
MALEI TOJO VILLAGE TEENAGERS VIOLENCE'S SETTLEMENTS: HOW THE VILLAGE HEAD APPLICATES COMMUNICATION STRATEGIES

PENYELESAIAN PERKELAHIAN ANTARPEMUDA DESA MALEI TOJO: BAGAIMANA KEPALA DESA MENGAPLIKASIKAN STRATEGI KOMUNIKASI

FADEL LASAWEDI¹

¹ Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Tadulako

E-mail: Fadel.poso@yahoo.co.id

Naskah diterima : 14 Desember 2018 Naskah diterbitkan: 31 Desember 2018

ABSTRACT

The purpose of this study is to find out the process of resolving fights between teenagers of Malei Tojo Village in terms of communication strategies. Communication strategies have an important role to play in solving fights. The research method used in this study is a qualitative research method in which the results of the research are in the form of narratives obtained from interviews that explain the research problems. The technique of determining the informant used a purposive sampling technique in this case the informant was intentionally determined by the researcher, namely the informants in this study were village apparatus who were directly involved in the process of resolving inter-youth fights. The researcher determined the informant as a sample based on the criteria that stakeholders were involved in the process of completing the fight. The results of this study indicate that the communication strategy carried out by the Malei Tojo Village Government is appropriate. That is by using communication planning by formulating objectives to complete fights, and determining communicators. Although the handling of the village apparatus was still relatively weak, it was to settle the fight between the teenagers of Malei Tojo Village and The Village Government had mediated and signed a peace agreement..

Keywords: Strategy; communication; fight;

Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui proses penyelesaian perkelahian antar-pemuda Desa Malei Tojo ditinjau dari strategi komunikasi. Strategi komunikasi memiliki peran penting dalam penyelesaian perkelahian. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini metode penelitian kualitatif di mana hasil penelitian berupa narasi-narasi yang diperoleh dari hasil wawancara yang menjelaskan permasalahan penelitian. Teknik penentuan informan menggunakan teknik purposive sampling dalam hal ini informan ditetapkan secara sengaja oleh peneliti, yakni informan pada penelitian ini adalah aparat desa yang terlibat langsung dalam proses penyelesaian perkelahian antar-pemuda. Peneliti menetapkan informan sebagai sampel berdasarkan kriteria bahwa stakeholder yang terlibat dalam proses penyelesaian perkelahian. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Strategi komunikasi yang dilakukan Pemerintah Desa Malei Tojo sudah tepat. Yaitu dengan menggunakan perencanaan komunikasi dengan melakukan perumusan tujuan untuk menyelesaikan perkelahian, dan menentukan komunikator. Meskipun penanganan dari aparat desa tersebut masih tergolong lemah, akan tetapi untuk menyelesaikan Perkelahian yang terjadi antara pemuda Desa Malei Tojo Pemerintah Desa telah melakukan mediasi dan menandatangani perjanjian perdamaian. Dalam hal ini pemerintah desa yang memiliki peran sebagai fasilitator telah berhasil menyelesaikan perkelahian antar-pemuda tersebut sedikit demi sedikit.

Kata Kunci : Strategi; komunikasi; perkelahian

A. PENDAHULUAN

Indonesia adalah negara majemuk, dalam artian bahwa masyarakatnya terdiri dari berbagai suku, agama, ras, dan golongan. Perbedaan-perbedaan pandangan dan tujuan sering dipandang sebagai masalah yang hanya dapat diselesaikan jika kita semua memiliki maksud yang sama, atau ketika suatu pandangan lebih kuat dari pandangan lain. Sehingga dengan adanya perbedaan tersebut seringkali menimbulkan gesekan-gesekan sosial oleh adanya seluruh kepentingan masyarakat agar tetap berintegrasi dalam kerangka Negara Kesatuan Republik Indonesia.

Masalah konflik di Indonesia merupakan fenomena yang tidak asing lagi dan menyita perhatian publik, karena wujudnya yang sebagian besar telah mengarah pada suatu kekerasan sosial dan telah meluas pada berbagai lapisan masyarakat. Pada umumnya konflik diakibatkan oleh perbedaan pendapat, pemikiran, ucapan, dan perbuatan. Sikap dasar yang sulit dan tidak ingin menerima dan menghargai perbedaan semacam itu akan mengubah seseorang berwatak suka berkonflik. Orang seperti ini akan membuat problem kecil dan sederhana sebagai alasan untuk menciptakan konflik. Konflik sebagai saluran akumulasi perasaan yang tersembunyi secara terus-menerus yang mendorong seseorang untuk berperilaku dan melakukan sesuatu berlawanan dengan orang lain. Sebuah keinginan ambisi yang kuat bahkan menyebabkan terjadinya konflik antarperorangan, sedangkan dorongan emosi yang kuat untuk menyalahkan orang lain akan

menyebabkan seseorang terlibat konflik dengan orang lain.

Seperti halnya yang terjadi di Poso, Konflik di Poso adalah salah satu konflik yang ada di Indonesia yang belum terpecahkan sampai saat ini. Meskipun sudah beberapa resolusi, namun itu belum bisa menjamin keamanan di Poso. Berbagai macam konflik terus bermunculan di Poso. Meskipun secara umum konflik-konflik yang terjadi di Poso adalah berlatar belakang agama, namun kalau kita meneliti lebih lanjut, maka kita akan menemukan berbagai kepentingan golongan yang mewarnai konflik tersebut.

Poso adalah sebuah kabupaten yang terdapat di Sulawesi Tengah. Kalau dilihat dari keberagaman penduduk, Poso tergolong daerah yang cukup majemuk, selain terdapat suku asli yang mendiami Poso, suku-suku pendatang pun banyak berdomisili di Poso, seperti dari Jawa, batak, bugis dan sebagainya.

Suku asli di Poso, serupa dengan daerah-daerah disekitarnya; Morowali dan Tojo Una Una, adalah orang-orang Toraja. Menurut Albert Kruyt terdapat tiga kelompok besar toraja yang menetap di Poso. Pertama, Toraja Barat atau sering disebut dengan Toraja Pargi-Kaili. Kedua adalah toraja Timur atau Toraja Poso-Tojo, dan ketiga adalah Toraja Selatan yang disebut juga dengan Toraja Sa'dan. Kelompok pertama berdomisili di Sulawesi Tengah, sedangkan untuk kelompok ketiga berada di Sulawesi Selatan. Untuk wilayah Poso sendiri, dibagi menjadi dua kelompok besar. Pertama adalah Poso Tojo yang berbahasa Bare'e dan kedua adalah Toraja Parigi-kaili. Namun untuk kelompok pertama tidak mempunyai kesamaan bahasa seperti halnya kelompok pertama.

Kalau dilihat dari konteks agama, Poso terbagi menjadi dua kelompok agama besar, Islam dan Kristen. Sebelum pemekaran, Poso didominasi oleh agama Islam, namun setelah mengalami pemekaran menjadi Morowali dan Tojo Una Una, maka yang mendominasi adalah agama Kristen. Selain itu masih banyak dijumpai penganut agama-agama yang berbasis kesukuan, terutama di daerah-daerah pedalaman. Islam dalam hal ini masuk ke Sulawesi, dan terkhusus Poso, terlebih dahulu. Baru kemudian disusul Kristen masuk ke Poso.

Keberagaman ini lah yang menjadi salah satu pemantik seringnya terjadi berbagai kerusuhan yang terjadi di Poso. Baik itu kerusuhan yang berlatar belakang sosial-budaya, ataupun kerusuhan yang berlatarbelakang agama, seperti yang diklaim saat kerusuhan Poso tahun 1998 dan kerusuhan tahun 2000. Konflik yang terjadi di Poso tersebut berawal pada malam Natal tanggal 24 Desember 1998, dimana seorang pemuda yang berasal dari kelurahan mayoritas Protestan di Lombogia menikam seorang pemuda Muslim dari kelurahan Kayamanya. Informasi yang beredar di pihak Kristen menyebutkan bahwa Ridwan melarikan diri ke masjid setelah ditikam. Sedangkan versi Muslim menggambarkan sebagai serangan terhadap seorang pemuda Muslim yang tertidur di halaman masjid. Para tokoh dan pemuka agama dari kedua belah pihak kemudian bertemu, dan menyepakati bahwa alkohol-lah yang merupakan sumber masalah dan setuju untuk melarangnya selama bulan Ramadan. Polres Poso berikutnya mulai menyita ribuan minuman keras untuk kemudian dihancurkan. Dalam

sebuah kesempatan, saat para pemuda Kristen berusaha melindungi sebuah toko miras milik orang Tionghoa Kristen, mereka bertemu dengan para pemuda Muslim yang awalnya berniat untuk menyetel toko tersebut, karena tidak terima dengan tindakan tersebut bentrokan antar dua kelompok pun tidak dapat dihindari. Dari situlah permusuhan antar dua kelurahan tersebut berawal, yang kemudian pada bulan April 1999 seorang pemuda Muslim mengaku telah diserang oleh sekelompok pemuda Kristen, dan menunjukkan luka di lengannya sebagai bukti. Pihak Islam pun membalas, dan pertarungan antara pemuda-pemuda dari kelurahan mayoritas Kristen Lombogia dan para pemuda Islam dari kelurahan Kayamanya dan Sayo meningkat menjadi kekerasan yang meluas. Rumah-rumah yang dimiliki umat Kristen Poso di dekat terminal bus dan di Lombogia dibakar.

Agama seolah-olah menjadi kendaraan dan alasan untuk kepentingan masing-masing dan Pada 20 Desember 2001 Keputusan Malino ditandatangani antara kedua belah pihak yang bertikai dan diinisiasi oleh Jusuf Kalla dan Susilo Bambang Yudhoyono. Akan tetapi sampai tahun 2005, kekerasan kekerasan masih saja terjadi di Kabupaten Poso antara lain peristiwa pemenggalan kepala seorang siswa sekolah menengah keatas, dan juga sebelumnya terjadi ledakan bom di Sintuwu Maroso (Poso). Berbagai tindakan itu telah menambah daftar panjang korban kekerasan yang terjadi sejak konflik tahun 1998.

Seperti halnya dengan yang terjadi di desa Malei Tojo, Kecamatan Tojo Barat, Kabupaten Tojo Una-una. Desa Malei Tojo

kekerasan dalam bentuk Perkelahian antarpemuda sering kali terjadi dan tidak lain disebabkan oleh minum-minuman keras. Tidak adanya ketegasan dari pemerintah desa tentang larangan untuk minum-minuman beralkohol membuat pemuda desa dengan leluasa dapat membeli dan mengkonsumsi minum-minuman keras tersebut sehingga perkelahian antar pemuda sering terjadi dan menimbulkan keresahanakan kejadian masa lalu dibenak masyarakat desa tiap kali perkelahian antarpemuda terjadi. Belajar dari kejadian masalalu yang awalnya terjadi akibat minuman keras yang menimbulkan kekerasan atau perkelahian antarpemuda yang kemudian menjadi besar dan menimbulkan banyak korban jiwa maka aparat desa selalu mencoba menangani permasalahan tersebut namun tidak pernah berhasil, perkelahian antar pemuda tersebut masih saja sering terjadi. Demi menjaga permasalahan tersebut untuk tidak membesar sehingga butuh penanganan yang lebih serius dari pemerintah desa setempat untuk mengatasi persoalan konflik yang terjadi antar pemuda desa tersebut.

Berdasarkan uraian di atas, peneliti ingin melakukan penelitian terhadap strategi komunikasi kepala desa dalam menyelesaikan perkelahian antarpemuda. Oleh karena itu, peneliti memilih judul "Strategi Komunikasi Kepala Desa Dalam Menyelesaikan Perkelahian Antarpemuda di Desa Malei Tojo, Kecamatan Tojo Barat, Kabupaten Tojo Una-una."

B. STRATEGI KOMUNIKASI

Strategi pada hakikatnya adalah perencanaan (planning) dan manajemen

(management) untuk mencapai suatu tujuan. Namun, untuk mencapai suatu tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, tetapi harus menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya. Demikian pula strategi komunikasi.

Menurut Effendy (2008:29). dalam buku berjudul "Dinamika Komunikasi" menyatakan bahwa strategi komunikasi merupakan panduan dari perencanaan komunikasi (communication planning) dan manajemen (management planning) untuk mencapai suatu tujuan. Untuk mencapai suatu tujuan tersebut strategi komunikasi harus dapat menunjukkan secara taktis bagaimana operasionalnya. Dalam arti kata bahwa pendekatan (approach) bisa berbeda sewaktu-waktu, bergantung kepada situasi dan kondisi.

Menurut Syam dan Sugiana (Hanifa, 2013:17) bahwa ada dua alasan mengapa kegiatan komunikasi sangat memerlukan strategi, yaitu : (1) karena komunikator tidak hanya berurusan dengan bagaimana pesan komunikasi diterima oleh komunikan dalam pengertian received, tapi juga accepted, (2) agar komunikator bisa mendapatkan respon/tanggapan seperti yang diharapkan dari khalayak.

Menurut Liliwari (2011:240) bahwa strategi komunikasi adalah strategi yang mengartikulasikan, menjelaskan dan mempromosikan suatu visi komunikasi dan satuan tujuan komunikasi dalam suatu rumusan yang baik.

Strategi untuk menciptakan komunikasi yang konsisten, komunikasi yang dilakukan berdasarkan satu pilihan

(keputusan) dan beberapa opsi komunikasi. Strategi berbeda dengan taktik. Strategi komunikasi menjelaskan tahapan konkret dalam rangkaian aktivitas komunikasi yang berbasis pada satuan taktik bagi pengimplementasian tujuan komunikasi. Adapun taktik adalah suatu pilihan atau tindakan komunikasi tertentu berdasarkan strategi yang telah ditetapkan sebelumnya. Adapun tujuan akhir komunikasi, strategi berperan memfasilitasi perubahan perilaku untuk mencapai tujuan komunikasi manajemen.

Effendy (2005:35), menyebutkan strategi komunikasi adalah :

a. Mengenal sasaran komunikasi

Sebelum kita melancarkan komunikasi, kita perlu mempelajari siapa-siapa yang akan menjadi sasaran komunikasi kita. Pada diri komunikan perlu diperhatikan factor-faktor antara lain : 1) Faktor kerangka referensi, Pesan komunikasi yang akan disampaikan kepada komunikan harus disesuaikan dengan kerangka referensi. 2) Faktor situasi dan kondisi, Situasi yang dimaksud disini ialah, situasi komunikasi pada saat komunikan akan menerima pesan yang kita sampaikan.

b. Pemilihan media komunikasi

Mencapai sasaran komunikasi dapat dilakukan dengan memilih salah satu atau gaungan dari beberapa media , bergantung pada tujuan yang akan dicapai, pesan yang akan disampaikan, dan teknik yang akan digunakan.

c. Pengkajian tujuan pesan komunikasi

Pesan komunikasi terdiri atas isi pesan dan lambang (symbol). Isi pesan komunikasi bisa satu, tetapi lambang yang

dipergunakan bisa bermacam-macam. Lambang yang biasa digunakan untuk menyampaikan isi komunikasi ialah bahasa, gambar, warna, kial (gesture), dan sebagainya.

d. Peranan komunikator dalam komunikasi

Faktor yang penting pada diri komunikator bila ia melancarkan komunikasi, yaitu daya tarik sumber dan kredibilitas sumber. Adapun yang dimaksud dari daya tarik sumber dan kredibilitas sumber, sebagai berikut : 1) Daya tarik sumber, Seorang komunikator akan berhasil dalam komunikasi, akan mampu mengubah sikap, opini, dan perilaku komunikan melalui mekanisme daya tarik jika pihak komunikan merasa bahwa komunikator ikut serta dengannya. Dengan lain perkataan, komunikan merasa ada kesamaan antara komunikaotr dengannya sehingga komunikan bersedia taat pada isi pesan yang dilancarkan oleh komunikator.2). Kredibilitas sumber, Faktor kedua yang bisa menyebabkan komunikasi berhasil ialah kepercayaan komunikan pada komunikator. Kepercayaan ini banyak bersangkutan dengan profesi atau keahlian yang dimiliki seorang komunikator. Olehnya berdasarkan kedua factor tersebut, seorang komunikator dalam menghadapi komunikan harus bersikap empati (empathy), yaitu kemampuan seseorang untuk memproyeksikan dirinya kepada peranan orang lain. Dengan kata lain, dapat merasakan apa yang dirasakan oleh orang lain. Seorang komunikator harus bersikap empatik ketika ia berkomunikasi dengan komunikan yang sedang sibuk, marah, bingung, sedih, sakit, kecewa, dan sebagainya.

Burnet dkk (Effendy, 2007:32) dalam buku mereka yang berjudul "techniques for

effective communication” bahwa sentral dalam kegiatan komunikasi yang juga termaksud dalam strategi komunikasi, adalah to secure understanding, yaitu untuk memastikan bahwa komunikan mengerti pesan yang diterimanya, (2) to establish acceptance, berarti pengertian dan penerimaan mereka harus dibina dalam artian dipelihara, dan (3) to motivate action, adalah memotivasi komunikan untuk melakukan tindakan.

Strategi komunikasi bertujuan menciptakan pengertian dalam berkomunikasi, membina dan memotivasi agar dapat mencapai tujuan yang diinginkan pihak komunikator. Kegunaan dari strategi komunikasi (Smith, 2005: 67), antara lain: Sebuah rencana, suatu arah tindakan yang diinginkan secara sadar. Sebuah cara, suatu manuver spesifik yang dimaksudkan untuk mengoceph lawan atau kompetitor. Sebuah pola, dalam suatu rangkaian tindakan. Sebuah posisi, suatu cara menempatkan organisasi dalam sebuah lingkungan. Sebuah perspektif, suatu cara yang terintegrasi dalam memandang dunia.

Dalam penerapan strategi komunikasi, komunikasi menjadi sangat penting. Komunikasi yang berlangsung diarahkan pada pembentukan persepsi yang positif mengenai isi pesan oleh kelompok atau kelompok yang menerima pesan tersebut. Dengan adanya penciptaan persepsi yang positif, maka penerima pesan akan termotivasi untuk melakukan perubahan sikap sebagai tanggapan yang positif terhadap isi pesan yang diterima.

C. PERENCANAAN KOMUNIKASI

Perencanaan merupakan suatu proses pemecahan masalah untuk mendapatkan hasil yang lebih baik. Menurut Syam dan Sugiana (2003:16) mengatakan bahwa komunikasi bisa mengubah segala sesuatu apabila sebelumnya dilakukan perancangan dan perencanaan yang matang. Jika dilihat dari dua kata tersebut maka perencanaan komunikasi berasal dari kata perencanaan dan komunikasi. Menurut Syam dan Sugiyana (2003:3) :

Perencanaan sendiri bersumber dari kata rencana yang berarti segala sesuatu yang akan atau harus dilakukan. Sementara itu, komunikasi pada dasarnya adalah proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikasi, baik secara langsung, maupun melalui media dengan tujuan mengubah perilaku. Perubahan perilaku dalam aspek kognitif secara sederhana dapat diartikan sebagai perubahan dari keadaan tidak tau menjadi tahu atau yang berhubungan dengan kemampuan intelektual atau pengetahuan, perubahan perilaku efektif adalah perubahan dari tidak mau menjadi mau atau yang berhubungan dengan sikap mental, dan perubahan perilaku psikomotorik adalah perubahan dari tidak mampu menjadi mampu atau yang berhubungan dengan keterampilan.

Dengan demikian Syam dan Sugiyana (2003:3) mengemukakan bahwa perencanaan komunikasi adalah pernyataan tertulis mengenai serangkaian tindakan tentang bagaimana suatu kegiatan komunikasi akan atau harus dilakukan agar mencapai perubahan perilaku yang sesuai dengan apa yang diinginkan. Disisi lain Nasution (2005:1) juga menyatakan bahwa perencanaan

komunikasi adalah mengkomunikasikan sesuatu pesan atau informasi kepada khalayak yang hendak dijangkau untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan dan menghasilkan satu perubahan dalam pengetahuan sikap atau perilaku.

Dalam Perencanaan komunikasi perlu juga kita pahami unsur-unsur komunikasi, unsur komunikasi dalam perencanaan komunikasi yang akan dijelaskan penulis disini ialah Komunikator, Pesan dan Media. Menurut Cangara (2004:23-27), yaitu sebagai berikut :

D. SUMBER

Sumber adalah pelaku utama/pihak yang mempunyai kebutuhan untuk berkomunikasi atau yang memulai suatu komunikasi, bisa seorang individu, kelompok, maupun organisasi sebagai komunikator. Sumber sering disebut pengirim atau komunikator. Sumber juga berupa benda, orang yang dijadikan barang rujukan. Semua peristiwa komunikasi akan melibatkan sumber sebagai pembuat atau pengirim informasi antara manusia.

E. PESAN

Pesan merupakan symbol verbal/non verbal yang mewakili perasaan, nilai, gagasan atau maksud sumber tadi. Keseluruhan dari apa yang disampaikan oleh komunikator. Pesan seharusnya mempunyai inti sebagai pengarah didalam usaha mencoba mengubah sikap dan tingkah laku komunikasi. Ada 3 komponen pesan yaitu makna, symbol untuk menyampaikan makna dan bentuk organisasi pesan.

F. MEDIA

Media yang dimaksud adalah alat yang digunakan untuk menyampaikan atau mengirim pesan dari komunikator (sumber) kepada komunikan (penerima) baik secara langsung (tatap muka), maupun tidak langsung (melalui media cetak/elektronik dan lain-lain). Selain media komunikasi seperti itu, kegiatan dan tempat-tempat tertentu yang banyak ditemui dalam masyarakat pedesaan, bisa dipandang sebagai media komunikasi sosial, misalnya rumah-rumah ibadah, balai desa, arisan, panggung kesenian, dan sebagainya.

Setelah memahami proses perencanaan komunikasi, dapat ditemukan beberapa masalah dalam perencanaan komunikasi. Masalah yang harus diperhatikan dalam perencanaan komunikasi menurut Nasution (2005:5), yaitu : perumusan tujuan, analisis khalayak, rancangan pesan, kualitas komunikator, dan pemilihan media.

G. PERUMUSAN TUJUAN

Perumusan tujuan dalam sebuah strategi komunikasi adalah langkah yang harus diperhatikan karena tujuan suatu lembaga atau organisasi itu adalah untuk peningkatan lembaga atau organisasi sesuai dengan harapan dan untuk memberikan pengetahuan, pemahaman, dan ajakan bergiat yang mendidik khalayak.

H. ANALISIS KHALAYAK

Tahapan yang harus dilakukan dalam perencanaan adalah mengenal siapa khalayak pendengarnya karena khalayak haruslah merupakan langkah pertama bagi penyelenggara dalam usaha komunikasi yang

efektif untuk menerima pesan yang disampaikan.

I. RANCANGAN PESAN

Langkah selanjutnya dalam perumusan strategi ialah rancangan pesan, yaitu menentukan tema dan materi. Penyusunan pesan selain harus mempertimbangkan kondisi khalayak sasaran, harus merujuk pada tujuan komunikasi. Tujuan komunikasi seperti yang telah diungkapkan bahwa pada dasarnya adalah mengubah perilaku yaitu yang tidak tahu menjadi tahu begitupun sebaliknya. Dengan demikian awal dari suatu efektifitas dalam komunikasi ialah bangkitnya perhatian dari khalayak pendengar terhadap pesan-pesan yang disampaikan.

J. KUALITAS KOMUNIKATOR

Kualitas komunikator adalah suatu kondisi dimana komunikator dinilai memiliki pengetahuan, keahlian, atau pengalaman yang relevan dengan topik pesan yang disampaikan, sehingga khalayak menjadi percaya bahwa apa yang disampaikan komunikator tersebut bersifat objektif. Dalam berkomunikasi, komunikator tidak hanya menyampaikan siapa dirinya sebenarnya ketika menyampaikan pesan. Kepercayaan kepada komunikator mencerminkan bahwa pesan yang diterima khalayak dianggap benar.

K. KOMUNIKASI PERSUASIF

Widjaja (2010: 66)Istilah persuasif diambil dari istilah bahasa Inggris "persuasion" yang juga berasal dari bahasa latin "persuasio" persuasi mengandung bujukan, merayu, meyakinkan dan lain

sebagainya. Secara umum persuasif dapat diartikan sebagai suatu usaha untuk mengubah sikap melalui penggunaan pesan, berfokus terutama pada karakteristik komunikator dan pendengar. Sehingga komunikasi persuasif lebih jelasnya merupakan komunikasi yang berusaha untuk mengubah sikap receiver melalui penggunaan pesan yang dilakukan sender.

Proses komunikasi paling penting di dalam upaya penyelesaian konflik yang terjadi, salah satunya adalah dengan menggunakan metode komunikasi persuasi dalam konflik. Cara persuasif adalah dengan menggunakan perundingan dan musyawarah untuk mencari titik temu antara pihak-pihak yang berkonflik. Pihak-pihak yang berkonflik melakukan perundingan, baik antara mereka saja maupun dengan menggunakan pihak ketiga sebagai mediator atau juru damai. Tujuan persuasi adalah mengubah sikap dan perilaku orang dengan menggunakan kata-kata lisan maupun berupa tindakan. Teoriteori persuasi berakar dari perspektif psikologi yang merupakan modifikasi dari perspektif mekanistik dengan asumsi bahwa informasi pada saat disalurkan dan diterima telah disaring oleh subjektivitas manusia kemudian disaat terjadi proses maka umpan balik penerimanya telah dipengaruhi oleh subjektivitas yang sama.

Komunikasi persuasif secara umum mengandung arti suatu komunikasi untuk mempengaruhi orang lain agar mau mengikuti kehendak penyampai pesan. Menurut K. Anderson, (Mulyana, 2005:115).Komunikasi persuasif didefinisikan sebagai perilaku komunikasi yang mempunyai tujuan mengubah keyakinan,

sikap atau perilaku individu atau kelompok lain melalui transmisi beberapa pesan. Selain itu, komunikasi persuasif Menurut De Vito (2011 : 499) usaha melakukan persuasi ini memusatkan perhatian pada upaya mengubah atau memperkuat sikap atau kepercayaan khalayak atau pada upaya mengajak mereka bertindak dengan cara tertentu. Persuasi juga dipahami sebagai usaha merubah sikap melalui penggunaan pesan dan berfokus pada karakteristik komunikator dan pendengar.

Di dalam persuasi digunakan cara-cara tertentu sehingga orang mau melakukan sesuatu dengan senang hati tanpa paksaan. Kesediaan itu timbul dari dalam dirinya sebagai akibat adanya dorongan atau rangsangan tertentu yang menyenangkan.

Cangara, (2008:217) terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi keefektifan komunikasi persuasif, yaitu sebagai berikut.

L. KEJELASAN TUJUAN

Tujuan komunikasi persuasif adalah untuk mengubah sikap, pendapat, atau perilaku sasaran persuasi atau komunikan. Apabila bertujuan untuk mengubah sikap maka persuader atau komunikan, maka proses persuasi harus berkaitan dengan aspek afektif. Jika akan bertujuan mengubah pendapat sasaran persuasi atau komunikan, maka proses persuasi harus berkaitan dengan aspek kognitif. Sedangkan mengubah perilaku sasaran persuasi atau komunikan, maka proses persuasi harus berkaitan dengan aspek motorik.

Pembicaraan persuasif menengahkan pembicaraan yang sifatnya memperkuat, memberikan ilustrasi, dan menyodorkan informasi kepada khalayak.

Akan tetapi tujuan pokoknya adalah menguatkan atau mengubah sikap dan perilaku, sehingga penggunaan fakta, pendapat, dan himbauan motivasional harus bersifat memperkuat tujuan persuasifnya.

M. MEMIKIRKAN SECARA CERMAT ORANG YANG DIHADAPI

Sasaran persuasi atau komunikan memiliki berbagai keragaman yang cukup kompleks. Keragaman tersebut dapat dilihat dari karakteristik demografis, jenis kelamin, level pekerjaan, suku bangsa, hingga gaya hidup. Sehingga, sebelum melakukan komunikasi persuasif sebaiknya persuader mempelajari dan menelusuri aspek-aspek keragaman sasaran persuasi terlebih dahulu. Dengan demikian persuader dapat dengan mudah menyampaikan pesan persuasi dan menghadapi atau mengatasi berbagai macam respon yang diberikan oleh sasaran persuader.

N. MEMILIH STRATEGI KOMUNIKASI YANG TEPAT

Strategi komunikasi persuasif merupakan perpaduan antara perencanaan komunikasi persuasif dengan manajemen komunikasi. Hal yang perlu diperhatikan menentukan strategi seperti siapa sasaran persuasi, tempat dan waktu pelaksanaan komunikasi persuasi, pesan apa yang harus disampaikan, hingga mengapa pesan harus disampaikan.

Dalam melakukan komunikasi persuasif tentu tidak sebebaskan dalam melakukan proses komunikasi biasa, komunikator perlu memahami dan menerapkan asas yang dijadikan sebagai landasan dalam proses berkomunikasi, karena komunikasi persuasif memiliki tujuan

tersendiri dilihat dari kata persuasi itu sendiri. Adapun tujuan komunikasi persuasif secara bertingkat Menurut De Vito (Riyanto & Mahfud, 2012 : 51) ada dua yaitu ; (1) mengubah atau menguatkan keyakinan (believe) dan sikap (attitude) audiens, (2) mendorong audiens melakukan sesuatu/memiliki tingkah laku (behaviour) tertentu yang diharapkan.

A. Unsur-unsur dalam komunikasi persuasif

Adapun unsur-unsur dalam suatu proses komunikasi persuasif menurut Sumirat & Suryana (2014 : 2.25) adalah:

1). *Persuader*

Persuader adalah orang dan atau sekelompok orang yang menyampaikan pesan dengan tujuan untuk mempengaruhi sikap, pendapat dan perilaku orang lain, baik secara verbal maupun nonverbal.

2). *Persuadee*

Persuadee adalah orang dan atau kelompok orang yang menjadi tujuan pesan itu disampaikan/dialurkan oleh persuader/komunikator baik secara verbal maupun nonverbal.

3). Persepsi

Persepsi persuadee terhadap persuader dan pesan yang disampaikannya akan menentukan efektif tidaknya komunikasi persuasif yang terjadi. Persepsi menurut Mar'at (dalam Sumirat & Suryana, 2014) merupakan proses pengamatan seseorang yang berasal dari komponen kognisi. Persepsi dipengaruhi oleh factor-faktor pengalaman, proses belajar, dan pengetahuan seseorang.

4). Pesan Persuasif

Menurut Littlejohn (dalam Ritonga, 2005 : 5), pesan persuasif dipandang sebagai

usaha sadar untuk mengubah pikiran dan tindakan dengan memanipulasi motif-motif ke arah tujuan yang telah ditetapkan. Makna manipulasi dalam pernyataan tersebut bukanlah mengurangi atau menambah fakta sesuai konteksnya, tetapi dalam arti memanfaatkan faktum- faktum yang berkaitan dengan motif-motif khalayak sasaran, sehingga tergerak untuk mengikuti maksud pesan yang disampaikan kepadanya.

5). Saluran Persuasif

Saluran merupakan perantara ketika seorang persuadee mengoperkan kembali pesan yang berasal dari sumber awal untuk tujuan akhir. Saluran (*channel*) digunakan oleh persuader untuk berkomunikasi dengan berbagai orang, secara formal maupun non formal, secara tatap muka (*face to face communication*) ataupun bermedia (*mediated communication*).

6). Umpan Balik dan Efek

Menurut Sastropetro (dalam Sumirat & Suryana, 2014 : 2.38) umpan balik adalah jawaban atau reaksi yang datang dari komunikan atau datang dari pesan itu sendiri. Umpan balik terdiri dari umpan balik internal dan umpan balik eksternal. Umpan balik internal adalah reaksi komunikator atas pesan yang disampaikannya. Jadi, umpan balik internal bersifat koreksi atas pesan yang terlanjur diucapkan. Sedangkan umpan balik eksternal adalah reaksi yang datang dari komunikan karena pesan yang disampaikan komunikator tidak dipahaminya atau tidak sesuai dengan keinginannya atau harapannya.

B. Proses Komunikasi Persuasif

Komunikasi persuasif sebagai upaya memengaruhi opini, pendapat, sikap atau perilaku seseorang, tentunya membutuhkan

suatu proses. Hovland, dalam buku 'Dynamics of Persuasion' mengemukakan sebuah konsep mengenai proses komunikasi persuasif yang berfokus pada pembelajaran dan motivasi. Untuk dapat terpengaruh oleh komunikasi persuasif, seseorang harus memerhatikan, memahami, mempelajari, menerima dan menyimpan pesan persuasi tersebut.

C. Teknik Komunikasi Persuasif

Istilah teknik berasal dari bahasa Yunani "technikos" yang berarti keterampilan atau keperigelan. Teknik komunikasi persuasif merupakan suatu teknik komunikasi yang dilakukan agar orang lain bersedia menerima suatu paham atau keyakinan, melakukan suatu perbuatan atau kegiatan dan lain sebagainya. Effendy (2008: 22), ada beberapa teknik-teknik komunikasi persuasif, teknik-teknik tersebut adalah:

1. Teknik Asosiasi

Adalah teknik penyajian pesan komunikasi dengan cara menumpahkannya pada suatu obyek atau peristiwa yang sedang menarik perhatian khalayak. Teknik ini secara umum sering dilakukan oleh kalangan pebisnis atau para politikus. Popularitas figur-figur tertentu dimanfaatkan dalam kerangka pencapaian tujuan-tujuan tertentu.

2. Teknik Integrasi

Teknik Integrasi ialah kemampuan komunikator untuk menyatukan diri secara komunikatif dengan komunikan. Ini berarti bahwa melalui kata-kata verbal maupun non verbal komunikator menggambarkan bahwa ia "senasib" dan dengan karena itu menjadi satu dengan komunikan.

3. Teknik Ganjaran

Teknik ini adalah kegiatan untuk mempengaruhi orang lain dengan cara mengiming iming hal yang menguntungkan atau menjanjikan harapan tertentu. Teknik ini sering dipertentangkan dengan teknik pembangkitan rasa takut (*fear arousing technique*), yakni cara-cara yang bersifat menakut-nakuti atau menggambarkan konsekuensi yang buruk.

Jadi, jika *pay-of technique* menjanjikan ganjaran (*rewarding*), *fear arousing technique* menunjukkan hukuman (*punishment*). Sehingga teknik ganjaran dapat menimbulkan kegairahan emosional, sedangkan *fear arousing* dapat menimbulkan ketegangan emosional.

4. Teknik Tataan

Teknik tataan adalah seni menyusun pesan komunikasi sedemikian rupa, sehingga enak didengar atau dibaca serta termotivasikan untuk melakukan sebagaimana disarankan oleh pesan tersebut.

5. Teknik *Red-herring*

Teknik Red-Herring adalah seni seorang komunikator untuk meraih kemenangan dalam perdebatan dengan mengelakkan argumentasi yang lemah untuk kemudian mengalihkannya sedikit demi sedikit ke aspek yang dikuasainya guna dijadikan senjata ampuh dalam menyerang lawan. Teknik ini digunakan komunikator ketika berada dalam posisi yang terdesak. Untuk itu, syarat yang tidak boleh dilupakan adalah pada penguasaan materi yang didiskusikan atau diperdebatkan.

O. METODOLOGI PENELITIAN

Tipe penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis deskriptif kualitatif. Penelitian ini bermaksud membuat gambaran secara sistematis, faktual dan akurat mengenai suatu populasi tertentu. Penelitian deskriptif bertujuan mendeskripsikan apa-apa yang saat ini berlaku. Didalamnya terdapat upaya menggambarkan, mencatat, menganalisis dan menginterpretasikan kondisi-kondisi sekarang ini terjadi. Dengan kata lain, penelitian deskriptif bertujuan untuk memperoleh informasi-informasi mengenai saat ini dan melihat kaitan antara variabel-variabel yang ada. Penelitian ini tidak menguji hipotesa atau tidak menggunakan hipotesa, melainkan hanya mendeskripsikan informasi apa adanya sesuai dengan variabel-variabel yang diteliti. Sugiyono (2009:9)

Dasar penelitian yang digunakan adalah penelitian studi kasus kualitatif. Menurut Sugiyono (2009:15), menyimpulkan bahwa metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, (sebagai lawannya eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrument kunci, pengambilan sampel sumber data dilakukan secara purposive, analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi.

Penelitian ini dilaksanakan di Desa Malei Tojo, Kecamatan Tojo Barat, Kabupaten Tojo Una-una, Sulawesi Tengah. Objek penelitian yaitu apa yang menjadi sasaran penelitian secara konkret tergambar dalam rumusan masalah penelitian, yaitu Strategi

Komunikasi Kepala Desa Dalam Menyelesaikan Perkelahian Antarpemuda Di Desa Malei Tojo Kecamatan Tojo Barat Kabupaten Tojo Una-Una. Subjek penelitian dalam penelitian ini ditentukan berdasarkan teknik purposive sampling. Teknik purposive sampling adalah teknik yang mencakup orang-orang yang diseleksi atau dasar kriteria tertentu yang dibuat peneliti berdasarkan tujuan peneliti. Teknik purposive sampling dipilih untuk penelitian yang lebih mengutamakan kedalaman data (Kriyantono, 2010:158).) Pemilihan informan dipilih berdasarkan dilihat kriteria tertentu yaitu pemereintah desa setempat yang mengetahui secara rinci mengenai permasalahan yang terjadi. Adapun yang menjadi informan dalam penelitian ini yaitu Kepala Desa, Ketua LPM, Bhabinsa, dan Bhabinkamtibmas. Dipilihnya informan tersebut dikarenakan Informan tersebut yang telah mengetahui seluk beluk tentang data informasi penelitian dan juga bertanggungjawab penuh terhadap setiap permasalahan yang terjadi didesa malei tojo.

Teknik yang dapat digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data model interaktif Miles dan Huberman dalam Sugiyono (2011:337) yaitu terdapat tiga proses yang berlangsung secara interaktif. Pertama, Reduksi data, yaitu proses memilih memfokuskan, menyederhanakan, dan mengabstrakan data dari berbagai sumber data misalnya dari catatan lapangan, dokumen, arsip, dan sebagainya. Sedangkan proses mempertegas, memperpendek membuang yang tidak perlu menentukan fokus dan mengatur data sehingga kesimpulan dibuat. Kedua, penyajian data seperti merakit data dan menyajikan data

dengan baik supaya lebih mudah dipahami, penyajian bisa berupa matrik, gambar, skema, jaringan kerja, tabel dan narasi. Ketiga, menarik kesimpulan/verifikasi, proses penarikan kesimpulan awal harus kuat dan terbuka, kesimpulan akhir dilakukan setelah pengumpulan data berakhir.

P. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil dan pembahasan ini bertujuan untuk memberikan gambaran mengenai bagaimana strategi komunikasi kepala desa dalam menyelesaikan perkelahian antarpemuda yang terjadi di desa malei tojo. Berdasarkan hasil penelitian di Desa Malei Tojo Kecamatan Tojo Barat Kabupaten Tojo Una-una sebagaimana telah diuraikan diatas, bahwa sering sekali terjadi perkelahian antar pemuda di Desa Malei Tojo yang biasa disebut sebagai kenakalan remaja. Sering terjadinya perkelahian antar pemuda di Desa Malei Tojo diketahui dipicu oleh adanya pengguna miras atau minum-minumanan keras, mabuk-mabukan yang dilakukan oleh pemuda-pemuda desa yang kemudian memicu perkelahian terjadi. Di Desa Malei Tojo sendiri belum ada aturan tertulis atau larangan tegas dari pemerintah desa untuk tidak mengkonsumsi minuman keras, sehingga pemuda-pemuda desa masih dapat dengan bebas untuk mengkonsumsi minum-minuman keras tersebut. Karena itulah perkelahian antar pemuda masih saja sering terjadi di desa Malei Tojo. Konflik adalah merupakan suatu proses sosial yang berlangsung dengan melibatkan orang-orang atau kelompok-kelompok yang saling menantang dengan

ancaman kekerasan. (Narwoko, J.D dan Suyanto, B. 2005:68)

Akibat sering terjadinya perkelahian antar pemuda di Desa Malei Tojo membuat lama-kelamaan permasalahan tersebut jadi meluas, yang sebelumnya hanya melibatkan antar sesama pemuda dari desa Malei Tojo sampai meluas menjadi perkelahian pemuda antar desa, melihat permasalahan tersebut harus ada penanganan serius dari pemerintah desa agar perkelahian yang terjadi tidak terus berlanjut dan tidak lagi terjadi untuk menghindari kemungkinan terburuk yang akan terjadi kedepannya.

Dalam menyelesaikan suatu permasalahan dibutuhkan sebuah strategi yang matang, dalam kasus ini strategi komunikasi menjadi salah satu pilihan untuk menyelesaikan masalah yang sudah terjadi. Menurut Effendy (2008:29) Menyatakan Bahwa strategi komunikasi merupakan paduan dari perencanaan komunikasi (communication planning) dan manajemen (management planning) untuk mencapai suatu tujuan. Untuk mencapai suatu tujuan tersebut strategi komunikasi harus dapat menunjukkan secara taktis bagaimana operasionalnya. Dalam arti kata bahwa pendekatan (approach) bisa berbeda sewaktu-waktu, bergantung kepada situasi dan kondisi.

Sebuah pesan atau informasi yang disampaikan apabila sebelumnya telah dirancang dengan baik akan efektif penyampaiannya dibandingkan dengan pesan yang tidak direncanakan, dalam hal ini pemerintah desa Malei Tojo melakukan perencanaan komunikasi. Perencanaan komunikasi adalah pernyataan tertulis

mengenai serangkaian tindakan tentang bagaimana suatu kegiatan komunikasi akan atau harus dilakukan agar mencapai perubahan perilaku yang sesuai dengan apa yang diinginkan (Syam dan Sugiana 2003:3)

Komunikasi memiliki peran penting dalam berbagai aspek kehidupan sosial, termasuk dalam masyarakat desa. selain sebagai penghubung komunikator dengan komunikan untuk saling bertukar pesan dan makna, komunikasi juga berperan penting untuk menyatukan perbedaan dalam masyarakat desa. Oleh karena itu, komunikasi yang efektif bisa menjadi salah satu solusi dalam penyelesaian perkelahian antar pemuda di desa Malei Tojo, strategi komunikasi dalam penyelesaian perkelahian antar pemuda tersebut harus dibangun oleh pemerintah desa. Agar perkelahian tersebut benar-benar bisa terselesaikan dan tidak terulang lagi.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukan bahwa Kepala Desa, bersama Tokoh Masyarakat dan Aparatur desa Malei Tojo melakukan perencanaan komunikasi dalam upaya penyelesaian perkelahian antar pemuda. Dimana penyampaian pesan tersebut dilakukan dan dirancang untuk mempengaruhi audiens dengan usaha mengubah keyakinan, nilai, atau sikap orang lain.

Dari hasil wawancara yang telah diuraikan diatas dapat disimpulkan perencanaan komunikasi yang dilakukan kepala desa beserta aparat Desa Malei Tojo dan Tokoh-tokoh masyarakatnya dalam upaya menggerakkan atau mengubah sikap dan keyakinan untuk menyelesaikan masalah perkelahian antar pemuda sangat efektif, Sesuai dengan teori perencanaan komunikasi

dalam upaya menggerakkan atau mengubah sikap seseorang untuk menyelesaikan masalah perkelahian, kepala desa dan aparat desa Malei Tojo melakukan perencanaan sebelumnya.

Langkah awal yang dilakukan pemerintah Desa Malei Tojo dalam menyelesaikan perkelahian antar pemuda yaitu dengan melakukan perumusan tujuan, artinya dalam hal ini kepala desa melakukan koordinasi bersama aparat desa dan tokoh-tokoh masyarakat untuk sama-sama mencari solusi agar bagaimana perkelahian antar pemuda yang terjadi bisa diselesaikan dan tidak terulang lagi. Kemudian pemerintah desa Malei Tojo membuat keputusan untuk bagaimana setiap adanya perkelahian, kepala desa bersama pihak aparat dan tokoh masyarakat terjun langsung ke tempat kejadian untuk meredam perkelahian yang terjadi agar tidak meluas, kemudian memberikan teguran dan himbauan untuk kemudian dibubarkan, namun upaya yang dilakukan pemerintah desa tersebut masih kurang efektif karena pemuda-pemuda yang terlibat perkelahian hanya akan mendengar himbauan yang disampaikan hanya pada saat kejadian itu saja.

Perkelahian antar pemuda di Desa Malei Tojo masih saja terus terjadi, sampai akhirnya perkelahian tersebut meluas yang awalnya hanya perkelahian antar sesama pemuda desa Malei Tojo saja sampai akhirnya menjadi perkelahian pemuda antar desa. Melihat kejadian tersebut pemerintah desa Malei Tojo mengambil langkah dengan melakukan kerja sama dengan pihak kepolisian. Kepala desa Malei Tojo melakukan mediasi antara pemuda dari kedua desa yang

terlibat perkelahian yang difasilitasi oleh pihak polsek dan kemudian dihadiri oleh Kapolres Tojo Una-una, mediasi tersebut dilakukan untuk mendamaikan pemuda-pemuda yang terlibat perkelahian dan juga penandatanganan perjanjian perdamaian. Isi dari perjanjian perdamaian tersebut ialah apabila terjadi lagi perkelahian antar pemuda pelaku-pelaku yang terlibat dalam perkelahian tersebut akan disanksi hukum, perjanjian tersebut dibuat agar ada efek jera dari para pemuda yang sering terlibat perkelahian.

Kepala desa beserta Kapolmas dan Bhabinsa di bantu Oleh para Tokoh masyarakat beserta pihak Kepolisian sudah melakukan tugas dan fungsinya sebagaimana mestinya. Pemerintah desa sudah sekuat tenaga untuk menyelesaikan permasalahan tersebut, walaupun memang upaya yang dilakukan tidak menyentuh keakar permasalahan yang sebenarnya. Alhasil kini perkelahian antar pemuda di Desa Malei Tojo berangsur-angsur aman.

Ini semua tak lepas dari usaha dari komunikator dalam menyampaikan nasehat dan himbuan-himbuan kepada para pemuda tersebut. Komunikator atau siapa yang dipercaya untuk dapat menyampaikan pesan atau informasi kepada masyarakat agar segala informasi yang disampaikan dapat dipercaya dan diterima oleh masyarakat. Dalam hal ini pemilihan komunikator adalah dengan melihat jabatan, keahlian dan memiliki pengalaman mengenai konflik, seperti Bhabinsa dipilih karena merupakan seorang tentara yang umumnya dikenal sebagai aparat yang tegas dan berwawasan jadi apa saja yang disampaikan orang akan

dapat percaya. Akan tetapi yang menjadi komunikator dalam penyelesaian perkelahian didesa malei tojo ini tidak hanya bhabinsa melainkan kepala desa, kapolmas dan tokoh masyarakat juga terlibat dalam proses penyelesaiannya.

Q. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan pada bagian hasil dan pembahasan, penulis menarik kesimpulan dari penelitian Strategi Komunikasi Kepala Desa Dalam Menyelesaikan Perkelahian Antar pemuda Di Desa Malei Tojo Kecamatan Tojo Barat Kabupaten Tojo Una-Una maka dapat disimpulkan bahwa pemerintah Desa Malei Tojo dalam proses penyelesaian perkelahian antar pemuda melakukan strategi komunikasi yang tepat yaitu dengan melakukan perencanaan komunikasi, yakni dalam upaya menyelesaikan perkelahian yang terjadi, pemerintah Desa Malei Tojo dan Tokoh-tokoh Masyarakat beserta pihak aparat memfasilitasi dan melakukan mediasi dengan para pemuda-pemuda desa yang sering terlibat perkelahian yang kemudian menandatangani perjanjian perdamaian dengan tujuan apabila perkelahian masih terjadi, pemuda yang terlibat dalam perkelahian tersebut akan diproses secara hokum. Keputusan yang diambil pemerintah desa tersebut sudah tepat melihat perkelahian antar pemuda yang mulai berkurang meskipun masih ada beberapa kasus perkelahian yang terjadi.

DAFTAR PUSTAKA

- Bungin, Burhan. 2007. Penelitian Kualitatif komunikasi, ekonomi, kebijakan public, dan ilmu social lainnya. Jakarta : Kencana
- Cangara H. (2008). Pengantar Ilmu Komunikasi: Edisi Revisi. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Cangara H. 2005. Pengantar Ilmu Komunikasi. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- De Vito, Joseph A. 2011. Komunikasi Antarmanusia, Edisi Kelima. Jakarta : Karisma Publishing Group
- Effendy, O.U. 2003. Ilmu Teori dan Filsafat komunikasi. Bandung : PT. Citra Aditya Bakti.
- Effendy, O.U. 2005. Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Effendy, O.U. 2007. Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek, Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Effendy, O.U. 2008. Dinamika Komunikasi. Bandung: Remaja Rosada
- Hanifa. 2013. Strategi Komunikasi Bidan Dalam Meningkatkan Pelayanan Kesehatan Pada Ibu Hamil Di Desa Nupa Bomba. Palu. Universitas Tadulako. (tidak dipublikasikan).
- Jalil, M. (2014). "Peranan Pemerintah Daerah Dalam Mengatasi Konflik Antarkelompok di Kecamatan Sabbang Kabupaten Luwu Utara". Jurnal Ilmu Komunikasi [Online], Vol. 2 (4): 15 Halaman. Tersedia: [http://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2014/11/Ejournal%20Muhammad%20Jalil%201002055216%20\(11-01-14-06-52-28\).pdf](http://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2014/11/Ejournal%20Muhammad%20Jalil%201002055216%20(11-01-14-06-52-28).pdf). [25 Februari 2017].
- Komala, Lukita. 2009. Ilmu Komunikasi Perspektif, Proses, dan Konteks. Bandung : Widya Padjadjaran.
- Kriyanto, Rachmat. 2006. Teknis praktis Riset Komunikasi. Kencana Prenada Media Group : Jakarta
- Kusnadi. 2002. Masalah Kerja Sama, Konflik dan Kinerja. Malang: Taroda.
- Lauer, R.H. 2001. Perspektif Tentang Perubahan Sosial. Jakarta: Rineka Cipta.
- Liliwari, Alo. 2011. Komunikasi Serba Ada Serba Makna, Jakarta : Kencana Prenada Media Group.
- Liliwari, Alo. 1991. Komunikasi Antar Pribadi. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.
- Mulyana, D. (2005). Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Narwoko, J.D. dan Suyanto, B. 2005. Sosiologi Teks Pengantar dan Terapan. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Nasikun. 2003. Sistem Sosial Indonesia. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Nasution, Zulkarimein. 2005. Perencanaan Program Komunikasi. Jakarta : Universitas Terbuka
- Nurihsan, Achmad Juntika. 2009. Strategi layanan bimbingan dan konseling. Bandung: refika aditama
- Rakhmat, Jalaluddin. 2008. Psikologi Komunikasi. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya
- Ritonga, M. Jamiluddin. 2005. Tipologi Pesan Persuasif. Jakarta : PT. Indeks
- Riyanto & Mahfud, Waryani Fajar & Mokhammad. 2012. Komunikasi Islam I (Perspektif Integrasi-Interkoneksi). Yogyakarta : Galuh Patria.

- Setiadi, E.M. dan Kolip, U. 2011. Pengantar Sosiologi Pemahaman Fakta dan Gejala Permasalahan Sosial: Teori, Aplikasi, dan Pemecahannya. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Smith, D.R. 2005. Strategic Planning For Public Relations. Second Edition. London: Lawrence Erlbaum Associates Publisher.
- Soekanto, S. 1992. Sosiologi Suatu Pengantar. Jakarta: Rajawali Pers.
- Soekanto, S. 1993. Kamus Sosiologi. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Soetomo. 1995. Masalah Sosial dan Pembangunan.. Jakarta: Dunia Pustaka Jaya.
- Sugiyono. 2009. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta
- Sumirat & Suryana, Soleh & Asep. 2014. Komunikasi Persuasif. Banten : Universitas Terbuka
- Suranto, Aw. 2011. Komunikasi Interpersonal. Yogyakarta. Graha Ilmu
- Susanto, A. 2006. Pengantar Sosiologi Dan Perubahan Sosial. Bandung: Bina Cipta.
- Syam, Nina Winangsih & sugiana, dadang. 2003. Perencanaan pesan dan media. Jakarta : universitas terbuka
- Tim Penyusun. 2005. Kamus Besar Bahasa Indonesia. Jakarta: Balai Pustaka.
- Widjaja. (2010). Komunikasi: Komunikasi dan Hubungan Masyarakat. Jakarta: Bumi Aksara.
- Widjaja. 2002. Komunikasi dan Hubungan Masyarakat, Cetakan Keempat. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Yusuf Muri. 2014. Metode penelitian Kuantitatif, kualitatif & Penelitian Gabungan. Jakarta : PT. Fajar Interpramata Mandiri
- Zeitlin, I.M. 1998. Memahami Kembali Sosiologi. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.