

# UPAYA KOMUNIKASI INTERPERSONAL KEPALA DESA DALAM MEMEDIASI KEPENTINGAN PT. BUKIT BORNEO SEJAHTERA DENGAN MASYRAKAT DESA LONG LUNUK

Fenny Oktavia<sup>1</sup>

## *Abstrak*

*Fenny Oktavia, 0902055278, Upaya Komunikasi Interpersonal Kepala Desa Dalam Memediasi Kepentingan PT. Bukit Borneo Sejahtera Dengan Masyarakat Desa Long Lunuk dibawah bimbingan Bapak Drs. Endang Erawan, M.Si dan Ibu Nurliah, S.Sos., M.I.Kom.*

*Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui, menganalisis, dan memahami Upaya Komunikasi Interpersonal Kepala Desa Dalam Memediasi Kepentingan PT. Bukit Borneo Sejahtera Dengan Masyarakat Desa Long Lunuk.*

*Fokus penelitian yang ditetapkan mengenai Fungsi Komunikasi Interpersonal Kepala Desa Dalam Memediasi Kepentingan PT. Bukit Borneo Sejahtera di Desa Long Lunuk yang dapat berupa : 1) Informasi, 2) Sosialisasi, 3) Motivasi, 4) Perdebatan dan Diskusi, 5) Pendidikan, 6) Hiburan, dan 7) Integrasi. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif, yaitu penulis menjelaskan Upaya Komunikasi Interpersonal Kepala Desa Dalam Memediasi Kepentingan PT. Bukit Borneo Sejahtera Dengan Masyarakat Desa Long Lunuk. Tehnik penelitian yaitu penelitian kepustakaan, dan penelitian lapangan berupa observasi yang dilakukan di lokasi penelitian, mengadakan wawancara untuk mendapatkan informasi yang lebih jelas sesuai dengan kebutuhan penulis dalam penelitian, kemudian melakukan dokumentasi.*

*Hasil penelitian menunjukkan dan menjelaskan bahwa Upaya Komunikasi Interpersonal Kepala Desa Dalam Memediasi Kepentingan PT. Bukit Borneo Sejahtera Dengan Masyarakat Desa Long Lunuk adalah berupa sosialisasi dan komunikasi persuasif. Dalam prosesnya komunikasi tatap langsung berperan penting dalam mengolah dan menyebarkan informasi dari dan untuk masyarakat desa dan pihak perusahaan. Sosialisasi juga didukung dengan pertemuan rutin yang diadakan di desa atas inisiasi semua pihak.*

**Kata Kunci :** *Upaya, Komunikasi Interpersonal, Mediasi, Long Lunuk.*

## **Pendahuluan**

Masyarakat Indonesia pada awalnya adalah masyarakat pedesaan. Perekonomian Indonesia bergantung pada sumber daya alam yang pada umumnya terdapat di kawasan pedesaan. Bahkan kita hampir tidak bisa melihat kawasan

---

<sup>1</sup> Mahasiswa Program S1 Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman. Email: fenyoktabia222@gmail.com

pertanian berada di daerah perkotaan. Dapat dikatakan bahwa jantung ekonomi Indonesia terletak di beberapa desa-desa di seluruh Indonesia.

Indonesia memiliki hutan yang sangat luas, sehingga dijuluki sebagai paru-paru dunia. Dengan adanya paru-paru dunia ini, semakin banyak manusia yang ingin mengelola hutan tersebut menjadi berbagai macam manfaat, ada yang bersifat positif sebagai perlindungan terhadap hewan dan negatifnya banyak yang membuka lahan secara ilegal.

Pada saat ini kawasan hutan di Kalimantan sedang gencar di buka untuk dijadikan kawasan perkebunan kelapa sawit. Khususnya di Kalimantan timur, jika kita melakukan perjalanan ke pedesaan, sejauh mata memandang maka akan terlihat hamparan pohon sawit. Banyak masyarakat desa yang mulai beralih menggantungkan hidupnya pada kebun sawit.

Untuk membuka lahan perkebunan di daerah pedesaan tentu di perlukan komunikasi yang intensif dari pihak-pihak terkait, dalam hal ini adalah pengusaha perkebunan sawit itu sendiri dan aparat desa terkait. Dan untuk mengakomodasi kepentingan pengusaha perkebunan sawit maka lurah, yang merupakan pemimpin dari sebuah desa adalah bagian penting untuk tercapainya tujuan kedua belah pihak.

Masalah komunikasi ini tentunya harus mendapat perhatian lebih, karena bisa berdampak pada kegiatan operasional sebuah perusahaan. Seorang pemberi pesan/informasi (komunikator), harus dapat mengkomunikasikan informasi yang dibawanya kepada penerima pesan dengan baik dan dapat di pahami maksudnya, sehingga tidak akan terjadi perbedaan persepsi diantara para penerima pesan. Dengan demikian semua kegiatan operasional perusahaan akan berjalan dengan lancar.

### **Rumusan Masalah**

Bagaimana upaya komunikasi interpersonal kepala desa dalam memediasi kepentingan PT. Bukit Borneo Sejahtera dengan masyarakat Desa Long Lunuk ?

### **Tujuan Penelitian**

- a. Untuk mengetahui dan memahami upaya komunikasi interpersonal kepala desa dalam memediasi kepentingan PT. Bukit Borneo Sejahtera dengan masyarakat desa long lunuk.
- b. Untuk menganalisis dan memahami upaya komunikasi interpersonal kepala desa dalam memediasi kepentingan PT. Bukit Borneo Sejahtera dengan masyarakat desa long lunuk.

### **Manfaat Penelitian**

1. Secara teoritis yaitu, hasil penelitian diharapkan dapat menambah kajian pemikiran bagi pengembangan ilmu komunikasi terutama berkaitan dengan strategi mediasi dan pengembangan komunikasi interpersonal.

2. Secara praktis yaitu, dapat digunakan menjadi sumber informasi bagi penelitian selanjutnya. Selain itu hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan kepada khalayak untuk memahami konsep mediasi dan komunikasi interpersonal.

## **Landasan Teori**

### ***Pengertian Komunikasi***

Menurut Wursanto (2001:31), komunikasi adalah proses kegiatan pengoperan/penyampaian warta/berita/informasi yang mengandung arti dari satu pihak (seseorang atau tempat) kepada pihak (seseorang atau tempat) lain dalam usaha mendapatkan saling pengertian. Kamus Besar Bahasa Indonesia menyatakan bahwa komunikasi adalah pengiriman atau penerimaan pesan atau berita antara dua orang atau lebih dengan cara yang tepat sehingga pesan yang dimaksud dapat dipahami; hubungan; kontak. Berlo (dalam Erliana Hasan (2005:18) mengemukakan komunikasi sebagai suasana yang penuh keberhasilan jika dan hanya jika penerima pesan memiliki makna terhadap pesan tersebut dimana makna yang diperolehnya tersebut sama dengan apa yang dimaksudkan oleh sumber.

### **Proses Komunikasi**

Menurut Harold D. Laswell (dalam Uchjana, 1993 : 301), menyatakan, bahwa dalam proses komunikasi harus dapat menjawab pertanyaan "*who say what, in wich channel to whom and with what effect*". yaitu :

- a. *Who* (siapa), berarti siapa yang menjadi komunikator.
- b. *Say what* (apa yang dikatakan), berarti isi pesan yang disampaikan harus diikuti atau dilaksanakan.
- c. *In wich channel* (saluran yang dipakai), saluran media yang dipakai dalam proses komunikasi adalah langsung atau tatap muka.
- d. *To whom* (kepada siapa), ini berarti sasaran atau komunikan.
- e. *With what effect* (efek yang timbul), akibat yang timbul setelah pesan itu disampaikan yaitu timbulnya suatu tindakan.

Menurut Sunarto (2003 : 16-17) terdapat tiga unsur penting dalam proses komunikasi yang dilakukan dalam komunikasi, yaitu :

- a. Sumber (*source*), disini sumber atau komunikator adalah bagian pelayanan santunan.
- b. Pesan (*massage*), dapat berupa ucapan atau pesan-pesan atau lambang-lambang.
- c. Sasaran (*Destination*), adalah korban atau ahli waris korban (Klaimen).

### **Unsur-unsur Komunikasi**

Perkembangan terakhir adalah munculnya pandangan dari Joseph de Vito, K. Sereno dan Erika Vora yang menilai faktor lingkungan merupakan unsur yang tidak kalah pentingnya dalam mendukung terjadinya proses komunikasi.

**a. Sumber ( Source )**

Semua peristiwa komunikasi akan melibatkan sumber sebagai pembuat atau pengirim informasi. Dalam komunikasi antarmanusia, sumber bisa terdiri dari satu orang, tetapi bisa juga dalam bentuk kelompok misalnya partai, organisasi atau lembaga. Sumber sering juga disebut pengirim, komunikator atau dalam bahasa Inggrisnya disebut *source*, *sender* atau *encode*.

**b. Pesan ( Message )**

Pesan yang dimaksud dalam proses komunikasi adalah sesuatu yang disampaikan pengirim kepada penerima. Pesan dapat disampaikan dengan cara tatap muka atau melalui media komunikasi. Isinya bisa berupa ilmu pengetahuan, hiburan, informasi, nasihat atau propaganda. Dalam bahasa Inggris pesan biasanya diterjemahkan dengan kata *message*, *content* atau *information*.

**c. Media ( Channel )**

Media yang dimaksud di sini adalah alat yang digunakan untuk memindahkan pesan dari sumber kepada penerima. Terdapat beberapa pendapat mengenai saluran atau media. Ada yang menilai bahwa media bisa bermacam-macam bentuknya, misalnya dalam komunikasi antarpribadi pancaindera dianggap sebagai media komunikasi. Dalam komunikasi massa, media adalah alat yang dapat menghubungkan antara sumber dan penerima yang sifatnya terbuka, dimana setiap orang dapat melihat, membaca dan mendengarnya. Media dalam komunikasi massa dapat dibedakan kedalam dua kategori, yakni media cetak dan media elektronik. Media cetak seperti halnya surat kabar, majalah, buku, leaflet, brosur, stiker, buletin, hand out, poster, spanduk, dan sebagainya. Sedangkan media elektronik antara lain: radio, film, televisi, video recording, komputer, electronic board, audio cassette dan sebagainya.

**d. Penerima ( Receiver )**

Penerima adalah pihak yang menjadi sasaran pesan yang dikirim oleh sumber. Penerima bisa saja satu orang atau lebih, bisa dalam bentuk kelompok, partai atau negara. Penerima biasa disebut dengan berbagai macam istilah, seperti khalayak, sasaran, komunikan, atau dalam bahasa Inggrisnya disebut *audience* atau *receiver*. Dalam proses komunikasi telah dipahami bahwa keberadaan penerima adalah akibat karena adanya sumber. Tidak ada penerima jika tidak ada sumber.

Penerima adalah elemen penting dalam proses komunikasi, karena dialah yang menjadi sasaran dari komunikasi. Jika suatu pesan tidak diterima oleh penerima, akan menimbulkan berbagai macam masalah yang seringkali menuntut perubahan, apakah pada sumber, pesan atau saluran.

**e. Efek**

Pengaruh atau efek adalah perbedaan antara apa yang dipikirkan, dirasakan, dan dilakukan oleh penerima sebelum dan sesudah menerima pesan. Pengaruh ini bisa terjadi pada pengetahuan, sikap dan tingkah laku seseorang,

karena pengaruh juga bisa diartikan perubahan atau penguatan keyakinan pada pengetahuan, sikap dan tindakan seseorang sebagai akibat penerimaan pesan.

**f. Umpan balik**

Ada yang beranggapan bahwa umpan balik sebenarnya adalah salah satu bentuk daripada pengaruh yang berasal dari penerima. Akan tetapi, sebenarnya umpan balik bisa juga berasal dari unsur lain seperti pesan dan media, meski pesan belum sampai pada penerima. Misalnya, sebuah konsep surat yang memerlukan perubahan sebelum dikirim, atau alat yang digunakan untuk menyampaikan pesan itu mengalami gangguan sebelum ke tujuan. Hal-hal seperti ini menjadi tanggapan balik yang diterima oleh sumber.

**g. Lingkungan**

Lingkungan atau situasi adalah faktor-faktor tertentu yang dapat mempengaruhi jalannya komunikasi. Faktor ini dapat digolongkan atas empat macam, yakni lingkungan fisik, lingkungan sosial budaya, lingkungan psikologis, dan dimensi waktu.

**Tipe Komunikasi**

Tidak begitu mudah menyalahkan suatu klasifikasi tidak benar, karena masing-masing pihak memiliki sumber yang cukup beralasan. Kelompok sarjana komunikasi Amerika yang menulis buku *Human Communication* membagi komunikasi atas lima macam tipe, yakni Komunikasi Antarpribadi (*Interpersonal Communication*), Komunikasi Kelompok kecil (*Small Group Communication*), Komunikasi Organisasi (*Organizational Communication*), Komunikasi Massa (*Mass Communication*), dan Komunikasi Publik (*Public Communication*).

**Pengertian Komunikasi Interpersonal**

Komunikasi interpersonal adalah proses pertukaran informasi diantara seseorang dengan paling kurang seorang lainnya atau biasanya diantara dua orang yang dapat langsung diketahui balikkannya. Dengan bertambahnya orang yang terlibat dalam komunikasi, menjadi bertambahlah persepsi orang dalam kejadian komunikasi sehingga bertambah komplekslah komunikasi tersebut. Komunikasi interpersonal adalah bentuk hubungan dengan orang lain (Arni, 2002:159).

Komunikasi interpersonal dianggap sebagai komunikasi yang paling efektif karena dilakukan secara langsung antara komunikator dan komunikan, sehingga bisa mempengaruhi satu sama lain. Wiryanto (2005:36) mengungkapkan bahwa “pada hakikatnya komunikasi antar pribadi adalah komunikasi antar komunikator dengan komunikan. Komunikasi ini paling efektif mengubah sikap, pendapat, atau perilaku seseorang”. Luthans (2006:380) juga menyatakan bahwa “komunikasi interpersonal dilihat sebagai metode dasar yang mempengaruhi perubahan dasar perilaku”.

### **Unsur-unsur Komunikasi interpersonal**

Dalam komunikasi interpersonal terdapat unsur penting yang juga terdapat di dalam komponen komunikasi, yang mana unsur-unsur tersebut tidak dapat di pisahkan. Jika salah satu unsur tersebut tidak ada, maka komunikasi interpersonal tidak akan dapat berlangsung. Unsur-unsur tersebut menurut Cangara (2006:23-27) adalah :

1. Sumber (komunikator), semua peristiwa komunikasi akan melibatkan sumber sebagai pembuat atau pengirim informasi. Sumber sering disebut pengirim, komunikator atau disebut *source*, *sender* atau *encoder*.
2. Pesan, adalah sesuatu yang disampaikan pengirim kepada penerima pesan dapat disampaikan melalui tatap muka atau melalui media komunikasi.
3. Media, adalah alat yang digunakan untuk memindahkan pesan dari sumber kepada penerima.
4. Penerima, adalah pihak yang menjadi sasaran pesan yang dikirim oleh sumber. Penerima adalah elemen penting dalam proses komunikasi, karena dialah yang menjadi sasaran proses komunikasi.
5. Pengaruh atau efek, adalah perbedaan antara apa yang dipikirkan, dirasakan dan dilakukan oleh penerima sebelum dan sesudah menerima pesan. Pengaruh ini bisa terjadi pada pengetahuan, sikap dan tingkah laku seseorang.
6. Tanggapan balik
7. Lingkungan

### **Tujuan Komunikasi Interpersonal**

A. W. Widjaja (2000:122) mengemukakan enam tujuan komunikasi interpersonal, yaitu :

1. Mengetahui diri sendiri dengan orang lain  
Salah satu cara untuk mengetahui diri kita sendiri adalah melalui komunikasi antarpribadi. Komunikasi antarpribadi memberi kesempatan bagi kita untuk memperbincangkan diri kita sendiri. Dengan membicarakan tentang diri kita sendiri pada orang lain, kita akan mendapat perspektif baru tentang diri kita sendiri dan lebih memahami secara lebih mendalam tentang sikap dan perilaku kita.
2. Mengetahui dunia luar  
Komunikasi antarpribadi memungkinkan kita untuk memahami lingkungan kita secara baik yakni tentang objek, kejadian-kejadian dan orang lain.
3. Menciptakan dan memelihara hubungan  
Banyak waktu yang kita gunakan dalam komunikasi antarpribadi bertujuan untuk menciptakan dan memelihara hubungan sosial dengan orang lain. Hubungan demikian membantu mengurangi kesepian dan ketegangan serta membuat kita merasa lebih positif tentang diri kita sendiri.
4. Mengubah sikap dan perilaku  
Dalam komunikasi antarpribadi sering kita berupaya menggunakan sikap dan perilaku orang lain. Kita ingin seseorang memilih suatu cara tertentu, berpikir

dalam cara tertentu, percaya bahwa sesuatu benar atau salah, dan sebagainya. Singkatnya kita banyak mempergunakan waktu untuk mempersusasi orang lain melalui komunikasi antar pribadi.

5. Bermain dan mencari hiburan  
Bermain mencakup semua kegiatan untuk memperoleh kesenangan. Seringkali tujuan ini dianggap tidak penting, tetapi sebenarnya komunikasi yang demikian perlu dilakukan karena bisa memberi suasana yang lepas dari keseriusan, ketegangan, kejenuhan dan sebagainya.
6. Membantu orang lain  
Psikiater, psikolog klinik dan ahli terapi adalah contoh-contoh profesio yang mempunyai fungsi menolong orang lain. Tugas-tugas tersebut sebagian besar dilakukan melalui komunikasi antarpribadi.

### **Fungsi Komunikasi Interpersonal**

Komunikasi interpersonal memiliki beberapa fungsi, seperti yang diungkapkan oleh Widjaja (2000:9-10) sebagai berikut :

1. Informasi : pengumpulan, penyimpanan, pemrosesan, penyebaran berita, data, gambar, fakta dan pesan opini dan komentar yang dibutuhkan agar dapat dimengerti
2. Sosialisasi (pemasarakatan) : penyediaan sumber ilmu pengetahuan yang memungkinkan orang bersikap dan bertindak sebagai anggota masyarakat yang efektif.
3. Motivasi : mendorong orang menentukan pilihannya dan keinginannya, mendorong kegiatan individu dan kelompok berdasarkan tujuan bersama yang akan dikejar.
4. Perdebatan dan diskusi : menyediakan dan saling menukar fakta yang diperlukan untuk memungkinkan persetujuan atau menyelesaikan perbedaan pendapat mengenai masalah publik.
5. Pendidikan : pengalihan ilmu pengetahuan sehingga mendorong pengembangan intelektual.
6. Memajukan kebudayaan : penyebaran hasil kebudayaan dan seni dengan maksud melestarikan warisan masa lalu.
7. Hiburan : penyebarluasan sinyal, simbol, suara dan image dari drama, tari, kesenian dan lain-lain untuk rekreasi, kesenangan kelompok dan individu.
8. Integrasi : menyediakan bagi bangsa, kelompok dan individu kesempatan untuk memperoleh berbagai pesan yang mereka perlukan agar mereka dapat saling kenal dan mengerti dan menghargai kondisi, pandangan dan keinginan orang lain.

Fungsi-fungsi komunikasi interpersonal yang diungkapkan oleh Widjaja di atas lebih bersifat umum, berikut ini fungsi komunikasi interpersonal yang lebih menjurus kedalam suatu organisasi perusahaan yang diungkapkan oleh Malayu S. P. Hasibuan (2001:196) yaitu :

1. *Instructive*, artinya komunikasi dalam hal ini berfungsi untuk memberikan perintah dari atasan kepada bawahan.
2. *Evaluative*, artinya komunikasi berfungsi untuk memberikan perintah dari atasan kepada bawahan.
3. *Informative*, komunikasi dalam hal ini berfungsi untuk menyampaikan informasi, berita, dan pesan-pesan lainnya.
4. *Influencing*, artinya komunikasi dalam hal ini berfungsi untuk memberikan saran-saran, nasihat-nasihat dari seseorang kepada orang lain.

### **Efektivitas Komunikasi Interpersonal**

Komunikasi interpersonal sebagai suatu bentuk perilaku dapat berubah dari sangat efektif menjadi sangat tidak efektif. Kumar yang dikutip oleh Wiryanto (2005:36) berpendapat bahwa hubungan interpersonal akan terjadi secara efektif apabila kedua belah pihak memenuhi kondisi berikut :

1. Keterbukaan, kemampuan menanggapi dengan senang hati informasi yang diterima didalam menghadapi hubungan antarpribadi.
2. Empati, merasakan apa yang dirasakan orang lain.
3. Dukungan, situasi yang terbuka untuk mendukung komunikasi berlangsung efektif.
4. Rasa positif, seseorang harus memiliki perasaan positif terhadap dirinya, mendorong orang lain untuk lebih aktif berpartisipasi, dan menciptakan situasi komunikasi yang kondusif untuk interaksi yang efektif.
5. Kesetaraan, pengakuan secara diam-diam bahwa kedua belah pihak saling menghargai, berguna, dan mempunyai sesuatu yang penting untuk di sumbangkan.

Sedangkan karakteristik-karakteristik efektifitas komunikasi interpersonal yang dikemukakan oleh De Vito dalam bukunya *The Interpersonal Communication Book* (Widjaja, 2000:127-128) dilihat dari dua perspektif, yaitu :

1. *Perspektif humanistic*, meliputi sifat-sifat :
  - a. Keterbukaan (*openness*)
  - b. Perilaku suportif (*supportiveness*)
  - c. Perilaku positif (*positiveness*)
  - d. Empati (*empathy*)
  - e. Kesamaan (*equality*)
2. *Perspektif pragmatis*, meliputi sifat-sifat
  - a. Bersikap yakin (*confidence*)
  - b. Kebersamaan (*immediacy*)
  - c. Manajemen interaksi (*interaction management*)
  - d. Perilaku ekspresif (*expressiveness*)
  - e. Orientasi pada orang lain (*other orientation*)

### **Faktor-faktor Komunikasi Interpersonal**

Scott M. Cultip dan Allen H. Center (Ig Wursanto, 2003:68-70) mengemukakan faktor-faktor yang mempengaruhi komunikasi interpersonal, sebagai berikut:

- a. Keterpercayaan  
Dalam komunikasi antara komunikator dan komunikan harus saling mempercayai. Kalau tidak ada unsur saling mempercayai, komunikasi tidak akan berhasil atau terhambat.
- b. Hubungan/pertalian  
Keberhasilan komunikasi berkaitan erat dengan situasi atau kondisi lingkungan pada waktu komunikasi berlangsung.
- c. Kepuasan  
Komunikasi harus menimbulkan rasa kepuasan, antara kedua belah pihak. Kepuasan ini akan tercapai apabila isi berita dapat dimengerti oleh komunikan dan sebaliknya pihak komunikan mau memberikan reaksi atau respon kepada pihak komunikator.
- d. Kejelasan  
Kejelasan yang dimaksud adalah kejelasan yang meliputi kejelasan istilah-istilah yang dipergunakan.
- e. Kesenambungan dan konsistensi  
Komunikasi harus dilakukan terus menerus dan informasi yang disampaikan jangan bertentangan dengan informasi yang terdahulu.
- f. Kemampuan pihak penerima pesan/berita  
Komunikator harus menyesuaikan istilah-istilah yang dipergunakan dengan kemampuan dan pengetahuan komunikan.
- g. Saluran pengiriman berita  
Agar komunikasi berhasil, hendaknya dipakai saluran-saluran komunikasi yang sudah biasa digunakan dan sudah dikenal oleh umum.

### **Pengertian Mediasi**

Kamus Besar Bahasa Indonesia, memberikan batasan bahwa “mediasi adalah proses pengikutsertaan pihak ketiga dalam penyelesaian suatu perselisihan sebagai penasihat. Mediator adalah perantara bagi pihak-pihak yang bersengketa itu”. Pengertian mediasi yang diberikan Kamus Besar Bahasa Indonesia mengandung tiga unsur penting. Pertama, mediasi merupakan proses penyelesaian perselisihan atau sengketa yang terjadi antara dua pihak atau lebih. Kedua, pihak yang terlibat dalam penyelesaian sengketa adalah pihak-pihak yang berasal dari luar pihak yang bersengketa. Ketiga, pihak yang terlibat dalam penyelesaian sengketa tersebut bertindak sebagai penasihat dan tidak memiliki wewenang apa-apa dalam pengambilan keputusan.

### **Jenis Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif yaitu berawal pada data dan bermuara pada kesimpulan (Bungin, 2001: 18). Sasaran atau obyek penelitian dibatasi agar data yang diambil dapat digali sebanyak mungkin serta agar penelitian ini tidak dimungkinkan adanya pelebaran obyek penelitian, oleh karena itu, maka kredibilitas dari peneliti sendiri menentukan kualitas dari penelitian ini (Bungin, 2001:26).

### **Fokus Penelitian**

1. Informasi : pengumpulan, penyimpanan, pemrosesan, penyebaran berita, data, gambar, fakta dan pesan opini dan komentar yang dibutuhkan agar dapat dimengerti
2. Sosialisai (pemasyarakatan) : penyediaan sumber ilmu pengetahuan yang memungkinkan orang bersikap dan bertindak sebagai anggota masyarakat yang efektif.
3. Motivasi : mendorong orang menentukan pilihannya dan keinginannya, mendorong kegiatan individu dan kelompok berdasarkan tujuan bersama yang akan dikejar.
4. Perdebatan dan diskusi : menyediakan dan saling menukar fakta yang diperlukan untuk memungkinkan persetujuan atau menyelesaikan perbedaan pendapat mengenai masalah publik.
5. Pendidikan : pengalihan ilmu pengetahuan sehingga mendorong pengembangan intelektual.
6. Memajukan kebudayaan : penyebaran hasil kebudayaan dan seni dengan maksud melestarikan warisan masa lalu.
7. Hiburan : penyebarluasan sinyal, simbol, suara dan image dari drama, tari, kesenian dan lain-lain untuk rekreasi, kesenangan kelompok dan individu.

### **Jenis dan Sumber Data**

#### **1. Data Primer**

Dalam penelitian ini untuk memilih informan dilakukan dengan cara teknik *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah menentukan informan dengan pertimbangan tertentu, yaitu informan yang ditunjuk adalah orang yang benar – benar memahami tentang upaya kepala desa dalam memediasi kepentingan perusahaan sawit di desa long lunuk sehingga mampu memberikan data secara maksimal.

Informan yang dipilih dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Kepala desa Long Lunuk (*Key Informant*)
  2. Tokoh masyarakat Desa Long Lunuk (*1 orang*)
  3. Perwakilan perusahaan sawit di desa Long Lunuk (*1 orang*)
- #### **2. Data Sekunder**
- Data Sekunder yang diperoleh secara tidak langsung, data ini untuk mendukung penulis pada penelitian ini melalui dokumen, buku-buku pustaka,

file yang *didownload* di internet dan tulisan-tulisan karya ilmiah dari berbagai media.

### **Tehnik Pengumpulan Data**

1. Studi Pustaka ( Library Research), dimana dalam penelitian ini,peneliti mengumpulkan data dari literatur dan mempelajari buku-buku petunjuk teknis serta teori-teori yang dapat digunakan sebagai bahan penelitian skripsi ini.
2. Penelitian Lapangan (Field Work Research) yaitu penulis mengadakan penelitian langsung kelapangan yang menjadi obyek dari penulisan skripsi ini, dengan menggunakan teknik-teknik sebagai berikut :
  - a. *Observasi* yaitu secara langsung mengadakan openelitian ke obyek penelitian.
  - b. *Document research* yaitu penelitian dokumen yang berupa peraturan perundang-undangan, keputusan-keputusan yang berkaitan dengan penelitian ini.
  - c. Wawancara (*interview*) yaitu pengumpulan data dengan cara melakukan Tanya jawab secara langsung pada responden untuk melengkapi keterangan-keterangan yang ada hubungannya dengan penelitian ini.

### **Tehnik Analisis Data**

1. Pengumpulan Data
2. Kondensasi Data
3. Penyajian Data
4. Penarikan Kesimpulan

### **Hasil Penelitian**

#### ***Pembahasan***

Dalam pembahasan ini peneliti akan mencoba menggambarkan dan mendeskripsikan Upaya Komunikasi Interpersonal Kepala Desa Dalam Memediasi Kepentingan PT. Bukit Borneo Sejahtera Dengan Masyarakat Desa Long Lunuk. Kata mediasi berasal dari bahasa Inggris “mediation”, yang artinya penyelesaian sengketa yang melibatkan pihak ketiga sebagai penengah atau penyelesaian sengketa penengah (Usman, 2003:79).

Upaya Komunikasi Interpersonal Kepala Desa Dalam Memediasi Kepentingan PT. Bukit Borneo Sejahtera Dengan Masyarakat Desa Long Lunuk yaitu keterlibatan Kepala Desa Long Lunuk sebagai mediator terkait perkara PT. Bukit Borneo Sejahtera yang ingin mendirikan perkebunan kelapa sawit di Desa Long Lunuk namun sampai saat ini belum mencapai kata sepakat dengan masyarakat setempat. hingga saat ini masyarakat desa masih belum bisa menerima tawaran terkait pembebasan lahan masyarakat maupun tanah adat dari PT. Bukit Borneo Sejahtera untuk berinvestasi di Desa tersebut.

Masyarakat juga meminta penjelasan mengenai kajian pengelolaan limbah secara jelas. Selain itu ada beberapa syarat yang dirasa penting oleh masyarakat desa

namun dirasa memberatkan bagi perusahaan. Masyarakat desa meminta penyediaan air bersih dan pengaspalan jalan serta lahan plasma sebesar 20% dari total lahan perusahaan. Masyarakat juga meminta perusahaan membuat perjanjian untuk memprioritaskan tenaga kerja lokal sebagai pekerja.

Dari hasil penelitian diketahui bahwa Kepala Desa melakukan komunikasi antarpribadi untuk mengumpulkan dan menyebarkan informasi dari dan kepada kedua belah pihak. Pengumpulan informasi dilakukan melalui komunikasi langsung kepada komunikan. Informasi yang di kumpulkan lalu disebarkan melalui beberapa kegiatan yang dalam hal ini dibagi menjadi dua yaitu informal dan formal. Kegiatan informal biasanya melalui obrolan-obrolan ringan dengan warga sedangkan yang formal biasanya berupa kegiatan mediasi seperti mengadakan pertemuan atau dialog antara kedua belah pihak yang dalam hal ini adalah masyarakat Desa Long Lunuk dan pihak PT. Bukit Borneo Sejahtera.

### ***Fungsi Informasi Komunikasi Interpersonal Kepala Desa***

Menurut Berlo (Mulyana, 2007:162) mengemukakan bahwa sumber adalah pihak yang menciptakan pesan, baik seseorang ataupun suatu kelompok. Dalam hal ini Kepala Desa Long Lunuk berperan sebagai komunikator dalam mendistribusikan pesan dari dan untuk kedua belah pihak yang bersengketa. Masyarakat Desa dan pihak Perusahaan dalam hal ini bertindak sebagai sumber informasi sekaligus sasaran komunikasi.

Mediasi merupakan tata cara berdasarkan “itkad baik” dimana para pihak yang bersengketa menyampaikan saran-saran melalui jalur yang bagaimana sengketa akan diselesaikan oleh mediator, karena mereka sendiri tidak mampu melakukannya. Melalui kebebasan ini dimungkinkan kepada mediator memberikan penyelesaian yang inovatif melalui suatu bentuk penyelesaian yang tidak dapat dilakukan oleh pengadilan, akan tetapi para pihak yang bersengketa memperoleh manfaat yang saling menguntungkan.

Dari hasil penelitian diketahui bahwa Kepala Desa Long Lunuk selaku mediator diharuskan memiliki kemampuan komunikasi yang baik, baik pesan yang bersifat informative maupun persuasif. Kepala Desa Long Lunuk juga harus menguasai dan memahami seluruh informasi tentang apa dan bagaimana sengketa bisa terjadi agar fungsinya sebagai mediator dapat berjalan dengan baik dan efektif.

Dalam proses mediasinya, seorang mediator sejatinya berperan sebagai komunikator. Komunikator akan sukses apabila ia berhasil menunjukkan *source credibility*, artinya menjadi sumber kepercayaan bagi komunikan. Kepercayaan komunikan kepada komunikator ditentukan oleh keahlian komunikator dalam bidang tugas pekerjaannya dan dapat tidaknya ia dipercaya (Effendi, 2003:305). Seorang ahli hukum akan mendapat kepercayaan apabila ia berbicara mengenai masalah hukum. Demikian pula seorang Kepala Desa akan memperoleh kepercayaan kalau ia membahas masalah yang terjadi di Desanya.

Kepercayaan kepada komunikator mencerminkan bahwa pesan yang disampaikan kepada komunikan dianggap olehnya sebagai suatu kebenaran dan sesuai dengan kenyataan empiris. Dan untuk menumbuhkan kepercayaan komunikan seorang komunikator harus memiliki kemampuan berempati yang berarti bahwa komunikator harus mampu memproyeksikan dirinya kedalam diri orang lain.

Hal ini juga diterapkan oleh Kepala Desa Long Lunuk dalam proses mediasinya agar kedua belah pihak yang bersengketa merasa lebih nyaman dan tidak timbul kecurigaan di dalam diri mereka sehingga segala informasi dalam proses mediasi dapat disampaikan dengan efektif karena adanya kepercayaan kepada mediator. Sebuah kepercayaan yang besar dapat menimbulkan daya perubahan sikap (untuk mengarahkan atau merubah opini dan sikap pihak lain). Sedangkan kepercayaan yang kecil akan mengurangi efek yang diharapkan atau terbatasnya daya perubahan yang menyenangkan (Rudy, 2005:66).

Dalam kegiatannya Kepala Desa selaku mediator melakukan pendekatan personal kepada warganya. Tujuannya adalah mencari tahu keinginan masyarakat yang sebenarnya, apakah mereka mengajukan syarat untuk kepentingan masyarakat atau hanyalah alasan penolakan masuknya PT, Bukit Borneo Sejahtera ke Desa Long Lunuk. Terhadap pihak perusahaan Kepala Desa juga melakukan pendekatan demikian untuk mengetahui niat dan usaha pihak perusahaan dalam memenuhi tuntutan masyarakat desa long lunuk.

Pesan yang disampaikan oleh mediator bersifat informatif dan persuasif. Adapun pesan yang disampaikan ketika melakukan kegiatan mediasi adalah tentang persyaratan masyarakat Desa Long Lunuk terkait upaya berdirinya perkebunan kelapa sawit milik PT. Bukit Borneo Sejahtera serta usaha dan kemampuan PT. Bukit Borneo Sejahtera dalam memenuhi persyaratan tersebut.

Upaya persuasif dilakukan Kepala Desa untuk menyadarkan masyarakat tentang keuntungan berdirinya perkebunan sawit di Long Lunuk. Namun tindakan tersebut dilakukan tidak semata-mata karena informasi yang diberikan pihak perusahaan melainkan berdasarkan pengamatan dan pemahaman Kepala Desa terhadap perkebunan sawit dan latar belakang PT. Bukit Borneo Sejahtera itu sendiri. Pihak perusahaan juga diberikan pemahaman yang sebenar-benarnya terhadap keinginan dan kebutuhan masyarakat Desa Long Lunuk agar pihak perusahaan dapat bijaksana dan tidak mementingkan keuntungan sendiri.

Kepala Desa Long Lunuk sebagai mediator mengupayakan agar bisa terjalin kerja sama yang sinergis dan saling menguntungkan antara pihak perusahaan dan masyarakat desa long lunuk. Harapannya dengan adanya kegiatan mediasi ini kedua belah pihak dalam saling memahami hak dan kewajiban masing-masing sehingga tidak ada pihak yang akan merasa dirugikan oleh kesepakatan yang terjalin.

## **Kesimpulan**

1. Upaya Kepala Desa Dalam Memediasi Kepentingan PT. Bukit Borneo Sejahtera Dengan Masyarakat Desa Long Lunuk melalui komunikasi interpersonal. Komunikasi interpersonal sangat efektif digunakan untuk melakukan pendekatan informatif dan persuasif kepada kedua belah pihak. Pendekatan tersebut dilakukan demi mendukung upaya mediasi berupa pertemuan rutin antara masyarakat desa long lunuk dan PT. Bukit Borneo Sejahtera yang di inisiasi oleh Kepala Desa Long Lunuk. Pendekatan tersebut juga dilakukan Kepala Desa dalam upaya memahami keinginan masyarakat Long Lunuk serta usaha PT. Bukit Borneo Sejahtera dalam memenuhi keinginan masyarakat.
2. Upaya persuasif dilakukan Kepala Desa untuk menyadarkan masyarakat tentang keuntungan berdirinya perkebunan sawit di Long Lunuk. Namun tindakan tersebut dilakukan tidak semata-mata karena informasi yang diberikan pihak perusahaan melainkan berdasarkan pengamatan dan pemahaman Kepala Desa terhadap perkebunan sawit dan latar belakang PT. Bukit Borneo Sejahtera itu sendiri. Pihak perusahaan juga diberikan pemahaman yang sebenar-benarnya terhadap keinginan dan kebutuhan masyarakat Desa Long Lunuk agar pihak perusahaan dapat bijaksana dan tidak mementingkan keuntungan sendiri.

## **Saran**

1. Sebaiknya dalam proses mediasi, Kepala Desa sebagai mediator lebih memberikan pemahaman kepada masyarakat agar dapat merubah stigma negatif dan pemikiran masyarakat yang beranggapan bahwa perkebunan sawit tidak peduli terhadap masyarakat setempat. Banyaknya sengketa perkebunan kelapa sawit di Indonesia semakin menambah citra buruk perusahaan perkebunan kelapa sawit. Stigma negative tersebutlah yang harus dirubah Kepala Desa. Kepala Desa Long Lunuk perlu menanamkan pemikiran bahwa tidak semua Perusahaan Perkebunan Kelapa Sawit yang hanya mementingkan keuntungan sendiri dan melakukan segala cara untuk mendapatkan profit.
2. Sebaiknya lebih ditingkatkan pendekatan informative dan persuasive terhadap kedua belah pihak agar informasi yang dibagikan dalam proses mediasi menjadi lebih teratur dan efektif.
3. sebaiknya ada kerjasama dengan pihak pemerintah daerah agar terjadi sinergi antara Kepala Desa dan pimpinannya selaku pemegang kuasa tertinggi di daerah tersebut. Mengabaikan pemerintah daerah dalam proses mediasi akan membuat upaya mediasi menjadi sia-sia.

## **Daftar Pustaka**

- Arifin, Anwar. (2001), *Strategi Komunikasi: Suatu Pengantar Ringkas*, Bandung: Armico.

- Bales, Robert F. (1950), *Interaction Process Analysis: A Method for the Study of Small Groups*, Cambridge: Addison-Wesley
- Bungin, Burhan. (2001). *Metode Penelitian Sosial*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Cangara, Hafied. (2002,2005).*Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja GrafindoPersada.
- Cangara, Hafied. (2006). *Perilaku Organisasi*. Jakarta. PT. Raja Grafindo Persada
- Effendy, Onong Uchjana. (2003). *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.
- Hasan, Erliana. (2005). *Komunikasi Pemerintahan*. Bandung: PT. Rafika Aditama.
- Hasibuan Malayu. (2001,2006). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta. PT Bumi Aksara
- Hasibuan Malayu. (2014). *Organisasi dan Motivasi*. Jakarta. PT Bumi Aksara)
- Kriyantono, Rachmat. 2006.*Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Surabaya: Kencana Prenada Media Group.
- Luthan, fred. (2006). *Perilaku Organisasi (Alih Bahasa V.A Yuwono, dkk)* Edisi Bahasa Indonesia. Yogyakarta. ANDI
- Muhammad, Arni. (2002). *Komunikasi Organisasi*. Bandung. Rosda Karya
- Muhammad, Arni. (2009). *Komunikasi Organisasi*. Jakarta. Bumi Aksara
- Mulyana, Deddy, (2005), *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Permana, J. (2003). *Teknik Komunikasi Interpersonal dan Usaha Membina Kerjasama*. Bandung. Modul
- Rakhmat Jalaludin. (2007). *Psikologi Komunikasi Edisi Revisi*. Bandung. Remaja Rosda Karya
- Supardi & Syaiful Anwar (2002), *Dasar-dasar Perilaku Organisasi*, UII Press Jogjakarta.
- Sugiyono, Drs.(2009). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Widjaja, A. W. (2000). *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat*). Jakarta. PT. Rineka Cipta
- Wiryanto. (2005). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta. Grasindo
- Wursanto Ig (2001). *Ilmu komunikasi teori dan praktek*. Yogyakarta. Kanisius
- Wursanto, Ig. (2003). *Etika Komunikasi Kantor*. Yogyakarta. Kanisius.