

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Teori Konflik

Pada dasarnya konflik merupakan bagian yang tak terpisahkan dari semua kehidupan dalam masyarakat manapun dia berada. Polomo (1992:112) mengemukakan bahwa setiap masyarakat selalu berada dalam konflik di dalam dirinya atau dengan kata lain konflik merupakan gejala yang melekat di dalam setiap masyarakat.

Teori konflik yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori konflik Dahrendorf (Ritzer, 2004:153) pada dasarnya masyarakat tidak dapat menghilangkan konflik, tetapi yang perlu diperhatikan adalah bagaimana konflik menjadi fungsional dan mendukung terjadinya perubahan dalam proses perkembangan dan kemajuan.

Dahrendorf (Sukanto, 1988:79) mengemukakan ciri-ciri konflik sebagai berikut:

1. Sistem sosial senantiasa berada dalam keadaan konflik.
2. Konflik-konflik tersebut disebabkan karena adanya kepentingan-kepentingan yang bertentangan yang tidak dapat dicegah dalam struktur sosial masyarakat.
3. Kepentingan-kepentingan itu cenderung berpolarisasi dalam dua kelompok yang saling bertentangan.
4. Kepentingan-kepentingan yang saling bertentangan mencerminkan deferensiasi distribusi kekuasaan di antara kelompok-kelompok yang berkuasa dan dikuasai.
5. Penjelasan suatu konflik akan menimbulkan perangkat kepentingan baru yang saling bertentangan, yang dalam kondisi tertentu menimbulkan konflik.
6. Perubahan sosial merupakan akibat-akibat konflik yang tidak dapat dicegah pada berbagai tipe pola-pola yang telah melembaga.

Konsep kunci dalam teori konflik Dahrendorf adalah kepentingan yaitu kelompok yang berada di atas dan yang berada di bawah didefinisikan berdasarkan kepentingan bersama. Menurut Dahrendorf otoritas dalam setiap asosiasi bersifat dikotomi. Karena itu hanya ada dua kelompok konflik yang dapat terbentuk di dalam setiap asosiasi yaitu kelompok yang memegang posisi otoritas dan kelompok subordinat yang mempunyai kepentingan tertentu yang arah dan substansinya saling bertentangan.

Selanjutnya Dahrendorf (dalam Jhonson, 1986:195) mengemukakan timbulnya konflik disebabkan (1) penyebab sumber daya alam yang tidak merata (2) kesenjangan dalam memperoleh sumber daya alam (3) Persaingan kepentingan antara kelompok dominan (pihak yang menguasai) dengan kelompok yang didominasi (pihak yang dikuasai).

Asumsi umum dalam teori ini adalah bahwa akar konflik berasal dari persaingan kelompok dan pengejaran kekuasaan dan sumber-sumber yang beroperasi pada faktor-faktor motivasi sadar dalam lingkungan yang berorientasi material. Teori ini menggunakan pengamatan-pengamatan fenomena kelompok untuk mempelajari masalah yang terjadi secara mendalam dalam kaitannya terhadap konflik yang terjadi yang berkaitan dengan masalah sumber daya perikanan dan lingkungan pesisir laut.

Kondisi ideal yang berpengaruh dalam proses konflik sosial menurut Dahrendorf (Ritzer, 2004: 157) bahwa kondisi-kondisi teknis yaitu personil yang cukup, kondisi politik seperti situasi politik secara keseluruhan, dan kondisi sosial seperti keberadaan hubungan komunikasi. Konflik sebagai agen untuk mempersatukan masyarakat yaitu bahwa konflik dengan satu kelompok dapat membantu menciptakan kohesi melalui aliansi dengan kelompok lain. Konflik juga membantu fungsi komunikasi yaitu sebelum konflik, tetapi akibat konflik

posisi dan batas antar kelompok sering menjadi diperjelas. Konflik juga memungkinkan pihak yang bertikai menemukan ide yang lebih baik mengenai kekuatan relatif mereka dan meningkatkan kemungkinan untuk saling mendekati atau saling berdamai.

2.2 Kerangka Pemikiran

2.2.1 Teori Komunikasi

Dalam perspektif komunikasi, menurut teori kebutuhan manusia (Fisher, et al, 2001:8) berasumsi bahwa konflik yang berakar dalam disebabkan oleh kebutuhan dasar manusia; fisik, mental, dan sosial yang tidak terpenuhi atau dihalangi. Keamanan, identitas, pengakuan, partisipasi, dan otonomi sering merupakan inti pembicaraan. Sasaran utama teori ini adalah *pertama*; membantu pihak-pihak yang mengalami konflik untuk mengidentifikasi dan mengupayakan bersama kebutuhan mereka yang tak terpenuhi, dan mengupayakan pilihan-pilihan untuk memenuhi kebutuhan tersebut. *Kedua*; agar pihak yang mengalami konflik mencapai kesepakatan untuk memenuhi kebutuhan dasar semua pihak.

Adanya konflik sosial, apalagi yang disertai tindak kekerasan adalah bukti bahwa ada kemacetan komunikasi antar berbagai golongan dalam masyarakat. Diakui komunikasi adalah bagian dari proses budaya yang beradab, maka komunikasi dengan berbagai kiat dan strateginya bisa dipercaya untuk berperan meredam atau mengantisipasi konflik. Komunikasi adalah penciptaan kebersamaan dalam makna, komunikasi sebagai tempat dalam menyatakan kepentingan mereka.

Rogers (1976:23) mengemukakan bahwa komunikasi merupakan proses dimana pesan-pesan disampaikan dari sumber kepada penerima. Jadi komunikasi

merupakan penyampaian ide-ide atau gagasan-gagasan dari sumber kepada penerima pesan akan berubah tingkah lakunya. Sejalan dengan itu Susanto (1988:122) mengemukakan bahwa komunikasi dikatakan berhasil apabila komunikasi itu mampu mengubah sikap dan tindakan seseorang. Untuk itu komunikator sebagai sumber, harus mampu menciptakan kepentingan bersama.

2.2.2 Teori Komunikasi Persuasif

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. Teori-teori 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.

Menurut Aristoteles ada tiga cara sumber mempersuasi audien, (Larson, 1996:65):

"Pertama, Ethos yaitu hal-hal yang membawa para pembujuk pada situasi berbicara, reputasinya, pengalamannya. Unsur ethos secara luas diartikan untuk merancang pesan yang menekankan pada kebaikan penuturannya. Ethos terdiri dari dimensi kompetensi, dapat dipercaya, bersikap sosial, dan dinamis yang memperlihatkan efek yang berbeda pada penerima. *Kedua, Pathos* berhubungan dengan emosi yang melihat daya semangat atau kemauan. Sumber menilai pernyataan emosional audiens dan merancang pesan dengan sentuhan artistik. Sumber harus memahami kondisi audiens untuk meyakinkan pesan yang disampaikan dan memberikan kebebasan bagi tindakan audiens. Sedangkan *ketiga, Logos* mengacu pada intelektual

atau sisi rasional manusia. Logos berhubungan dengan kemampuan audiens untuk memproses informasi atau pesan yang disampaikan oleh sumber”.

Sesuai dengan pendapat Fisher (1986:177) komunikasi persuasi adalah sebagai suatu alat untuk mempengaruhi masyarakat dan mengubah sikap para penerimanya. Dan yang perlu diperhatikan adalah komunikator yaitu orang yang menyampaikan pesan sangat menentukan keberhasilan komunikasi.

Dari model S-R (*Stimulus-Response*) yang diterapkan oleh para persuasi yang berpegang pada respon cara bersikap yang bisa diubah oleh pelaziman klasik yang tidak hanya dikondisikan oleh berbagai pertemuan diantara sumber dan kedudukan yang dijalankannya. Asumsi-asumsi kaum behavioris meyakini peran sentral hipotesa Stimulus-Respon, bahwa akar penyebab konflik terletak pada sifat dan perilaku manusia, dan keyakinan bahwa ada hubungan yang erat antara konflik interpersonal dan konflik yang merambah ketatanan sosial eksternal Dimana dengan tidak terpenuhinya kebutuhan pribadi disebabkan tidak mendapatkan hasil tangkap untuk memenuhi kebutuhan keluarga, maka kekesalan merambah kemasalah sosial dimana ada keterkaitan antara pengalaman pribadi dengan kondisi sosial yang ada diluar lingkungan diri.

Perubahan-perubahan yang terjadi pada efek persuasi banyak diakibatkan oleh komunikasi yang direncanakan, dalam hal ini menurut Bernard Berelson 1972 (dalam Arifin,1984:10) mengatakan bahwa suatu macam komunikasi, mengenai masalah tertentu, kepada orang-orang tertentu, di dalam kondisi tertentu, dan memberikan efek-efek tertentu. Jadi suatu strategi komunikasi yang diharapkan efektifitasnya tidaklah dilakukan serampangan, melainkan membutuhkan persiapan-persiapan dan perencanaan yang matang

Komunikasi persuasif secara umum mengandung arti suatu komunikasi untuk mempengaruhi orang lain agar mau mengikuti kehendak penyampai pesan (Larson, 1999:65). 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. Lebih dalam Applbaum (1974:12) menyebutkan bahwa:

Komunikasi persuasif adalah proses komunikasi yang kompleks ketika individu atau kelompok mengungkapkan pesan (sengaja atau tidak sengaja) melalui cara-cara verbal dan nonverbal untuk memperoleh respon tertentu dari individu atau kelompok lain.

Orientasi komunikasi persuasif adalah dinamika aktif dari sumber pesan dan penerima pesan. Komunikasi tidak dipandang sebagai suatu yang linier, tetapi bersifat sirkular yang sangat memperhatikan umpan balik, konteks dan aktivitas si penerima pesan. Antara pemberi pesan dan penerima pesan terjadi proses saling mempengaruhi melalui interaksi dan interrelasi antarsesama (Malik dan Iriantara, 1994:11).

Perubahan-perubahan yang terjadi pada efek persuasi banyak diakibatkan oleh komunikasi yang direncanakan, dalam hal ini menurut Bernard Berelson 1972 (dalam Arifin, 1984:10) mengatakan bahwa suatu macam komunikasi, mengenai masalah tertentu, kepada orang-orang tertentu, di dalam kondisi tertentu, dan memberikan efek-efek tertentu. Jadi suatu strategi komunikasi yang diharapkan efektifitasnya tidaklah dilakukan serampangan, melainkan membutuhkan persiapan-persiapan dan perencanaan yang matang.

Rancangan sebuah strategi komunikasi merupakan sebuah model seperti yang dirumuskan oleh Harold Lasswell, (dalam Effendy, 2005:33) menjelaskan (*statment*) siapa mengatakan apa melalui *channel* apa dan apa yang dapat mempengaruhinya. Akibat kebiasaan yang mencari penerima informasi, ciri

penerima juga diketahui oleh khalayak sehingga kita bisa menyusun persiapan dalam penyampaian pesan untuk dikirim melalui channel yang menjangkau seluruh khalayak. Dengan asumsi bahwa pemerintah sebagai komunikator menyampaikan pesan dengan kelompok nelayan sebagai objeknya, dengan menggunakan strategi komunikasi berupa media baik media komunikasi kelompok, melalui komunikasi interpersonal dan melalui komunikasi organisasi.

Teori tersebut mengasumsikan bahwa komunikasi kelompok, yang memperhatikan dan menitikberatkan pada interaksi sosial dari segi ekonomi dan konsep tingkah laku dari pengeluaran dan imbalan dalam kepaduan, tingkat kepuasan, loyalitas kelompok, sikap keterlibatan para anggota, dan yang dialami oleh para anggota secara individual dalam hubungan dengan keanggotaan kelompok, yang dilakukan oleh komunikator untuk melakukan pendekatan kepada kelompok nelayan melalui saluran komunikasi kelompok.

Selain menggunakan saluran komunikasi kelompok juga menggunakan saluran komunikasi interpersonal oleh Devito, (1997:231) mengungkapkan bahwa komunikasi interpersonal adalah proses pengiriman pesan-pesan antara dua orang atau diantara sekelompok kecil orang-orang dan beberapa efek dan beberapa umpan balik seketika.

Asumsi dari saluran komunikasi interpersonal merupakan bentukan dari hubungan satu kepada satu, saluran ini berbentuk tatap muka maupun perantara. Seorang komunikator yang mempengaruhi individu dalam kelompok masyarakat, dan dengan mempengaruhi pejabat secara informal melalui lobi yang dilakukan oleh komunikator.

Disamping melalui saluran komunikasi interpersonal, juga dengan menggunakan strategi komunikasi organisasi, yang menggabungkan penyampaian satu kepada satu dan satu kepada banyak. Berdasarkan teori hubungan manusia

yang dikembangkan oleh Elton Mayo, (Face dan Faules, 2002:60). dengan dua kesimpulan yang berkembang merupakan pendekatan terhadap perilaku organisasi, dimana asumsinya bahwa pertama; perhatian terhadap orang-orang bisa mengubah perilaku dan sikap, kedua; moral dan produktivitas dapat meningkat apabila para anggota mempunyai kesempatan untuk berinteraksi satu sama lainnya.

Dalam komunikasi organisasi terdapat dua tipe umum saluran komunikasi, yaitu yang memudahkan komunikasi intern yang merupakan proses komunikasi birokratik *internal* dengan tiga aspek 1) Orang-orang harus memiliki informasi sebagai dasar untuk membuat keputusan, 2) Putusan dan dasar alasannya harus disebarkan agar anggota-anggota organisasi melaksanakannya, 3) ada saluran-saluran untuk pembicaraan keorganisasian, yaitu melalui percakapan sehari-hari yang biasa dalam menjalankan pekerjaan. Sedangkan saluran *eksternal*, yaitu melalui media komunikasi eksternal; media ini mencakup saluran untuk berkomunikasi kepada masyarakat yang berkepentingan dilingkungannya.

Gambar 1 : Kerangka Pemikiran Penelitian

