BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Lobi merupakan teknik komunikasi strategis yang banyak digunakan dalam praktik *public relations.* Lobi menjadi faktor utama menjalin kerja sama antar lembaga, khususnya dalam membentuk sudut pandang pihak-pihak yang menjadi sasaran dengan tujuan menghasilkan keputusan berupa kesepakatan yang saling menguntungkan. Lobi merupakan elemen penting dalam keberlangsungan bisnis perusahaan, terutama guna menjalin hubungan kerja sama yang baik dan saling menguntungkan dengan publiknya. Pendekatan ini menjadi penting dalam konteks komunikasi organisasi, terutama dalam relasi konsultan dan klien perusahaan.

Menjalin kerja sama antar lembaga dengan tujuan menghasilkan kesepakatan yang saling menguntungkan merupakan bagian dari praktik *public relations*, yang memiliki peran penting dalam menjaga keberlangsungan suatu bisnis atau perusahaan. Fungsi *public relation*s tercermin dalam kegiatan lobi yang berperan penting pada tercapainya kesepakatan, menciptakan saling pengertian, membangun kepercayaan, dan menjaga hubungan harmonis antara organisasi. Hal ini menunjukkan bahwa upaya menciptakan relasi yang saling menguntungkan dengan klien perusahaan secara berkelanjutan menjadi strategi penting dalam menjaga keberlangsungan bisnis, sebagaimana diterapkan oleh PT. Tiga Sahabat Lingkungan.

Perusahaan konsultan menjadi salah satu aktor yang mempraktikkan teknik lobi secara aktif, terutama dalam membangun kemitraan dengan klien industri. PT. Tiga Sahabat Lingkungan sebagai perusahaan konsultan di bidang lingkungan

hidup, memainkan peran strategis dalam mendampingi berbagai perusahaan pertambangan di Indonesia untuk memenuhi regulasi dan kewajiban lingkungan. Salah satu klien penting mereka adalah Bayan *Group*, perusahaan tambang batu bara berskala nasional yang memiliki operasi di berbagai wilayah di Indonesia. Keterlibatan PT. Tiga Sahabat Lingkungan tidak hanya terbatas pada penyediaan jasa administratif, melainkan juga meliputi kegiatan komunikasi strategis yang melibatkan berbagai tahapan lobi.

PT. Tiga Sahabat Lingkungan merupakan salah satu perusahaan konsultan yang melakukan aktivitas komunikasi bisnis, yaitu lobi yang berperan sebagai strategi komunikasi dalam menjalin hubungan dengan klien. Proses pengambilan keputusan umumnya akan menentukan pilihan yang paling menguntungkan bagi individu maupun kelompok, begitu pula dalam dunia bisnis. Suatu perusahaan cenderung menghindari keputusan yang dapat merugikan perusahaan atau publiknya, oleh sebab itu PT. Tiga Sahabat Lingkungan sebagai konsultan menerapkan strategi lobi kepada publiknya sebagai sarana menjalin hubungan baik sekaligus memengaruhi kesepakatan yang akan diputuskan.

Temuan dari hasil observasi yang diperoleh melalui wawancara, pada tanggal 20 Desember 2024 lalu, PT. Tiga Sahabat Lingkungan berperan aktif membantu Bayan *Group* dalam mengurus dokumen penting seperti Analisis Mengenai Dampak Lingkungan (AMDAL), Persetujuan Teknis (PERTEK), hingga pendampingan dalam program PROPER (Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan dalam Pengelolaan Lingkungan Hidup). Proses yang dijalankan oleh PT. Tiga Sahabat Lingkungan tidak hanya menjalankan fungsi administratif, tetapi

juga terlibat dalam diskusi mendalam, pendekatan yang bersifat strategis, serta komunikasi intensif dengan pihak internal Bayan *Group*. PT. Tiga Sahabat Lingkungan juga berperan sebagai fasilitator antara Bayan *Group* dan Kementerian Lingkungan Hidup. Kondisi ini menunjukkan bahwa komunikasi yang dibangun bersifat dua arah, hal tersebut tidak terlepas dari aktivitas lobi yang dilakukan oleh PT. Tiga Sahabat Lingkungan dalam membangun kepercayaan dengan Bayan *Group*.

Aktivitas lobi yang dilakukan oleh PT. Tiga Sahabat Lingkungan mengacu pada pendekatan secara personal dengan pemangku kepentingan perusahaan. Interaksi dilakukan melalui komunikasi interpersonal yang empatik untuk membangun kepercayaan, yang bertujuan untuk memperkuat persepsi atau meyakinkan mitra hingga mencapai kesepakatan. Lobi dilakukan untuk memahami kebutuhan dan keinginan mitra, serta mencari solusi yang saling menguntungkan. PT. Tiga Sahabat Lingkungan memiliki strategi sendiri yang sebelumnya didiskusikan terlebih dahulu sebagai upaya pelaksaan lobi dapat berjalan dengan baik untuk mencapai kesepakatan yang menguntungkan. Kegiatan lobi yang dilakukan perusahaan memerlukan pelaksanaan berkelanjutan dengan menyelenggarakan pertemuan yaitu melalui kegiatan jamuan makan sambil berbincang, hal ini akan membangun intensi dan kepercayaan Bayan terhadap PT. Tiga Sahabat Lingkungan. Kegiatan yang dilakukan PT. Tiga Sahabat Lingkungan sebagai pihak konsultan dalam pendampingan penyusunan dokumen berkaitan dengan regulasi Kementerian Lingkungan Hidup. PT. Tiga Sahabat Lingkungan juga harus menjaga hubungan baik dengan Bayan *Group* serta Kementerian

Lingkungan Hidup guna mendukung tujuan dalam menjaga reputasi, memperluas jaringan, serta menciptakan kerja sama jangka panjang yang berkelanjutan.

Berdasarkan data pra-penelitian yang didapatkan dari narasumber, PT. Tiga Sahabat Lingkungan tidak hanya melakukan kerja sama bisnis dengan Bayan *Group*, tetapi dengan berbagai perusahaan di sektor pertambangan serta industri, seperti PT. Kilang Pertamina Internasional RU IV Cilacap, PT. PLN, PT. Indonesia Morowali Industrial Park (IMIP), PT. Kaltim Prima Coal, Harita Nickel, PT. Indexim Coalindo, PT. Adaro *Group*, dan perusahaan-perusahaan lainnya. Pengalaman dalam menjalin hubungan dengan berbagai perusahaan tersebut menunjukkan bahwa PT. Tiga Sahabat Lingkungan memiliki aktivitas kerja sama dengan beragam pihak dalam menjalankan layanan konsultasi lingkungan. Kondisi tersebut menjadi penting dalam penelitian ini karena proses menjalin kerja sama dengan perusahaan besar tidak hanya berkaitan dengan penyampaian penawaran jasa, tetapi membutuhkan strategi komunikasi untuk membangun kepercayaan, memahami kebutuhan pihak yang dituju, serta mempertahankan hubungan profesional.

Fenomena ini menjadi semakin menarik untuk diteliti karena PT. Tiga Sahabat Lingkungan sebagai penyedia jasa dan layanan pendampingan, penyusunan dokumen, dan sebagainya tidak hanya menjalin kerja sama dengan Bayan *Group*, tetapi memiliki hubungan kerja sama dengan berbagai perusahaan di sektor pertambangan dan industri. Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Penelitian ini bertujuan memahami fenomena berdasarkan objek yang diamati dan menjelaskan secara

mendalam mengenai kegiatan lobi yang dilakukan PT. Tiga Sahabat Lingkungan dengan Bayan *Group*.

1.2 Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang di atas, maka fokus penelitian ini adalah bagaimana strategi lobi yang dilakukan PT. Tiga Sahabat Lingkungan dalam menjalin kerja sama dengan Bayan *Group*, dari fokus penelitian tersebut maka diajukan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana tahap *static* yang dilakukan oleh PT. Tiga Sahabat Lingkungan dalam menetapkan tujuan strategi lobi untuk menjalin kerja sama dengan Bayan *Group*?
2. Bagaimana tahap *tangible* yang dilakukan oleh PT. Tiga Sahabat Lingkungan dalam mempersiapkan strategi lobi untuk menjalin kerja sama dengan Bayan *Group*?
3. Bagaimana tahap *action* yang dilakukan oleh PT. Tiga Sahabat Lingkungan dalam melaksanakan strategi lobi untuk menjalin kerja sama dengan Bayan *Group*?
4. Bagaimana tahap *pressure* yang dilakukan oleh PT. Tiga Sahabat Lingkungan dalam memperkuat keyakinan untuk menjalin kerja sama dengan Bayan *Group*?

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian tentang Strategi Lobi PT. Tiga Sahabat Lingkungan dalam menjalin kerja sama dengan Bayan *Group* memiliki tujuan, di antaranya:

1. Mengetahui bagaimana tahap *static* yang dilakukan oleh PT. Tiga Sahabat Lingkungan dalam menetapkan strategi lobi untuk menjalin kerja sama dengan Bayan *Group*.
2. Mengetahui bagaimana tahap *tangible* yang dilakukan oleh PT. Tiga Sahabat Lingkungan dalam mempersiapkan strategi lobi untuk menjalin kerja sama dengan Bayan *Group*.
3. Mengetahui bagaimana tahap *action* yang dilakukan oleh PT. Tiga Sahabat Lingkungan dalam melaksanakan strategi lobi untuk menjalin kerja sama dengan Bayan *Group*.
4. Mengetahui bagaimana tahap *pressure* yang dilakukan oleh PT. Tiga Sahabat Lingkungan dalam memperkuat keyakinan untuk menjalin kerja sama dengan Bayan *Group*.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Akademis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi terhadap pengembangan pengetahuan, sekaligus menjadi rujukan ilmiah baru dalam ranah ilmu hubungan masyarakat, khususnya terkait praktik komunikasi bisnis melalui kegiatan lobi. Fokus utama penelitian ini adalah mengkaji secara mendalam pelaksanaan strategi lobi dalam komunikasi bisnis dengan menggunakan pendekatan STAP model *lobbying strategy*, yang mencakup *static*, *tangible*, *action*, serta *pressure*. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi edukatif yang bermanfaat bagi peneliti lain yang berminat melakukan kajian dengan tema sejenis.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

1.4.2 Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat berfungsi sebagai acuan bagi para praktisi hubungan masyarakat dalam menjalankan aktivitas komunikasi bisnis, khususnya melalui praktik lobi. Melalui kajian ini, penulis bermaksud memberikan tambahan wawasan bagi para pelaku komunikasi ketika berinteraksi dengan publiknya dengan menerapkan strategi lobi berbasis STAP model (*static, tangible, action,* dan *pressure*) sebagaimana telah dipaparkan dalam penelitian ini.

1.5 Landasan Pemikiran

1.5.1 Landasan Teoritis

STAP model lobbying strategy yang diperkenalkan oleh Mitrovic (2017), yaitu suatu model strategi komunikasi dalam aktivitas lobi yang disusun secara sistematis dan bertahap guna meningkatkan keberhasilan dalam memengaruhi proses pengambilan keputusan. Model ini menempatkan komunikasi sebagai instrumen utama dalam membangun hubungan antara organisasi dengan pihak-pihak yang memiliki kewenangan, dengan memperhatikan keterkaitan antara tujuan, aktor yang terlibat, serta kondisi lingkungan yang memengaruhi proses lobi. Strategi lobi tidak dipahami sebagai aktivitas yang bersifat spontan, melainkan sebagai proses terencana yang didasarkan pada analisis yang komprehensif.

Model STAP (*Static*, *Tangible*, *Action*, *Pressure*) menurut Mitrovic (2017:161) menggambarkan proses lobi sebagai rangkaian tahapan yang saling berkaitan dan bersifat siklikal, dimulai dari analisis situasi hingga upaya pemberian pendukung terhadap pengambilan keputusan. Setiap tahapan dalam model ini memiliki fungsi spesifik yang mendukung keberhasilan strategi komunikasi, yaitu sebagai berikut:

1. *Static* (Statis)

Tahap *static* merupakan fase awal dalam model strategi lobi yang berfungsi sebagai dasar analisis dalam perumusan strategi. Pada tahap ini dilakukan pengumpulan dan pengolahan berbagai variabel yang berasal dari lingkungan internal maupun eksternal organisasi, meliputi aspek politik, hukum, ekonomi, sosial, serta struktur kelembagaan yang berkaitan dengan proses pengambilan keputusan. Tahap ini juga mencakup identifikasi aktor-aktor yang terlibat, baik sebagai pengambil keputusan, pendukung, penentang, maupun pihak yang memiliki kepentingan terhadap isu yang diangkat.

2. *Tangible* (Nyata)

Tahap *tangible* ini merupakan fase kedua dalam model strategi lobi yang berfungsi untuk menghidupkan kembali seluruh parameter yang telah diidentifikasi pada tahap *static*, serta membentuk hubungan interaktif antar aktor dalam suatu sistem yang dinamis. Interaksi tersebut memiliki karakteristik berupa intensitas, polaritas, serta dimensi keterlibatan publik. Intensitas menunjukkan faktor terhadap isu yang dihadapi, polaritas mencerminkan arah sikap yang dapat bersifat mendukung maupun menolak, sedangkan dimensi publik menggambarkan bagaimana pihak di luar proses turut merespons dinamika yang terjadi.

3. *Action* (Tindakan)

Tahap *action* merupakan fase implementasi dalam model strategi lobi yang berfokus pada perancangan dan pelaksanaan strategi komunikasi berdasarkan hasil analisis pada tahap sebelumnya. Pada tahap ini, organisasi mulai mengembangkan dan menggunakan berbagai instrumen komunikasi yang disesuaikan dengan

karakteristik aktor yang menjadi sasaran, sehingga pesan yang disampaikan dapat diterima, dipahami, dan memberikan peran terhadap proses pengambilan keputusan. Tahap ini juga mencakup penyusunan pesan, pemilihan media komunikasi, serta pengelolaan hubungan dengan berbagai pihak yang terlibat dalam proses lobi.

4. *Pressure* (Tekanan)

Tahap *pressure* merupakan fase dalam model strategi lobi yang berkaitan dengan upaya memengaruhi proses pengambilan keputusan melalui berbagai bentuk tekanan strategis. Tekanan dipahami sebagai bagian dari implementasi strategi yang bertujuan untuk memperkuat posisi organisasi melalui dukungan, hubungan, serta komunikasi yang dilakukan secara terarah kepada pihak yang memiliki kewenangan dalam pengambilan keputusan.

1.5.2 Landasan Konseptual

1.5.2.1 Definisi Lobi

Lobi atau dalam bahasa Inggris disebut *lobby* pada awalnya merujuk pada ruang depan atau beranda dari hotel, gedung, atau bangunan besar yang berfungsi sebagai area tunggu. Lobi dalam konteks komunikasi dipahami sebagai suatu aktivitas persuasif yang bertujuan memengaruhi atau meyakinkan pihak lain guna mencapai tujuan tertentu, baik yang dilakukan oleh individu maupun organisasi. Aktivitas lobi biasanya berlangsung secara informal dan sering kali menjadi langkah awal sebelum proses negosiasi dilakukan, dengan maksud membentuk atau menyamakan persepsi antara pelobi dan pihak yang menjadi target lobi.

Menurut Cornelissen (2020:142) lobi merupakan bagian dari strategi komunikasi persuasif yang dirancang secara sistematis untuk memengaruhi sikap,

persepsi, dan keputusan para pemangku kepentingan melalui penyusunan pesan yang terarah, pembangunan kredibilitas komunikator, serta pemilihan pendekatan komunikasi yang sesuai dengan karakteristik *audiens* sasaran. Keberhasilan aktivitas lobi sangat ditentukan oleh kemampuan pelobi dalam mengelola hubungan, memahami kepentingan *stakeholder*, serta mengadaptasi pesan secara kontekstual agar tujuan komunikasi dapat tercapai secara optimal.

1.5.2.2 Klien

Klien merupakan pihak yang menerima jasa, layanan, atau kerja sama dari suatu individu maupun organisasi. Konteks dalam hubungan bisnis klien tidak hanya dipandang sebagai penerima manfaat, tetapi juga sebagai mitra strategis yang dapat memengaruhi keberlangsungan dan perkembangan perusahaan. Menjaga hubungan baik dengan klien menjadi salah satu aspek penting dalam aktivitas komunikasi bisnis, termasuk melalui strategi lobi.

Klien dalam kegiatan lobi diposisikan sebagai pihak sasaran yang perlu dipahami kebutuhannya, minatnya, serta harapannya agar perusahaan mampu menyusun pendekatan komunikasi yang tepat. Tujuan perusahaan dapat disesuaikan dengan kepentingan klien sehingga tercapai kesepahaman yang saling menguntungkan dengan adanya kegiatan lobi ini.

Menurut Kotler and Keller (2016:24) klien merupakan elemen penting dalam hubungan bisnis karena keberhasilan suatu organisasi sangat ditentukan oleh kemampuannya dalam memahami dan memenuhi ekspektasi klien, baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang. Pandangan ini menunjukkan bahwa klien

tidak hanya diposisikan sekedar penerima layanan, melainkan sebagai mitra strategis yang perlu dikelola melalui hubungan yang berkelanjutan.

1.6 Langkah-Langkah Penelitian

1.6.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di PT. Tiga Sahabat Lingkungan yang berlokasi di Wisma Intan Wijaya LT.7 Unit 8 JL. Arjuna Selatan No. 75 Kebon Jeruk, Kota Adm. Jakarta Barat DKI 11530. PT. Tiga Sahabat Lingkungan dipilih sebagai lokasi penelitian dalam studi ini sebab memiliki peran strategis dalam mengimplementasikan praktik kehumasan, khususnya melalui aktivitas lobi sebagai strategi komunikasi bisnis.

1.6.2 Paradigma Penelitian

Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah paradigma konstruktivisme sebagai landasan berpikir. Menurut Creswell (2016:21), paradigma merupakan seperangkat asumsi dasar yang menjadi pedoman peneliti dalam memahami realitas, memperoleh pengetahuan, serta menentukan proses penelitian. Paradigma menjadi landasan bagi peneliti dalam mengarahkan cara memahami proses strategi lobi PT. Tiga Sahabat Lingkungan, mulai dari pengumpulan data hingga penafsiran makna yang diperoleh dari para informan.

Paradigma yang banyak digunakan dalam penelitian kualitatif untuk memahami makna suatu fenomena sosial adalah paradigma konstruktivisme. Triyono (2021:37) menjelaskan bahwa paradigma konstruktivisme memandang realitas sosial sebagai hasil konstruksi yang dibentuk melalui pengalaman, interaksi, serta pemaknaan individu maupun kelompok. Fenomena tidak dipandang

sebagai sesuatu yang bersifat objektif dan tunggal, melainkan sebagai realitas yang dibangun melalui proses sosial.

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme karena bertujuan memahami proses strategi lobi yang dilakukan oleh PT. Tiga Sahabat Lingkungan dalam menjalin kerja sama dengan Bayan Group. Paradigma konstruktivisme memungkinkan peneliti untuk menggali bagaimana strategi lobi dirancang, dilaksanakan, serta dimaknai oleh para pelaku yang terlibat berdasarkan pengalaman, interaksi, dan sudut pandang mereka. Peneliti tidak berupaya menguji hubungan sebab akibat, melainkan memahami makna dan proses yang melatarbelakangi pelaksanaan strategi lobi dalam membangun hubungan kerja sama. Data penelitian diperoleh melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi sehingga mampu memberikan pemahaman yang komprehensif mengenai strategi lobi yang diterapkan oleh PT. Tiga Sahabat Lingkungan.

1.6.3 Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Menurut Creswell (2016:45) penelitian kualitatif berfokus pada pemahaman mendalam terhadap suatu fenomena dengan menekankan pada data deskriptif, wawancara mendalam, analisis isi, observasi langsung, serta penggalian informasi yang bersifat kontekstual. Penelitian tidak hanya menyajikan hasil dalam bentuk angka, melainkan dalam bentuk narasi yang kaya makna.

Penelitian ini akan menguraikan bagaimana strategi lobi yang dilakukan oleh PT. Tiga Sahabat Lingkungan dalam menjalin kerja sama dengan Bayan Group,

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI

melalui hasil wawancara serta observasi lapangan, sehingga diperoleh gambaran yang utuh mengenai proses dan dinamika aktivitas lobi..

1.6.4 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif. Menurut Whitney dalam Pujileksono (2015:20), metode deskriptif merupakan pencarian fakta dengan interpretasi yang tepat. Penelitian deskriptif tidak hanya berupaya mengumpulkan data sesuai dengan kondisi yang terjadi di lapangan, tetapi juga menafsirkan makna yang terkandung di balik data tersebut secara sistematis dan kontekstual. Melalui metode ini, peneliti dapat memberikan gambaran yang utuh mengenai suatu fenomena berdasarkan fakta yang diperoleh dari subjek penelitian.

Peneliti menggunakan metode deskriptif kualitatif karena metode ini sesuai dengan tujuan penelitian, yaitu untuk memahami dan mendeskripsikan strategi lobi yang dilakukan oleh PT. Tiga Sahabat Lingkungan dalam menjalin kerja sama dengan Bayan Group. Metode ini memungkinkan peneliti memperoleh pemahaman yang mendalam mengenai proses strategi lobi melalui pengumpulan data berupa wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Penelitian ini mengacu pada tahapan strategi lobi yang meliputi *static, tangible, action,* dan *pressure* untuk menggambarkan proses perencanaan, pelaksanaan, hingga upaya meyakinkan mitra kerja dalam membangun hubungan kerja sama. Seluruh proses penelitian dilakukan berdasarkan kondisi nyata di lapangan tanpa adanya manipulasi data, sehingga hasil penelitian mampu memberikan gambaran secara komprehensif mengenai strategi lobi yang diterapkan oleh PT. Tiga Sahabat Lingkungan.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI

1.7 Jenis Data dan Sumber Data

1.7.1 Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif, yakni data yang diperoleh melalui proses wawancara mendalam dengan para informan serta hasil observasi di lapangan. Data yang terkumpul kemudian disajikan dalam bentuk deskripsi kata-kata yang terperinci, sehingga mampu menggambarkan secara jelas fenomena yang diteliti. Data kualitatif ini juga diperkaya dengan dokumentasi pendukung, sehingga hasil penelitian dapat memberikan pemahaman yang lebih utuh mengenai strategi lobi yang dilakukan oleh PT. Tiga Sahabat Lingkungan dalam menjalin kerja sama dengan Bayan *Group.*

1.7.2 Sumber Data

Sumber data memiliki peranan yang sangat penting karena menjadi dasar dalam memperoleh informasi yang relevan dan akurat untuk menjawab rumusan masalah. Sumber data merupakan segala sesuatu yang dapat memberikan keterangan atau informasi mengenai objek penelitian, baik berupa individu, dokumen, maupun peristiwa yang diamati. Kualitas suatu penelitian sangat bergantung pada keandalan dan keakuratan sumber data yang digunakan, sehingga peneliti perlu menentukan sumber data dengan cermat agar hasil penelitian dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah. Penelitian ini terdiri dari dua jenis sumber data, yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder.

1. Sumber Data Primer

Data primer merupakan informasi utama yang diperoleh langsung dari subjek penelitian, yaitu pihak internal PT. Tiga Sahabat Lingkungan yang terlibat dalam aktivitas lobi untuk menjalin kerja sama dengan Bayan *Group*. Data ini

dikumpulkan melalui proses wawancara mendalam dengan informan kunci serta observasi langsung terhadap kegiatan lobi yang dilakukan perusahaan. Kehadiran data primer menjadi sumber utama bagi peneliti untuk memahami secara nyata dinamika strategi lobi yang diterapkan.

2. Sumber Data Sekunder

Data sekunder adalah data pelengkap yang diperoleh bukan secara langsung dari PT. Tiga Sahabat Lingkungan sebagai pihak yang melakukan aktivitas lobi, melainkan dari berbagai sumber pendukung. Data ini mencakup literatur yang diperoleh melalui portal resmi perusahaan, jurnal penelitian, buku, skripsi, serta arsip atau dokumen lain yang relevan. Kehadiran data sekunder berfungsi untuk memperkaya informasi sekaligus memperkuat analisis, sehingga hasil penelitian mengenai strategi lobi PT. Tiga Sahabat Lingkungan dalam menjalin kerja sama dengan Bayan *Group* menjadi lebih mendalam dan komprehensif.

1.7.3 Teknik Pemilihan Informan

Informan dalam penelitian ini dipilih berdasarkan tingkat kredibilitas serta keterlibatan aktif mereka dalam kegiatan komunikasi perusahaan. Cresswell (2016:249) menjelaskan bahwa penentuan informan penelitian didasarkan pada kemampuan informan dalam memahami masalah yang diteliti sehingga dapat memberikan kontribusi dalam proses pemahaman penelitian.

Informan yang dipilih dalam penelitian ini berdasarkan tingkat kredibilitas serta terlibat langsung dalam proses kegiatan lobi PT. Tiga Sahabat Lingkungan. Pemilihan informan dilakukan dengan mempertimbangkan tanggung jawab, posisi, serta pengalaman informan dalam proses kegiatan lobi, yaitu :

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN GUNUNG DJATI BANDUNG

1. Informan utama dalam penelitian ini adalah Owner PT. Tiga Sahabat Lingkungan, yaitu Nicolaus Servico Derida yang berperan penting sebagai penanggung jawab utama dalam pelaksaan dan koordinasi strategi lobi.
2. Informan pendukung dalam penelitian ini adalah Komisaris PT. Tiga Sahabat Lingkungan, yang mengawasi kebijakan operasional dan memberikan nasihat kepada Direksi.
3. Informan pendukung dalam penelitian ini adalah Direktur Utama PT. Tiga Sahabat Lingkungan, yang terlibat langsung dalam kegiatan teknis strategi lobi.
4. Informan pendukung dalam penelitian ini adalah Wakil Direktur PT. Tiga Sahabat Lingkungan, yang terlibat langsung dalam kegiatan teknis strategi lobi.

1.7.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah penting dalam penelitian untuk memperoleh data yang relevan dan sesuai dengan tujuan penelitian. Menurut Sugiyono dan Lestari (2021:521), teknik pengumpulan data meliputi observasi, wawancara, dokumentasi, serta penggunaan kombinasi beberapa teknik melalui triangulasi. Peneliti menggunakan beberapa teknik pengumpulan data untuk memperoleh informasi yang mendalam mengenai strategi lobi yang dilakukan oleh PT. Tiga Sahabat Lingkungan dalam menjalin kerja sama dengan Bayan *Group*.

1) Wawancara Mendalam

Wawancara mendalam merupakan salah satu teknik utama dalam penelitian kualitatif yang dilakukan melalui proses tanya jawab secara langsung dengan informan untuk memperoleh informasi secara mendalam. Menurut Esterberg dalam

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI

Sugiyono dan Lestari (2021:531), wawancara merupakan proses interaksi antara dua orang untuk saling bertukar informasi dan gagasan sehingga peneliti dapat membangun pemahaman mengenai suatu fenomena.

Penelitian ini menggunakan teknik wawancara mendalam karena objek penelitian berfokus pada strategi lobi yang dilakukan oleh PT. Tiga Sahabat Lingkungan, yang tidak dapat dipahami hanya melalui dokumen atau data tertulis. Peneliti dapat menggali informasi mengenai bagaimana strategi lobi dirancang, dipersiapkan, dan dilaksanakan dalam proses menjalin kerja sama dengan Bayan *Group*.

Pemilihan wawancara mendalam juga didasarkan pada tujuan penelitian yang ingin memahami setiap tahapan strategi lobi, mulai dari tahap *static, tangible, action,* hingga *pressure,* serta memperoleh penjelasan mengenai pertimbangan, pengalaman, dan makna yang dibangun oleh para informan selama proses lobi berlangsung.

Teknik wawancara mendalam dipilih karena informan penelitian merupakan pihak-pihak yang terlibat secara langsung dalam proses lobi PT. Tiga Sahabat Lingkungan dengan Bayan *Group*, sehingga informasi mengenai strategi, pendekatan komunikasi, serta proses membangun hubungan kerja sama hanya dapat diperoleh melalui penjelasan langsung dari para pelaku tersebut.

2) Observasi Partisipan Pasif

Observasi merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengamati secara langsung aktivitas atau fenomena yang terjadi di lapangan. Menurut Sugiyono dan Lestari (2021:523), observasi partisipan pasif adalah teknik

pengamatan di mana peneliti hadir di lokasi penelitian tanpa ikut terlibat dalam aktivitas yang sedang berlangsung.

Penelitian ini menggunakan observasi partisipan pasif karena bertujuan memahami secara langsung proses pelaksanaan strategi lobi PT. Tiga Sahabat Lingkungan dalam konteks nyata. Melalui observasi, peneliti memperoleh data empiris mengenai pola komunikasi, bentuk interaksi, serta situasi yang mendukung pelaksanaan strategi lobi.

Teknik observasi dipilih untuk melengkapi data hasil wawancara sehingga peneliti tidak hanya mengandalkan informasi yang disampaikan oleh informan, tetapi juga dapat mengamati secara langsung bagaimana komunikasi dan interaksi berlangsung selama proses kerja sama. Observasi memungkinkan peneliti melihat kesesuaian antara informasi yang disampaikan informan dengan praktik yang terjadi di lapangan.

Observasi partisipan pasif dilakukan dengan menghadiri kegiatan atau situasi yang berkaitan dengan proses kerja sama PT. Tiga Sahabat Lingkungan tanpa ikut terlibat dalam aktivitas lobi. Dengan demikian, peneliti dapat mengamati proses komunikasi, interaksi antarpihak, serta dinamika yang terjadi selama proses penelitian secara objektif.

3) Dokumentasi

Teknik dokumentasi digunakan sebagai pelengkap data hasil wawancara dan observasi untuk memperkuat keabsahan data penelitian. Menurut Sugiyono dan Lestari (2021:539), dokumentasi merupakan catatan mengenai peristiwa yang telah terjadi, baik dalam bentuk dokumen tertulis, foto, video, maupun arsip lainnya.

Dokumentasi digunakan untuk memperoleh berbagai data pendukung yang berkaitan dengan pelaksanaan strategi lobi PT. Tiga Sahabat Lingkungan. Dokumentasi dapat berupa profil perusahaan, dokumen kerja sama, notulen rapat, surat-menyurat, materi presentasi, foto kegiatan, serta dokumen lain yang berkaitan dengan proses menjalin kerja sama dengan Bayan *Group*.

Pemilihan teknik dokumentasi didasarkan pada kebutuhan peneliti untuk meningkatkan kredibilitas data melalui proses triangulasi. Dokumen-dokumen tersebut digunakan untuk melakukan pengecekan terhadap hasil wawancara dan observasi, sekaligus memberikan informasi tambahan mengenai tahapan strategi lobi yang dilakukan oleh perusahaan.

Dokumentasi dipilih karena PT. Tiga Sahabat Lingkungan memiliki berbagai arsip dan dokumen yang berkaitan dengan proses kerja sama dan aktivitas perusahaan. Data dokumentasi tersebut menjadi sumber pendukung yang penting dalam menggambarkan pelaksanaan strategi lobi secara lebih komprehensif dan memperkuat hasil analisis penelitian.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

1.7.5 Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan proses mengolah, mengorganisasi, mengelompokkan, serta menafsirkan data yang diperoleh agar menghasilkan informasi yang mampu menjawab rumusan masalah penelitian. Melalui proses analisis, data yang sebelumnya masih berupa informasi mentah diubah menjadi temuan yang memiliki makna dan dapat menjelaskan fenomena yang diteliti. Analisis data menjadi tahapan penting untuk menginterpretasikan bagaimana

strategi lobi yang dilakukan PT. Tiga Sahabat Lingkungan dalam menjalin kerja sama dengan Bayan Group.

Teknik analisis data mengacu pada tahapan analisis data kualitatif yang dikemukakan oleh Creswell. Menurut Creswell (2016:263), analisis data dilakukan melalui serangkaian tahapan yang berlangsung secara sistematis mulai dari pengelolaan data hingga penarikan interpretasi terhadap hasil penelitian. Adapun tahapan analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Mengolah dan Mempersiapkan Data untuk Dianalisis

Tahap pertama dilakukan dengan mengumpulkan dan menata seluruh data yang diperoleh selama penelitian. Data yang berasal dari hasil wawancara dengan informan, hasil observasi, serta dokumen pendukung kemudian ditranskripsikan, diklasifikasikan, dan disusun berdasarkan relevansinya dengan fokus penelitian. Data dipilah berdasarkan informasi yang berkaitan dengan strategi lobi PT. Tiga Sahabat Lingkungan, mulai dari penentuan tujuan lobi, persiapan pendekatan kepada klien, pelaksanaan komunikasi, hingga upaya membangun keyakinan dan hubungan jangka panjang dengan Bayan *Group*.

2. Membaca Keseluruhan Data

Setelah data tersusun, peneliti membaca seluruh data secara menyeluruh untuk memperoleh pemahaman umum mengenai proses lobi yang dilakukan perusahaan. Pembacaan dilakukan secara berulang untuk memahami pola komunikasi yang terbentuk antara PT. Tiga Sahabat Lingkungan dengan Bayan *Group*, termasuk cara perusahaan membangun hubungan, menyesuaikan pendekatan komunikasi, dan menciptakan kepercayaan dalam kerja sama bisnis.

Tahap ini membantu peneliti memperoleh gambaran awal mengenai fenomena yang diteliti.

3. Pengelompokan Pada Seluruh Data

Tahap berikutnya adalah melakukan *coding* atau pemberian kode terhadap data yang telah dikumpulkan. Pengelompokan dilakukan dengan mengidentifikasi informasi penting yang muncul dari hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi, kemudian mengelompokkannya ke dalam kategori tertentu. Proses pengelompokan diarahkan untuk menemukan pola yang berkaitan dengan strategi lobi berdasarkan tahapan yang digunakan dalam penelitian, seperti *static*, *tangible*, *action*, dan *pressure*. Melalui proses ini, data yang kompleks dapat diorganisasi sehingga memudahkan peneliti menemukan hubungan antar temuan

4. Mendeskripsikan Data

Data yang telah dikodekan kemudian dikembangkan menjadi deskripsi dan tema penelitian. Pada tahap ini peneliti mendeskripsikan konteks aktivitas lobi yang dilakukan PT. Tiga Sahabat Lingkungan sebagai perusahaan konsultan lingkungan dalam menjalin kerja sama dengan Bayan *Group*. Dari hasil analisis tersebut, tema-tema penelitian dikembangkan berdasarkan pola komunikasi, bentuk pendekatan yang dilakukan, proses membangun kepercayaan, serta strategi yang digunakan perusahaan dalam mencapai kesepakatan dan mempertahankan hubungan kerja sama.

5. Menyajikan Deskripsi

Tahap selanjutnya adalah menyajikan hasil analisis dalam bentuk uraian deskriptif yang sistematis. Penyajian dilakukan dengan menjelaskan setiap temuan

berdasarkan tema yang telah terbentuk dan dikaitkan dengan fokus penelitian. Hasil analisis akan disajikan berdasarkan tahapan strategi lobi yang digunakan PT. Tiga Sahabat Lingkungan, yaitu tahap *static*, *tangible*, *action,* dan *pressure*, sehingga dapat menggambarkan secara utuh bagaimana strategi komunikasi dijalankan dalam proses kerja sama dengan Bayan *Group*.

6. Membuat Interpretasi

Tahap terakhir adalah melakukan interpretasi terhadap seluruh temuan yang telah diperoleh. Interpretasi dilakukan dengan memberikan makna terhadap strategi lobi yang diterapkan PT. Tiga Sahabat Lingkungan . Melalui tahap ini, peneliti menjelaskan bagaimana strategi lobi tersebut berperan dalam membangun kepercayaan, memengaruhi proses pengambilan keputusan, serta menjaga hubungan kerja sama yang berkelanjutan dengan Bayan *Group.*

1.8 Jadwal Penelitian

Daftar Kegiatan	**Okt-Nov 2025**	**Des 2025**	**Feb 2026**	**Mar-Juni 2026**	**Juli 2026**	**Aug 2026**
Tahap Pertama: Persiapan Penelitian						
Observasi Lapangan Awal	✓					
Bimbingan Proposal Penelitian	✓	✓				
Penyusunan Proposal Penelitian	✓	✓				
Revisi dan Finalisasi Proposal		✓				
Tahap Kedua: Usulan Penelitian						
Seminar Usulan Penelitian		✓				
Revisi Usulan Penelitian			✓			
Tahap Ketiga: Pelaksanaan Penelitian						
Pengumpulan Data				✓	✓	
Analisis dan Pengolahan Data				✓	✓	
Penulisan Laporan/Skripsi				✓	✓	

Bimbingan Penulisan Skripsi				✓	✓	
Tahap Keempat: Sidang Skripsi						
Bimbingan Akhir Skripsi						✓
Sidang Skripsi						✓
Revisi dan Pengumpulan Skripsi Final						✓

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG