second Hope, 2011), h. 7.



permulaan, kedua pihak harus bekerjasama dalam pelaksanaan dari 'kontrak' yang telah disepakati.⁷

Konflik dan negosiasi adalah dua hal saling terkait secara dinamis, interaksi yang berulang antara sumber dan target yang secara simultan bergantian menjadi pengirim dan penerima pesan, usaha saling mempengaruhi. Menurut penulis, konflik muncul karena adanya perbedaan pandangan dalam mencapai tujuan. Sementara negosiasi digunakan untuk menyelesaikan konflik. Dalam dinamika konflik dan negosiasi ada upaya untuk saling mempengaruhi. Salah satu cara mempengaruhi adalah dengan persuasi yang diartikan sebagai aktivitas menciptakan, menguatkan, atau memodifikasi kepercayaan, sikap, atau perilaku.

Ada perbedaan antara persuasi dengan negosiasi yaitu dalam negosiasi sumber dan target saling mempengaruhi dalam suatu keadaan yang saling ketergantungan. Hasil (*outcome*) tergantung pada tindakan orang lain. Sementara persuasi mengandung satu potret interaksi dimana sumber tidak secara langsung memengaruhi target dengan perhatian pada satu dimensi masalah, tidak ada saling ketergantungan. Persuasi dikatakan berhasil jika bisa mengubah pemikiran atau kepercayaan seseorang, dimana perubahan pemikiran dan sikap akan memengaruhi perubahan perilaku.

Keberhasilan dalam mengukuhkan atau mengubah sikap atau kepercayaan dan dalam mengajak seseorang untuk berbuat sesuatu akan sangat bergantung pada pemanfaatan prinsip-prinsip persuasi. Ada empat prinsip utama persuasi yang dirangkum Devito (1996) dari Bettinghaus & Cody, 1987; Littlejohn & Jabusch, 1987, Smith, 1982 yaitu:

1. Prinsip Pemaparan selektif (*Selective Exposure Principle*)

Prinsip ini memiliki dua bagian yaitukhalayak secara aktif mencari informasi yang mendukung opini, kepercayaan, nilai, keputusan, dan perilaku mereka.

Khalayak akan secara aktif menghindari informasi yang bertentangan dengan opini, kepercayaan, sikap, nilai dan perilaku mereka sekarang.

2. Prinsip Partisipasi Khalayak

Persuasi akan berhasil jika khalayak berpartisipasi secara aktif dalam upaya persuasi tersebut. Agitator yang berhasil mengumpulkan massa seringkali mengajak massanya menyanyikan slogan-slogan, mengulangi semboyan, dan sebagainya. Pada prinsip ini, persuasi adalah proses transaksional yang melibatkan pembicara maupun pendengar.

3. Prinsip Inokulasi

Khalayak yang telah terinokulasi - khalayak yang telah mengetahui posisi pembicara dan telah menyiapkan senjata berupa argumen-argumen yang menentang pembicara - agak sulit diyakinkan. Akan lebih mudah

⁷ *ibid*, h. 13.



membujuk khalayak yang belum terinokulasi karena tidak perlu menembus tameng penolakan mereka. Sebagai contoh, mungkin lebih mudah untuk meyakinkan sekelompok lulusan SMA akan manfaat kurikulum inti sebuah universitas karena mereka barangkali belum pernah memikirkan masalah ini. Mereka barangkali belum mempunyai pendapat tentang kurikulum tersebut

4. Prinsip Besar Perubahan.

Makin besar dan makin penting perubahan yang ingin dihasilkan atas diri khalayak, makin sukar jalan yang harus dilalui. Sebabnya jelas: kita biasanya menuntut sejumlah besar alasan dan bukti sebelum mengambil keputusan penting—perubahan karier, pindah ke daerah lain, atau menginvestasikan uang pesangon dalam bentuk saham tertentu.

Berdasarkan pada paparan di atas maka penulis akan mengkaji negosiasi dalam konflik dengan pendekatan persuasif. Dengan kata lain penulis membatasi konflik dan negosiasi adalah upaya menyelesaikan pertentangan-pertentangan yang muncul dengan cara mencari kesepakatan dari kedua belah pihak. Pencarian kesepakatan dilakukan dengan cara persuasi.

Untuk menuju pada pilihan masalah, maka negosiasi dalam konflik dengan pendekatan persuasif akan ditinjau dari beberapa perspektif. Perspektif itu nantinya diharapkan dapat menuntun penulis dalam memandang fokus permasalahan. Perspektif tersebut antara lain filsafat, matematika dan komunikasi.

Dalam filsafat, persuasi dapat ditelusuri dari abad ke-5 sampai abad ke-4 sebelum masehi yaitu ketika sekelompok guru yang dikenal sebagai filosof mengajar mahasiswa dalam seni berbicara dengan persuasi. Yang lebih signifikan adalah retorika Aristoteles yang retorika ini disamakan dengan persuasi yaitu *the art of discovering all the available means of persuasion*. Retorika bekerja pada tiga dasar yaitu logika, emosi dan kualitas yang mempersuasi. Dengan kata lain prinsip retorika Aristoteles adalah *Ethos*—karakter pembicara, *logos* atau *logic*—rasionalitas pesan, *pathos*—ketertarikan emosional pendengar. Hal ini berarti bahwa retorika dapat digunakan dalam negosiasi dalam konflik dengan pendekatan persuasif. Dimana upaya mempengaruhi seseorang dengan menggunakan prinsip *ethos*, *logic*, dan *pathos*.

Dari perspektif matematika, bagaimana menyelesaikan konflik dapat dilihat pada Teori Permainan. Teori Permainan ini merupakan salah satu model awal teori konflik. Model ini melihat komunikasi sebagai pertukaran informasi yang mudah yaitu dilihat dari binari (komunikasi atau tidak). Teori ini merupakan bagian dari Ilmu Matematika yang kemudian berkembang dalam ekonometri. Teori ini mempelajari interaksi antar agen, dimana setiap strategi yang dipilih akan memiliki *payoff* yang berbeda bagi tiap agen.

Teori Permainan Konsisten mengonstruksi situasi dimana pemain saling bergantian membuat pilihan yang mengarah pada *payoff*. Teori ini menekankan



pada pembuatan keputusan yang rasional, karenanya memerlukan strategi permainan. Dalam permainan pemain membuat pilihan yang mengarah pada imbalan atau hukuman yang didasarkan pada pilihan pihak lain. Tujuannya untuk memaksimalkan pencapaian dan meminimalkan kehilangan.

Menurut hemat penulis teori ini dapat digunakan dalam menyelesaikan konflik. Namun ketika konflik itu akan diselesaikan dengan cara negosiasi dengan pendekatan persuasi tidak dapat diterapkan. Mengapa demikian, karena teori ini mengandaikan tidak terjadi negosiasi didalamnya. Dimana jika seseorang mendapatkan keuntungan maka pihak lain mengalami kehilangan. Hal ini tentu saja tidak sesuai dengan prinsip-prinsip negosiasi dan persuasi.

Bagaimana menyelesaikan konflik dan negosiasi dalam perspektif komunikasi? Pendekatan komunikasi dalam kajian tentang negosiasi fokus pada interaksi elemen-elemen dalam proses negosiasi yang mencakup simbol, pesan, dan bahasa yang digunakan dalam pertukaran usulan, bingkai isu, dan mempersuasi orang lain pada proses mencapai kesepakatan. Ada beberapa teori yang dapat digunakan antara lain Teori Atribusi, Teori Konsistensi, dan *Social Judgement Theory*.

Berdasarkan definisi Clinton Fink yang dipaparkan sebelumnya terlihat ada entitas sosial yang dilingkupi konflik yang terjadi yaitu orang-orang, kelompok, institusi, dan bahkan negara. Hal ini menunjukkan luasnya level konflik. Karena itu, konflik dapat terjadi antarpribadi, konflik organisasi, konflik komunitas, konflik antarnegara. Yang akan dibahas lebih lanjut adalah konflik dan manajemen konflik antarpribadi, organisasi, dan komunitas.

Dalam konflik antarpribadi, manajemen konflik yang diterapkan bisa saja tidak efektif mengatasi konflik yang terjadi. Devito (1996) menyebutkan beberapa manajemen konflik yang tidak produktif diantaranya penghindaran, non-negosiasi, dan redefinisi serta pemaksaan.

Salah satu reaksi terhadap konflik yang paling sering dilakukan adalah **penghindaran** (avoidance). Sering kita jumpai dalam bentuk pelarian fisik seperti seorang istri memutuskan untuk kembali ke rumah orang tuanya untuk menetap ketika terjadi konflik dengan suaminya. Seringkali pula media menyajikan berita seorang anak meninggalkan rumah karena ada perbedaan pendapat dengan orang tuanya. Dalam pertemanan seringkali seseorang memutuskan pertemanannya begitu saja karena merasa tidak cocok lagi. Berusaha menghindar jika berpapasan misalnya, dan mencari teman yang lain.

Dalam **non-negosiasi**, seseorang tidak mau mendiskusikan atau mendengarkan argumen pihak lain. Kadang-kadang non-negosiasi ini dilakukan dalam bentuk memaksakan pendapatnya sampai pihak lain menyerah. Ini adalah teknik '*steamrolling*' (bolduser).

Ada kalanya konflik atau sumber yang dituduh sebagai penyebab konflik **diredefinisi** sedemikian rupa sehingga seakan-akan sama sekali tidak ada konflik. Ketika seorang suami berkata kepada istrinya, 'ini bukan kencana,



hanya perjalanan bisnis yang dilakukan bersama'. Pada waktu yang lain konflik mungkin didefinisi sehingga menjadi masalah yang sama sekali berbeda, seperti bisa seseorang berkata 'kecemburuanmu berlebihan, sebaiknya kamu berkonsultasi ke psikiater. Saya tidak sanggup menghadapi kecemburuanmu setiap hari'. Perilaku-perilaku yang dimunculkan tidak berusaha untuk menghadapi konflik, melainkan dikesampingkan. Pada suatu saat konflik ini akan muncul kembali.

Pemaksaan. Bisa jadi merupakan metode yang paling tidak produktif untuk menangani konflik. Bila dihadapkan pada konflik, banyak orang berusaha memaksakan keputusan atau cara berpikir mereka dengan menggunakan pemaksaan atau kekuatan fisik. Kali lain, pemaksaan lebih bersifat emosional daripada fisik. Tetapi apapun yang dilakukan, pokok masalahnya tetap tidak tersentuh. Pihak yang 'menang' adalah pihak yang paling banyak menggunakan kekuatan.

Dalam hubungan antarpribadi, sebenarnya sangat memungkinkan untuk menegosiasikan konflik dengan pendekatan persuasif. Karena sifat hubungan antarpribadi itu sendiri memungkinkan terciptanya suasana upaya persuasif. Misalnya, saja keakraban. Secara psikologis, seseorang lebih gampang dipengaruhi jika kita akrab dengannya.

Konflik yang kedua yaitu konflik dalam organisasi. Konflik dalam organisasi bisa terjadi pada level individu dalam organisasi, kelompok-kelompok atau unit dalam organisasi dan antar organisasi. Pada berbagai tahap dalam pengembangan organisasi, konflik tak terelakkan. Konflik bisa terjadi karena ketidaksetujuan terhadap tujuan organisasi, peran anggota atau tanggung jawab, pengambilan keputusan, alokasi sumber daya, dinamika kelompok, hubungan antara individu-individu di dalamnya, dan sejumlah faktor lainnya.

Sejumlah pendekatan telah dikembangkan untuk menganalisis dan menyelesaikan konflik dalam organisasi. Salah satu pendekatan penyelesaian konflik adalah didasarkan pada dua dimensi yaitu *Assertiveness* - perilaku bertujuan pada kenyamanan terhadap diri dan *Cooperativeness* - perilaku bertujuan pada kenyamanan terhadap orang lain. Dari kombinasi dua dimensi tersebut dapat digambarkan lima gaya konflik yang berbeda.⁸ Gaya ini digunakan untuk memahami sumber konflik dan juga dalam hal menyelesaikan konflik.

Kelima gaya tersebut adalah:

1. Gaya kompetitif. *High in assertiveness, low in cooperativeness.*
2. Gaya akomodatif. *Low in assertiveness, high ini cooperativeness.*
3. Gaya Menghindar. *Low in assertiveness, low ini cooperativeness.*
4. Gaya Kolaboratif. *High in assertiveness, high ini cooperativeness.*

⁸ Daniel, Spiker & Papa: 1997, h. 274.



5. Gaya Kompromi. *Moderate ini assertiveness, moderate ini cooperativeness.*

Lalu bagaimana dengan negosiasi dalam konflik dengan pendekatan persuasif. Menurut hemat penulis, negosiasi dalam konflik dengan pendekatan persuasif dapat ditemukan pada gaya akomodatif, kolaboratif, dan kompromi. Karena dalam ketiga gaya inilah bisa ditemukan proses negosiasi. Sementara gaya kompetitif lebih mengarah pada pemaksaan sedangkan gaya menghindari lebih cenderung menghindari konflik sebagai upaya penyelesaian.

Konflik yang ketiga adalah konflik komunitas. Beberapa level konflik komunitas adalah konflik antar etnis, konflik antar agama, dan konflik antarpelajar. Konflik komunitas ini paling sering muncul di permukaan dan menjadi kerusuhan. Selama periode reformasi hingga saat ini di Indonesia sering dilanda konflik di berbagai bidang. Berbagai konflik tersebut bermuara pada persoalan etnis, agama, ras, dan budaya. Untuk itu perlu dicari solusi yang tepat agar konflik yang sudah memakan waktu lama atau berkepanjangan ini dapat segera diatasi.

Konflik yang sudah terlanjur muncul di masyarakat dapat diatasi dengan cara sebagai berikut.

- 1) Bila konflik itu bersifat majemuk vertikal, konflik yang timbul dalam masyarakat yang struktur atau pelapisan sosialnya tidak terpolarisasi misalnya karena tiap-tiap individu atau kelompok yang berdasarkan pekerjaan, profesi dan tempat tinggal memiliki kepentingan berbeda bahkan saling bertentangan, maka alternatif penyelesaian konflik yang dapat dilakukan adalah mengerahkan kemampuan semua pihak yang terlibat konflik untuk saling menyesuaikan diri dengan kepentingan dan nilai-nilai yang dimiliki pihak lain.
- 2) Bila konflik itu bersifat majemuk horizontal, konflik yang timbul dalam masyarakat yang struktur atau pelapisan sosialnya terpolarisasi menurut pemikiran, kekayaan, pengetahuan, dan kekuasaan, maka alternatif penyelesaian konflik yang dapat dilakukan adalah mengurangi disparitas (perbedaan) di antara kedua belah pihak. Misalnya bila konflik yang terjadi menyangkut kekayaan, maka alternatif penyelesaian konfliknya adalah bagaimana kekayaan itu mampu didistribusikan secara merata. Namun apabila konflik itu menyangkut kekuasaan, maka alternatif penyelesaian konfliknya adalah melakukan prinsip proporsionalitas, yakni posisi-posisi pemerintahan yang terpenting didistribusikan kepada golongan-golongan masyarakat sesuai dengan perbandingan jumlah penduduk secara keseluruhan.
- 3) Bila konflik itu menyangkut kurangnya saluran komunikasi politik, maka alternatif penyelesaian konflik yang dapat ditempuh adalah bagaimana proses penyaluran aspirasi, komentar, partisipasi dan unek-unek masyarakat bisa



dilakukan. Seperti disinyalir, selama ini diindikasikan adanya kekuatan besar negara di satu pihak dan ketidakberdayaan masyarakat di pihak lain menyebabkan tersumbatnya saluran komunikasi politik. Hal tersebut menyebabkan timbulnya sistem politik yang kaku dengan tidak adanya peluang kemandirian masyarakat. Akibatnya, segala sesuatu yang tidak sesuai dengan pemerintah akan terpinggirkan.

Selain dengan ketiga cara tersebut di atas, Hendropuspito (1989) mengemukakan empat cara lain yang dapat dilakukan di dalam penanganan konflik etnis, yaitu melalui: konsiliasi, mediasi, arbitrase, dan detensi.

Konsiliasi atau perdamaian, yaitu suatu cara untuk mempertemukan pihak-pihak yang berselisih guna mencapai persetujuan bersama untuk berdamai. Dalam proses konsiliasi ini, kedua pihak yang berselisih dapat meminta bantuan kepada pihak ketiga untuk memberikan berbagai pertimbangan yang dianggap baik bagi kedua belah pihak untuk menghentikan sengketa. Contoh penanganan konflik dengan cara konsiliasi ini misalnya perdamaian antara etnis Madura dan Dayak yang dilakukan pada 2 Maret 2001 di Yogyakarta. Etnis Madura diwakili oleh mahasiswa pelajar Madura, sedangkan wakil etnis Dayak diwakili oleh mahasiswa pelajar se-Kalimantan. Kemudian wakil dari pemerintah adalah Gubernur DIY Sri Sultan Hamengkubuwono X sebagai juru damai yang sekaligus memandu acara perdamaian tersebut. Sebagai juru damai Sri Sultan Hamengkubuwono X mengambil langkah-langkah untuk berdamai bagi kedua belah pihak yang berselisih. Akan tetapi pengambilan keputusan untuk berdamai harus dilakukan oleh pihak yang berselisih itu sendiri.

Mediasi yaitu suatu cara menyelesaikan suatu pertikaian dengan menggunakan perantara (mediator). Mediator memberikan konsultasi kepada pihak-pihak yang bertikai, jadi perannya lebih bersifat konsultatif, dan tidak mempunyai wewenang untuk memberikan keputusan yang mengikat kedua belah pihak yang bersengketa. Pihak-pihak yang bersengketa itulah yang harus mengambil keputusan untuk menghentikan perselisihan. Jadi peran mediator di sini hampir sama dengan peran konsiliator. Konsiliator biasanya berasal dari pihak yang masih memiliki ikatan fungsi struktural, seperti pemerintah. Sedangkan mediator bisa berasal dari pihak yang tidak memiliki ikatan fungsi struktural, seperti Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM). Kepedulian pihak-pihak yang tidak terlibat sengketa, seperti LSM sangat penting untuk menjembatani kebuntuan penyelesaian konflik. Peran seperti ini telah dilakukan LSM di Kalimantan.

Arbitrase artinya, dalam menyelesaikan konflik dilakukan melalui proses pengadilan, dengan hakim (arbiter) bertindak sebagai pengambil keputusan. Melalui proses pengadilan ini, arbiter memberikan keputusan yang mengikat dan wajib ditaati oleh kedua belah pihak yang bersengketa. Apabila salah satu pihak tidak puas terhadap keputusan pengadilan di tingkat pertama itu, maka ia dapat mengajukan banding ke pengadilan yang lebih tinggi.



Paksaan (*coersion*) ialah suatu cara untuk menyelesaikan pertikaian dengan menggunakan paksaan fisik ataupun psikologis. Paksaan fisik digunakan bila paksaan psikologis tidak berhasil. Pihak yang menggunakan penyelesaian konflik dengan cara paksaan ini biasanya adalah pihak yang merasa dirinya lebih kuat, dan mampu menghancurkan musuh. Karena merasa menang, maka pihak yang kuat inilah yang menentukan persyaratan untuk menyerah dan berdamai yang harus diterima oleh pihak yang lemah.

Detensi (mengendorkan) artinya mengurangi hubungan tegang antara dua pihak yang bertikai. Model penyelesaian konflik ini hanya merupakan persiapan untuk mengadakan pendekatan dalam rangka pembicaraan tentang langkah-langkah mencapai perdamaian. Dengan demikian belum ada penyelesaian yang bersifat defenitif, karena belum ada pihak yang dinyatakan menang atau kalah

Ada hal yang menarik bagi penulis dalam menyelesaikan konflik komunitas. Konflik antaretnis dan antaragama selalu ditanggapi segera dan dicarikan jalan keluarnya. Namun lain halnya dengan konflik antarpelajar, nyaris tidak adanya penyelesaian secara menyeluruh terkecuali secara hukum. Padahal intensitas kemunculannya bahkan lebih tinggi dari kedua konflik lainnya. Meski konflik antarpelajar tidak saling terkait satu sama lain, namun peristiwanya meluas terjadi di seluruh Indonesia. Bahkan menyebabkan konflik bisa saja hanya persoalan sepele misalnya, saling ejek.

Data dari radio KBR68H menunjukkan selama tahun 2011, sebanyak 80 pelajar tewas akibat tawuran. Tercatat jumlah peristiwa tawuran pelajar meningkat dari 128 kasus pada tahun 2010 menjadi 340 kasus pada tahun 2011. Sekitar 70 persen tawuran tersebut terjadi di Jakarta.⁹

Penulis mencoba mengambil contoh upaya penyelesaian konflik yang tidak dilakukan dengan negosiasi. Sehingga masalahnya tidak selesai bahkan cenderung berulang dari tahun ke tahun hingga sekarang. Salah satu contoh tawuran pelajar adalah tawuran pelajar yang melibatkan pelajar SMP 79 dan SMP 269 di jalan Angkasa Ujung, Kemayoran, Jakarta Pusat pada Senin, 12 September 2011. Kejadian tersebut bermula dari saling ejek lalu meningkat menjadi perkelahian yang menyebabkan seorang pelajar tewas. Pihak aparat kepolisian mengaku meleraikan perkelahian tersebut namun kemudian berlanjut di tempat lain. Setelah jatuh korban jiwa, polisi mengamankan pelaku. Upaya yang dilakukan antara lain:

1. Polisi berkoordinasi dengan pihak sekolah agar tidak terjadi kejadian serupa.
2. Polisi mendatangi orang tua korban agar tidak melakukan aksi balas dendam.

Kedua upaya tersebut menurut hemat penulis tidaklah cukup karena pihak yang bertikai atau berkonflik tidak dilibatkan sama sekali. Padahal tidak

⁹ www.kbr68h.com



menutup kemungkinan muncul dendam diantara teman korban dan melakukan pembalasan. Hal seperti ini luput dari perhatian baik pihak sekolah maupun aparat keamanan. Itu hanyalah salah satu contoh konflik antarpelajar yang sangat mudah ditemukan dalam kehidupan sehari-hari.

Beberapa upaya yang dilakukan dalam menyelesaikan konflik antarpelajar adalah:

1. Pemerintah: Pengerahan satpol PP di wilayah rawan tawuran. Polisi membubarkan pelajar yang berkerumun yang dianggap berpotensi memicu tawuran.
2. Pihak sekolah: pengadaan ajang kompetisi prestasi antarpelajar
3. Masyarakat: bersama aparat membubarkan tawuran.

Upaya penyelesaian secara khusus misalnya dengan cara mempertemukan langsung pelajar yang bertikai sampai saat ini belum ditemukan baik oleh pihak sekolah, aparat keamanan maupun pemerintah. Padahal dengan cara demikian diharapkan para pelajar yang bertikai dapat membicarakan langsung masalah yang terjadi dan mencari jalan keluarnya secara bersama-sama. Karena itu, menurut hemat penulis, perlu dilakukan negosiasi oleh kedua belah pihak pelajar yang berkonflik. Mereka perlu bernegosiasi agar tidak terulang lagi peristiwa yang sama.

Hal itulah yang mendasari pentingnya negosiasi konflik secara persuasi dalam konflik antarpelajar. Perspektif yang sebaiknya digunakan adalah perspektif komunikasi. Mengapa komunikasi bukan filsafat atau matematika? Alasannya adalah, jika menggunakan perspektif filsafat maka negosiasi secara persuasi hanya akan terjadi pada tataran logika, emosi dan kualitas yang mempersuasi saat berlangsung negosiasi. Sementara dalam perspektif matematika tidak mengandaikan adanya negosiasi melainkan strategi permainan. Padahal ada berbagai hal yang harus ditinjau misalnya simbol, pesan, dan bahasa yang digunakan dalam pertukaran usulan, bingkai isu, dan memersuasi orang lain pada proses mencapai kesepakatan.

III. PENUTUP

Indonesia yang majemuk memungkinkan munculnya konflik dalam berbagai tataran. Konflik yang muncul hendaknya diselesaikan agar tidak menimbulkan kerugian yang besar. Penyelesaian konflik dengan perspektif komunikasi merupakan cara yang efektif menyelesaikan konflik. Dengan memersuasi satu sama lain, kedua belah pihak akan merasa tidak ada yang dirugikan dalam penyelesaian tersebut.



DAFTAR PUSTAKA

- Deutsch, Morton, Coleman, Peter T. (ed), *The Handbook of Conflict Resolution: Theory and Practice*, San Fransisco: Jossey-Bass Publisher, 2000.
- Goodman, Norman. *Introduction to Sociology*. NY: Harperperennial, 1992.
- Littlejohn, Stephen W., Domenici, Kathy, *Communication, Conflict, and The Management of Difference*, Long Grove, Illinois: Waveland Press Inc, 2007.
- Littlejohn, Stephen W. & Foss. Karen. *Encyclopedia of Communication Theory (1&2)*. Sage 2009.
- May, Steve, Mumby, Dennis K. (ed), *Enganging Organizational Communication: Theory & Research*, London: Sage Publication, 2005.
- Sarwono, Sarlito W. *Pengantar Psikologi Umum*. Jakarta: Rajawali Press, 2010.
- Schumann, Olaf Herbert. *Agama-agama Kekerasan dan Perdamaian*, Jakarta: BPK Gunung Mulia, 2011.
- Surajiyo, *Ilmu Filsafat Suatu Pengantar*, Jakarta: Bumi Aksara, 2005
- Susan, Novri. *Pengantar Sosiologi Konflik dan Isu-isu Konflik Kontemporer*. Jakarta: Kencana, 2010.
- Tholkhah, Imam (ed), *Konflik Sosial Bernuansa Agama di Indonesia*, Jakarta: Departemen Agama, 2002.
- Weber, Ann L. *Social Psychology*. NY: Harperperennial, 1992
- Wijaya, Cahyo S., *Jurus Maut Negosiasi: Kiat Efektif Menjadi Negosiator Handal*, Yogyakarta: Second Hope, 2011.
- Wirawan, *Konflik dan Manajemen Konflik: Teori, Aplikasi, dan Penelitian*, Jakarta: Salemba Humanika, 2010.



KETERAMPILAN KOMUNIKASI PUSTAKAWAN INFORMASI PERPUSTAKAAN STAIN SAMARINDA

Andi Muh. Rajanuddin*

Abstract: *Library is a tool that has a wide range of information. As a service of information, communication interaction is strongly influenced by the librarian. The librarians are required to have the communication skills, which are expected to provide services to library patrons. In addition, a librarian should empathy, supportiveness, positiveness, equality, confidence, immediacy, interaction management to support the librarian skills in creating effective communication with visitors. To improve the communication skills of librarians should have to have confidence, attractiveness and strength.*

Key Words: Librarian, communication skill

I. PENDAHULUAN

Komunikasi tidak bisa lepas dari kehidupan manusia. Bagaimana tidak, tanpa adanya komunikasi seseorang tidak mampu berinteraksi satu sama lain. Sehingga sebagian kehidupan kita sebagai makhluk sosial digunakan untuk berkomunikasi, agar dapat memahami satu sama lain. Untuk memahami satu sama lain dan membina hubungan dengan baik, tidak hanya dibutuhkan kemampuan di dalam berkomunikasi tetapi dibutuhkan keterampilan komunikasi.

Menurut Arifin, Keterampilan komunikasi adalah “keterampilan seseorang dalam menyampaikan pesan yang jelas sehingga mudah untuk dipahami oleh penerima pesan”.¹ Tidak hanya mampu untuk menjadi seseorang yang mampu menyampaikan pesan, tetapi mampu untuk menjadi pendengar yang baik. Akan tetapi terkadang keterampilan komunikasi, menurut sebagai orang adalah hal yang tidak penting, cukup orang lain mampu mengerti apa yang telah dibicarakan. Padahal, keterampilan komunikasi merupakan hal yang sangat mendasar terjadi komunikasi yang efektif, sehingga tidak terjadi kesalah pahaman dalam sebuah komunikasi yang berujung pada sebuah konflik.

Pentingnya keterampilan komunikasi, menuntut semua profesi memiliki keterampilan komunikasi tak terkecuali seorang pustakawan. Seorang pustakawan, yang sehariannya sebagai penyedia layanan informasi dituntut untuk

* Penulis adalah Pustakawan STAIN Samarinda

¹ M. Arifin, *Ilmu Komunikasi: Sebuah Pengantar Ringkas*, (Jakarta: Rajawali Pers 2008), h. 7.



memiliki keterampilan komunikasi. Hal ini diharapkan pustakawan mampu berkomunikasi dengan baik dan efektif, serta memberikan pelayanan prima kepada pengunjung. Keterampilan komunikasi yang harus dimiliki seorang pustakawan adalah kemampuan untuk memberikan informasi dengan penyampaian dengan tepat, dan keterampilan untuk menjadi pendengar yang baik. Sehingga dengan keterampilan komunikasi yang dimiliki, pustakawan mampu hadir secara maksimal dihadapan pada pengunjung. Hal ini sejalan dengan pandangan Murniaty, bahwa Seorang pustakawan yang profesional harus dapat menguasai keterampilan komunikasi (*communication skill*) yang baik, guna tercapainya tujuan memberikan informasi yang tepat dan mempengaruhi pengguna perpustakaan untuk memakai jasa perpustakaan.²

Peran seorang pustakawan sangat besar pengaruhnya. Seorang pustakawan sebagai individu memiliki potensi diri yang dapat dikembangkan secara optimal. Pengembangan diri ini dapat terlaksana dengan baik apabila pustakawan itu mampu menjalin komunikasi yang efektif. Melalui berbagai media komunikasi, pustakawan dapat mengekspresikan diri, mempengaruhi orang lain, menjalin kerjasama, dan meningkatkan potensi diri. Dalam hal ini, pustakawan memiliki peran strategis karena pustakawan bergerak di bidang ilmu pengetahuan dan informasi. Bidang-bidang ini sangat diperlukan oleh profesi dan fungsional. Pustakawan adalah pelaku langsung kegiatan layanan, sehingga kualitas pustakawan akan berpengaruh pada kualitas layanan perpustakaan.

Kualitas pustakawan ditentukan oleh beberapa faktor, antara lain latar belakang pendidikan yang akan menentukan keahliannya, kepribadiannya, dan kemampuan berkomunikasi. Kemampuan berkomunikasi dalam hal ini komunikasi yang efektif sangat penting, karena dalam pekerjaannya pustakawan akan berhadapan langsung dengan para pengguna perpustakaan. Keterampilan pustakawan dalam melakukan komunikasi yang efektif akan menentukan keberhasilan pustakawan tersebut dalam melaksanakan tugasnya. Dengan adanya kemampuan komunikasi ini, seorang pustakawan akan mampu membangun konsep diri, mengaktualisasikan diri, memperoleh kebahagiaan, dan memupuk silaturahmi dengan sesama.

II. PEMBAHASAN

A. Proses komunikasi dalam Perpustakaan

Komunikasi dikatakan berlangsung efektif, sebagaimana pendapat Tubbs dan Moss setidaknya ditunjukkan oleh lima hal yaitu adanya pengertian,

² Murniaty, *Membangun Image Pustakawan melalui Keterampilan Berkomunikasi*. Medan: Universitas Sumatera Utara 2006. Diakses dari <http://repository.usu.ac.id/bitstream/123456789/1732/1/06009264.pdf> akses tanggal 13 Desember 2014.



kesenangan, pengaruh pada sikap, hubungan baik serta tindakan.³ Namun demikian, dalam pelaksanaannya kerap kali dalam komunikasi menghadapi banyak hambatan, biasanya hambatan komunikasi terjadi karena adanya perbedaan bahasa yang digunakan, beragam pemaknaan terhadap pesan Informasi yang sama serta efek yang ditimbulkan dari situasi dan kondisi psikologis individu. Secara sederhana komunikasi dapat diartikan sebagai proses di mana seseorang memindahkan perangsang yang biasanya berupa lambang, kata-kata untuk mengubah tingkah laku orang lain.

Perpustakaan merupakan tempat berkumpulnya pengetahuan-pengetahuan yang terekam, baik dalam buku maupun non buku, yang dapat dimanfaatkan oleh masyarakat. perpustakaan tidak mempunyai arti jika tidak dimanfaatkan. Oleh karena itu, agar kekayaan informasi yang dimiliki oleh perpustakaan dapat diketahui dan dimanfaatkan oleh pengguna, maka perpustakaan harus menjalin komunikasi dengan pengguna.

Komunikasi akan terjadi di perpustakaan antara pengarang yang menyampaikan pesannya melalui buku-buku pada anggota masyarakat yang membaca buku yang ada di perpustakaan. Dapat pula dikatakan bahwa kegiatan komunikasi ini sebagai proses pentransferan informasi dan pikiran dari pengarang atau penulis kepada pembaca. Dengan demikian perpustakaan pusat komunikasi ilmu pengetahuan.

Komunikasi itu tidaklah harus berupa kata-kata atau sesuatu yang mempunyai arti saja, tapi hampir semua apa yang menjadi perilaku manusia adalah efek dari proses komunikasi, sebagaimana dikatakan oleh Mc. Garry:

*Living Therefore, is Largely, matter of communicating and many people make their living by communicating with others: broadcasters, politicians, advertisers, teachers – and librarians who are involved in communication in special way.*⁴

Untuk menjelaskan mengenai proses komunikasi di Perpustakaan, dapat diterapkan paradigma Harold D. Lasswell yang dikutip oleh Efendi bahwa: “Cara terbaik untuk menerangkan kegiatan komunikasi adalah dengan menjawab 5 pertanyaan, yaitu *Who, Says what, in Which Channell, to Whom, and With What Effect.*”

Paradigma Harold D. Lasswell tersebut mensyaratkan bahwa secara umum unsur-unsur dalam suatu kegiatan komunikasi adalah: Siapa (*Who*) yang berarti komunikator, menyatakan apa (*Says What*) dalam hal ini adalah pesannya, dengan media apa (*in Which channell*) menyatakan media yang

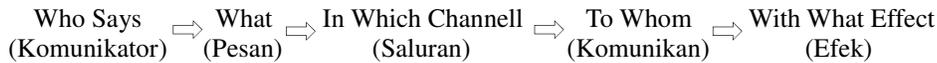
³ Rakhmat, J., *Metode Penelitian Komunikasi Dilengkapi Contoh Analisis data Statistik*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 1999), h. 201.

⁴McGarry, K.J. *Communication, Knowledge and Librarian* (London: Clive Bingley 1975), h. 7.



digunakan untuk menyampaikan pesan, kepada siapa (*to Whom*) yang menunjukkan kepada siapa pesan tersebut ditujukan, serta dengan efek bagaimana (*With What Effect*) yang berarti efek yang ingin ditimbulkan dari kegiatan komunikasi tersebut.

Apabila digambarkan secara skematis, proses komunikasi Harold D. Lasswel tersebut adalah seperti di bawah ini:



Gambar 2.1 Proses komunikasi Harold D. Lasswel

Jika diterapkan dalam kegiatan di Perpustakaan, maka aplikasi paradigma yang dibuat oleh Lasswell tersebut terhadap proses komunikasi di Perpustakaan dapat digambarkan secara skematis sebagai berikut:



Gambar 2.2 Proses komunikasi Harold D. Lasswel dalam perpustakaan

Dilihat dari skema tersebut maka dalam proses komunikasi di Perpustakaan yang bertindak sebagai komunikator adalah pustakawan, yang menyampaikan pesan-pesan baik secara langsung maupun tidak langsung. Pesan yang disampaikan oleh pustakawan tersebut berupa informasi mengenai berbagai ilmu pengetahuan dan informasi lainnya. Untuk menyampaikan pesan tersebut media yang digunakan oleh pustakawan adalah segala koleksi Perpustakaan, baik dalam bentuk tercetak seperti buku, majalah, jurnal, surat kabar, dan sebagainya, maupun dalam bentuk media elektronik seperti komputer, film, slide, mikrofis, rekaman suara, dan koleksi audio visual lainnya. Komunikan yang menjadi sasaran komunikasi adalah masyarakat pengguna Perpustakaan sesuai dengan jenis perpustakaan. Adapun efek yang ingin dicapai oleh komunikator dengan pemberian informasi tersebut adalah agar pengetahuan, sikap, maupun perilaku komunikan dapat berubah.

Manusia sebagai makhluk sosial dalam kesehariannya yang selalu melakukan proses interaksi. Hal yang sudah pasti dilakukan jika manusia melakukan proses interaksi adalah komunikasi. Sehingga komunikasi merupakan bagian yang tidak terpisahkan dalam setiap keseharian manusia, seperti yang dikatakan oleh Everet bahwa “komunikasi merupakan bagian kekal dari kehidupan manusia seperti bernafas. Sepanjang manusia ingin hidup maka



perlu komunikasi”⁵. Komunikasi adalah “kesamaan makna agar terjadi suatu pertukaran pertukaran pikiran dan pengertian antar komunikator (penyebarnya) dan komunikan adalah penerima pesan”.⁶ Seperti halnya di perpustakaan sebagai tempat untuk mendapatkan segala informasi yang dibutuhkan, maka terjadi proses komunikasi antara pustakawan (penyebarnya) dan pengunjung perpustakaan (penerima pesan).

Berangkat dari pandangan di atas bahwa perpustakaan dan komunikasi tidak bisa terpisahkan, dimana perpustakaan adalah tempat untuk mendapatkan informasi. Untuk menyalurkan informasi tersebut kepada pengunjung perpustakaan, maka diperlukan sebuah komunikasi melalui seorang pustakawan. Oleh sebab itu, seorang pustakawan dituntut untuk memiliki keterampilan komunikasi. Hal ini diperlukan agar komunikasi berjalan dengan baik dan lancar, serta memberikan manfaat baik bagi pengunjung perpustakaan atau pustakawan.

Keterampilan komunikasi (*communication skill*) adalah “kemampuan pustakawan untuk menjalin sebuah komunikasi yang baik antara pustakawan dengan pengunjung perpustakaan yang sering dipergunakan dalam kegiatan memberikan jasa pelayanan perpustakaan”.⁷

Lebih lanjut Muliando (2006) memaparkan beberapa keterampilan komunikasi yang harus dimiliki seseorang adalah:

- a. Keterampilan Menyimak (*Listening Skill*)
- b. Keterampilan Berbicara (*Speaking Skill*)
- c. Keterampilan Membaca (*Reading Skill*)
- d. Keterampilan Menulis (*Writing Skill*)⁸

Dari beberapa keterampilan komunikasi di atas, akan dijelaskan sebagai berikut :

1. Keterampilan Menyimak (*Listening Skill*)

Menyimak pembicaraan atau mendengar dengan penuh perhatian itu tidak mudah, banyak yang tidak sabar. Banyak orang yang suka memotong pembicaraan orang lain. Padahal mendengar lawan bicara, menunjukkan adanya perhatian yang sungguh-sungguh. Seperti halnya seorang pustakawan harus mampu menjadi pendengar yang baik, apa yang diinginkan pengunjung perpustakaan. Dengan menyimak, akan terjadi proses pemahaman dan apresiasi serta interpretasi pembicaraan sehingga pustakawan dapat menangkap apa yang didengarkan dan memahami apa yang dikomunikasikan. Artinya pustakawan

⁵Hafied Changara, 2012. *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Jakarta: Rajawali Pers, 2012), h.10.

⁶ Wiriyanto, *Pengantar Ilmu Komunikasi*. (Jakarta: Grasindo.,2008), h. 13.

⁷ Murniati, Op.cith.<http://repository.usu.ac.id/bitstream/123456789/1732/1/06009264.pdf> diakses tanggal 13 Desember 2014.

⁸Muliando, *PL Supervisi Perspektif Syariah*, (Jakarta: Gramedia, 2006),. h. 22.



sebagai penyimak mampu menangkap informasi yang dibutuhkan, dan memberikan *feed back* sesuai keinginan pengunjung.

Berikut ada empat alasan utama mengapa orang perlu mendengarkan:

- a. Untuk memahami dan memperoleh informasi
Orang yang menguasai informasi memiliki kesempatan besar untuk sukses, baik secara pribadi maupun konteks profesional, sebab di era sekarang menguasai informasi berarti menguasai sumber daya. Memahami perintah, memahami pesan dan memahami kebutuhan orang lain, menggali lebih banyak informasi sangat dibutuhkan sebagai modal agar dapat berkomunikasi serta menjadi kemampuan utama untuk dapat berhasil dalam setiap pekerjaan.
 - b. Analisis terhadap kualitas informasi
Kemampuan seseorang untuk dapat menganalisis informasi sangat dibutuhkan agar bertindak dengan tepat. Mendengarkan dan mendapatkan informasi lebih banyak akan meningkatkan kualitas pesan yang diterima, kelengkapan data dan kemampuan mengolah informasi, sehingga simpulan atau analisis terhadap suatu kondisi atau keadaan dapat diambil.
 - c. Membangun dan memelihara hubungan
Alasan untuk mendengar adalah alasan untuk melakukan komunikasi secara efektif. Banyak survey telah membuktikan bahwa orang yang memiliki kemampuan untuk mendengar dengan efektif memiliki hubungan yang lebih baik dengan sesamanya, sebaliknya mereka yang kurang mampu untuk mendengarkan akan memperburuk hubungan atau tidak dapat membangun hubungan yang lebih baik dengan sesamanya.
 - d. Menolong orang lain
Kemampuan mendengarkan wajib dimiliki agar dapat memahami orang lain dan pada akhirnya dapat menolong orang lain. Pada saat seseorang mau mendengarkan dan memberikan perhatian yang tulus serta serius kepada permasalahan yang kita sampaikan, hampir sebagian besar masalah kita telah dapat ditolong atau minimal dapat memberikan pola atau perspektif yang baru tentang permasalahan yang kita hadapi.⁹
2. Keterampilan Berbicara (*Speaking Skill*)
Pustakawan yang terampil didalam berbicara dapat dilihat melalui hal-hal berikut:
- a. Bicaranya jelas dan cukup keras, dapat didengar oleh pengunjung
 - b. Bahasa mudah, sesuai dengan kemampuan pengunjung perpustakaan
 - c. Pembicaraan runtut

⁹ Satriati, *Keterampilan Listening*. <http://repository.usu.ac.id/bitstream/123456789/42165/4/Chapter%20II.pdf> akses akses tanggal 13 Desember 2014.



- d. Tujuan atau informasi yang diberikan jelas
- e. Terarah langsung pada apa yang diinginkan pengunjung (tidak ngawur)

3. Keterampilan Membaca (*Reading Skill*)

Seseorang yang terampil dalam membaca bukanlah berarti sekedar dapat membaca, tetapi memahami apa yang dibaca, isinya, tujuannya, dan latar belakangnya sehingga dapat mengkomunikasikan atau memberikan gambaran kepada pengunjung perpustakaan tentang informasi yang diinginkan. Selain itu, seorang pustakawan dituntut mampu membaca situasi. Artinya, membaca respon oleh pengunjung yang secara tidak langsung (bahasa non-verbal)

4. Keterampilan Menulis (*Writing Skill*)

Menulis merupakan sebuah keterampilan berkomunikasi yang digunakan untuk berkomunikasi secara tidak langsung, tidak secara tatap muka dengan pengunjung.¹⁰ Selanjutnya Rosidi menjelaskan menulis merupakan sebuah kegiatan yang menuangkan pikiran, gagasan, dan perasaan seseorang dan bentuk tulisan sehingga diharapkan dapat dipahami oleh para pembaca dan berfungsi sebagai alat komunikasi secara tidak langsung.¹¹

B. Keterampilan Komunikasi seorang Pustakawan

Telah dipaparkan sebelumnya, untuk mendapatkan pelayanan yang prima seorang pengunjung di perpustakaan, pustakawan harus memiliki keterampilan komunikasi. Dengan adanya keterampilan komunikasi seorang pustakawan, mempengaruhi di dalam keberhasilan memberikan pelayanan yang prima kepada pengunjungnya. Tidak hanya memberikan petunjuk keberadaan informasi tersebut, melainkan memberikan gambaran informasi yang dibutuhkan pengunjung dengan ramah dan sopan santun, sehingga terjalin komunikasi yang efektif antara pustakawan dan pengunjungnya.

Untuk menciptakan komunikasi yang efektif, pustakawan harus meningat 3 hal yang berhubungan dengan keterampilan komunikasi didalam berinteraksi dengan pengguna perpustakaan, yaitu:¹²

1. Kontribusi pustakawan dalam komunikasi tersebut.

Kalau pustakawan tidak tahu apa-apa, tentunya ia tidak dapat memberikan informasi apapun kepada penggunanya. Untuk dapat menghadapi tantangan begitu cepatnya arus informasi dan perubahan, tentunya seorang pustakawan tidaklah dapat “tulalit” seperti telepon yang tidak nyambung. Ditanya ini tidak tahu dan ditanya itu tidak mengerti. Hal ini tentunya akan semakin runyam bila menghadapi perkembangan teknologi yang

¹⁰Taringan, H. G., *Menulis sebagai Keterampilan Berbahasa*, (Bandung: Angkasa Bandung, 2008), h. 27.

¹¹Rosidi, I., *Menulis Siapa Takut?* (Yogyakarta: Kasinus, 2009), h. 20.

¹²Murniati, Op.cit., <http://repository.usu.ac.id/bitstream/123456789/1732/1/06009264.pdf> akses tanggal 13 Desember 2014.



- semakin pesat. Meskipun menghadapi buku-buku kuno sehari-hari, tidak berarti ia tidak tahu tentang bagaimana mengakses informasi mengenai buku-buku yang ada dan tidak ada di perpustakaan.
2. Kemampuan mendengar pustakawan kita memang selalu mendengar, akan tetapi fahamkah kita terhadap keinginan orang lain yang suaranya sedang kita dengar? Kelihatannya memang mudah, akan tetapi pada kenyataannya tidaklah semudah itu. Kita masih sering mendengar kesalahpahaman dalam menangkap apa yang dikatakan orang lain kepada kita.
 3. Bagaimana pustakawan hadir dihadapan pengguna.
Hal ini dimaksudkan agar pustakawan tidak hanya mengerti apa yang dikatakan oleh pengguna, akan tetapi juga mengetahui bagaimana perasaan si pengguna ketika menyampaikan pesannya. Defenisi ini memang terdengar mudah, namun dalam praktek masih sering ditemui ketegangan antara pustakawan dengan pengguna, misalnya mahasiswa. Dalam kehidupanpun kita masih sering menghadapi ketegangan dengan teman sekantor, atasan, suami atau istri, orang tua, bahkan dengan anak sendiri. Hal ini terjadi karena adanya mis-komunikasi dimana pesan yang diterima ternyata berbeda dengan yang dikirim atau dimaksudkan oleh komunikator. Banyak hal yang menyebabkan ini terjadi, antara lain: pengalaman si komunikan, komunikan yang cenderung mengacuhkan pesan yang berlawanan dengan informasi yang diketahuinya, kredibilitas komunikator di mata komunikan, kondisi emosi komunikator maupun komunikan, kerangka berfikir yang berbeda, keterbukaan antara komunikator dan komunikan, perbedaan pendidikan, kemampuan berbicara, dan lain sebagainya.

Untuk mendukung keterampilan komunikasi seseorang pustakawan harus memiliki sikap sebagai berikut:¹³

1. *Empathy*

Maksudnya adalah pustakawan harus mampu untuk merasakan apa yang dirasakan oleh orang lain dalam hal ini pencari informasi yang sedang dilayaninya. Misalnya ketika ada seorang pencari informasi yang datang mencari suatu informasi dan dia mengatakan bahwa informasi tersebut sangat dia butuhkan dengan cepat, karena merupakan bahan untuk membuat karya ilmiah dia yang harus dikumpulkan 2 hari lagi.

Pustakawan yang berempati akan membantu orang yang bersangkutan dengan segera dan berusaha untuk bekerja dengan lebih cepat, karena dia ikut merasakan bahwa informasi tersebut sangat dibutuhkan dan harus diperoleh secepat mungkin.

¹³Komaridah N., *Keterampilan Komunikasi Interpersonal Bagi Perpustakaan*. Diambil dari http://aurajogja.files.wordpress.com/2012/06/keterampilan_komunikasi_internasional_bagi_pustakawan1.pdf akses tanggal 12 Desember 2014., (2009).



2. *Supportiveness*

Maksudnya adalah pustakawan harus berusaha menciptakan suasana yang nyaman, yang fleksibel, dan mendukung para pencari informasi untuk berkomunikasi dengan dia. Tunjukkan sikap bahwa pustakawan siap membantu para tamunya. Hindarkan sikap seolah-olah pustakawan mengawasi para pengunjung perpustakaan. Sering dijumpai perpustakaan yang menerapkan begitu banyak larangan pada para pengunjungnya. Dilarang merokok, dilarang membawa tas, dilarang memakai jaket, dilarang membawa makanan, dilarang ribut, dst berbagai larangan yang seolah-olah pengunjung perpustakaan itu harus steril dan tunduk tanpa syarat pada semua larangan tersebut. Lebih parah lagi apabila pustakawannya juga bersikap seperti mengawasi semua pengunjungnya, bukannya menyambut ramah sehingga pengunjung perpustakaan merasa nyaman untuk berkomunikasi dengan dia.

3. *Positiveness*

Maksudnya adalah pustakawan harus memulai komunikasi dengan para pengunjung perpustakaan dengan sikap yang positif dan menganggap mereka sebagai orang penting yang harus diperlakukan dengan baik. Menyapa pengunjung dengan kata-kata yang baik disertai dengan senyuman yang manis akan membuat mereka merasa dihargai dan sebaliknya mereka juga akan menghargai pustakawan sebagai profesional yang dapat

4. *Equality*

Maksudnya adalah pustakawan harus memandang semua yang mengunjungi perpustakaan merupakan orang-orang penting yang harus dihormati tanpa syarat. Jangan membeda-bedakan perlakuan pada pengunjung hanya karena penampilannya atau karena gelar akademisnya. Semua pengunjung perpustakaan merupakan pencari informasi yang harus dibantu secara proporsional, sehingga mereka puas atas layanan informasi yang diberikan. Hal penting lainnya berkaitan dengan *equality* adalah pustakawan jangan merasa bahwa dirinya lebih pintar dari tamunya, jangan menggurui, tapi tunjukkan bahwa pustakawan bisa membantu mereka tanpa membuat mereka merasa bodoh.

5. *Confidence*

Maksudnya adalah bahwa dalam melayani para pengunjung perpustakaan, pustakawan harus memiliki rasa percaya diri. Memang mungkin agak sulit bagi mereka yang memiliki sifat pemalu atau sering cemas, tetapi melalui latihan dan berusaha tentunya kesulitan tersebut bisa diatasi. Tunjukkan bahwa pustakawan adalah orang yang cerdas, yang menguasai pekerjaannya dengan baik. Sehingga mereka akan percaya bahwa



pustakawan merupakan orang yang dapat diandalkan untuk dikonsultasi apabila mereka membutuhkan informasi.

6. *Immediacy*

Maksudnya adalah bahwa pustakawan harus menunjukkan perhatian, rasa tertarik, dan juga senang terhadap permasalahan yang disampaikan oleh pengunjung perpustakaan. Hal tersebut bisa diekspresikan secara non-verbal dengan senyuman dan tatapan mata yang ramah. Hal ini akan membangkitkan semangat pengunjung perpustakaan untuk mau bertanya tentang informasi yang dibutuhkannya. Sikap ini akan membantu pengunjung yang pemalu atau malas untuk bertanya menjadi berani untuk berkomunikasi dengan pustakawan.

7. *Interaction management*

Maksudnya adalah pustakawan harus mampu mengelola proses komunikasi yang berlangsung antara dia dengan pencari informasi secara efektif. Membuat percakapan berjalan lancar, sehingga pencari informasi bisa menyampaikan dengan jelas apa yang dibutuhkannya, dan pustakawan pun memahaminya dengan tepat. *Interaction management* yang baik akan menciptakan situasi komunikasi yang menyenangkan yang akan memuaskan kedua belah pihak.

Dengan keterampilan komunikasi yang dimiliki seorang pustakawan dengan diharapkan mampu untuk memberikan kepuasan terhadap pelayan pustakawan. Selain itu dapat menarik banyak pengunjung untuk berkunjung ke perpustakaan.

C. Upaya Pengembangan Keterampilan Komunikasi Pustakawan

Banyak orang memiliki kemampuan dan keinginan yang besar, tetapi karena tidak dapat mengkomunikasikannya kepada orang lain, kemampuan atau keinginan itu tidak dapat dikembangkan atau terpenuhinya. Agar hal ini tidak terjadi, maka diperlukan adanya upaya pengembangan keterampilan komunikasi yang dilakukan seorang pustakawan. Untuk mencapai komunikasi yang mengena, seorang komunikator harus memiliki kepercayaan (*credibility*), daya tarik (*attractive*) dan kekuatan (*power*).¹⁴ Ketiga hal ini perlu dikembangkan oleh setiap orang yang menginginkan komunikasi yang dilakukannya berhasil.

1. Kepercayaan (*credibility*)

Kredibilitas adalah seperangkat persepsi tentang kelebihan-kelebihan yang dimiliki sumber sehingga diterima dan diikuti oleh pendengarnya. Pengembangan kepercayaan (*credibility*) dapat dikembangkan melalui teori Aristoteles. Menurut Canggara teori tersebut adalah, *ethos*, *pathos* dan *logos*. *Ethos* ialah karakter pribadinya. *Pathos* ialah pengendalian emosi. *Logos* ialah

¹⁴Hafied Changara, *Op.Cit.*, h. 43.



kemampuan argumentasi. Artinya, untuk mengembangkan kepercayaan atau kredibilitas, seorang pustakawan harus mampu memperkuat karakter pribadinya, mengendalikan emosinya dan memiliki kemampuan berargumentasi yang baik dan berdasar

2. Daya tarik (*attractive*)

Daya tarik adalah salah satu faktor yang harus dimiliki oleh seorang komunikator dalam hal ini adalah pustakawan selain kredibilitas. Faktor daya tarik (*attractiveness*) banyak menentukan berhasil tidaknya komunikasi. Pendengar atau pembaca bisa saja mengikuti pandangan seorang komunikator, karena memiliki daya tarik dalam hal kesamaan (*similarity*), dikenal baik (*familiarity*), disukai (*liking*) dan fisiknya (*physic*).

Kesamaan di sini dimaksudkan bahwa orang bisa tertarik pada pustakawan karena adanya kesamaan demografis seperti bahasa, agama, suku, daerah asal dan sebagainya. Dikenal maksudnya seorang komunikator adalah seorang yang sudah lama dikenal oleh para khalayak. Disukai artinya komunikator adalah orang yang disenangi dan disukai oleh khalayak. Fisik artinya seorang komunikator akan dapat diterima dengan baik apabila memiliki tampilan fisik yang baik dan menarik.

3. Kekuatan (*Power*)

Kekuatan dapat diartikan sebagai kekuasaan dimana khalayak dengan mudah menerima suatu pendapat kalau hal itu disampaikan oleh orang yang memiliki kekuasaan. Kepercayaan diri dalam komunikasi akan tumbuh apabila pustakawan mampu memproyeksikan dirinya ke dalam orang lain. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa, apabila seseorang ingin memiliki kekuatan dalam berkomunikasi, maka harus mampu mengembangkan kepercayaan dirinya.

III. PENUTUP

Seorang pustakawan harus memiliki keterampilan komunikasi. Keterampilan komunikasi yang dimaksud adalah keterampilan atau kemampuan yang dimiliki untuk menciptakan komunikasi yang efektif. Keterampilan komunikasi tersebut dapat berupa keterampilan berbicara, keterampilan mendengarkan atau menyimak apa yang diinginkan pengunjung. Selain itu penguasaan informasi seorang pustakawan mampu mempengaruhi keterampilan komunikasi seseorang didalam memberikan pelayanan yang prima. Sikap yang ramah, sopan dan pemberian informasi yang tepat dapat mempengaruhi pengunjung untuk selalu memakai jasa perpustakaan. Oleh karena itu selain *empathy*, *supportiveness*, *positiveness*, *equality*, *confidence*, *immediacy*, *interaction management*, dibutuhkan kepercayaan, daya tarik dan kekuatan untuk mendukung keterampilan komunikasi pustakawan.



DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, *Ilmu Komunikasi: Sebuah Pengantar Ringkas*, Jakarta: Rajawali Pers, 2008.
- Cangara, H., *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Jakarta: Rajawali Pers, 2012.
- Komariah, N., *Keterampilan Komunikasi Interpersonal Bagi Perpustakawan*, 2009. Diambil dari http://aurajogja.files.wordpress.com/2012/06/keterampilan_komunikasi_internasional_bagi_pustakawan1.pdf akses tanggal 12 Desember 2014.
- McGarry. K. J., *Communication, Knowledge and Librarian*, London: Clive Bingley, 1975.
- Mulianto, S. PL., *Supervisi Perspektif Syariah*, Jakarta: Gramedia, 2006.
- Murniaty, *Membangun Image Pustakawan melalui Keterampilan Berkomunikasi*. Medan: Universitas Sumatera Utara, 2006. Diakses dari <http://repository.usu.ac.id/bitstream/123456789/1732/1/06009264.pdf> akses tanggal 13 Desember 2014.
- Rakhmat, J., *Metode Penelitian Komunikasi Dilengkapi Contoh Analisis data Statistik*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 1999.
- Rosidi, I. *Menulis Siapa Takut?* Yogyakarta: Kasinus, 2009.
- Satrianti, A., *Keterampilan Listening*, 2013. <http://repository.usu.ac.id/bitstream/123456789/42165/4/Chapter%20II.pdf> akses akses tanggal 13 Desember 2014.
- Supratiknya, *Komunikasi antar Pribadi Tinjauan Psikologis*, Yogyakarta: Kasinus, 1995.
- Taringan, H. G., *Menulis sebagai Keterampilan Berbahasa*, Bandung: Angkasa Bandung, 2008.
- Wiryanto, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Jakarta: Grasindo, 2004.