



PELATIHAN MEMBANGUN KEMAMPUAN *LOBBYING* PENGURUS HIMPUNAN MAHASISWA SOSIAL EKONOMI UNIVERSITAS MATARAM

**Zahrah,^{*1} Ika Yuliana², Baiq Dinna Widiyasti³, Lady Faerrosa⁴, Isra Dewi
Kuntary Ibrahim⁵**

^{1,2,3,4,5}Universitas Bumigora; Jl. Ismail Marzuki No.22, Cilinaya,
Kec. Cakranegara, Kota Mataram, Nusa Tenggara Bar. 83127,
Telp/Fax (0370) 634498

^{1,2,3,4,5}Departemen Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bumigora
e-mail: ^{*1}zahrah@universitasbumigora.ac.id,
ika_yulilana@universitasbumigora.ac.id, ³baiqdinna@universitasbumigora.ac.id,
⁴ladyjosman@universitasbumigora.ac.id, ⁵Israibrahim@universitasbumigora.ac.id

Abstrak

Lobbying merupakan salah satu skil dalam komunikasi untuk mempengaruhi orang lain dalam suatu tujuan atau maksud tertentu. Namun tidak sedikit orang menyadari pentingnya dalam menguasai bagaimana tehnik dalam memenangkan *lobbying*. Tak terkecuali Himpunan Mahasiswa Sosial Ekonomi Pertanian (HIMASEPTA) yang mendapatkan beberapa kendala pada saat melakukan *lobbying* dengan beberapa perusahaan sasarannya seperti gugup/groggi, pasif, dan kebingungan bagaimana cara agar sasaran mereka mengikuti apa yang menjadi tujuan mereka. Untuk mengatasi hal tersebut, HIMASEPTA memberikan wadah untuk meningkatkan potensi anggotanya dalam penguasaan *lobbying*, yakni melalui program *Upgrading* Anggota dan Pengurus HIMASEPTA. Pelatihan ini menggunakan Model Goad dengan pendekatan interaktif dan persuasif. Sasarannya yakni Anggota dan Pengurus HIMASEPTA periode 2021/2022 dan pelaksanaanya di Aula Fakultas Pertanian, Universitas Bumigora. Hasil kegiatan pelatihan mengenai *lobbying* ini diantaranya: (1) Timbulnya kesadaran pengurus HIMASEPTA akan pentingnya *Lobbying*, (2) Meningkatnya keterampilan pengurus HIMASEPTA mengenai teknik-tehnik *lobbying*, khususnya dalam penerapannya pada program terdekat yang akan dilaksanakan, (3) Pengurus HIMASEPTA mampu menganalisis situasi atau kondisi lingkungan dan karakter siapa yang akan dihadapi saat melakukan *lobbying*, serta (4) Pengurus HIMASEPTA memiliki kemampuan perencanaan sebelum, saat dan sesudah melakukan *Lobbying*.

Kata kunci: Lobbying, HIMASEPTA, Model Goad



Abstract

Lobbying is one of the skills in communication to influence other people for a particular purpose or purpose. However, not a few people realize the importance of mastering the techniques of winning lobbying. The Agricultural Socio-Economy Student Association (HIMASEPTA) was no exception, which encountered several obstacles when lobbying with several target companies such as nervousness, passivity, and confusion about how to get their targets to follow their goals. To overcome this, HIMASEPTA provides a platform to increase the potential of its members in lobbying, namely through the HIMASEPTA Member and Management Upgrading program. This training uses the Goad Model with an interactive and persuasive approach. The target is the members and management of HIMASEPTA for the 2021/2022 period and the implementation will be in the Hall of the Faculty of Agriculture, Bumigora University. The results of the training activities regarding lobbying include: (1) The awareness of HIMASEPTA management about the importance of lobbying, (2) The skills of HIMASEPTA management regarding lobbying techniques, especially in its application to the closest program to be implemented, (3) HIMASEPTA administrators are able to analyze the situation or environmental conditions and whose character will be faced when lobbying, and (4) HIMASEPTA management has the ability to plan before, during and after lobbying.

Keywords : *Lobbying¹, HIMASEPTA², Model Goad³*



1. PENDAHULUAN

Himpunan Mahasiswa Sosial Ekonomi Pertanian (HIMASEPTA) merupakan salah satu organisasi perkumpulan mahasiswa satu jurusan di Fakultas Petanian, Universitas Mataram. HIMASEPTA pertama kali dibentuk pada tanggal 27 November 1992. Salah satu tujuan dibentuknya HIMASEPTA adalah sebagai wadah untuk menghimpun potensi, aktivasi ide dan kreativitas mahasiswa yang tergabung di dalamnya baik secara moril dan materil dimana tertuang dalam AD/ART HIMASEPTA. HIMASEPTA memiliki beberapa bidang yang menaungi beberapa fokus program diantaranya keorganisasian, penalaran dan pengabdian masyarakat, hubungan masyarakat, dana usaha, minat dan kegemaran.

Dalam menjalankan berbagai program tersebut, mahasiswa pengurus HIMASEPTA menemukan beberapa kendala. Selain kendala teknis dan operasional, komunikasi dalam hal hubungan ke luar organisasi menjadi kendala vital bagi para pengurus HIMASEPTA. Tidak jarang mereka mendapatkan penolakan dalam melakukan kerjasama dengan berbagai instansi sehingga menyebabkan efek yang besar pada penurunan pendanaan dalam program yang direncanakan. Lainnya, tak jarang pengurus HIMASEPTA mengalami gugup, grogi sehingga kesulitan menyampaikan apa yang akan disampaikan kepada pejabat yang pangkatnya tinggi tinggi, ini membuat apa yang menjadi tujuan dilakukannya audiensi kurang maksimal. Atas dasar tersebut, HIMASEPTA sangat memerlukan skil komunikasi khususnya kemampuan *lobbying* untuk semua pengurus HIMASEPTA.

Lobbying merupakan salah satu skil dalam komunikasi untuk mempengaruhi orang lain dalam suatu tujuan atau maksud tertentu. Menurut kamus Webster dalam Zainal (2017) mengartikan *lobbying* sebagai aktivitas mempengaruhi baik pegawai umum dan anggota legislatif terkait dengan peraturan. Hal ini memberikan gambaran bahwa *lobbying* memberikan efek yang sangat besar untuk mencapai kepentingan atau maksud tertentu. Mengumpulkan dan menganalisa informasi juga diperlukan untuk menentukan strategi yang tepat dalam mencapai tujuan melalui *lobbying* (Zuhri, 2021). Dijelaskan lebih lanjut oleh Zainal (2017), *lobbying* juga pada dasarnya digunakan untuk menyelesaikan permasalahan dan mengatasi perbedaan pendapat. Dalam konsep *lobbying* tersebut, penyelesaian masalah dapat dilakukan dengan memasukan unsur tekanan untuk mencapai apa yang dibutuhkan secara halus tanpa melalui cara yang ekstrim.

Untuk menguasai teknik-teknik dalam *lobbying* maka hal ini sangat perlu untuk melakukan pelatihan kepada pengurus HIMASEPTA. Kegiatan pelatihan dimaksudkan sebagai upaya perbaikan penguasaan keterampilan dan teknik secara terinci dan rutin (Sutisna, 2016). Melalui program kerja organisasi yakni upgrading akan menjadi wadah bagi pengurus HIMASEPTA dalam menggali potensi dan kemampuannya dalam hal *lobbying*. Pengembangan wawasan dan pengetahuan mengenai *lobbying*



menjadi sangat vital untuk dapat mempengaruhi orang mengenai kepentingan diri atau organisasi.

2. METODE PELAKSANAAN

2.1. Waktu dan Tempat Pelaksanaan

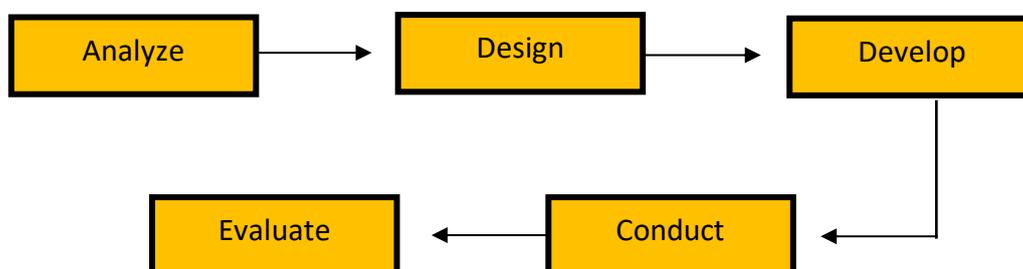
Kegiatan Pelatihan Membangun Kemampuan *Lobbying* Pengurus Himpunan Mahasiswa Sosial Ekonomi Universitas (HIMASEPTA) dilaksanakan pada 13 November 2022 di Aula Fakultas Pertanian, Universitas Mataram, Lombok, Nusa Tenggara Barat.

2.2. Khalayak Sasaran

Khalayak sasaran dalam Pelatihan Membangun Kemampuan *Lobbying* adalah para anggota dan pengurus HIMASEPTA

2.3. Metode Pengabdian

Pelatihan Membangun Kemampuan *Lobbying* Pengurus Himpunan Mahasiswa Sosial Ekonomi Universitas (HIMASEPTA) dilaksanakan secara tatap muka (langsung melatih Pengurus HIMASEPTA mengenai *Lobbying*) dengan menggunakan pendekatan yang interaktif dan persuasif. Pendekatan interaktif dimaksudkan agar terdidik diberikan kebebasan dalam penyelidikan, penemuan, dan mencari keterangan (Suryana, 2013). Menurut Rodiah, (2013) pendekatan interaktif mampu memberikan pengaruh yang positif terhadap peningkatan prestasi (dalam konteks pelatihan ini adalah hasil perubahan prilaku, pikiran dan tindakan dengan baik). Sedangkan pendekatan persuasif ditujukan untuk memberikan pengaruh ke audience agar audience dapat melakukan tindakan sesuai harapan dari komunikator (Putri, 2016). Dijelaskan lebih lanjut bahwa pendekatan persuasif memiliki maksud dalam mengubah sikap, prilaku dan pendapat seseorang. Adapun kerangka kegiatan ini dilakukan menggunakan model Goad (Nadler.L, 1982), sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka Kegiatan Pengabdian menggunakan Model Goad



Tahap pertama, *analyze* yakni pemateri perlu melakukan analisis mengenai kebutuhan dari sasaran. Pengurus HIMASEPTA selalu berhubungan dengan pihak eksternal, baik untuk keperluan kerjasama atau sponsorship. Namun tidak sedikit negosiasi atau lobbying berakhir tanpa ada ketertarikan pihak eksternal untuk memberikan bantuan pendanaan atau kerjasama. Hal ini yang mendorong para pengurus HIMASEPTA harus memiliki kemampuan lobbying untuk bisa memaksimalkan hubungan kemasyarakatan eksternal yang dilakukan dikemudian hari.

Tahap kedua, *design* yakni pemateri dituntut untuk membuat kerangka pendekatan kepada sasaran. Pengurus HIMASEPTA terbilang pemuda-pemudi yang aktif dan energik, sehingga pelatihan dengan pendekatan monolog akan membuat sasaran akan merasa bosan. Oleh karenanya pemateri menggunakan pendekatan yang melibatkan audience untuk aktif bersama yakni dengan pendekatan interaktif dan pendekatan persuasif untuk memantapkan bahwa sasaran mampu mengikuti apa yang menjadi tujuan dari kegiatan pelatihan ini.

Tahap ketiga, *develop* yakni pemateri dianjurkan untuk mengembangkan materi pelatihan. Materi yang menarik dan melengkapi dengan studi kasus akan memberikan gambaran lebih mendalam kepada pemahaman peserta. Materi *Lobbying* yang dikembangkan dengan kondisi lingkungan atau budaya di daerah tempat pelaksanaan pelatihan (Mataram, NTB).

Tahap keempat, *conduct*, pelaksanaan pelatihan yang dilakukan pada waktu yang telah dijadwalkan. Pelaksanaan pelatihan dibuat dengan kondisi yang tetap menyenangkan, penuh dengan pertanyaan dan penjelasan yang sederhana serta mudah untuk dimengerti. Ditambah dengan menggunakan kata-kata atau kalimat yang dekat dengan anak muda mempertimbangkan hal-hal yang sedang trend di media sosial.

Tahap kelima, *evaluate*, pemateri melakukan evaluasi dan pemutahiran pelatihan. Evaluasi dilakukan diakhir kegiatan dengan beberapa pertanyaan dan praktik atas materi yang telah diberikan. Dalam kegiatan ini, pelatihan bersifat kelompok namun tetap mengedepankan penguasaan tiap individu audience yang hadir.



2.4. Indikator Keberhasilan

1. Pengurus HIMASEPTA memiliki kesadaran akan pentingnya *lobbying*.
2. Pengurus HIMASEPTA mampu meningkatkan wawasan dan pengetahuan mengenai *Lobbying*.
3. Pengurus HIMASEPTA dapat mengalisis situasi/kondisi dan karakter orang yang akan dihadapi saat melakukan *lobbying*.
4. Pengurus HIMASEPTA mampu merencanakan sebelum, saat dan sesudah melakukan *lobbying*.

2.5. Metode Evaluasi

Metode evaluasi dari pelatihan ini adalah dengan memberikan beberapa pertanyaan dan studi kasus terkait *lobbying* secara berkelompok dan diberikan satu per satu pertanyaan agar ilmu yang telah diajarkan lebih mudah mereka pahami dan tepakan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Sasaran pada pelatihan ini adalah Pengurus Mahasiswa Sosial Ekonomi Pertanian (HIMASEPTA) Fakultas Pertanian, Universitas Mataram. Adapun pengurus yang hadi kurang lebih 40 mahasiswa di Aula Fakultas Pertanian. Para pengurus ini terdiri dari mahasiswa semester 2 hingga semester 6, perhatian mereka pada pentingnya peningkatan *softskill* menjadi motivasi utama mereka hadir dalam pelatihan ini. Adapun hasil kegiatan dalam pelatihan ini, dijelaskan lebih rinci di bawah ini:

A. Model Goad

Dalam pelatihan menggunakan model ini terdapat lima tahapan yang harus dilalui, berikut hasil kegiatan ditiap tahapan yang telah dilakukan:

No	Tahapan	Sebelum	Sesudah
1	<i>Analyze</i>	Penyelenggara hanya memberikan wadah untuk peningkatan kapasitas pengurus HIMASEPTA namun mereka tidak mengetahui secara detail kebutuhan spesifik yang	Penyelenggara dan pemateri melakukan studi awal atau observasi kepada beberapa pengurus HIMASEPTA, alumni pengurus HIMASEPTA, dan beberapa literatur terkait. Hasilnya , kegiatan pelatihan ini melakukan peningkatan kapasitas



		diperlukan oleh anggotanya.	peserta terkait Lobbying mengingat perlunya kebutuhan kemampuan tersebut untuk mempersiapkan Dies Natalis Himpunan, spesifikasinya yakni teknik-tehnik penguasaan lobbying untuk meningkatkan kerjasama di kegiatan Dies Natalis HIMASEPTA.
2	<i>Design</i>	Penyelenggara maupun pemateri belum memiliki kerangka berfikir ataupun model yang tepat untuk digunakan	Penyelenggara memiliki alur kegiatan yang telah terencana dengan sistem mini seminar dan diskusi dalam indoor. Hasilnya , penyelenggara dan pemateri menentukan model pelatihan berdasarkan model Goad (1892).
3	<i>Develop</i>	Penyelenggara tidak menyusun kegiatan penyampaian materi secara spesifik dan belum adanya diskusi lebih lanjut dengan beberapa alumni dan reset untuk mengoptimalkan kegiatan pelatihan	Pemateri melakukan reset lebih dalam mengenai tema Lobbying beserta teori yang mendasari, sehingga bentuk kegiatan pelatihan dapat dikembangkan. Hasilnya , pemateri menemukan model Goad (1892) digunakan sebagai dasar teori pelatihan dan menggunakan pendekatan pendekatan interaktif dan persuasif agar peserta lebih mudah menerima materi yang diberikan dan memberikan dampak pada perubahan prilaku terkait penguasaan materi terkait dengan lobbying.
4	<i>Conduct</i>	Penyampaian materi awalnya dilaksanakan secara monolog, dari pemateri ke peserta, lalu dilanjutkan dengan tanya-jawab	Pemateri memberikan ruang untuk menyampaikan opini ditengah penyampaian materi. Pemateri juga menyampaikan materi dengan melibatkan emosi atau memainkan psikologi peserta. Serta, penyampaian materi yang dilakukan oleh pemateri dilakukan dengan memberikan beberapa studi



			<p>kasus mengenai agenda besar kegiatan HIMASEPTA dan dunia industri perusahaan.</p> <p>Hasilnya, peserta menjadi semakin fokus dan tertarik mendengarkan materi karena dilibatkan dalam penyampaian opini mereka melalui pendekatan interaktif, merespon dengan kondisi emosi yang lebih stabil dan positif mengenai hal apa saja yang penting dilakukan dalam penguasaan kemampuan lobbying, dan peserta mudah memahami mengenai lobbying dalam konteks yang relevan atau dekat dengan lingkungan mereka seperti agenda utama mereka yakni Dies Natalis HIMASEPTA.</p>
5	<i>Evaluate</i>	Evaluasi biasanya dilakukan hanya oleh penyelenggara tanpa memberikan efek besar ke pemateri maupun peserta	Evaluasi tidak hanya dilakukan oleh penyelenggara namun oleh pemateri ke peserta, melalui simulasi bagaimana cara bernegosiasi untuk memberikan pengaruh ke rekannya agar mengikuti apa yang diharapkan oleh komunikator. Hasilnya , penyelenggara mengetahui kelebihan dan kekurangan dari kegiatan pelatihan, peserta mampu melakukan lobbying ke rekannya dalam simulasi mini yang diberikan pemateri di akhir kegiatan.

B. Pendekatan interaktif

Pelaksanaan pelatihan *lobbying* menggunakan pendekatan interaktif memberi pengaruh yang banyak terhadap hasil kegiatan kepada para peserta, pengurus HIMASEPTA.

No	Tahapan	Penerapan dan Hasil
----	---------	---------------------



1	Persiapan	<p>Sebelum memulai kegiatan, pemateri melakukan pendekatan langsung dengan menanyakan kegiatan dan aktivitas apa yang sedang direncanakan dan sudah dilaksanakan dalam beberapa waktu sebelumnya serta mengkaitkan dengan materi yang akan dibahas.</p> <p>Hasilnya, para peserta lebih santai, relax dan lebih dekat dengan pemateri, harapannya agar materi yang akan disampaikan bisa mudah diterima dari orang yang sudah dekat dengan mereka serta mengetahui sumber-sumber terkait materi yang akan dibahas.</p>
2	Pengetahuan Awal	<p>Saat pelaksanaan kegiatan, pemateri memberikan <i>brainstorming</i> mengenai materi lobbying melalui contoh sederhana seperti bagaimana cara mengajak temannya untuk pergi dikondisi temannya sedang memiliki kegiatan yang sedang dilakukan.</p> <p>Hasilnya: sasaran menjadi lebih mudah menyadari terkait materi yang akan disampaikan lebih mudah. Dengan memberikan kesempatan sasaran dalam mencoba bagaimana melakukan lobbying secara sederhana. Sasaran terlihat lebih fokus untuk memperhatikan pemateri.</p>
3	Kegiatan Eksplorasi	<p>Pada kegiatan ini, peserta diminta untuk melakukan diskusi lebih mendalam mengenai beberapa poin utama dalam lobbying, dilengkapi dengan kasus yang telah disiapkan.</p> <p>Hasilnya, sasaran lebih mampu mencari jawaban atas kasus yang diberikan dengan lebih optimal sehingga merasa lebih mampu karena pemecahan atas persoalan yang diberikan ditemukan oleh mereka sendiri.</p>
4	Pertanyaan Peserta	<p>Pada saat penyampaian materi, sasaran diberikan beberapa pertanyaan yang menarik perhatian dengan mengambil contoh yang dekat dengan mereka seperti kegiatan keorganisasian yang akan sedang dilaksanakan terkait kendala yang dihadapi berkaitan dengan lobbying atau pertanyaan lainnya.</p> <p>Hasilnya: sasaran lebih memahami dan menyadari bahwa beberapa poin pada lobbying dapat menjadi solusi untuk meningkatkan skill yang dimiliki.</p>



5	Penyelidikan	Dalam pelaksanaan pelatihan ini, pemateri memberikan fenomena mengenai lobbying di perusahaan dan pemerintahan. Hasilnya , sasaran mampu melakukan perencanaan strategi lobbying dan analisis mengenai fenomena yang diberikan.
6	Pengetahuan Akhir	Sebelum pada penutupan, pemateri memberikan pertanyaan dan meminta melakukan diskusi terait lobbying. Pendapat yang diberikan dalam menjawab diskusi akan dibandingkan dengan pendapat sasaran pada pengetahuan awal. Hasilnya , jawaban sasaran lebih mendalam dan lebih komprehensif melihat dari berbagai sisi.
7	Refleksi	Pada sesi terakhir, diberikan kesimpulan mengenai materi mengenai lobbying yang telah diberikan dan sasaran diminta untuk menyebutkan kata kunci lainnya. Hasilnya , keterlibatan sasaran dalam menyampaikan poin-poin materi yang telah diberikan dengan kata kunci yang berbeda namun makna yang sama membantu sasaran lebih mendalam dalam memahami materi dan mampu menguasai materi dengan sangat baik.

C. Pendekatan persuasif

No	Tahapan	Penerapan dan Hasil
1	Pesan Persuasi	Pada pelatihan ini, sasaran diajak untuk aktif dalam berkomunikasi dua arah dengan memberikan pesan untuk mengarahkan pada beberapa poin mengenai materi yang diberikan. Hasilnya , sasaran lebih memahami dan mampu menerima pesan yang diberikan sesuai dengan tujuan penyampaian materi lobbying.
2	Pengaktifan Proses Psikologis	Dalam penyampaian materi yang diberikan, pemateri memasukan unsur-unsur emosional terkait kepemilikan organisasi yang memerlukan lobbying untuk mendapatkan dana dan relasi dalam

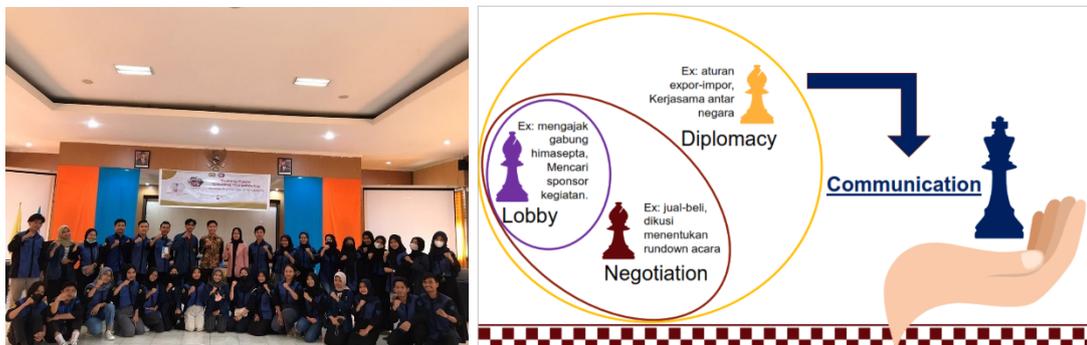
		<p>mendorong pelaksanaan kegiatan program terdekat mereka.</p> <p>Hasilnya, sasaran menunjukan antusias yang lebih tinggi untuk mendengarkan materi yang diberikan.</p>
3	Perubahan Prilaku	<p>Melalui beberapa diskusi, tanya jawab dan penyampaian pendapat langsung sasaran mampu berdampak pada kesadaran diri untuk mencoba dan melakukan perubahan ke arah yang lebih baik.</p> <p>Hasilnya, perubahan prilaku sasaran yang distimulus dengan beberapa contoh kasus atau diskusi yang diberikan. Hal ini terlihat dari kemampuan sasaran dalam melakukan lobbying dengan lebih terstruktur.</p>

Gambar 2. Pamflet informasi mengenai Kegiatan Pengabdian



Sumber : Sosial Media

Gambar 3. Dokumentasi selama Penyampaian Materi



<p>Apa bedanya Lobbying dengan Negosiasi dan Diplomasi?</p> <div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <div style="width: 45%;"> <p>Negosiasi</p> <p>N-VAE Negotiations are formal discussions between people who have different aims or intentions, especially in business or politics, during which they try to reach an agreement.</p> <p>a discussion intended to produce an agreement.</p> <p>Negosiasi (perundingan) adalah komunikasi timbal balik yang dirancang untuk mencapai tujuan bersama.</p> </div> <div style="width: 45%;"> <p>Diplomasi</p> <p>N-LINCOLN Diplomacy is the activity or profession of managing relations between the governments of different countries.</p> <p>Diplomacy is the skill of being careful to say or do things which will not offend people.</p> <p>Diplomasi biasanya didefinisikan sebagai praktik pelaksanaan politik luar negeri suatu negara dengan cara negosiasi dengan negara lain.</p> </div> </div>	<p>Internal</p> <p>Pendekatan lebih santai</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kekeluargaan 2. Se-perjuangan 3. Se-profesional <p>➔ EMPATI YANG TINGGI</p> <hr/> <p>Eksternal</p> <p>Pendekatan lebih kaku namun tetap luwes</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Se-payung 2. Se-profesional <p>➔ KINERJA YANG BAIK</p>
---	--

Sumber : Pembicara

Gambar 4. Dokumentasi saat Sesi Diskusi dan Implementasi Materi

<p>Tips</p> <ul style="list-style-type: none"> • Jadilah ringkas. • Identifikasi diri Anda • Sebutkan alasan panggilan Anda dengan nomor tagihan dan/atau subjek. • Ajukan pertanyaan spesifik atau minta tindakan tertentu. • Kaitkan dengan contoh atau masalah lokal Nyatakan posisi Anda sebagai "mendukung" atau "melawan" suatu isu. • Tanyakan pendapat tentang masalah ini. • Tindaklanjuti panggilan telepon dengan surat. <p>Di Telepon</p> <ul style="list-style-type: none"> • Diskusikan hanya satu masalah per surat. • Jauhkan surat ke satu halaman. • Sebutkan permasalahan • Ajukan pertanyaan spesifik tentang masalah. • Jangan cantumkan referensi "cc" di bagian bawah surat kepada perwakilan atau senator Anda. <p>Di Surat</p>	<p>SAAT pelaksanaan LOBBYING</p> <ol style="list-style-type: none"> A. Datang tepat waktu B. Saat pertemuan <ol style="list-style-type: none"> 1. Dahului dengan salam hangat (berjabat tangan dan senyum manis) 2. Awali pembicaraan yang menyenangkan 3. Uraikan secara jelas dan singkat maksud tujuan 4. Beri kesempatan untuk menanggapi 5. Ikuti pembicaraan dan ditanggapi dengan halus (menyanjung atau memberikan usulan yang menarik)
<p>TIPS LOBBYING dengan Bahasa Nonverbal</p> <div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <div style="width: 30%;"> <p>01 Gerakan Tubuh</p> <ul style="list-style-type: none"> • Berdiri atau duduk dengan tegak • Gerak dengan teratur • Memberikan ilustrasi </div> <div style="width: 30%;"> <p>02 Gerakan Wajah</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ekspresif (sesuai topik) • Mengangguk saat sasaran memberi hal yang sependapat </div> <div style="width: 30%;"> <p>03 Gerakan Mata</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tatap mata sasaran dengan antusias </div> </div>	<p>TIPS PENTING memenangkan Lobbying</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Jadilah pendengar yang antusias (Jangan bicara terlalu banyak di awal) 2. Tertarik ke sasaran (lebih banyak ingin tau tentang sasaran daripada diri kita) 3. Percaya diri dan bangun citra yang positif (penampilan yang menarik) 4. Berikan data atau fakta (isu masalah, solusi dan manfaat) 5. Manfaatkan nama instansi

Sumber : Pembicara



4. KESIMPULAN DAN SARAN

4.1. Kesimpulan

Kegiatan pelatihan ini ditujukan sebagai wadah bagi pengurus HIMASEPTA dalam menggali potensi dan kemampuannya dalam hal *lobbying*. Tujuannya agar mampu memperbaiki penguasaan keterampilan dan tehnik Lobbying secara lebih terperinci. Menggunakan model Goad dan pendekatan persuasive dan interaktif mampu memberikan pemahaman lebih mendalam mengenai materi dengan melibatkan peserta pelatihan. Adapun hasil dari kegiatan ini sebagai berikut:

- Timbulnya kesadaran pengurus HIMASEPTA akan pentingnya *Lobbying*.
- Meningkatnya keterampilan pengurus HIMASEPTA mengenai teknik-tehnik *lobbying*, khususnya dalam penerapannya pada program terdekat yang akan dilaksanakan.
- Pengurus HIMASEPTA mampu menganalisis situasi atau kondisi lingkungan dan karakter siapa yang akan dihadapi saat melakukan *lobbying*, serta
- Pengurus HIMASEPTA memiliki kemampuan perencanaan sebelum, saat dan sesudah melakukan *Lobbying*.

4.2 Saran

Dengan berakhirnya pelatihan ini, diharapkan panitia maupun pemateri mempersiapkan beberapa tugas studi kasus sebelum pelaksanaan yang langsung menysasar pada sasaran utama (perusahaan). Tujuannya sasaran mampu mengidentifikasi hal-hal yang menjadi kekurangan atau kendala yang dihadapi saat melakukan *lobbying*. Sehingga hal tersebut dapat dijadikan acuan dalam penyusunan materi lebih mendalam, harapannya hasil yang akan capai lebih optimal.

DAFTAR PUSTAKA

- Nadler.L. (1982). *Designing Training Programs: The Critical Events Model*. Addisonwesley Publishing Company, Inc.
- Putri, P. K. (2016). Aplikasi Pendekatan-Pendekatan Persuasif pada Riset Komunikasi Pemasaran: Iklan Melibatkan Penciptaan dan Penerimaan Pesan Komunikasi Persuasif Mengubah Perilaku Pembelian. *The Messenger*, 15(1), 165–175.
- Rodiah, S. (2013). Penerapan Pendekatan Interaktif untuk Meningkatkan Prestasi Belajar Mata Pelajaran Ipa Siswa Kelas Ii Sd Negeri 2 Ragawacana. *Spektrum Pls*, 1, 1–20.



- Suryana, A. (2013). Penerapan Pendekatan Interaktif oleh Tutor Dalam Pembelajaran Paket C pada Kelompok Binuang Sakti Kota Padang. *Spektrum: Jurnal Pendidikan Luar Sekolah (Pls)*, 1(2), 35–48.
- Sutisna, A. (2016). *Pengembangan Model Pelatihan Berbasis Kinerja untuk Peningkatan Kompetensi Tutor Pendidikan Kesetaraan*. 1–23.
- Zainal, A. G. (2017). Teknik Lobi Dan Negosiasi. 2017, 1–136.
- Zuhri, S. (2021). *Etika Profesi Public Relations*. 44(2), I–Vi.
<https://doi.org/10.47655/Dialog.V44i2.507>