

BAB II

LANDASAN TEORITIS

A. Strategi Komunikasi

1. Pengertian strategi

Kata strategi berawal dari bahasa Yunani klasik, yaitu “*stratos*” yang artinya tentara dan kata “*agein*” yang berarti memimpin. Merujuk pada asal katanya kata strategi berarti memimpin tentara. Kata strategi digunakan pertama kali didunia kemiliteran yang dimana kata tersebut konsep awalnya merupakan bagaimana para tentara menggunakan seni dalam memimpin perang untuk memenangkan sebuah peperangan. Seorang jendral Prusia menyatakan bahwa strategi adalah salah satu seni dimana penggunaan sarana pertempuran untuk menggapai tujuan perang. Juga sebuah tindakan aksi atau kegiatan yang dilakukan oleh seseorang atau suatu perusahaan untuk mencapai sasaran atau tujuan yang telah ditetapkan.¹⁴ Strategi dalam berkomunikasi juga harus diperhatikan oleh komunikator agar apa yang disampaikan dapat menyentuh hati komunikan seperti yang dijelaskan dalam Al-Quran Surah (At-Thaha :44) yang berbunyi :¹⁵

فَقُولَا لَهُوَاإِلَّا لِيَنَّا لَعَلَّهُ يَتَذَكَّرُ أَوْ يَخْشَىٰ

Artinya. “Maka berbicaralah kamu berdua kepadanya dengan kata-kata yang lemah lembut, Mudah-mudahan ia ingat atau takut”.

Ayat di atas menjelaskan bahwasannya kita sebagai Umat Muslim harus dapat berkomunikasi dengan lemah lembut agar apa yang kita ingin

¹⁴Hafied Cangara, *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*, (Jakarta: Raja Grafindo, 2013), hlm. 61.

¹⁵ Departemen Agama RI, *Al-Quran dan terjemahannya*, (Jarkarta: PT. Kumandasmoro Grafindo Semarang, 1994). Hlm. 314.

sampaikan kepada komunikan dapat didengar dan mudah dipahami pendengar.

Secara umum, strategi ditafsirkan sebagai tindakan perencanaan yang disusun berdasarkan tujuan serta kebijakan untuk mencapai tujuan itu sendiri. Menurut Stephanie K. Marrus yang menyatakan bahwa strategi adalah proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai.¹⁶

2. Pengertian Komunikasi

Kata komunikasi berasal dari bahasa Latin, "*comunis*", yang berarti membuat kebersamaan atau membangun kebersamaan antara dua orang atau lebih. Akar katanya "*communis*" adalah "*communico*" yang artinya berbagi dalam literatur lain disebutkan komunikasi juga berasal dari kata "*communication*" yang berarti "membuat sama".¹⁷ Istilah *communis* adalah istilah yang paling sering disebut sebagai asal usul kata komunikasi, yang merupakan akar dari kata Latin yang mirip komunikasi menyarankan bahwa suatu pikiran, suatu makna, atau suatu pesan dianut sama.

Pawito dan C Sardjono mendefinisikan komunikasi sebagai suatu proses dengan mana suatu pesan dipindahkan atau dioper (lewat satu saluran) dari suatu sumber kepada penerima dengan maksud mengubah perilaku, perubahan dalam pengetahuan, sikap dan atau perilaku lainnya.¹⁸

¹⁶Husein Umar, *Desain Penelitian Manajemen Strategi*,(Jakarta: Rajawali Pers, 2010), hlm. 16.

¹⁷Poppy Ruliana, *Komunikasi Organisasi: Teori dan Studi Kasus* (Depok: Rajawali Pers, 2018), hlm 2.

¹⁸Tommy Suprpto, *Pengantar Teori Komunikasi* Cet ke-1,(Yogyakarta: Media Pressindo, 2006), hlm 15.

Menurut Smith, komunikasi sekaligus bersifat khas dan umum, sempit dan luas dalam ruang lingkupnya. Ia menguraikan komunikasi antar manusia metupakan suatu rangkaian proses yang halus dan sederhana.¹⁹

a. Unsur-unsur Komunikasi

Dalam proses komunikasi setidaknya terdapat lima unsur penting yang selalu hadir, yaitu sumber informasi, pesan, penerima informasi, saluran atau media, dan pengaruh.²⁰

1) Sumber

Sumber merupakan orang yang ingin menyampaikan pesan dengan maksud menyampaikan informasi atau ide kepada orang lain. Sebutan lain untuk untuk ini adalah komunikator atau pengirim pesan.

2) Pesan / Informasi

Pesan adalah pokok bahasan komunikasi yang ingin disampaikan oleh pengirim kepada penerima. Pesan ini bisa berupa pendapat, sikap, perasaan, pandangan, perintah, atau saran yang bisa disampaikan dalam bentuk lisan atau tulisan.

3) Penerima Informasi

Penerima informasi adalah orang yang menerima pesan atau untuk siapa pesan tersebut dimaksudkan. Penerima adalah yang mencoba memahami pesan dengan cara sebaik mungkin dalam mencapai tujuan yang diinginkan.

¹⁹*Ibid.*, hlm.16.

²⁰Rini Darmastuti, *Mindfulness Dalam Komunikasi Antarbudaya*, (Yogyakarta: Buku Litera, 2003), hlm. 6.

4) Saluran atau Media

Saluran atau media adalah sarana yang digunakan untuk mengirimkan pesan, bisa bersifat formal atau informal, dan bisa berupa lisan atau tulisan. Contoh media lisan adalah percakapan tatap muka, pidato, obrolan di telepon, voice note, radio, dan lagu. Sedangkan media tertulis bisa berupa surat, faktur, Koran, majalah, dan sebagainya.

5) Pengaruh atau Efek

Pengaruh atau efek adalah perbedaan antar apa yang difikirkan, dirasakan, dan dilakukan oleh penerima sebelum dan sesudah menerima pesan yang di dapat.

b. Tujuan Komunikasi

Dalam kehidupan sehari-hari, apabila sebagai pejabat atau pemimpin makan sering berhubungan dengan masyarakat. Dalam komunikasi bertujuan untuk menyampaikan informasi dan mencari informasi kepada mereka, agar apa yang ingin disampaikan atau diminta dapat mengerti sehingga komunikasi yang dilaksanakan dapat tercapai.²¹

Menurut Fajar pada hakekatnya komunikasi bertujuan untuk menyampaikan ide, pikiran, perasan dan lain-lain agar terjadi perubahan, yaitu: (1) perubahan sikap (*attitude change*), baik berupa positif maupun negatif; (2) perubahan pendapat (*opini change*); (3)

²¹*Ibid.*, hlm. 8.

Perubahan perilaku (*behavior change*); (4) Perubahan sosial (*social change*).

3. Pengertian Strategi Komunikasi

Strategi pada hakikatnya adalah perencanaan dan manajemen untuk mencapai suatu tujuan. Tetapi untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, melainkan harus menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya. Demikianlah pula strategi komunikasi merupakan perencanaan komunikasi (*communication planning*) dan manajemen komunikasi (*communication management*) untuk mencapai suatu tujuan.

Banyak teori komunikasi yang sudah diketengahkan oleh para ahli, tetapi untuk strategi komunikasi teori yang memadai baiknya untuk dijadikan pendukung strategi komunikasi ialah apa yang dikemukakan oleh *Harold D. Laswell* yaitu cara yang terbaik untuk menerangkan kegiatan komunikasi adalah menjawab pertanyaan “*Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect?*”.²²

- a. *Who* : Siapa?
- b. *Says What* : Mengatakan apa?
- c. *In Which Channel* : Melalui saluran apa?
- d. *To Whom* : Kepada siapa?
- e. *With What Effect* : Dengan efek apa?

²²Poppy Rulian, *Komunikasi Organisasi: Teori dan Studi Kasus*, (Depok: Rajawali Pers, 2018), hlm. 3.

Ada empat strategi komunikasi yang akan diteliti, yaitu strategi dalam memilih komunikator, strategi dalam menetapkan target sasaran, strategi dalam menyusun pesan, dan strategi dalam pemilihan media.

a. Strategi dalam Menentukan Komunikator

Komunikasi mempunyai ragam kajian, seperti komunikator yang merupakan sumber informasi serta mempunyai kendali bagi tiap kegiatan komunikasi. Maka, sumber utama dari kegagalan dalam berkomunikasi adalah komunikator, karena komunikator tidak memahami ataupun mengetahui tentang pengolahan pesan, pemilihan media yang tepat, serta mendekati khalayak yang merupakan sebuah target.

Ada beberapa persyaratan wajib dimiliki oleh seorang komunikator, yaitu (1) tingkat kepercayaan orang lain terhadap dirinya (kredibilitas), (2) daya tarik (*attractive*), (3) kekuatan (*power*).²³

b. Strategi dalam Menetapkan Target Sasaran dan Analisis Kebutuhan Khalayak.

Untuk memahami target sasaran komunikasi atau khalayak yang paling utama dalam target sasaran program komunikasi adalah hal yang paling penting, karena seluruh kegiatan komunikasi ditujukan pada khalayak. Tercapai atau tidaknya sebuah program, khalayaklah yang menentukan, walaupun mengeluarkan biaya yang besar, waktu serta tenaga untuk mempengaruhi khalayak, apabila program yang disajikan

²³*Ibid.*, hlm. 4.

mereka tidak tertarik, dapat dikatakan bahwa program komunikasi yang telah disajikan menjadi sia-sia.

Masyarakat mempunyai kelompok yang akan menentukan keberhasilan dari suatu program. Adapun kelompok tersebut yaitu:

- 1) Kelompok pemberi izin, yaitu sebuah lembaga yang membentuk suatu peraturan serta memberikan izin sebelum program tersebut disebarluaskan.
- 2) Kelompok pendukung, yaitu kelompok yang mendukung, serta menyetujui program yang akan dilaksanakan.
- 3) Kelompok oposisi, yaitu kelompok yang menentang atau melarang program tersebut dilaksanakan.
- 4) Kelompok evaluasi, yaitu kelompok yang dimana orang-orang tersebut mengkritisi serta memantau jalannya suatu program.

c. Strategi Dalam Penyusunan Pesan

Pesan merupakan seseorang yang menyampaikan sebuah informasi baik dalam bentuk *symbol* yang dirasakan serta dapat diperoleh oleh publik pada kegiatan yang bermakna. *Symbol* adalah hasil dari buatan manusia yang mempunyai kandungan makna sehingga dapat dipergunakan untuk berkomunikasi antara sesama manusia. *Symbol* terbagi menjadi dua, yakni *symbol* verbal dan non-verbal.

Dalam penggunaannya, *symbol* verbal yaitu dengan menggunakan bahasa dalam bentuk ucapan dan bentuk tulisan. Sementara *symbol* non-verbal yaitu menggunakan bahasa isyarat,

bahasa tubuh, atau bahasa diam. Maka dalam teknik penyusunan pesan, pesan yang akan disampaikan harus bersifat informatif, persuasif, dan mendidik.

1) Informatif

Informasi mempunyai sifat yang terdiri dari dua macam, yaitu informasi bersifat aktual serta informasi bersifat umum. Informasi yang mempunyai sifat kebaruan atas terjadinya suatu kejadian maka informasi itu disebut informasi yang bersifat aktual. Sedangkan pesan informasi yang bersifat umum misalnya berita tentang pelaksanaan seminar.

2) Persuasif

Persuasif yang pastinya mempunyai sifat proposisi, yaitu dengan adanya hasil yang diterima oleh sumber dari penerima pesan yang disampaikan. Maksudnya adalah tiap pesan yang disampaikan diharap akan membuahkan suatu perubahan. Mengubah sikap atau tingkah laku seseorang dan publik, pengetahuan merupakan harapan dari komunikasi persuasif terhadap kegiatan komunikasi yang akan dijalankan.

3) Mendidik

Penyusunan pesan yang mendidik wajib mempunyai sifat yang mengarah keperubahan tidak lain hanya dari tidak memahami menjadi paham, tetapi juga harus bisa melaksanakan apa yang telah dipahami.

d. Strategi Dalam Pemilihan Media dan Saluran Komunikasi

Pemilihan media komunikasi perlu dipertimbangkan kembali mengenai karakteristik dari isi pesan serta tujuan pesan yang akan disampaikan, pula jenis media apa yang dimiliki oleh komunikator. Isi pesan merupakan kemasan pesan yang akan ditujukan untuk masyarakat luas serta kemasan pesan untuk komunitas tertentu. Melalui media massa seperti media cetak atau televisi sangat lebih baik pesan disampaikan untuk masyarakat yang tidak dapat dijangkau, serta bagi komunitas tertentu menggunakan saluran komunikasi kelompok ataupun selebaran. Media sendiri dibagi menjadi dua, yaitu: media lama dan media baru. Adapun media lama seperti:

- 1) Media cetak yakni dimana pesan-pesan verbalnya tertulis, seperti buku dan koran.
- 2) Media elektronik yakni pesan yang disampaikan melalui getaran listrik misalnya televisi dan radio.
- 3) Media luar ruangan yakni media yang biasanya dikaitkan dengan dunia estetika dalam bentuk lukisan serta ditempatkan pada tempat-tempat ramai yang dapat dilihat orang banyak, seperti spanduk, baliho, dan reklame.
- 4) Media format kecil, yakni biasanya terdiri atas berbagai macam media tetapi ukurannya lebih kecil serta isinya terfokus pada satu macam informasi, misalnya buletin, brosur, poster, selebaran, stiker, dan *leaflet*.

- 5) Saluran komunikasi kelompok, yaitu komunikasi yang dibangun atas hubungan-hubungan kelompok masyarakat, misalnya pengajian, acara perkawinan, rukun kampung dan rukun tetangga.
- 6) Saluran komunikasi publik, yaitu bisa dikatakan dengan komunikasi massa karena melibatkan banyak orang. Namun ada juga yang mengatakan komunikasi publik tidak sama dengan komunikasi massa karena sifatnya tatap muka. Misalnya, kampanye dan rapat akbar.
- 7) Saluran komunikasi antarpribadi, misalnya surat-menyurat yang bersifat pribadi. Sedangkan media baru adalah internet.

4. Tujuan Strategi komunikasi

Shannon dan Weaver, dua orang insinyur listrik ini mengatakan bahwa terjadinya proses komunikasi memerlukan lima unsur yang mendukung, yaitu pengirim transmitter, signal penerima dan tujuan. Komunikasi ini didasarkan atas studi yang mereka lakukan mengenai pengirim pesan melalui radio dan telepon. Kemudian David K. Berlo membuat formula komunikasi yang lebih sederhana yang dikenal dengan nama. "SMCR" Singkatan dan *source* (pengirim) *message* (pesan), *channel* (saluran) dan *receiver* (penerima).²⁴ Gerald dan Melvin L. Defuluer menambahkan lagi unsur efek dan umpan balik sebagai pelengkap dalam membangun komunikasi yang sempurna.

²⁴Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi* cet. ke 6, (Jakarta: Raja Grafindo, 2005), hlm. 22.

5. Langkah-langkah Dalam Penyusunan Strategi Komunikasi

Agar komunikasi berjalan dengan efektif maka harus diperhatikan langkah-langkah dalam penyusunan strategi komunikasi. Adapun langkah-langkah dalam penyusunan strategi komunikasi adalah sebagai berikut:²⁵

a. Identifikasi Target Khalayak (*audience*).

Pada langkah identifikasi target khalayak yang biasanya disebut dengan pemetaan pemangku kepentingan dari lembaga atau organisasi, perlu dibedakan apakah khalayak yang akan kita hadapi sifatnya perorangan atau kelompok. Sebab menghadapi khalayak yang sifatnya perorangan atau kelompok sangat berbeda. Artinya mengelola khalayak perorangan lebih mudah dibandingkan dengan yang berkelompok.²⁶

b. Bangun Apa yang Ingin Dicapai

Pada tahap ini para perencana diminta untuk menetapkan tujuan yang ingin dicapai setelah ada gambaran yang diperoleh dari hasil pemetaan target sasaran yang dilakukan tahap pertama.

c. Pikirkan Apa yang Seharusnya Termuat Di Pesan

Untuk memahami tipe khalayak dan tujuan yang ingin dicapai, maka seorang perencana komunikasi harus mampu memilah pesan apa yang sesuai dengan pengetahuan, kebutuhan, dan pengalaman khalayak yang akan menjadi target komunikasi.

²⁵*Ibid.*, hlm, 30.

²⁶Hafied Cangara, *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. (Jakarta: Raja Grafindo, 2013), hlm. 97.

d. Seberapa Banyak Komitmen yang Diperlukan

Pada tahap ini diinginkan tindakan apa yang harus diperlukan untuk mencapai setiap khalayak. Apa yang diinginkan pada khalayak, apakah perubahan itu dalam bentuk pengetahuan, sikap atau perubahan perilaku. Dan berapa banyak dukungan untuk melakukan hal itu.

e. Pilih Saluran Media yang Tepat

Pemilihan saluran yang tepat harus terlebih dahulu mengetahui informasi lapangan yang telah dipetakan, yakni apakah khalayak yang menjadi target sasaran rata-rata memiliki media, media apa.²⁷

f. Ukur Keberhasilan yang Dicapai

Program komunikasi yang sudah dijalankan maka perlu dievaluasi untuk mengetahui sejauh mana keberhasilan yang diperoleh.²⁸

6. Strategi Komunikasi dalam Menanggulangi Konflik Antar Umat Beragama

a. Strategi Komunikasi Melalui Jalur Konsiliasi

Konflik antarumat beragama dapat diselesaikan dengan cara strategi komunikasi konsiliasi yang artinya cara untuk mempertemukan kedua belah pihak yang bertentangan untuk menyetujui kesepakatan dan menyelesaikan konflik antarumat beragama tersebut.

²⁷*Ibid.*, hlm. 99.

²⁸*Ibid.*, hlm. 100.

b. Strategi Komunikasi Melalui Jalur Negoisasi/Musyawarah

Negoisasi merupakan suatu bentuk komunikasi dirancang langsung untuk memperoleh kesepakatan ketika kedua belah pihak yang berkepentingan sama maupun yang berbeda kepentingan. Strategi tersebut dirancang oleh kedua belah pihak tanpa melibatkan pihak ketiga atau penengah. Dalam proses negoisasi, perundingan akan langsung dilakukan oleh seluruh pihak yang bertentangan tanpa melibatkan pihak yang ketiga.

c. Strategi Komunikasi Melalui Jalur Mediasi

Mediasi merupakan suatu proses penyelesaian konflik yang tidak resmi. Dalam hal ini, perbedaan-perbedaan dari masing-masing individu akan didiskusikan bersama yang dibantu oleh pihak penengah yaitu hakim sebagai penasihat. Diskusi akan dipimpin oleh seorang mediator yang berdiri sebagai penengah atau penasihat dalam penyelesaian konflik.²⁹

B. Forum Umat Islam (FUI)

Forum Umat Islam (FUI) merupakan pertemuan atau wadah para tokoh ulama Islam yang di bangun masyarakat dengan tujuan membahas masalah-masalah keislaman dan umat islam. Lembaga ini juga sangat berperan dalam mengawasi dan mengembangkan fungsi masjid, Forum Umat Islam (FUI) selalu berusaha untuk berada digarda terdepan untuk menyelesaikan masalah yang

²⁹Nurjanah, *Strategi Komunikasi Organisasi Humas Dalam Menyelesaikan Konflik Antar Umat Beragama (Studi Pada Kantor Bupati Aceh Singkil)*, AT-BALAGH : Vol. 1 No. 1 Juli-Desember 2017, hlm. 12.

terjadi di masjid untuk menjaga kerukunan dan kesejahteraan umat. Mendamaikan konflik yang berhubungan dengan masjid.³⁰

C. Konflik Antar Umat Beragama

Konflik merupakan serapan dari bahasa Inggris *conflict* yang berarti percekocan, pertentangan, perselisihan. Menurut Otomar J. Bartos mengartikan konflik sebagai situasi dimana para actor menggunakan perilaku konflik melawan satu sama lain dalam menyelesaikan tujuan yang bersebrangan atau mengekspresikan naluri permusuhan. Konflik antar agama dapat terjadi karena ada banyaknya perbedaan yang terjadi dalam suatu wilayah. Pasti jika ada suatu perbedaan akan menimbulkan gesekan permasalahan apalagi agama merupakan hal yang sacral bagi masyarakat. Kesalahpahaman terhadap satu agama dengan agama lainnya yang membuat terjadinya konflik.³¹ Ada beberapa penyebab konflik antar umat beragama:

1. Mereka masih belum memahami ajaran agamanya atau menyimpang dari aturan agama masing-masing.
2. Masyarakat masih mementingkan diri sendiri atau menganggap agamanya yang paling benar.
3. Masyarakat masih bertindak semaunya tanpa mengikuti aturan yang ada.

Upaya yang harus dilakukan untuk mengatasi konflik agama antara lain:³²

1. Masyarakat harus mempunyai rasa menghormati, menghargai antara agama satu dengan agama yang lain.

³⁰Buku Panduan Pendirian Rumah Ibadat Berdasarkan Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Dalam Negeri Nomor 9 dan 8 Tahun 2006.

³¹Novri Susan, *Pengantar Sosiologi Konflik dan Isu-Isu Konflik Kontempore*, cet 2 (Jakarta : Kencana, 2010), hlm. 45.

³²*Ibid.*, hlm. 48.

2. Masyarakat harus mempererat tali persaudaraan dan saling mengenal antara satu dengan yang lain.
3. Mempunyai kesadaran bahwa setiap agama yang dianut masyarakat membawa misi kedamaian dan mengajarkan nilai-nilai kebaikan.
4. Masyarakat yang baru saja pindah ke daerah lain harus berbaur atau membaurke masyarakat sekitar.
5. Dalam masyarakat harus ada keadilan dan rasa ketidakadilan itu harus dihilangkan agar tidak menimbulkan rasa kebencian dan perselisihan.
6. Adanya gotong royong dalam masyarakat dan kerja sama agar tetap terjaga silaturahmi dilingkungan masyarakat.

D. Kerukunan Antar umat Beragama

1. Agama

Kata agama berasal dari bahasa sansekerta, yang terdiri dari dua kata yaitu “A” artinya tidak, dan “Gama” artinya kocar-kacir, berantakan, yang sama artinya dengan perbuatan “*chaos*”. Ini berarti bahwa kata agama yaitu teratur, beres, merupakan suatu peraturan yang mengatur keadaan manusia, maupun sesuatu yang gaib, mengenal budi pekerti, pergaulan hidup bersama dan lainnya. Menurut KBBI, agama merupakan suatu system yang mampu mengatur tata keimanan dan kepercayaan serta ibadah pada tuhan yang maha kuasa disertai dengan tata kaidah yang berkaitan langsung dengan cirri pergaulan manusia dengan manusia lainnya, atau manusia dengan lingkungan sekitarnya.³³

³³Kamisa, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*, (Surabaya: Kartika, 1997), hlm 68.

Kata “*dien*” (agama) diistilah Arab berasal dari kata kerja “*daana*”-“*yadienu*”, secara etimologis memiliki berbagai makna, antara lain: cara atau adat kebiasaan, peraturan, undang-undang, taat atau patuh, menunggalkan ketuhanan, *al-jaza*; pembalasan, *al-hisab*; perhitungan, *yaum al-Qiyamat*; nasihat dan *Shirat al Mustaqim*; jalan yang lurus dan benar.³⁴

Secara terminologi agama menurut Faisal merupakan kepercayaan akan adanya Tuhan Yang Maha Esa serta hukum yang diwahyukan kepada utusan-utusan-Nya untuk kebahagiaan hidup manusia di dunia dan di akhirat. Secara etimologi istilah agama merujuk dari bahasa sansekerta yang bermakna suatu tradisi karena berasal dari kata “a” dan “gama”. Agama juga dapat diartikan sebagai sebuah kumpulan aturan yang dapat mengarahkan manusia dalam arah dan tujuan tertentu yang baik dan benar.³⁵

2. Kerukunan Antar Umat Beragama

Kerukunan antar umat beragama merupakan suatu keadaan sosial yang dimana seluruh kalangan agama dapat menjalani kehidupan tanpa mengurangi hak dasar masing-masing untuk melaksanakan kewajiban agamanya. Kerukunan umat beragama tidak mungkin bisa lahir dari sikap tidak peduli atas hak-hak keberagaman dan perasaan orang lain. Namun dalam hal ini tidak juga bisa diartikan bahwa kerukunan hidup diantara umat member ruang sebagai campur tangan unsur-unsur tertentu dari agama yang berbeda, karena hal tersebut akan merusak nilai agama itu sendiri. Bentuk dari kerukunan antar umat beragama itu ialah hubungan yang harmonis dalam kehidupan bermasyarakat yang saling mengharagai, menguatkan, yang di ikat dengan

³⁴Suryo, dkk, *Din Al-Islam Buku Teks Pendidikan Agama Islam di Perguruan Tinggi*, (Bandung: Tiga Mutiara, 1997), hlm 23.

³⁵*Ibid.*, hlm 25.

sikap pengendalian hidup. Masing-masing dari pemeluk agama yang baik haruslah hidup rukun serta damai. Bentuk hubungan yang harmonis dalam pergaulan hidup bermasyarakat untuk saling menguatkan diikat oleh sikap pengendalian hidup dalam wujud:

- a. Saling hormat menghormati kebebasan menjalankan ibadah sesuai dengan agamanya.
- b. Saling hormat menghormati dan bekerjasama intern pemeluk agama, antar berbagai golongan agama dan umat-umat beragama dengan pemerintah yang sama-sama bertanggung jawab membangun bangsa dan Negara.
- c. Saling tenggang rasa dan toleransi dengan tidak memaksa agama orang lain.

Dengan demikian kerukunan antar umat beragama menjadi salah satu tongkat utama dalam memelihara hubungan suasana yang baik, damai, tidak bertengkar, tidak gerak, bersatu hati dan bersepakat antar umat beragama yang berbeda-beda agama untuk hidup rukun.

E. Penelitian Terdahulu

Dalam penulisan skripsi ini penulis telah melakukan tinjauan pustaka di perpustakaan dan pencarian di internet untuk menggali informasi dari penelitian-penelitian terdahulu sebagai bahan perbandingan, tidak ditemukan judul skripsi yang mempunyai kesamaan dengan apa yang akan diteliti oleh penulis. Namun penulis menemukan sejumlah judul yang mempunyai kemiripan dengan apa yang akan diteliti oleh penulis. Maka untuk menghindari adanya plagiat atau mengambil karya orang lain, maka dari itu penulis mempertegas judul penelitian

skripsi penulis dengan judul penelitian orang lain dan perbedaan pembahasan mengenai masalah dalam penelitian.

1. Gita Romadhani Sitorus / Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan 2021.³⁶

a. Judul Skripsi: Strategi Komunikasi Forum Kerukunan Umat Beragama (FKUB) Dalam Upaya Menjaga Kerukunan Antar Tokoh Dan Umat Beragama Di Kabupaten Toba.

b. Hasil Penelitian: Strategi komunikasi yang digunakan Forum Kerukunan Umat Beragama (FKUB) Kabupaten Toba yaitu: (1) strategi dalam menentukan komunikator. Forum Kerukunan Umat Beragama (FKUB) Kabupaten Toba memilih komunikator yang netral dan mempunyai kesepahaman, komunikator yang dipilih tidak memihak terhadap agama satu atau lainnya sehingga masing-masing pemeluk agama dapat menerima apa yang disampaikan oleh komunikator, harus memiliki pengalaman, kompetensi, pengaruh, memiliki kedekatan dengan umat, serta komunikator yang memahami agama yang dianut. (2) strategi dalam menetapkan target sasaran. Kegiatan sosialisasi dan kegiatan lainnya tentu targetnya adalah masyarakat Kabupaten Toba. Karena, dalam masyarakat Kabupaten Toba hanya mempunyai tiga agama, yaitu Islam, Kristen dan Katolik. (3) Strategi dalam penyusunan pesan yakni *Informatif*, dimana pesan-pesan yang disampaikan Forum Kerukunan Umat Beragama (FKUB) Kabupaten Toba baik kepada semua lapisan masyarakat semuanya

³⁶Gita Romadhani Sitorus, *Strategi Komunikasi Forum Kerukunan Umat Beragama (FKUB) Dalam Upaya Menjaga Kerukunan Antar Tokoh dan Umat Beragama Di Kabupaten Toba*. (Skripsi: UIN Sumatera Utara, 2021).

bersifat memberikan informasi tentang pentingnya kerukunan. (4) strategi dalam memilih media atau saluran komunikasi. Media yang digunakan oleh Forum Kerukunan Umat Beragama (FKUB) Kabupaten Toba ialah media cetak yakni spanduk, media elektornik yaitu radio, *whatshapp* dan telepon.

- c. **Persamaan:** Objek yang dikaji yaitu kerukunan antar umat beragamaakan tetapi berbeda judul dan lembaga dengan penulis.
- d. **Perbedaan:** Aspek dan kajiannya serta lokasi penelitian. Gita Romadhani Sitorus mengkaji tentang Strategi Komunikasi Kerukunan Umat Beragama (FKUB) Dalam Upaya Menjaga Kerukunan Antar Tokoh dan Umat Beragama di Kabupaten Toba. Sedangkan penulis mengkaji tentang Strategi Komunikasi Forum Umat Islam (FUI) Dalam Upaya Menciptakan Kerukunan Antar Umat Beragama di Kecamatan Percut Sei Tuan.

2. Munir Abdillah / Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Universitas

Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta 2013.³⁷

- a. **Judul:** Strategi Komunikasi Forum Kerukunan Umat Beragama (FKUB) Dalam Menjaga Kerukunan Umat Beragama Di Salatiga.
- b. **Hasil Penelitian:** Dari data hasil penelitian penulis menarik kesimpulan, strategi komunikasi yang dilakukan oleh pengurus FKUB Kota Salatiga telah dilaksanakan melalui beberapa tahap strategi komunikasi seperti :

³⁷Munir Abdillah, *Strategi Komunikasi Forum Kerukunan Umat Beragama (FKUB) dalam menjaga kerukunan umat beragama di Salatiga*, <http://digilib.uin.pdf>, (diakses pada tanggal 08 Oktober 2019 pukul 17:55).

1. Menentukan khalayak. Langkah ini sudah dilakukan dengan baik oleh pengurus FKUB yang rata-rata adalah warga kota Salatiga lebih mengetahui apa dan bagaimana sosial masyarakat di Salatiga.
 2. Menentukan tujuan komunikasi FKUB Kota Salatiga adalah menjaga suasana rukun umat beragama.
 3. Pesan yang disampaikan adalah undang-undang pemerintahan tentang toleransi umat beragama, penyampaian pesan sudah dilakukan melalui aparat Pemerintah daerah dan Desa.
 4. Memilih metode yang digunakan pengurus FKUB sudah memenuhi kriteria cara pelaksanaannya yaitu penulangan pesan, informasi, membujuk, mendidik.
 5. Komunikator yang dipilih pengurus FKUB adalah orang-orang pilihan, beberapa diantara mereka adalah tokoh-tokoh agama. Sehingga sejak awal mereka sudah punya pengaruh yang cukup kuat dalam umatnya masing-masing.
 6. Sarana media yang sering digunakan oleh pengurus FKUB adalah tatp muka secara langsung. Bentuknya bisa diskusi, pelatihan.
- c. Persamaan:** Objek yang dikaji yaitu Kerukunan antar umat beragama akan tetapi berbeda judul dan Lembaga dengan penulis.
- d. Perbedaan:** Aspek dan kajiannya serta lokasi penelitiannya Munir Abdillah mengkaji tentang Strategi Komunikasi Kerukunan Umat Beragama (FKUB) Dalam Dalam Menjaga Kerukunan Umat Beragama Di Salatiga. Sedangkan penulis mengkaji tentang Strategi

Komunikasi Forum Umat Islam (FUI) Dalam Upaya Menciptakan Kerukunan Antar Umat Beragama Di Kecamatan Percut Sei Tuan.

3. M. Abdul Azis Rosyadi / Fakultas Dakwah dan Komunikasi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto 2019.³⁸

a. Judul Skripsi: Strategi Komunikasi Forum Kerukunan Umat Beragama (FKUB) Dalam Menjaga Perdamaian dan Kerukunan Antar-Umat Beragama Di Banyumas.

b. Hasil Penelitian: Penulis mengungkapkan bahwa, (1) Usaha Forum Kerukunan Umat Beragama (FKUB) dalam menjaga perdamaian di Banyumas yaitu dengan cara membangun dialog antar umat beragama seperti dalam rapat yang diadakan 3 bulan sekali dan dalam kegiatan-kegiatannya, pelayanan keagamaan, dan sosialisasi keagamaan. (2) Strategi komunikasi yang dilakukan Forum Kerukunan Umat Beragama (FKUB) dalam menyampaikan pesan-pesannya memiliki 4 strategi, yaitu: (a). Forum Kerukunan Umat Beragama (FKUB) banyumas memilih para tokoh agama dan tokoh masyarakat. Komunikator yang dipilih adalah yang memiliki pemahaman yang sama, dengan kata lain tidak memihak pada agama satu dengan yang lainnya, (b). Dalam penyusunan pesan, Forum Kerukunan Umat Beragama (FKUB) Banyumas berfokus pada tiga sifat pesan yakni informatif, persuasif, dan mendidik. (c). Forum Kerukunan Umat Beragama (FKUB) Banyumas menggunakan media cetak dan elektronik. Media cetak sendiri berupa bulletin, buku. Dan media

³⁸M. Abdul Azis Rosyadi, *Strategi Komunikasi Forum Kerukunan Umat Beragama (FKUB) Dalam Menjaga Perdamaian dan Kerukunan Antar-Umat Beragama Di Banyumas*, <http://repository.iainpurwokerto.ac.id/5519/>, (diakses pada tanggal 08 Oktober 2019 pukul 17:35).

elektronik menggunakan radio seperti radio Dian Swara dan RRI Purwokerto. (d). Forum Kerukunan Umat Beragama (FKUB) Banyumas pada intinya adalah pesan yang terkait kerukunan dapat kembali tersampaikan kepada masyarakat Banyumas.

c. Persamaan:Objek yang dikaji yaitu Kerukunan antar umat beragama akan tetapi berbeda judul dan Lembaga dengan penulis.

d. Perbedaan: Aspek dan kajiannya serta lokasi penelitiannya. M. Abdul Azis Rosyadi mengkaji tentang Strategi Komunikasi Forum Kerukunan Umat Beragama (FKUB) Dalam Menjaga Perdamaian dan Kerukunan Antar-Umat Beragama Di Banyumas. Sedangkan penulis mengkaji tentang Strategi Komunikasi Forum Umat Islam (FUI) Dalam Upaya Menciptakan Kerukunan Antar Umat Beragama Di Kecamatan Percut Sei Tuan.

