

KOMUNIKASI ANTAR PRIBADI DALAM TEKNIK MELOBI

Erman Anom

Dosen FIKOM Universitas INDONUSA Esa Unggul, Jakarta
erman.anom@indonusa.ac.id

ABSTRAK

Komunikasi antar pribadi terjadi umumnya antara dua orang dimana norma yang mengatur hubungan tersebut berasal dari pihak-pihak yang berkomunikasi. Komunikasi merupakan dasar dari seluruh interaksi antar manusia, karena tanpa komunikasi interaksi antara manusia tidak mungkin terjadi.

Kata Kunci: Komunikasi Antarpribadi, Lobby

Pendahuluan

Komunikasi merupakan dasar dari seluruh interaksi antar manusia. Kerana tanpa komunikasi interaksi antar manusia, baik secara perorangan, kelompok maupun organisasi tidak mungkin terjadi. Sebagian besar interaksi manusia berlangsung dalam situasi komunikasi antar pribadi.

Peranan komunikasi dalam kehidupan manusia terlihat sangat penting. Kesalahan dalam melakukan komunikasi antar pribadi dalam hal ini melakukan lobbying sering membawa akibat fatal, hubungan dan masa depan yang sudah dibangun bisa hancur hanya karena gagal dalam melakukan *lobbying* dengan pihak lain.

Metodologi

Dalam penelitian ini penulis menggunakan pendekatan kualitatif dengan analisa dokumen dan wawancara. Metode kualitatif ini digunakan karena beberapa pertimbangan. Pertama, menyesuaikan metode kualitatif lebih mudah apabila berhadapan dengan kenyataan ganda; kedua, metode ini menyajikan secara langsung hakikat hubungan antara pengkaji dan responden; ketiga, meto-

de ini lebih peka dan lebih dapat menyesuaikan diri dengan banyak penajaman pengaruh bersama terhadap pola-pola nilai yang dihadapi.

Mengikuti Neuman, penyelidikan kualitatif melibatkan pendokumentasian peristiswa yang sesungguhnya, merekam apa yang dinyatakan oleh responden dengan kata-kata, nada suara maupun isyarat, mengamati perilaku yang spesifik, mempelajari dokumen-dokumen tertulis atau mengamati visual images. Sebagai contoh para pengkaji kualitatif mengambil secara cermat foto-foto atau video tape dari orang-orang atau peristiwa-peristiwa. (Ball and Smith, 1992; Harper, 1994).

Bogdan dan Taylor(1975), mendefinisikan metodologi kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Lebih lanjut dia katakan, pendekatan ini diarahkan pada latar dan individu tersebut secara holistic (utuh). Jadi, dalam hal ini tidak boleh mengisolasi individu atau organisasi ke dalam variable atau hipotesis, tetapi

perlu memandangnya sebagai bahagian dari suatu keutuhan.

Kirk dan Miler (1986) bahawa penelitian kualitatif adalah tradisi tertentu dalam ilmu pengetahuan sosial yang secara fundamental bergantung pada pengamatan pada manusia dalam kawasannya sendiri dan berhubungan dengan orang-orang tersebut dalam bahasanya.

Komunikasi Antar Pribadi Dalam Melakukan *Lobbying*

Manusia adalah makhluk sosial yang hidup secara berkelompok. Dalam hidup bersama itu, manusia menjalin hubungan antara pribadi dan pribadi, antara pribadi dan kelompok, dan antara kelompok yang satu dengan kelompok yang lainnya untuk menghubungkan diri. Untuk itu perlu adanya jalinan komunikasi agar di antara mereka terdapat saling pengertian.

Secara umum dapat diartikan komunikasi antar pribadi adalah mempelajari gejala yang sama mengenai pernyataan manusia. Pernyataan manusia bertujuan untuk dapat mempengaruhi dan mengubah sikap orang lain.

Lobbying sering diartikan sebagai proses yang melibatkan upaya seseorang untuk mengubah dan mencapai kesepakatan yang menyangkut kepentingan timbal balik dari pihak-pihak dengan sikap, sudut pandang, dan kepentingan yang berbeda satu sama lain. *Lobbying* yang dilakukan oleh seseorang dengan orang lainnya, senantiasa melibatkan pihak-pihak yang memiliki latar belakang berbeda dalam hal wawasan, cara berpikir, corak perasaan, sikap dan pola perilaku, serta kepentingan dan nilai-nilai yang dianut. Pada hakekatnya *lobbying* perlu dilihat dari konteks antar budaya dari mereka

lakukan *lobbying*, dalam artian perlu komunikasi antar pribadi, kesediaan untuk memahami latar belakang, pola pemikiran, dan karakteristik masing-masing serta kemudian berusaha untuk saling menyesuaikan diri.

Lobbying yang efektif dan mengena pada sasaran harus dilaksanakan dengan kegiatan komunikasi antar pribadi yang berpedoman pada komponen:

1. Komunikator, organ yang melaksanakan komunikasi terhadap orang lain, orang yang mengambil prakarsa untuk melakukan *lobbying*
2. Pesan, pikiran, perasaan, pengetahuan dan sebagainya yang disampaikan dalam bentuk lambang-lambang. Bidang pengalaman merupakan faktor penting dalam melobby. Pesan yang disampaikan harus terlebih dahulu direncanakan dan juga diharapkan cocok dengan kerangka acuan komunikasi (lawan/orang yang akan dilobby).
3. Media, alat yang dipergunakan oleh komunikator pengolah proses penyampaian pikiran/atau perasaan kepada orang lain dengan menggunakan simbol.
4. Komunikan, tujuan dari kegiatan melobby yaitu sasaran dari kegiatan komunikasi antar pribadi.
5. Efek, pengaruh dan hasil kegiatan komunikasi yang dilakukan oleh komunikator (pelobby) kepada komunikan (yang dilobby). Sukses tidaknya *lobbying* dapat dilihat pada efek dari kegiatan komunikasinya. Sudah tentu ini tergantung pula pada apa yang dikomunikasikan.

Dalam melakukan *lobbying*, yang harus diusahakan adalah menumbuhkan perhatian. Dalam konteks ini penting sekali diketahui:

- a. *Timing* yang tepat untuk suatu pesan
- b. Bahasa yang harus dipergunakan agar pesan dapat dimengerti
- c. Sikap dan nilai yang harus dipergunakan agar pesan dapat dimengerti
- d. Sikap dan nilai yang harus ditampikan agar efektif
- e. Jenis kelompok dimana lobby akan dilaksanakan

Meskipun pesan yang disampaikan dalam melakukan *lobbying* dapat diterima dengan baik, bukan berarti hasil yang diharapkan akan diperoleh sesuai yang direncanakan semula. Yang sering terjadi justru perbedaan pandangan terhadap cara menyelesaikan masalah antara pembicaraan lebih lanjut.

Bila terjadi beda pendapat antara pelobby maka timbul dorongan untuk menang. Keinginan untuk menang disatu sisi dengan mengabaikan kekalahan dipihak lainnya sulit tercapai, untuk itu digunakan strategi menang-menang. Artinya ada sebagian keinginan kita yang dikorbankan dengan mengharap pihak lawan juga akan mengorbankan hal yang sama, sehingga kesepakatan diantara kedua belah pihak dapat tercapai.

Disini penulis memberi ilustrasi bentuk komunikasi antar pribadi dalam kegiatan melobby yang dilakukan pada pasca pemilu dan ketika Sidang Umum MPR 1999 oleh elit politik. Kita tahu bahwa yang menangkan jumlah kursi terbanyak hasil pemilu 1999 adalah PDIP, tetapi mereka tidak bisa berbuat banyak dalam kegiatannya memenangkan calon Presiden karena kurang mampu melakukan lobby yang intensif kepada orang lain (partai lain). Akhirnya PAN dengan poros tengahnya yang

memperoleh suara terkecil yang memegang peranan menjadi pemimpin di arena Sidang Umum MPR. Hal ini disebabkan mereka mampu melakukan komunikasi antar pribadi dalam kegiatan melobby pihak-pihak lain.

Kesimpulan

Lobbying terjadi apabila pihak-pihak yang terlibat secara terbuka bersedia menyerupakan ganjaran, ide, visi dan misi. Tidak tertutup kemungkinan bahwa masing-masing pihak yang melakukan *lobbying* memiliki *hidden agenda*.

Hidden Agenda adalah gagasan tersembunyi atau niat terselubung yang tidak diungkapkan secara eksplisit dalam *lobbying* akan tetapi merupakan hal yang sesungguhnya ingin dicapai oleh pihak yang bersangkutan. Adanya *hidden agenda* pada umumnya dapat dikenali kerana sifatnya yang menghambat proses *lobbying*, sehingga proses kearah kesepakatan sangat sulit atau bahkan hampir tidak pernah tercapai.

Bila diduga proses *lobbying* terlambat karena adanya *hidden agenda* dari salah satu maupun kedua belah pihak, proses negosiasi dapat dipilih dan mulai kembali dari gagasan-gagasan yang lebih terbuka.

Daftar Pustaka

- Cangara, Hafied, "Pengantar Ilmu Komunikasi", Rajawali Pers, Jakarta.
- Effendy, Onong Uchjana. Hubungan Insani
- Fisher, Aubrey, "Teori-Teori Komunikasi", Remadja Rosdakarya, Bandung.

Johanssen, Richard L, "Etika Komunikasi", Remadja Rosdakarya, Bandung, 1996.

Mulyana, Deddy, "Komunikasi Antar Budaya", Remadja Rosdakarya, Bandung, 1996.