ABSTRAK

Tiara Nuramadani : Strategi Lobi PT. Tiga Sahabat Lingkungan dalam Menjalin Kerja Sama dengan Bayan *Group* (Studi Deskriptif Kualitatif pada PT. Tiga Sahabat Lingkungan)

Lobi merupakan strategi komunikasi yang berperan penting dalam membangun hubungan kerja sama antarorganisasi melalui upaya membangun kepercayaan, penyampaian kepentingan, dan pencapaian kesepakatan yang saling menguntungkan. PT. Tiga Sahabat Lingkungan sebagai perusahaan konsultan lingkungan melakukan strategi lobi untuk menjalin dan mempertahankan kerja sama dengan Bayan *Group*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui implementasi strategi lobi yang dilakukan PT. Tiga Sahabat Lingkungan dalam menjalin kerja sama dengan Bayan *Group.*

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif serta berlandaskan pada paradigma konstruktivisme. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi partisipan pasif, dan dokumentasi. Analisis penelitian ini menggunakan Model STAP (*Static, Tangible, Action, Pressure*) yang dikemukakan oleh Mitrovic (2017).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa implementasi strategi lobi pada tahap *static*, perusahaan menetapkan pelaku lobi, membangun kepercayaan sebagai tujuan utama, serta menganalisis regulasi dan kebutuhan klien. Pada tahap *tangible*, perusahaan menjaga interaksi personal secara berkelanjutan dan menyampaikan informasi sesuai kebutuhan dengan tetap menjaga kerahasiaan perusahaan. Pada tahap *action*, strategi dilaksanakan melalui penyusunan pesan yang sederhana, pemanfaatan komunikasi tatap muka dan media digital, serta penggunaan *website* sebagai media pendukung. Pada tahap *pressure*, perusahaan memperkuat keyakinan klien melalui pembuktian kinerja, penerapan etika dan profesionalisme, serta pengelolaan risiko melalui komunikasi dan pendekatan persuasif.

Kata kunci: lobi, *public relations*, kerja sama bisnis, komunikasi organisasi, kepercayaan perusahaan

ABSTRACT

Tiara Nuramadani : *The Lobbying Strategy of PT. Tiga Sahabat Lingkungan in Establishing Cooperation with Bayan Group (A Qualitative Descriptive Study at PT. Tiga Sahabat Lingkungan)*

Lobbying is a communication strategy that plays an important role in building cooperative relationships between organizations through efforts to establish trust, convey interests, and achieve mutually beneficial agreements. PT. Tiga Sahabat Lingkungan, as an environmental consulting company, implements lobbying strategies to establish and maintain cooperation with Bayan Group. This study aims to examine the implementation of the lobbying strategy carried out by PT. Tiga Sahabat Lingkungan in establishing cooperation with Bayan Group.

This study employs a descriptive method with a qualitative approach based on the constructivist paradigm. Data were collected through in-depth interviews, passive participant observation, and documentation. The analysis utilizes the STAP Model (Static, Tangible, Action, Pressure) proposed by Mitrovic (2017).

The results show that in the static stage, the company identifies lobbying actors, establishes trust as the primary objective, and analyzes regulations and client needs. In the tangible stage, the company maintains continuous personal interactions and provides information according to client needs while maintaining company confidentiality. In the action stage, the strategy is implemented through the formulation of simple messages, the use of face-to-face communication and digital media, and the utilization of the company website as a supporting medium. In the pressure stage, the company strengthens client confidence through performance demonstration, the application of ethics and professionalism, and risk management through communication and persuasive approaches.

Keywords*: lobbying, public relations, business cooperation, organizational communication, corporate trust*