

Strategi Lobi dan Negosiasi Dalam Proses Komunikasi Politik

Suci Ramadhani, Jihan Hana Nasution, Mhd Irsyad Azhari, Winda Kustiawan

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Email : Sramadhani387@gmail.com, jihanhananst17@gmail.com, mirsyadd21@gmail.com,
windakustiawan@gmail.com,

Article info	Abstract
<p><i>Article History</i></p> <p>Received : 25/04/2022</p> <p>Accepted : 29/05/2022</p> <p>Published : 22/04/2022</p>	<p><i>The practice of lobbying and negotiation is often seen as the involvement of conflict in politics. A number of negotiation activities, for example, in the process of merging political interests ranging from policy making, coalitions, fusions, alliances to confederations, require negotiation. Likewise, during a conflict, for example, during a border conflict between a country, one of the solutions to cases like this is through negotiation. Ordinary people in general will perceive the practice of lobbying and negotiation as something negative. But actually negotiation can be interpreted as talking with other people with the intention of reaching an agreement and the goals of both parties. The practice of lobbying and negotiation is usually used by legislators as a form of political communication. For that we need the right strategy in lobbying and negotiating. By using descriptive qualitative research, the authors access the data by describing or describing the collected data related to lobbying and negotiation strategies in the political communication process. So that the author can draw the conclusion that the practice of lobbying and negotiation can be carried out by means of a distributive approach (win-lose approach), a lose-lose approach, a compromise approach, and an integrative approach (win-win approach)</i></p> <p>Keywords: <i>lobby; negotiations; communication; political</i></p>

PENDAHULUAN

Pada umumnya masyarakat yang tidak faham akan menganggap bahwa lobi dan negosiasi adalah

hal yang negatif. Pada dasarnya masyarakat awam akan menganggap bahwa lobi dan negosiasi dilakukan oleh orang-orang yang terlibat oleh konflik. Namun menurut Oxford Dictionary

negosiasi didefinisikan sebagai pembicaraan dengan orang lain dengan maksud untuk mencapai kompromi atau kesepakatan, untuk mengatur atau mengemukakan. Istilah-istilah lain kerap digunakan pada proses ini seperti: pertawaran, tawar-menawar, perundingan, perantaraan atau barter. Walau mengandung konflik, lobby atau negosiasi sejatinya merupakan cara yang paling efektif untuk mengatasi dan menyelesaikan konflik atau perbedaan kepentingan. Dengan mengembangkan kemampuan lobby dan negosiasi, setiap pihak bisa mendapatkan apa yang dibutuhkannya tanpa harus melakukan cara-cara ekstrim, seperti perang, pemaksaan, atau perebutan. Dengan kata lain negosiasi adalah kegiatan yang dilakukan untuk mencapai suatu keadaan yang dapat diterima kedua belah pihak. Negosiasi diperlukan ketika kepentingan seseorang atau suatu kelompok tergantung pada perbuatan orang atau kelompok lain yang juga memiliki kepentingan-kepentingan tersebut harus dicapai dengan jalan mengadakan kerjasama.

Dalam politik, negosiasi biasanya dilakukan untuk memenuhi kepentingan politik. Dalam hal ini para pelaku politik atau komunikator politik dengan lawan politiknya mempunyai tujuan kepentingan terhadap politik. Tujuan kepentingan ini bisa saja berbeda sehingga diperlukan negosiasi politik atau tawar-menawar demi mencapai suatu kesepakatan bersama. Hasil yang didapat juga berbeda, bisa saja menang sama menang, kalah sama kalah ataupun ada pihak yang kalah dan ada pihak yang menang. Menang dan kalah dalam artian negosiasi adalah orang-orang yang mampu mempertahankan

pendapatnya dan mencapai tujuan kepentingannya. Tentunya dalam komunikasi politik dibutuhkan strategi dalam melakukan lobi dan negosiasi sehingga kesepakatan dan tujuan yang ingin dicapai oleh komunikator politik dapat tercapai dengan baik. Untuk itu peneliti mencoba untuk meneliti strategi lobi dan negosiasi dalam komunikasi politik.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif yang menekankan pada cara orang menafsirkan dan memahami pengalaman realitas sosial individu Metode kualitatif digunakan untuk menjawab pertanyaan tentang pengalaman, makna dan perspektif, paling sering dari sudut pandang informan. Data-data kualitatif biasanya tidak dapat dihitung atau diukur karena bersifat nilai. Adapun metode pengumpulan data adalah studi literatur dengan mengumpulkan berbagai referensi terkait lobi dan negosiasi serta mengaitkan dengan studi kasus kemudian di analisa.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Untuk memahami lebih lanjut mengenai strategi lobi dan negosiasi dan menyamakan persepsi mengenai strategi, lobi, dan negosiasi maka penulis menjelaskan makna dari strategi, lobi dan negosiasi dan komunikasi politik.

Pengertian Strategi

Strategi berasal dari kata Yunani *strategos*, yang berarti Jenderal. Sehingga dapat difahami

bahwa secara harfiah strategi dapat diartikan “Seni dan Jenderal”. Kata ini mengacu pada apa yang merupakan perhatian utama manajemen puncak organisasi. Sedangkan secara khusus, strategi adalah penempatan misi perusahaan, penetapan sasaran organisasi dengan mengikat kekuatan eksternal dan internal, perumusan kebijakan dan strategi tertentu mencapai sasaran dan memastikan implementasinya secara tepat, sehingga tujuan dan sasaran utama organisasi akan tercapai.(Antonio, 2001: 153-157). Menurut para ahli strategi yang dikemukakan oleh Alfred Chandler strategi adalah penetapan sasaran dan arahan tindakan serta alokasi sumber daya yang diperlukan untuk mencapai tujuan. Kenneth Andrew mengungkapkan strategi adalah pola sasaran, maksud atau tujuan kebijakan serta rencana. Rencana penting untuk mencapai tujuan itu yang dinyatakan dengan cara seperti menetapkan bisnis yang dianut dan jenis atau akan menjadi apa jenis organisasi tersebut. Sedangkan Buzzel dan Gale menyatakan bahwa strategi adalah kebijakan dan keputusan kunci yang digunakan untuk manajemen, yang memiliki dampak besar pada kinerja keuangan. Kebijakan dan keputusan ini biasanya melibatkan sumber daya yang penting dan tidak dapat diganti dengan mudah.(Wahyudi, 1996:19). Berdasarkan beberapa pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa strategi adalah pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan pelaksanaan gagasan, penyusunan rencana dan eksekusi sebuah aktivitas untuk mencapai sasaran dan tujuan-tujuan sesuai dengan peluang-peluang serta ancaman-ancaman dalam kurun

waktu tertentu yang berfokus pada tujuan jangka panjang. Selain itu, dapat juga disimpulkan sebagai rencana kerja yang memaksimalkan kekuatan dengan mengaitkan secara efektif sasaran dan sumber daya organisasi untuk mencapai suatu sasaran tujuan organisasi.,

Salusu, dalam bukunya menambahkan bahwa Kotten membagi bentuk-bentuk strategi menjadi empat bagian, yaitu: a). *Corporate Strategy* (Strategi Organisasi) Strategi ini berkaitan dengan perumusan misi, tujuan, nilai-nilai dan inisiatif-inisiatif stratejik. b). *Program Strategy* (Strategi Program) Strategi ini lebih memberi perhatian pada implikasi-implikasi strategi dari program tertentu. c). *Recourse Support Strategy* (Strategi Pendukung Sumber Daya) Strategi sumber daya ini memusatkan perhatian pada memaksimalkan pemanfaatan sumber-sumber daya esensial yang tersedia guna meningkatkan kualitas kinerja organisasi. Sumber daya ini dapat berupa tenaga, keuangan, teknologi dan sebagainya. d). *Institusional strategy* (Strategi Kelembagaan) Fokus dari strategi institusional ini ialah mengembangkan kemampuan organisasi untuk melaksanakan inisiatif-inisiatif stratejik. Keempat tipe-tipe strategi diatas dapat dipergunakan sesuai dengan keadaan dan situasi tertentu. Kotten menyebutkan salah satu tipe strategi yaitu tipe strategi pendukung sumber daya yang mencakup salah satunya tenaga sumber daya manusia. Sumber daya manusia ini harus diperhatikan dan ditingkatkan guna meningkatkan kualitas kinerja organisasi atau perusahaan.(David, 1998:23)

Lobi Dan Negosiasi

Menurut kamus Webster, Lobby atau *Lobbying* berarti melakukan suatu aktivitas yang bertujuan mempengaruhi pegawai umum dan khususnya anggota legislatif dalam pembuatan peraturan. Menurut *Advanced English & ndash; Indonesia Dictionary*, Lobby atau *Lobbying* adalah orang atau kelompok yang mencari muka untuk mempengaruhi anggota Parlemen. Sedangkan *Lobbyist* berarti orang yang mencoba mempengaruhi pembuat undang-undang. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia. Melobi ialah melakukan pendekatan secara tidak resmi, sedangkan pelobian adalah bentuk partisipasi politik yang mencakup usaha individu atau kelompok untuk menghubungi para pejabat pemerintah atau pimpinan politik dengan tujuan mempengaruhi keputusan atau masalah yang dapat menguntungkan sejumlah orang. Dalam tulisan ini istilah lobby atau Lobbying di Indonesia-kan menjadi Lobi, sedangkan istilah lobbyist di Indonesia-kan menjadi Pelobi, yaitu orang yang melakukan Lobi.(Zainal, 2017:10).

Istilah negosiasi berasal bahasa Inggris "*negotiation*", dalam pengertian secara umum negosiasi adalah proses tawar-menawar dengan cara berunding untuk mencapai kesepakatan kedua belah pihak. Sedangkan Robbins mengartikan negosiasi adalah sebuah proses yang didalamnya dua pihak atau lebih bertukar barang dan jasa dan berupaya menyepakati tingkat kerjasama tersebut bagi mereka. Negosiasi adalah perangkat teknis, sebuah penjabaran dari komunikasi secara

praktikal. Ia mencerminkan karakter komunikasi. Negosiasi ialah proses tawar-menawar untuk mencapai kesepakatan dengan pihak lain melalui proses interaksi, komunikasi yang dinamis dengan tujuan untuk mendapatkan penyelesaian atau jalan keluar dari permasalahan yang sedang dihadapi oleh kedua belah pihak.(Nugroho, 2009: 21). Negosiasi (politik) merupakan komunikasi untuk meyakinkan lawan agar memenuhi keinginan komunikator (negosiator). Strategi yang efektif untuk meyakinkan lawan bahwa misinya adalah hal yang rasional dan untuk kepentingan semua adalah dengan berpijak pada dasar komunikasi politik dan mengenali kondisi lawan. Perlu "packaging" terhadap pesan yang hendak disampaikan dan harus jelas pula sasarannya. Packaging disini maksudnya bagaimana kebijakan politik negosiator itu mampu disampaikan kepada lawan dengan isi, medium dan kredibilitas dan public trust yang dibutuhkan.

Komunikasi Politik

Komunikasi secara sederhana dapat defenisikan sebagai proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui/ tanpa media yang menimbulkan akibat tertentu. Kegiatan komunikasi pada prinsipnya adalah aktivitas pertukaran ide atau gagasan secara sederhana. Dengan demikian kegiatan komunikasi dapat dipahami sebagai kegiatan penyampaian ide atau pesan dari satu pihak kepada pihak lain dengan tujuan menghasilkan kesepakatan bersama terhadap ide atau pesan yang disampaikan. Komunikasi mengembangkan bidang kajiannya

yang beririsan dengan disiplin ilmu lain, seperti sosiologi dan psikologi, dan hal yang sama berlaku pula pada ilmu politik.(Syams, 2002:18). Nimmo mengartikan politik sebagai kegiatan orang secara kolektif yang mengatur perbuatan mereka di dalam kondisi konflik sosial. Dalam berbagai hal orang berbeda satu sama lain – jasmani, bakat, emosi, kebutuhan, cita-cita, inisiatif, perilaku, dan sebagainya. Lebih lanjut Nimmo menjelaskan, kadang-kadang perbedaan ini merangsang argumen, perselisihan, dan percekocokan. Jika mereka menganggap perselisihan itu serius, perhatian mereka dengan memperkenalkan masalah yang bertentangan itu, dan selesaikan; inilah kegiatan politik.

Jika pengertian komunikasi dan pengertian politik itu kita kaitkan dengan komunikasi politik, maka dapat disimpulkan bahwa Komunikasi politik adalah komunikasi yang diarahkan kepada pencapaian suatu pengaruh sedemikian rupa, sehingga masalah yang dibahas oleh jenis kegiatan komunikasi ini, dapat mengikat semua warganya melalui suatu sanksi yang ditentukan bersama oleh lembaga-lembaga politik.(Astrid, 1980:2) komunikasi politik memusatkan kajiannya kepada materi atau pesan yang berbobot politik yang mencakup di dalamnya masalah kekuasaan dan penempatan pada lembaga-lembaga kekuasaan (lembaga otoritatif). Hal ini bisa diperkuat oleh pendapat Sumarno yang mengajukan formulasi komunikasi politik sebagai suatu proses, prosedur dan kegiatan membentuk sikap dan perilaku politik yang terintegrasi dalam suatu sistem politik.

Strategi Lobi Dan Negosiasi Dalam Komunikasi Politik

Menurut Joos, lobi atau representasi kepentingan erat kaitannya dengan politisi atau otoritas administratif yang biasanya menysasar kelompok tertentu. Lobi bertujuan untuk mendapatkan pengaruh yang pasti dan seolah-olah hampir bisa diukur pada keputusan politik tertentu. Jika lobi membahas konten yang cenderung sensitif, maka kerahasiaan dan kebijaksanaan menjadi penting. Lobi dapat dikatakan sukses jika perencanaan di awal cukup terperinci dan orang yang melakukan lobi harus memiliki pengetahuan mendalam tentang arena politik. Sementara, negosiasi diartikan sebagai salah satu pendekatan untuk mengelola konflik dalam seting antarpribadi, kelompok, organisasi, masyarakat, dan internasional. Negosiasi dimaksudkan untuk mengurangi perbedaan di antara ketidakcocokan dan berakhir dengan sebuah kesepakatan. Negosiasi dapat ditemukan dalam banyak seting sosial seperti transaksi pembeli-penjual, transaksi bisnis, pekerjamanajemen, hubungan pernikahan, situasi penyanderaan dan sebagainya. Pendekatan komunikatif pada negosiasi berfokus pada elemen interaktif dalam proses negosiasi seperti simbol, pesan, dan bahasa yang digunakan untuk menyusun rencana, mbingkai masalah, dan membujuk orang lain dalam proses mencapai kesepakatan. Lobi selama ini dianggap memiliki asosiasi yang negatif baik di media maupun masyarakat umum. Lobi sering disalah artikan sebagai representasi sepihak kepentingan bisnis kepada orang lain. Lobi dinilai tidak

menguntungkan, serba rahasia, atau bahkan dikaitkan dengan tindakan korupsi dan nepotisme. Maka dari itu, lobi kerap dihindari karena dianggap mampu mengurangi sahnya negosiasi. Padahal, lobi dan negosiasi saling terkoneksi satu sama lain. Melalui lobi yang efektif, negosiasi dapat dipastikan berjalan dengan sukses.

Dalam komunikasi politik, lobi politik dan retorika negosiasi sebaiknya dilakukan secara face to face dan door to door. Keduanya membutuhkan ruang yang lebih personal agar tujuan mempersuasi lebih dalam dapat dimungkinkan sehingga terjadi dialog dan kompromi. Komunikasi politik melalui antarpersonal dapat dimulai melalui percakapan telepon, chatting, dan berujung dengan pertemuan tatap muka. Bahasa dan retorika yang baik dalam hal ini menjadi perlu diperhatikan. Retorika bertujuan memengaruhi tiap pribadi individu mengambil sikap secara pribadi tanpa dipengaruhi oleh orang yang berada disekitarnya. Retorika juga dapat menciptakan negosiasi yang berlangsung secara berkelanjutan. (Ardianto, 2020:26)

Strategi yang perlu dilakukan dalam negosiasi, negosiasi merupakan suatu proses yang terkadang akan melahirkan “perang urat syaraf” atau akan berakhir pada kekalahan semua pihak. Karena itu, kesantunan dalam berkata-kata, perhatian yang diberikan kepada pihak lain, dan sikap baik yang ditunjukkan kadang akan “melunturkan” suasana sehingga negosiasi lebih mudah dilaksanakan. Negosiasi merupakan suatu hal yang pokok dan terpenting dalam bisnis untuk melakukan rencana pengembangan dengan mitra

bisnis. Negosiasi bisnis berbeda dengan jenis negosiasi lainnya. Dalam suatu negosiasi bisnis, setiap pihak yang terlibat berusaha untuk menemukan suatu *win-win solution*. Dalam hal bernegosiasi ada beberapa strategi agar kita bisa mendapatkan apa yang diinginkan atau bisa saja keduanya tidak mendapatkan keuntungan sama sekali.

Berikut adalah beberapa strategi yang perlu dilakukan dalam bernegosiasi :

1. **Strategi menang-menang (*win-win solution*)**. Pada strategi menang-menang, kedua belah pihak berada pada posisi yang menguntungkan karena dalam perundingan diupayakan menciptakan suasana yang memberikan kesan tidak ada pihak yang kalah dengan mengetengahkan pemberian atau keuntungan yang terbaik secara jujur dan adil. Dengan menang-menang, banyak hal yang bisa diraih, setidaknya ada 3 (tiga) jenis kesuksesan yang bisa tertangkap dengan cara ini yaitu :a. Komunikasi strategi menjadi lebih mudah karena mempunyai tujuan bukan untuk mengalahkan *partner*, melainkan untuk membantunya.b. Keuntungan *win-win solution* dalam komunikasi strategi adalah sebuah keuntungan tidak terbatas, karena proyek akan menjadi lebih sempurna dan proyek-proyek selanjutnya akan terbuka.c. Hati yang gembira akan menjadi milik Anda juga *partner*. Tidak ada hal yang lebih berharga dari suasana hari kita ketika mengerjakan sesuatu sendiri maupun dengan orang lain atau tim. (Musman, 2020:14).
1. **Strategi menang kalah (*win-lose solution*)**. Merupakan strategi yang bertujuan untuk memperoleh kemenangan dengan keinginan untuk mengalahkan pihak lain

yang menguntungkan diri sendiri dan merugikan pihak lain. Penguasaan strategi menang-kalah tidak dianjurkan karena sering menimbulkan konflik berkepanjangan.(Handika, 2016:135).

2. **Strategi kalah kalah (*lose-lose solution*).** Merupakan strategi yang merugikan kedua belah pihak dimana keduanya merupakan pihak yang kalah, karena perundingan cenderung tidak menggunakan akal pikiran yang sehat, hanya melampirkan kemarahan dan emosi sehingga tidak akan dapat menyelesaikan masalah.(Djohan, 2018:6).

KESIMPULAN

Dalam politik, lobi dan negosiasi sangat dibutuhkan untuk melakukan perundingan demi mencapai kesepakatan antara pelaku negosiasi. Untuk mencapai suatu kesepakatan dan memenangkan tujuan dalam perundingan tentunya komunikator politik membutuhkan strategi. Berdasarkan penelitian melalui studi literatur ini penulis dapat menyimpulkan bahwa strategi lobi dan negosiasi dalam komunikasi politik dapat dilakukan dengan cara pendekatan distributif (*win-lose approach*), pendekatan kalah-kalah (*lose-lose approach*), pendekatan kompromi (*compromise approach*), dan pendekatan integratif (*win-win approach*). Secara umum, terdapat tiga model strategi yaitu dominan, campuran dan episodik. Model strategi dominan mengasumsikan bahwa proses negosiasi stabil dari waktu ke waktu dan bahwa negosiator secara konsisten menggunakan strategi distributif atau integratif selama negosiasi.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terimakasih kepada Bapak Winda Kustiawan, MA yang sudah memberikan dukungan dan bimbingannya sehingga penelitian ini dapat berjalan dengan baik. Terimakasih kepada penulis buku yang sudah memberikan referensi sehingga dapat dijadikan rujukan literatur oleh peneliti dalam penelitian ini. Terima kasih juga kepada Jurnal An-Nadwah yang sudah memberikan ruang terhadap penerbitan jurnal ini sehingga dapat dijadikan referensi dan pembelajaran bagi pembacanya.

DAFTAR REFERENSI

- Antonio, Syafi'i. 2001. *Bank Syari'ah dari Teori ke Praktek*. Jakarta: Gema Insani.
- Astrid, S. Soesanto. 1980. *Komunikasi Sosial Di Indonesia*. Jakarta: Bina Cipta.
- David, Fred R. 1998. *Manajemen Strategi Konsep*. Jakarta: PT. Prenhallindo.
- Djohan, A.J. 2018. *Negosiasi dan Komunikasi*. Malang: Media Nusa Kreatif.
- Handika, Sandiana. 2016. *Tips Jitu Lobi Negosiasi, dan Mempengaruhi Orang Lain Secepat Kilat*. Yogyakarta.
- Musman, Asti. 2020. *Sukses Negosiasi Siapa Saja Kapan Saja dan Dimana Saja*. Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia.
- Syams, Nina Winangsih. 2002. *Rekonstruksi Ilmu Komunikasi Perspektif Pohon Komunikasi*. Bandung: Unpad.
- Wahyudi, Agustinus Sri. 1996. *Manajemen Strategi*. Jakarta: Binarupa Aksara