

**LOBI DAN NEGOSIASI JELANG PILPRES 2024: MEMBANGUN STRATEGI DAN PELUANG
DALAM RUANG KOMUNIKASI POLITIK**

Fera Ferdasah¹, Harmonis²
Universitas Pasundan

ARTICLE INFO

Article history:

Received Januari 2024
Revised Januari 2024
Accepted Januari 2024
Available online Januari 2024

Email:

Itsmefera18@gmail.com



*This is an open access article under the
[CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.*

Copyright © 2023 by Author.

Published by Triwikrama

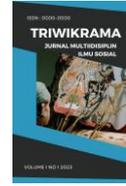
ABSTRACT

The strategy of political communication through lobbying and negotiation practices in facing the 2024 Presidential Election is one of the activities that is considered important but controversial. Because not everyone warmly welcomes lobbying or negotiation activities related to politics. The purpose of this study is to understand the practices and lobbying carried out by all political elites in smoothing their interests. This research uses qualitative descriptive method, which emphasizes the way. How one interprets and understands an individual reality. The data collection method used in this study was a literature study. This method involves an in-depth analysis of the literature and relevant written sources on lobbying and negotiation. Researchers can investigate previous theories and research that have been conducted by experts in this field. The study of literature helps in understanding the conceptual framework, finding strategies that have been proven to work, and identify gaps or new research areas that need to be explored. The results suggest that lobbying and negotiation practices will provide several opportunities both in shaping public opinion and securing financial support. Political elites can use lobbying and negotiation for the benefit of public opinion, to design narratives that support their vision, and to enhance a positive image. With lobbying and negotiation, it can help securing financial support from interest groups or donors who can support political campaigns, especially in the 2024 Presidential Election.

Keyword: Lobbying, Negotiation, Political communication, Political elite, Political campaign.

ABSTRAK

Strategi komunikasi politik melalui praktik lobi dan negosiasi dalam menghadapi Pilpres 2024 merupakan salah satu kegiatan yang dianggap penting namun kontroversial. Karena tidak semua orang menyambut hangat dengan kegiatan



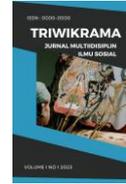
lobi atau negosiasi yang berkaitan dengan politik. Tujuan penelitian ini adalah untuk memahami praktik dan lobi yang dilakukan oleh seluruh elite politik dalam memuluskan kepentingannya. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif, yang menekankan pada cara bagaimana seseorang menafsirkan dan memahami sebuah realitas individu. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi literatur. Metode ini melibatkan analisis mendalam tentang literatur dan sumber-sumber tertulis yang relevan tentang lobi dan negosiasi. Peneliti dapat menyelidiki teori-teori dan penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh para ahli di bidang ini. Studi literatur membantu dalam memahami kerangka konseptual, menemukan strategi yang telah terbukti berhasil, dan mengidentifikasi kesenjangan atau area penelitian baru yang perlu dijelajahi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa praktik lobi dan negosiasi akan memberikan beberapa peluang baik dalam membentuk opini publik dan mengamankan dukungan finansial. Elite politik dapat menggunakan lobi dan negosiasi untuk kepentingan opini publik, merancang narasi yang mendukung visi mereka, dan untuk meningkatkan citra yang positif. Dengan lobi dan negosiasi, dapat membantu mengamankan dukungan finansial dari kelompok kepentingan atau donator yang dapat mendukung kampanye politik khususnya pada Pilpres 2024.

Kata Kunci: Lobi, Negosiasi, Komunikasi politik, Elite Politik, Kampanye Politik.

A. PENDAHULUAN

Melangkah di awal tahun 2024 kian diwarnai dengan berbagai aktifitas politik dalam menyambut Pemilihan Umum Presiden dan Wakil Presiden 2024. Berbagai strategi dilakukan demi mencapai tujuan kepentingan masing-masing elite politik. Salah satu strategi yang dilakukan yaitu dengan negosiasi. Negosiasi adalah salah satu bentuk komunikasi yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan bermasyarakat. Keterampilan negosiasi yang efektif menjadi kunci keberhasilan dalam mencapai suatu kesepakatan yang saling menguntungkan bagi kedua belah pihak atau lebih.

Dalam musim politik yang terjadi di Indonesia saat ini, praktik lobi dan negosiasi merupakan salah satu aktifitas penting dalam keberhasilan komunikasi politik. Dalam negosiasi politik yang menawarkan saran praktis tentang bagaimana kepentingan yang beragam dapat mengatasi perbedaan pendapat yang sempit untuk



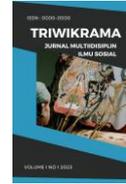
menegosiasikan solusi yang saling menguntungkan. Politik di Indonesia selalu mengalami perubahan seiring dengan perkembangan zaman. Pada setiap era tentunya membawa tantangan dan peluang dalam pembentukan politik di Indonesia. Beberapa tahun ini, yang terjadi di Indonesia telah terjadinya pergeseran paradigma politik. Hal ini tentu memacu para komunikator politik untuk mencari gagasan baru dalam menghadapi tantangan yang berbeda.

Aktifitas politik yang tentunya memiliki berbagai kepentingan bagi pribadi ataupun golongan tertentu, yang memasuki dalam ranah komunikasi politik salah satunya adalah negosiasi. Banyak terjadi negosiasi baik negosiasi tertutup ataupun terbuka yang sering kita lihat di berbagai media, baik media cetak, elektronik, bahkan media sosial. Pergerakan elite politik saat ini memperlihatkan bagaimana negosiasi menjadi sebuah ruang dan bukan untuk mencapai kesepakatan koalisi. Adapun tantangan yang dihadapi dalam negosiasi politik saat ini mencakup pada persaingan kepentingan antarpantai, dinamika regional yang kompleks dan polarisasi ideologis.

Negosiasi yang merupakan salah satu strategi politik tentunya dilakukan dengan efektif sehingga mencapai kesepakatan, hasil serta tujuan yang ingin dicapai oleh komunikator politik. Maka dari itu, peneliti mencoba melakukan penelitian mengenai strategi melalui negosiasi politik dalam Pilpres 2024 yang merupakan bentuk komunikasi politik.

Sementara contoh kasus yang saat ini terjadi yaitu dalam menghadapi Pemilu Presiden dan Wakil Presiden (Pilpres) 2024, negosiasi politik terkait koalisi dinilai sedang berlangsung panas. Mengutip dari sumber beritasatu.com, Direktur Eksekutif [SMRC](https://www.smrc.id) Sirojuddin Abbas menyebutkan Pilpres 2024 bakal diikuti oleh tiga sampai empat koalisi apabila mencermati pergerakan elite politik belakangan ini. Abbas mengatakan koalisi yang terbentuk saat ini baru sebatas kesepakatan awal, belum koalisi final. Abbas menilai, para elite politik saat ini sedang mengunggu waktu untuk melakukan negosiasi ketika kesepakatan politik belum tercapai menyongsong Pilpres 2024. Yang mana, pergerakan elite lebih *concern* pada ruang negosiasi, bukan pada kesepakatan koalisinya.

Yang terjadi saat ini, empat poros pilpres 2024 terbentuk dengan syarat PDI Perjuangan (PDIP) mengajukan pasangan calon presiden (capres) dan calon wakil presiden (cawapres) sendiri tanpa koalisi. PDIP telah memenuhi syarat *presidential*



threshold atau ambang batas pencalonan presiden 20 persen kursi atau 115 kursi di DPR sebagaimana diatur dalam Pasal 122 Undang-Undang (UU) Nomor 7 Tahun 2017 tentang Pemilu. Kursi PDIP di parlemen sebanyak 128 kursi atau 22,3 persen.

Sementara poros kedua, pada Koalisi Indonesia Bersatu (KIB) yang sudah mengantongi 148 kursi atau 25,7 persen dengan perincian Partai Golkar 85 kursi, PAN 44 kursi dan PPP 19 kursi. Lalu, poros koalisi ketiga adalah Koalisi Kebangkitan Indonesia Raya (KIR) bentuk Partai Gerindra dan PKB. KIR sudah mengantongi sebanyak 136 kursi atau 23,7 persen kursi dengan perincian Gerindra sebanyak 78 kursi dan PKB sebanyak 58 kursi. Terakhir, koalisi yang bakal dibentuk Partai Nasdem (59 kursi), Demokrat (54 kursi) dan PKS (50 kursi). Total kursi dari koalisi Nasdem, Demokrat dan PKS sebanyak 163 kursi atau 28,3 persen.¹

Politik identitas yang kerap sekali digembar-gemborkan tidak menjadi fokus perhatian para elite politik pada Pilpres 2024. Dari data-data dan perhitungan koalisi diatas, dapat tergambar bahwa politik identitas hanya dijadikan sebagai negosiasi ketika kesepakatan politik belum tercapai pada Pilpres 2024 ini.

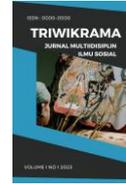
B. TINJAUAN PUSTAKA

Ruang Lingkup Lobi

Kata lobi pada mulanya merujuk kepada sebuah tempat sebelum masuk ke ruangan utama, atau dapat pula merujuk pada sebuah tempat yang nyaman dan tenang di hotel atau tempat pertemuan. Tempat itu biasanya digunakan untuk mengadakan pembicaraan dan pendekatan di antara pihak-pihak yang melakukan pertemuan. Dalam perkembangannya, kata lobi dimaknai pendekatan, yaitu suatu pendekatan awal yang merujuk kepada tujuan yang saling menguntungkan baik bagi salah satu maupun kedua belah pihak. Kegiatan lobi juga tak hanya dibutuhkan individu guna memperoleh “keuntungan” dari pihak lain, tapi juga diperlukan bagi kepentingan organisasi.

Untuk organisasi, kegiatan melobi diperlukan demi suksesnya “pelaksanaan” rencana-rencana bisnis. Dalam konteks ini, fungsi agensi-agensi pemerintah sangat

¹ <https://www.beritasatu.com/news/988019/negosiasi-politik-sedang-berlangsung-pilpres-2024-bakal-ada-34-poros>

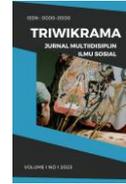


diperlukan dalam memberikan izin usaha, atau hak paten untuk memudahkan dan menguntungkan organisasi. Dalam kondisi ini, lobi merupakan proses penyampaian argumentasi-argumentasi untuk mendukung posisi organisasi baik di hadapan individu (pejabat) maupun lembaga (pemerintah). Dalam sebuah bisnis, lobi merupakan permulaan dari nego.

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), kata lobi memiliki dua arti. Pertama, adalah ruang teras di dekat pintu masuk hotel, gedung, bioskop, dan sebagainya, yang dilengkapi perangkat meja dan kursi, yang berfungsi sebagai ruang duduk atau ruang tunggu. Kedua, lobi adalah kegiatan yang dilakukan seseorang untuk bisa memengaruhi orang lain dalam kaitannya dengan pemungutan suara menjelang pemilihan ketua organisasi, seperti parlemen atau partai politik. Adapun pengertian melobi adalah melakukan suatu pendekatan secara tidak resmi, sementara itu pelobian merupakan proses, cara, upaya menghubungi atau melakukan pendekatan (terhadap pejabat pemerintahan atau pemimpin politik) untuk bisa memengaruhi sebuah keputusan atau permasalahan yang dapat menguntungkan sejumlah orang. Usaha memengaruhi pihak lain dalam memutuskan sebuah perkara atau permasalahan biasanya dilakukan dengan cara berunding secara tidak resmi atau berunding secara pribadi.

Lobi dilakukan dengan tujuan memengaruhi secara persuasif supaya pihak lain mau memenuhi keinginan dan tujuan pihak yang melobi. Kegiatan lobi bisa menambah jaringan koneksi di beberapa sektor, sementara keberhasilan lobi dipengaruhi seberapa banyak dan luas jaringan yang dimiliki oleh orang yang melobi.

Lobi merupakan bagian dari aktivitas komunikasi. Lingkup komunikasi yang luas menyebabkan aktivitas lobi juga sama luasnya. Lobi ditujukan untuk memperoleh sesuatu yang menjadi tujuan atau target seseorang atau organisasi, dan apa yang dimaksudkan tersebut berada dibawah kontrol atau pengaruh pihak lain (individu maupun lembaga). Dalam tulisan ini, istilah lobby atau lobbying di Indonesia-kan menjadi lobi, sedangkan istilah lobbyist diindonesia-kan menjadi Pelobi, yaitu orang yang melakukan lobi.



Pelaksanaan Lobi

1. Pelobi

Kegiatan lobi bertujuan untuk memengaruhi pihak yang dilobi. Kegiatan melobi dapat dilakukan secara perorangan (individu) atau kelompok. Pelobi biasanya melakukan tekanan (pressure) ketika kegiatan lobi berlangsung; pressure biasanya dilakukan secara halus dan biasanya tidak disadari oleh pihak yang dilobi.

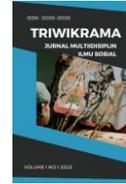
2. Pihak yang dilobi

Pihak yang dilobi (sasaran lobi) biasanya adalah individu yang berpengaruh, kelompok, lembaga swasta, lembaga pemerintah atau nonpemerintah. Sasaran lobi ini juga bisa jadi merupakan bagian dari upaya mendapatkan teman yang berguna (koalisi) baik itu bagi pelobi maupun untuk perusahaan tempat pelobi bekerja. Pihak yang berkomunikasi dalam proses lobi juga harus punya kemauan bersama guna mengurangi berbagai perbedaan pandangan agar proses lobi berlangsung efektif.

Target Lobi :

1. Memengaruhi kebijakan;
2. Menarik dukungan;
3. Memenangkan prasyarat kontrak dalam kegiatan bisnis;
4. Memudahkan urusan;
5. Memperoleh akses untuk kegiatan berikutnya;
6. Menyampaikan informasi untuk memperjelas kegiatan

Definisi lobi dapat disusun sebagai upaya pendekatan yang dilakukan oleh satu pihak yang memiliki kepentingan tertentu untuk memperoleh dukungan dari pihak lain yang dianggap memiliki pengaruh atau wewenang dalam upaya pencapaian tujuan yang ingin dicapai. Lobi merupakan bagian dari aktivitas komunikasi. Lingkup komunikasi yang luas menyebabkan aktivitas lobi juga sama luasnya. Lobi ditujukan untuk memperoleh sesuatu yang menjadi tujuan atau target seseorang atau organisasi, dan apa yang dimaksudkan tersebut berada di bawah kontrol atau pengaruh pihak lain (individu maupun lembaga).

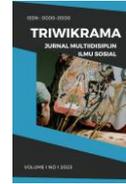


Dalam kehidupan sehari-hari kita sering mendengar istilah lobby atau dalam Bahasa Indonesia disebut lobi. Adapun dalam keseharian kita pun kita memiliki banyak hal yang dapat kita kategorikan sebagai proses lobi. Hal itu disebabkan setiap orang yang memiliki kepentingan dan tujuan yang berbeda-beda. Dalam mencapai tujuan yang berbeda itu terkadang membuat seseorang harus membujuk orang lain agar dapat menerima gagasan, ide, nilai yang dimilikinya sehingga sejalan dengan kepentingannya.

Dilema Etis Pelaku Lobi (Pelobi) Dengan semakin banyaknya lobi-lobi politik selama belakangan ini, masyarakat kemudian bertanya-tanya mengenai transparansi dalam proses lobi tersebut.

1. Kejujuran (*Fairness*) Banyaknya praktik lobi yang tidak etis pada saat ini dikaitkan dengan praktik lobi yang membayar pembuat kebijakan untuk menghasilkan kebijakan yang menguntungkan mereka.
2. Transparansi (*Transparency*) Ada tuntutan dari masyarakat agar proses lobi yang dilakukan dapat dikontrol masyarakat. Dalam hal ini masyarakat menuntut adanya akses luas yang memungkinkan mereka bisa terlibat dalam proses pembuatan keputusan.
3. Kepentingan Umum (*Common Good*) Bagaimanapun juga, para pelobi adalah pihak yang bertindak atas kepentingan klien mereka. Hal ini tidak berbeda dengan pengacara yang membela kepentingan kliennya. Karena itulah, sekarang muncul tuntutan publik supaya para pelobi bertindak bagi kepentingan umum.

Bagi individu atau organisasi, lobi bisa digunakan untuk menunjang keberhasilan bisnis, misalnya untuk memenangkan kontrak bisnis, mempermudah urusan bisnis (terutama ketika berurusan dengan pemerintah), memperoleh akses bagi kegiatan bisnis, dan lain-lain. Dalam lingkungan bisnis, lobi dapat digunakan antara lain untuk memenangkan kontrak bisnis, mempermudah urusan bisnis, atau memperoleh akses bagi kegiatan bisnis, dan lain-lain. Sebagai kegiatan yang cenderung bersifat informal (tidak resmi), penyampaian pesan secara persuasif sangatlah dominan selama proses lobi berlangsung. Meskipun bersifat informal, lobi perlu dipersiapkan dengan baik, antara lain adalah dengan menyiapkan berbagai



argumentasi yang meyakinkan, memahami orientasi pihak yang akan dilobi, dan lainlain. Ketika lobi sedang berlangsung, pesan yang hendak disampaikan harus diutarakan se jelas mungkin supaya bisa terhindar dari salah pengertian. Selain itu, suasana lobi juga harus didukung oleh sikap saling menghormati satu sama lain.

Ruang Lingkup Negosiasi

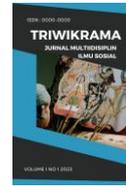
Dalam Oxford Dictionary negosiasi merupakan: “pembicaraan dengan orang lain dengan maksud untuk mencapai kompromi atau kesepakatan, untuk mengatur atau mengemukakan.” Istilah-istilah lain kerap digunakan pada proses ini seperti: pertawaran, tawar-menawar, perundingan, perantaraan atau barter. Walau mengandung 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. ²

Berikut ini adalah beberapa definisi atau pengertian Negosiasi menurut para ahli dan Kamus Besar Bahasa Indonesia:³

- Pengertian Negosiasi menurut **Kamus Besar Bahasa Indonesia**, Negosiasi adalah proses tawar-menawar dengan jalan berunding guna mencapai kesepakatan bersama antara satu pihak (kelompok atau organisasi) dan pihak (kelompok atau organisasi) yang lain.
- Pengertian Negosiasi menurut **Suyud Margono**, Negosiasi adalah Proses konsensus yang digunakan para pihak untuk memperoleh kesepakatan di antara mereka.
- Pengertian Negosiasi menurut **Linda L. Putnam**, Negosiasi merujuk pada dua atau lebih orang yang bekerja bersama untuk meraih keputusan yang biasanya dilakukan melalui pertukaran usul atau pun sebaliknya.
- Pengertian Negosiasi menurut **Henry Kissinger (1969)**, Negosiasi adalah sebuah proses mengkombinasikan posisi konflik ke dalam posisi yang umum, di bawah sebuah aturan keputusan yang bulat.

² Zainal Abidin Partao.(2006). *Teknik Lobi dan Diplomasi Untuk insan Public Relations*. Penerbit Indeks.

³ <https://ilmumanajemenindustri.com/pengertian-negosiasi-negotiation-tahapan-negosiasi/>



- Pengertian Negosiasi Menurut **Jackman (2005)**, Negosiasi adalah sebuah proses yang terjadi antara dua pihak atau lebih yang pada mulanya memiliki pemikiran berbeda, hingga akhirnya mencapai kesepakatan.

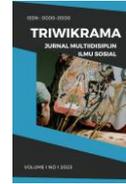
Nego adalah sebuah proses untuk memperoleh sesuatu yang pada saat itu tidak menjadi milik kita. Tanpa disadari, kita sudah terlibat dengan proses nego di sepanjang hidup kita. Hanya saja, kita tidak menyadari apabila sedang melakukan nego. Ketika melakukan nego sikap kita akan cenderung berusaha memengaruhi sasaran kita. Karena itu, bersikap positif ketika melakukan nego adalah sikap yang mutlak diperlukan. Dalam proses nego, kedua pihak yang ikut terlibat menginginkan kemenangan, sementara nego dapat dikatakan berhasil apabila kedua pihak mendapatkan apa yang diinginkan (win-win).

Apabila seorang negosiator menanggapi situasi dengan pikiran “Saya harus menang, dan saya tidak peduli dengan kondisi lawan”, di situlah sebenarnya bencana sudah di ambang pintu. Konsep nego sama-sama menang tidak selalu didasarkan pada pertimbangan etika. Apabila dua pihak yang berbisnis puas dengan keputusan yang ditempuh, mereka tentunya akan bersedia untuk bekerja sama kembali di masa mendatang. Dalam proses nego, pihak-pihak yang terlibat mempunyai kedudukan yang sama; tidak ada pihak merasa lebih tinggi dari pihak lainnya.

Keberhasilan nego dapat dicapai dengan kerja sama. Artinya, terdapat keinginan untuk bersama-sama mencari titik temu dari perbedaan-perbedaan yang muncul sepanjang nego berlangsung. Oleh karena itu, nego sebaiknya dijadikan sebagai suatu sarana untuk menjalin hubungan jangka panjang. Dalam hal ini, terdapat keyakinan bahwa hal yang berarti bagi kita akan berarti pula bagi lawan.

Proses nego mempunyai beberapa karakteristik penting untuk membentuk komponen-komponen nego. Beberapa karakteristik dalam nego antara lain adalah:

1. Terdiri dari Minimal Dua Orang atau Lebih
2. Ada Hal atau Masalah yang Dinegokan
3. Melibatkan Barang atau Jasa
4. Melibatkan Orang Lain
5. Menggunakan Bahasa Lisan, Ekspresi Wajah, dan Gerak Tubuh
6. Adanya Kesepakatan di antara Kedua Belah Pihak



7. Pengambilan Keputusan Kelompok

Salah satu aktifitas komunikasi untuk mencapai sebuah keputusan ataupun tujuan adalah negosiasi. Negosiasi adalah proses di mana dua atau lebih pihak mencari kesepakatan untuk menetapkan apa yang masing-masing akan memberi atau menerima, atau melakukan dan menerima transaksi di antara mereka (Saner,2005).⁴

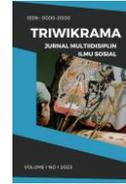
Dalam sebuah praktik negosiasi, ada beberapa poin penting diantaranya adalah dua atau lebih pihak, kepentingan konvergen dan berbeda, hubungan sukarela, pertukaran sumber daya berwujud atau tidak berwujud, berurutan, informasi yang tidak lengkap serta nilai dan posisi yang dapat diubah dipengaruhi oleh persuasi dan pengaruh. Negosiasi adalah metode yang digunakan untuk menyelesaikan perbedaan, dan merupakan proses mencapai kesepakatan yang bertujuan untuk menghindari pertengkaran dan perselisihan. Keahlian negosiasi adalah kemampuan untuk melaksanakan proses negosiasi sehingga para pihak mendapatkan sesuatu. Dalam setiap perselisihan, setiap individu akan berusaha untuk mencapai hasil terbaik untuk posisi mereka atau untuk organisasi yang mereka wakili. Sedangkan menurut Jackman (2005), negosiasi adalah proses yang terjadi antara dua pihak atau lebih yang awalnya memiliki pemikiran yang berbeda, hingga akhirnya mencapai kesepakatan.

Menurut sejumlah ilmuwan Sosial, yaitu French dan Roven, Baldrige dan Kanter dalam Mufid A. Busyairi, (1997). Ada beberapa sumber kekuatan dalam melakukan Negosiasi ⁵, yaitu:

- 1) otoritas,
- 2) informasi dan keahlian,
- 3) kontrol terhadap penghargaan,
- 4) kekuatan memaksa dengan kekerasan,
- 5) aliansi dan jaringan,

⁴ (Saner, Raymond.2005 The expert Negotiator : Strategy, tactics, motivation,behavior, leadership, . 2012.P21)

⁵ (Sumber://wawancarablog.wordpress.com/2016/01/02/lobi-dan-negosiasi/



- 6) akses terhadap dan kontrol kepada agenda,
- 7) mengendalikan tujuan dan simbol-simbol,
- 8) kekuatan personal.

Berdasarkan uraian di atas, peneliti menemukan bahwa untuk memiliki kemampuan negosiasi yang baik terdapat faktor dari dalam dan luar individu. Dalam penelitian ini, peneliti mengambil faktor dari dalam individu yaitu keterampilan berkomunikasi dalam hal ini komunikasi interpersonal sebagai variabel bebas penelitian.

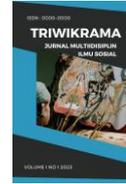
Ruang Lingkup Komunikasi Politik

Komunikasi politik memiliki arti proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui/ tanpa media yang menimbulkan akibat tertentu. Kegiatan komunikasi ini pada prinsipnya adalah aktivitas pertukaran ide atau gagasan secara sederhana. Dengan demikian kegiatan komunikasi dapat dipahami sebagai kegiatan penyampain ide atau pesan dari satu pihak kepada pihak lain dengan tujuan menghasilkan kesepakatan bersama terhadap ide atau pesan yang disampaikan.(Syams,2002:18)

Beberapa definisi komunikasi politik menurut para ahli⁶:

1. Menurut seorang pakar politik, Mawardi Rauf, komunikasi politik adalah objek kajian ilmu politik karena pesan-pesan yang diungkapkan dalam proses komunikasi bercirikan politik, yaitu berkaitan dengan kekuasaan politik negara, pemerintahan, dan juga aktivitas komunikator dalam kedudukan sebagai pelaku kegiatan politik. Komunikasi politik dilihat dari dua dimensi, yaitu komunikasi politik sebagai kegiatan politik dan sebagai kegiatan ilmiah. Komunikasi sebagai kegiatan politik merupakan penyampaian pesan-pesan yang bercirikan politik oleh aktor-aktor politik kepada pihak lain. Kegiatan tersebut bersifat empiris karena dilakukan secara nyata dalam kehidupan sosial. Sementara itu, komunikasi politik sebagai kegiatan ilmiah melihat

⁶ Harun, Rochajat dan Sumarno , A.P.(2006). Judul Buku : *Komunikasi Politik sebagai Suatu Pengantar*. Penerbit CV Mandar Maju: Bandung.



komunikasi politik merupakan salah satu kegiatan politik dalam system politik.

2. Menurut Rusdi Kartaprawira, seorang pakar huku, komunikasi politik adalah penghubungan pikiran politik yang hidup di dalam masyarakat, baik itu pikiran intern golongan, asosiasi, instansi, ataupun sector kehidupan politik pemerintah. Rusdi melihat komunikasi politik dan sisi kegunaannya.
3. Menurut Astrid S. Soesanto, komunikasi politik ialah komunikasi yang diarahkan pada pencapaian suatu pengaruh sedemikian rupa sehingga pada masalah yang dibahas oleh jenis kegiatan komunikasi ini dapat mengikat semua warganya melalui suatu sanksi yang ditentukan bersama lembaga-lembaga politik.
4. Menurut Roelofs dan Barn Lund, komunikasi politik adalah politik yang berbicara atau untuk menempatkan masalah ini, lebih tepatnya aktivitas politik (politisasi) berbicara.

Unsur Komunikasi Politik

Sebagai suatu bentuk kajian yang berhubungan dengan kegiatan berkomunikasi, beberapa ahli juga menjelaskan beberapa unsur-unsur komunikasi politik melalui beberapa sudut pandang yang berbeda-beda. Cangara dalam bukunya menyebutkan unsur komunikasi politik meliputi sumber (komunikator), pesan, media atau saluran, penerima, dan efek.⁷

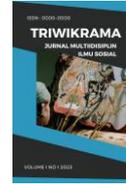
1. Komunikator Politik
2. Pesan Politik
3. Saluran atau Media Politik
4. Penerima Pesan Politik
5. Efek atau Pengaruh

Sementara itu, Sumarno membagi unsur-unsur komunikasi politik ke dalam suprastruktur dan infrastruktur politik.⁸

1. Unsur-unsur pada suprastruktur

⁷ Cangara, H.2009. *Komunikasi Politik*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

⁸ Sumarno. 1989. *Dimensi-Dimensi Komunikasi Politik*. Bandung : PT.Citra Ditya Bakti.



Terdiri atas tiga kelompok, yaitu berada pada lembaga legislatif, eksekutif, dan yudikatif.

2. Unsur-unsur infrastruktur

Unsur ini meliputi partai politik, kelompok kepentingan, kelompok penekan, media komunikasi politik, kelompok wartawan, kelompok mahasiswa, dan para tokoh politik.

3. Komunikator dan komunikan

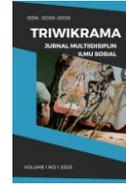
Merupakan unsur paling penting dalam menentukan setiap bentuk komunikasi.

Komunikasi politik melibatkan para elit baik sebagai komunikator maupun komunikan. Selain itu, komunikasi politik dari partai politik banyak berhubungan dengan para elit politik maupun elit sosial (termasuk elit agama). Maka untuk mendukung komunikasi politik yang efektif, perlu mengenal beberapa karakteristik elit lebih dahulu, untuk mempermudah pengenalan formulasi negosiasi yang efektif. Adapun tipe-tipe elit politik dalam berkomunikasi disesuaikan dengan system politik yang dianut oleh negara dimana elit tersebut berada.

C. PEMBAHASAN

Dalam realitas komunikasi politik, diperlukan strategi yang salah satunya dengan melakukan praktik lobi dan negosiasi. Negosiasi (politik) merupakan komunikasi untuk meyakinkan lawan agar dapat memenuhi keinginan komunikator (negosiator). Strategi yang efektif untuk meyakinkan lawan bahwa misinya merupakan hal rasional dan untuk kepentingan semua adalah dengan berpijak pada dasar komunikasi politik dan mengenali kondisi lawan. Karenanya, 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.

Lobi merupakan suatu aktifitas komunikasi yang dilakukan oleh individu maupun kelompok dengan tujuan mempersuasi individu, pimpinan sebuah lembaga, pimpinan organisasi lain yang memiliki kedudukan penting, pemerintahan ataupun kepala negara. Praktik lobi dan negosiasi merupakan suatu hal yang lumrah untuk



ditemui di dunia politik Indonesia. Dalam dunia politik, lobi biasanya dilakukan untuk memenuhi kepentingan politik. Dalam rangka memenuhi kepentingan politik, praktik lobi lebih baik dilaksanakan secara *face to face*. Hal ini disebabkan kegiatan tersebut membutuhkan ruang yang lebih personal agar tujuan mempersuasi lebih dalam sehingga memungkinkan terjadinya dialog dan kompromi.

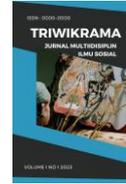
Para petinggi Parpol terus melakukan pendekatan-pendekatan lobi untuk mencari peluang terbaik, terutama agar figur yang diusung dapat menjadi bakal capres atau cawapres hingga menang dalam pemilihan. Hal ini dikarenakan adanya Undang-Undang Nomor 7 tahun 2017 terkait Pemilihan Umum pasal 222 yang berbunyi "Pasangan Calon diusulkan oleh Partai Politik atau Gabungan Partai Politik Peserta Pemilu yang memenuhi persyaratan perolehan kursi paling sedikit 20% (dua puluh persen) dari jumlah kursi DPR atau memperoleh 25% (dua puluh lima persen) dari suara sah secara nasional pada Pemilu anggota DPR sebelumnya.

Praktik lobi dan negosiasi yang kini sedang terjadi jelang pemilihan presiden 2024 adalah untuk memastikan siapa saja yang akan di usung menjadi bakal calon presiden atau bakal calon wakil presiden. Pertemuan yang terjadi antar petinggi Parpol mengidentifikasi Peta proyeksi koalisi pemilu 2024, bersamaan dengan pergerakan aktifitas lobi politik yang mulai terendus oleh masyarakat.

Tentunya pembentukan wacana koalisi jelang pemilu 2024 terjadi karna adanya kepentingan politik. Peta proyeksi koalisi ini masih bersifat sementara dan masih bisa berubah sampai pendaftaran nama bakal calon presiden dan bakal calon wakil presiden ditutup. Di tengah situasi yang kompleks, terbilang cukup sulit untuk memprediksi arah koalisi Parpol kedepannya. Parpol masih berusaha mencari titik terang terutama dalam nominasi nama yang diusung sebagai bakal capres dan cawapres pemilu 2024.

Dalam konteks Pilpres 2024, praktik lobi dan negosiasi menjadi instrumen vital yang digunakan oleh elite politik untuk mencapai tujuan mereka. Sebagai pemilihan presiden yang krusial, para elit politik terlibat dalam upaya lobi dan negosiasi untuk memperoleh dukungan politik, merancang strategi kampanye, dan membangun aliansi yang mungkin mendukung kemenangan mereka.

Adapun akan ada tantangan yang dihadapi para elit politik diantaranya:



1. Ketidakpastian politik :

Para elit politik menghadapi tantangan dalam menghadapi ketidakpastian politik, terutama dengan munculnya variabel yang tidak terduga

2. Persaingan yang ketat :

Dalam suasana persaingan yang ketat, elit politik harus bersaing untuk mendapatkan dukungan publik, mendapatkan sponsor, dan memastikan keberlanjutan kampanye mereka.

Selain itu, perlu adanya strategi lobi dan negosiasi dalam menghadapi tantangan:

1. Pembentukan Aliansi:

Elite politik dapat menggunakan praktik lobi dan negosiasi untuk membentuk aliansi dengan partai politik lain atau kelompok kepentingan tertentu, memperkuat posisi mereka dalam kompetisi

2. Pengelolaan konflik:

Dalam menghadapi perbedaan pendapat di antara elit politik, praktik lobi dan negosiasi membantu mengelola konflik, mencapai kesepakatan, dan meminimalkan potensi pembelahan di kalangan pendukung.

Praktik lobi dan negosiasi akan memberikan beberapa peluang baik dalam membentuk opini publik dan mengamankan dukungan finansial. Elite politik dapat menggunakan lobi dan negosiasi untuk kepentingan opini public, merancang narasi yang mendukung visi mereka, dan untuk meningkatkan citra yang positif. Dengan lobi dan negosiasi, dapat membantu mengamankan dukungan finansial dari kelompok kepentingan atau donator yang dapat mendukung kampanye politik. Namun, pada praktik lobi dan negosiasi sebaiknya dilakukan secara transparan agar dapat membangun kepercayaan public dan meningkatkan kredibilitas para elit politik di mata pemilih.

D. METODE PENELITIAN

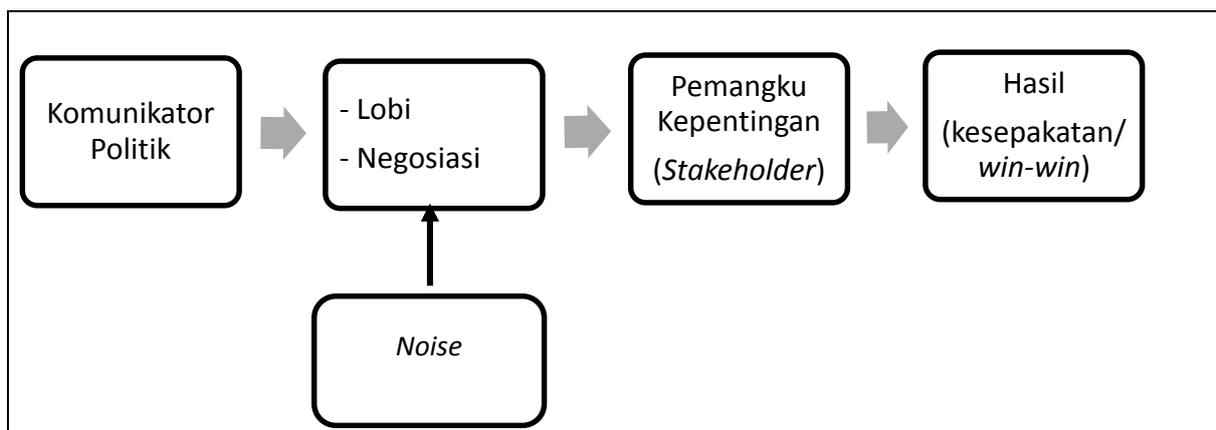
Adapun metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan deskriptif kualitatif yang menekankan pada cara bagaimana seseorang menafsirkan dan memahami sebuah realitas individu. Tujuan dari pendekatan kualitatif yakni untuk memahami kondisi suatu fenomena dengan pendeskripsian secara rinci serta mendalam mengenai potret kondisi dalam suatu fenomena alami yang sebenarnya

terjadi apa adanya di lapangan. Metode kualitatif digunakan untuk menjawab pertanyaan bagaimana pengalaman, makna dan perspektif, paling sering dari sudut pandang narasumber.

Data-data kualitatif biasanya tidak dapat dihitung atau diukur. Sebagai informasi tambahan, sejauh ini, artikel ini masih dalam bentuk penjelasan tentang lobi dan negosiasi serta strategi efektifnya. Guna menyajikan artikel yang lebih komprehensif dan akademis, metode pengumpulan data dapat menjadi bagian yang penting. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi literatur. Metode ini melibatkan analisis mendalam tentang literatur dan sumber-sumber tertulis yang relevan tentang lobi dan negosiasi. Peneliti dapat menyelidiki teori-teori dan penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh para ahli di bidang ini. Studi literatur membantu dalam memahami kerangka konseptual, menemukan strategi yang telah terbukti berhasil, dan mengidentifikasi kesenjangan atau area penelitian baru yang perlu dijelajahi.

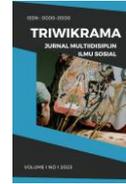
E. KERANGKA KONSEPTUAL

Peneliti membuat kerangka konseptual yang dapat dilihat pada Gambar berikut, yang akan menjelaskan bahwa lobi dan negosiasi dilakukan oleh komunikator politik (elit politik) yang memiliki kepentingan tertentu.



Gambar 1. Kerangka Konseptual Praktik Lobi dan Negosiasi oleh Komunikator Politik⁹

⁹ Ardianto, dkk. *Praktik Lobi dan Negosiasi oleh Legislator Sebagai Bentuk Komunikasi Politik*. Jurnal Komunikasi dan Teknologi Informasi: 2020.



Lobi dan negosiasi yang dilakukan komunikator politik menysasar pada pemangku kepentingan (*stakeholder*). Pada proses melakukan lobi dan negosiasi tentu tidak selamanya berjalan dengan mulus. Bisa saja munculnya gangguan/ *noise* yang berasal dari pihak-pihak yang merasa dirugikan. Maka dari itu, keahlian komunikator politik untuk menghilangkan gangguan di sini menjadi fokus penting. Proses lobi dan negosiasi dianggap telah selesai jika telah menemui hasil kesepakatan yang diinginkan.

F. KESIMPULAN

Praktik lobi dan negosiasi yang efektif dapat merubah dinamika Pilpres 2024 dengan membentuk persepsi publik, memobilisasi dukungan, dan memberikan para elit politik untuk beradaptasi dengan perubahan kondisi politik yang cepat. Lobi dan negosiasi tidak hanya mencerminkan tantangan dan peluang komunikasi politik, tetapi juga menciptakan simbiosis antara elit politik, pemilih, dan kebijakan yang akan membentuk arah dan hasil dari kompetisi politik ini.

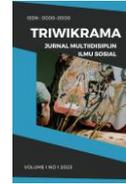
Penelitian ini menghadirkan gambaran yang komprehensif tentang praktik lobi dan negosiasi dalam konteks komunikasi politik. Dengan memahami tantangan, merespon peluang, dan berpegang pada nilai etika, praktik ini dapat menjadi kekuatan yang membentuk arah kebijakan politik dan menciptakan ruang untuk kesepakatan yang adil dan berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

Ardianto, A., Prisanto, G. F., Irwansyah, I., Ernungtyas, N. F., & Hidayanto, S. (2020). Praktik Lobi dan Negosiasi oleh Legislator Sebagai Bentuk Komunikasi Politik. *Komuniti: Jurnal Komunikasi Dan Teknologi Informasi*, 12(1), 25-39.

Cangara, H.2009. *Komunikasi Politik*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Fells, R. (2016). *Effective negotiation: From research to results*. Cambridge University Press.



Goering, E. (1997). Integrative verses distribution in contract negotiation. An interaction analysis of Strategy use. *Journal of Business Communication*, 34, 383–400.

Harun, Rochajat dan Sumarno , A.P.(2006). Judul Buku : *Komunikasi Politik sebagai Suatu Pengantar*. Penerbit CV Mandar Maju: Bandung.

<https://www.beritasatu.com/news/988019/negosiasi-politik-sedang-berlangsung-pilpres-2024-bakal-ada-34-poros>

<https://ilmumanajemenindustri.com/pengertian-negosiasi-negotiation-tahapan-negosiasi/>

Joos, K. (2011). *Lobbying in the new Europe*. Boschstr: Wiley-VCH.

Katz, D. (1960). The functional approach to the study of attitudes. *Public Opinion Quarterly*, 24(2), 163–204. <https://doi.org/10.1086/266945>

Zainal Abidin Partao.(2006). *Teknik Lobi dan Diplomasi Untuk insan Public Relations*.

Penerbit Indeks

Koeppl, P. (2000). The acceptance, relevance and dominance of lobbying the EU Commission- -A first- time survey of the EU Commission’s civil servants. *Journal of Public Affairs*, 1(1), 69–80.