

SKRIPSI
STRATEGI NEGOSIASI PT. AKBAR BERSAUDARA DALAM
MEMBANGUN KERJASAMA DENGAN MITRA KERJA PT. TELKOM
REGIONAL VII DALAM PEMBANGUNAN JARINGAN
TELEKOMUNIKASI

OLEH:
AYYUB RESHA AKBAR
E31114308



DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS HASANUDDIN

2021

SKRIPSI
STRATEGI NEGOSIASI PT. AKBAR BERSAUDARA DALAM
MEMBANGUN KERJASAMA DENGAN MITRA KERJA PT. TELKOM
REGIONAL VII DALAM PEMBANGUNAN JARINGAN
TELEKOMUNIKASI

OLEH:

AYYUB RESHA AKBAR

E31114308

Skripsi Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Pada Departemen

Ilmu Komunikasi

DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR

2021

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Judul Skripsi : Strategi Negosiasi PT. Akbar Bersaudara Dalam
Membangun Kerja Sama Dengan Mitra Kerja PT.
Telkom Regional VII Dalam Pembangunan Jaringan
Telekomunikasi

Nama Mahasiswa : Ayyub Resha Akbar

Nomor Pokok : E31114308

Makassar, 06 Mei 2021

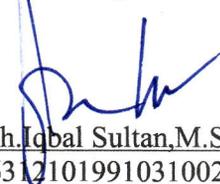
Menyetujui

Pembimbing I



Dr. Sudirman Karnay, M.Si
NIP.196410021990021001

Pembimbing II



Dr. H. Muh. Iqbal Sultan, M.Si
NIP. 196312101991031002

Mengetahui

Ketua Departemen Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Komunikasi dan Ilmu Politik
Universitas Hasanudin



Dr. Sudirman Karnay, M.Si
NIP. 196410021990021001

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ayyub Resha Akbar

NIM : E31114308

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Jenjang : S1

Menyatakan dengan ini bahwa karya Ilmiah tulisan saya berjudul:

**STRATEGI NEGOSIASI PT. AKBAR BERSAUDARA DALAM
MEMBANGUN KERJASAMA DENGAN MITRA KERJA PT. TELKOM
REGIONAL VII DALAM PEMBANGUNAN JARINGAN
TELEKOMUNIKASI**

Adalah karya tulisan saya sendiri dan bukan merupakan pengambil alihan karya tulis orang lain dan skripsi yang saya tulis ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri. Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa sebagian atau keseluruhan skripsi ini adalah hasil karya orang lain, maka saya bersedia untuk menerima sanksi atas perbuatan tersebut

Makassar, 29 September 2021

Yang menyatakan,



Ayyub Resha Akbar

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah hirabbil Alamin, Allahuma shalli ala sayyidina muhammad wa ala ali sayyidina muhammad, segala puji penulis panjatkan kepada Allah SWT karna berkat nikmat dan rahmat yang ia berikan skripsi ini dapat terselesaikan, dan kepada baginda Nabi Muhammad SAW sang pembawa cahaya dari kelamnya zaman kepada terangnya cahaya ilmu seperti pada hari ini.

Hidup itu adalah sebuah proses untuk “menjadi”, menjadi lebih baik, lebih berkualitas dan yang terpenting menjadi lebih bijaksana, proses yang peneliti lalui di Universitas Hasanuddin merupakan salah satu fase dalam kehidupan yang telah banyak memberikan pelajaran, ilmu dan pengetahuan, bukan hanya melalui pendidikan formal di dalam kelas, peneliti juga mendapatkan ilmu dan pengetahuan dari diskusi-diskusi kecil di ruang-ruang sosial yang ada di kampus unhas. Sebaik baiknya ilmu adalah yang bermanfaat bagi orang lain, peneliti berharap segala sesuatu yang penulis dapatkan selama melalui proses di kampus merah akan berguna bagi nusa dan bangsa, termasuk hasil temuan dalam penelitian ini dapat menunjang keberhasilan Komisi Informasi dalam menyelesaikan sengketa.

Tidak lupa saya ucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada kedua orang tua saya, ayah saya Alm. Amir Latenga dan ibu saya Hj. Indriyani Rani Saleh yang telah mendidik saya dari kecil dengan ikhlas dan juga kepada istri saya yang selalu memberikan supportnya Eka Fitri Hamnarmiyanti dan kepada kedua anak saya Asheeqa Mehrunnisa Pramudya Akbar dan Akara Emir Akbar

Terima kasih sebesar-besarnya juga peneliti sampaikan kepada seluruh pihak-pihak yang terlibat. Dukungan, semangat dan keyakinan bahwa peneliti mampu menyelesaikan tugas akhir ini hanya bisa dibalas dengan penghormatan dan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Dosen pembimbing langsung yang telah ikhlas memberikan arahan kepada saya, Ayahanda Dr.Sudirman Karnay, M,Si dan Ayahanda Dr.H.Muh.Iqbal Sultan,M.Si
2. Seluruh dosen yang telah memberi banyak pemahaman, baik itu mengenai mata kuliah, maupun mengenai nilai-nilai moral agar mahasiswa selalu menjadi masyarakat yang bermanfaat bagi orang banyak.
3. Kepada seluruh Direksi dan staff PT. Akbar bersaudara yang telah memberikan informasi dan memberikan kesempatan kepada saya untuk melakukan wawancara
4. Kepada management PT. Telkom Regional VII atas data dan fakta yang telah diberikan
5. Kepada saudara kandung saya Angga Akbar dan Bayu Rezha Akbar atas dukungan dan bantuannya
6. Kepada Teman-teman terbaik yang peneliti kenal sejak mengenakan jas merah,
FUTURE

7. Kepada Seluruh warga Kosmik FISIP Unhas, terima kasih atas pengalaman yang telah diberikan.
8. Kepada Seluruh warga Kema FISIP Unhas ,terima kasih atas pengalaman yang telah diberikan
9. Seluruh penulis buku dan jurnal yang saya gunakan untuk mendukung penelitian saya
10. Kepada seluruh pihak yang banyak membantu saya dalam penulisan skripsi.

Namun penelitian ini masih jauh dari kata sempurna, karya ini masih membutuhkan kritik dari banyak pihak agar dapat terus disempurnakan layaknya seorang manusia yang terus menjadi. Inilah karya yang saya persembahkan kepada Universitas Hasanuddin, semoga penelitian ini berguna bagi banyak orang, khususnya bagi proses negosiasi PT.Akbar Bersaudara

Makassar, 5 Mei 2021

Penulis

ABSTRAK

Ayyub Resha Akbar (E31114517). STRATEGI NEGOSIASI PT. AKBAR BERSAUDARA DALAM MEMBANGUN KERJASAMA DENGAN MITRA KERJA PT. TELKOM REGIONAL VII DALAM PEMBANGUNAN JARINGAN TELEKOMUNIKASI (dibimbing oleh Sudirman Karnay dan M. Iqbal Sultan)

Tujuan penelitian ini adalah (1) untuk mengetahui bagaimana Strategi Negosiasi PT. Akbar bersaudara dalam membangun kerjasama dengan mitra kerja PT. Telkom Regional VII dalam pembangunan jaringan telekomunikasi (2) untuk mengetahui faktor-faktor yang mendukung dan menghambat proses negosiasi.

Penelitian ini dilaksanakan di kantor PT. Akbar bersaudara dan PT. Telkom Regional VII adapun informan dalam penelitian ini adalah direksi PT. Akbar bersaudara dan Management PT. Telkom Regional VII. Data primer dikumpulkan dengan menggunakan teknik interview dan observasi partisipasi data sekunder dikumpulkan melalui kajian pustaka yaitu buku-buku literatur yang relevan dengan objek penelitian. Data yang diperoleh kemudian akan diolah secara deskriptif kualitatif dengan menganalisa secara induktif.

Hasil penelitian menunjukkan upaya PT. Akbar bersaudara menjalankan strategi negosiasi dalam membangun kerjasama dengan mitra kerja PT. Telkom Regional VII dalam pembangunan jaringan telekomunikasi dimulai dari Persiapan dan perencanaan negosiasi, Presentasi, Tawar Menawar, Mengatasi Deadlock, dan penandatanganan kontrak. Adapun faktor pendukung strategi negosiasi yang dilakukan yaitu para pihak hadir dalam proses negosiasi Kecakapan melakukan negosiasi dan komunikasi persuasif oleh para negosiator, sedangkan faktor yang menghambat strategi negosiasi yaitu Adanya pihak yang berusaha untuk memenangkan situasi dan Kurangnya Sumber Daya Manusia di PT. Akbar Bersaudara.

ABSTRACT

Ayyub Resha Akbar (E31114517). NEGOTIATION STRATEGY PT. AKBAR BERSAUDARA IN BUILDING COOPERATION WITH WORKPARTNER PT. TELKOM REGIONAL VII IN NETWORK DEVELOPMENT TELECOMMUNICATIONS (supervised by Sudirman Karnay and M.Iqbal Sultan)

The Aims of this research are (1) to find out how the Negotiation Strategy of PT. Akbar bersaudara in building cooperation with partners PT. Telkom Regional VII in the construction of telecommunications networks (2) to determine the factors that support and hinder the negotiation process.

This research was conducted at the office of PT. Akbar bersaudara and PT. Telkom Regional VII as for the informants in this study were the directors of PT. Akbar bersaudara and Management of PT. Telkom Regional VII . Primary data was collected using interview and participation observation techniques. Secondary data was collected through literature review, namely literature books that are relevant to the object of research. The data obtained will then be processed in a qualitative descriptive manner by analyzing inductively.

The results show that the efforts of PT. The Akbar bersaudara run a negotiation strategy in building cooperation with PT. Telkom Regional VII in the construction of telecommunications networks starting from preparation and planning negotiations, presentations, bargaining, overcoming deadlocks, and signing contracts. The supporting factors for the negotiation strategy carried out were that the parties were present in the negotiation process. The negotiators' ability to conduct negotiations and persuasive communication, while the factors that hindered the negotiation strategy were the existence of partiestrying to win the situation and the lack of human resources at PT. Akbar Bersaudara.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	I
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	III
KATA PENGANTAR.....	IV
ABSTRAK	VII
DAFTAR ISI.....	IX
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. LATAR BELAKANG	1
B. RUMUSAN MASALAH	5
C. TUJUAN DAN KEGUNAAN PENELITIAN.....	6
D. KERANGKA KONSEPTUAL	7
1. Komunikasi dalam negosiasi	7
2. Tahapan dalam negosiasi	11
E. DEFENISI OPERASIONAL.....	14
1. Waktu dan Tempat Penelitian	15
2. Tipe Penelitian	15
3. Teknik Pengumpulan Data.....	17
4. Teknik Pengambilan Informan.....	19
5. Teknik Analisis Data	20
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	22
A. NEGOSIASI.....	22

B.	KOMUNIKASI DAN KOMUNIKASI BISNIS.....	24
C.	PROSES KOMUNIKASI.....	25
DAFTAR ISI		
D.	MODEL-MODEL KOMUNIKASI.....	27
E.	FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KOMUNIKASI.....	29
F.	SITUASI TAWAR-MENAWAR DISTRIBUTIF.....	30
BAB III	GAMBARAN UMUM DAN OBJEK PENELITIAN.....	41
A.	PROFIL PERUSAHAAN PT. AKBAR BERSAUDARA.....	41
B.	VISI DAN MISI.....	41
C.	LOGO PERUSAHAAN PT. AKBAR BERSAUDARA.....	43
	43	
D.	SEJARAH BISNIS DAN EKSPANSI.....	43
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN.....	44
A.	HASIL PENELITIAN.....	44
1.	Karakteristik Informan.....	45
2.	Proses Pengajuan mengikuti tender Di PT. Telkom Regional VII.....	46
3.	Strategi Negosiasi PT.Akbar bersaudara dalam membangun hubungan dan mendapat kepercayaan PT. Telkom Regional VII.....	48
4.	Faktor pendukung dan penghambat proses negosiasi antara PT.Akbar dan PT. Telkom Regional VII.....	55
B.	PEMBAHASAN.....	57

1.	Strategi Negosiasi PT.Akbar bersaudara dalam membangun hubungan dan mendapat kepercayaan PT. Telkom Regional VII	58
2.	Faktor Penghambat dan Pendukung proses negosiasi antara antara PT. Akbar bersaudara dan PT. Telkom Regional VII	72
BAB V PENUTUP		72
A.	KESIMPULAN	72
D.	SARAN.....	73
DAFTAR PUSTAKA.....		74
LAMPIRAN		76

BAB I

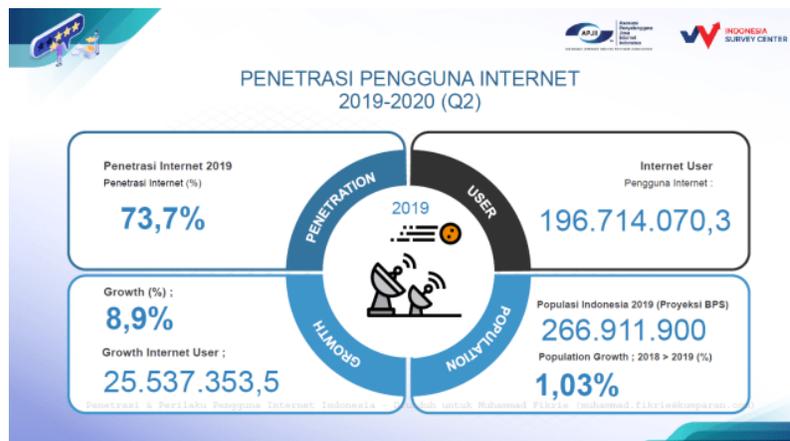
PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Perkembangan teknologi dan informasi pada era modern kini telah mendorong industri komunikasi untuk berkembang lebih luas lagi. Seseorang akan bergerak lebih cepat mencari informasi baik menggunakan media cetak maupun media elektronik. Namun, dengan adanya perkembangan teknologi yang semakin maju dan pesat, kini manusia dapat dengan mudah memperoleh informasi yang diinginkan melalui media online yang terhubung internet. Hal ini dapat meningkatkan pertumbuhan penggunaan internet. Berikut adalah grafik pengguna internet di Indonesia.

Gambar 1.1.1.

Jumlah Pengguna Internet Indonesia



Sumber: Badan Pusat Statistik

PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk (Telkom) adalah Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak di bidang jasa layanan teknologi informasi dan

komunikasi (TIK) dan jaringan telekomunikasi di Indonesia. Pemegang saham mayoritas Telkom adalah Pemerintah Republik Indonesia, Dalam perjalanan sejarahnya, Telkom telah melalui berbagai dinamika bisnis dan melewati beberapa fase perubahan, yakni kemunculan telepon, perubahan organisasi jawatan yang merupakan kelahiran Telkom, tumbuhnya teknologi seluler, berkembangnya era digital, ekspansi bisnis internasional, serta transformasi menjadi perusahaan telekomunikasi berbasis digital.

Indonesia Digital Home atau yang disingkat dengan IndiHome adalah salah satu produk dari Telkom Group berupa layanan *triple play* meliputi layanan komunikasi, data dan *entertainment* seperti telepon rumah (*voice*), internet (*Internet onFiber* atau *High Speed Internet*) dan layanan televisi interaktif dengan teknologi IPTV (UseeTV).

Dengan adanya layanan tersebut, Telkom memberikan label pada IndiHome sebagai tiga layanan dalam satu paket (*3 in 1*) karena selain internet, konsumen juga dapat menikmati layanan telepon rumah dan tayangan TV berbayar. IndiHome juga dilengkapi dengan beragam layanan tambahan (*add on*) yang bisa dipilih sesuai kebutuhan dan keinginan pelanggan seperti Telepon Mania, wifi.id seamless, IndiHome View (*online surveillance camera*), Melon, dan Trend Micro Internet Security. (www.indihome.co.id/about, diakses tanggal 05 September 2016, pukul 16.47 WIB)

Dalam melakukan pembangunan jaringan telekomunikasi PT. Telkom regional VII menggunakan pihak ketiga, pengerjaan ini akan diberikan kepada perusahaan yang telah berpengalaman dan memiliki hubungan yang baik dengan PT. Telkom regional VII. PT. Akbar Bersaudara merupakan salah satu partner kerja PT. Telkom regional VII yang telah mendapat kepercayaan. Pada tahun 2019 dari 87 project yang ditenderkan ke 9 Perusahaan berbeda oleh PT. Telkom Reg. VI, PT. Akbar Bersaudara bersaudara memenangkan 28 Project atau pemenang tender terbanyak padahal PT. Akbar Bersaudara terbilang perusahaan yang baru dibandingkan kompetitornya.

Data pemenang tender PT. Telkom Regional VII Tahun 2019

No	Nama perusahaan	Regional/wilayah	Jumlah pengerjaan
1	PT. Akbar Bersaudara	VII	28
2	BSP	VII	13
3	CAP	VII	7
4	Ekspanindo	VII	17
5	Sipakalebbi	VII	12
6	Siporennu	VII	1
7	TA	VII	9
8	Celebes Andika Perkasa	VII	5
9	Bakti Sarana Pratama	VII	4

Grand total: 96

Tentunya PT. Akbar bersaudara telah melakukan usaha-usaha yang dapat meyakinkan PT. Telkom regional VII untuk memberikan proyek pengerjaan. Tidak jarang PT. Akbar bersaudara dihadapkan oleh berbagai permasalahan negosiasi seperti deadlock ataupun pihak lawan ingin memenangkan situasi oleh karena itu dibutuhkan Strategi Negosiasi yang baik agar segala permasalahan dapat terselesaikan. Melakukan Lobby juga merupakan salahsatu jalan yang ditempuh oleh PT. Akbar Bersaudara

meskipun tidak bersifat resmi, melakukan Lobby merupakan salah satu metode yang ampuh untuk mengatasi permasalahan negosiasi. Penelitian ini juga akan mengungkap apa saja bentuk lobby yang dilakukan oleh PT. Akbar Bersaudara untuk mengatasi permasalahan negosiasi. Dalam proses negosiasi PT. Akbar Bersaudara dihadapkan oleh berbagai faktor penghambat negosiasi, Penelitian ini akan mengungkap penyebab dari hal tersebut dan akan memberikan solusi agar bisa menjadi rujukan dalam proses negosiasi antara PT. Akbar Bersaudara dan PT. Telkom regional VII.

Tanpa kita sadari, setiap hari kita sesungguhnya selalu melakukan negosiasi. Negosiasi adalah sesuatu yang kita lakukan setiap saat dan terjadi hampir di setiap aspek kehidupan kita. Selain itu negosiasi adalah cara yang paling efektif untuk mengatasi dan menyelesaikan konflik atau perbedaan kepentingan. Kemampuan seorang negosiator sangat menentukan keberhasilan proses negosiasi, Komunikasi dan negosiasi merupakan satu kesatuan yang tidak bisa dipisahkan Hubungan yang dikembangkan dalam negosiasi tidak lain adalah upaya menempatkan komunikasi pada tingkat yang tepat, memperhatikan reaksi lawan bicara dan menyesuaikan komunikasi dengan lawan bicara dan situasi yang melingkupinya. Seringkali kita kesulitan untuk menangkap level yang tepat dari apa yang dikehendaki lawan bicara. Untuk itu diperlukan ketrampilan yang dapat mengembangkan bangunan hubungan, baik antar para pihak

Hubungan memungkinkan orang melakukan komunikasi secara terbuka karena mereka percaya bahwa pandangan hidup, nilai-nilai dan perilaku mereka tidak akan

dikritik atau diserang. Membangun hubungan berarti mencapai pemahaman apa yang penting bagi orang lain. Hal itu harus sudah dibangun sejak pembukaan komunikasi negosiasi. Penelitian ini akan berfokus bagaimana Strategi Negosiasi yang dilakukan PT.Akbar bersaudara dalam membangun hubungan dan mendapatkan kepercayaan dari PT. Telkom Regional VII

Dari uraian ringkas diatas penulis menulis sebuah penelitian ilmiah yang berjudul: *“Strategi Negosiasi PT. Akbar bersaudara dalam membangun Kerjasama dengan mitra kerja PT. Telkom Regional VII dalam pembangunan jaringan telekomunikasi “*

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang dipaparkan diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi Negosiasi PT.Akbar bersaudara dalam membangun hubungan dan mendapat kepercayaan PT. Telkom Regional VII ?
2. Apakah faktor pendukung dan faktor penghambat dalam proses Negosiasi antara PT.Akbar bersaudara dan PT. Telkom Regional VII ?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Adapun tujuan penelitian ini ialah untuk:

- a. Untuk mengetahui strategi Negosiasi dalam membangun hubungan dan mendapat kepercayaan antara PT.Akbar bersaudara dan PT. Telkom Regional VII
- b. Untuk mengetahui faktor pendukung dan faktor penghambat Proses Negosiasi dalam Kerjasama antara PT.Akbar bersaudara dan PT. Telkom Regional VII

2. Kegunaan Penelitian

a. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini dapat digunakan sebagai masukan bagi yang berminat mengadakan studi atau penelitian lain baik yang sifatnya baru maupun lanjutan berkaitan dengan kualitas konten khususnya peran seorang negosiator dalam proses negosiasi antara para pihak.

b. Kegunaan Praktis

Penelitian diharapkan dapat memberikan sumbangan terkait bidang ilmu komunikasi secara khusus serta dapat memberikan informasi dan wawasan pengetahuan secara umum kepada pembaca.

D. Kerangka konseptual

1. Komunikasi dalam negosiasi

Negosiasi merupakan hal yang tidak dapat dipisahkan dalam melakukan diplomasi. Diplomasi, sebagai salah satu dari berbagai macam bentuk hubungan antar negara juga memiliki kaitan yang erat dengan komunikasi. Macam-macam kegiatan antar negara tidak dapat berjalan dengan lancar tanpa adanya komunikasi sebagai hal paling mendasar. Di samping itu, dalam melakukan kegiatan-kegiatan tersebut tentu harus ada sebuah aturan khusus yang mengatur sikap dan tata cara yang kemudian dituangkan dalam konsep etika. Ketiga hal tersebut, yaitu negosiasi, komunikasi, dan etika saling memiliki keterkaitan yang erat, terlebih jika dihubungkan dengan diplomasi. Hal-hal tersebut akan membantu mempermudah jalannya diplomasi untuk mencapai tujuan dan kepentingannya.

Sebelum melakukan negosiasi dalam diplomasi, hal terpenting yang harus diperhatikan adalah komunikasi. Menurut Lasswell (1948), komunikasi dapat diartikan sebagai kegiatan atau proses hubungan seorang komunikator untuk menyampaikan pesan-pesan tertentu kepada komunikan, yaitu orang yang menerima pesan tersebut, melalui media tertentu dan akan menghasilkan dampak tertentu. Dari definisi tersebut, Laswell kemudian menjabarkan lima unsur penting dalam komunikasi, yaitu komunikator, komunikan, pesan, media, dan juga dampak atau efek.

Komunikator adalah pihak-pihak yang berperan sebagai penyampai pesan atau informasi kepada komunikan. Komunikator ataupun komunikan tersebut dapat direpresentasikan oleh individu ataupun kelompok-kelompok kepentingan tertentu.

Sedangkan pesan yang disampaikan dapat berupa verbal, yaitu dalam bentuk lisan dan tulisan, ataupun nonverbal dengan menggunakan isyarat gerakan dan simbol. Dalam menyampaikan pesan tersebut, antara komunikator dan komunikan membutuhkan perantara khusus sebagai pengantar pesan, yang disebut dengan media. Media yang digunakan pun tidak terbatas pada media tertentu, namun telah diperluas dengan berbagai macam teknologi yang ada, seperti internet.

Di sisi lain, media juga berfungsi untuk menyebarluaskan dampak-dampak yang muncul setelah adanya pesan yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan. Dampak sendiri diartikan oleh Lasswell (dalam Effendy, 2000) sebagai akibat yang muncul pada komunikan setelah adanya pesan atau informasi dari komunikator, sehingga proses komunikasi selanjutnya akan terjalin secara dua arah.

Hal yang juga erat kaitannya dengan diplomasi adalah negosiasi. Berridge (2001) mengartikan negosiasi sebagai kerjasama antar pihak yang bersangkutan dalam menyelesaikan dan mencegah permasalahan secara damai. Negosiasi yang dilakukan biasanya lebih bersifat win-win solution, dengan memetingkan pada keuntungan bersama pihak-pihak yang bersangkutan. Dalam melakukan negosiasi, unsur penting yang tidak boleh dilupakan adalah tujuan dari adanya diplomasi tersebut.

Karena posisi tujuan dalam negosiasi berfungsi sebagai penunjuk arah jalannya proses negosiasi tentang apa yang akan dicapai. Lewicki (2009) menambahkan bahwa sebuah tujuan haruslah dilengkapi dengan konsep-konsep yang matang dalam perumusannya. Perumusan tersebut juga akan lebih efektif jika disertai dengan strategi-strategi yang dirancang untuk mencapai tujuan tersebut. Negosiasi membutuhkan

penerapan strategi dalam tujuan dengan baik, karena strategi merupakan rancangan keseluruhan mengenai hal yang akan dijalankan dalam proses negosiasi.

Keberhasilan diplomasi juga memiliki hubungan dengan cara-cara yang dilakukan selama proses negosiasi, sehingga para negosiator tidak bersikap semena-mena selama proses negosiasi berlangsung. Sikap negosiator diatur dalam etika, yang didefinisikan sebagai penentu suatu tindakan sebagai hal yang benar ataupun salah. Lewicki (2012) berpendapat bahwa etika yang ada juga berfungsi sebagai standar yang ditetapkan untuk membedakan kriteria dalam menilai dan mengevaluasi tindakan negosiator dalam bernegosiasi. Etika dalam berdiplomasi, sebagai mana dijelaskan oleh Hamilton dan Richard (1995), meliputi beberapa hal penting.

Yang pertama, diplomat yang ditugaskan oleh negaranya adalah seorang yang jujur terhadap negaranya dan dituntut untuk pandai berbohong pada negara lain demi mencapai kepentingan negaranya dan diusahakan dengan tanpa menimbulkan konflik. Yang kedua, diplomat juga harus pandai dalam memanfaatkan segala situasi dan kondisi lawan untuk meroleh dukungan dan respon dari pihak yang bersangkutan. Yang ketiga, diplomat diperbolehkan untuk membesar-besarkan kebaikan negara dan menyembunyikan kejelekan negara untuk memperkuat dukungan dari negara lain. Selanjutnya, diplomat juga harus cerdik untuk mengamati dan mencari tahu berbagai kelemahan dari pihak lawan melalui apa yang disampaikan oleh lawan.

Diplomat diperbolehkan untuk melakukan kecerdikan yang licik demi negaranya, namun hal tersebut harus dilakukan dengan tanpa melanggar kesepakatan yang sudah ditandatangani. Dari beberapa uraian tersebut menjelaskan bahwa etika

bukanlah suatu batasan yang keberadaanya untuk mengekang gerak diplomat, namun merupakan aturan dan cara para diplomat dalam melakukan diplomasi.

Selain etika, hal penting yang harus diperhatikan adalah bahasa. Bahasa meliputi dua kategori, yaitu bahasa verbal dan nonverbal atau bahasa tubuh (gesture). Bahasa verbal, yaitu bahasa yang berupa lisan ataupun tulisan menjadi pokokutama dalam hubungan diplomasi karena merupakan penghubung antar para diplomat. Komunikasi dalam bernegosiasi juga dapat dipahami hanya jika bahasa kedua belah pihak atau lebih saling memahami, sehingga tidak menimbulkan kesalahpahaman. S. L. Roy (1995) menambahkan pentingnya menguasai bahasa adalah syarat paling utama bagi seorang diplomat. Seorang diplomat setidaknya menguasai salah satu dari bahasa internasional yang telah ditetapkan oleh PBB, yaitu Bahasa Inggris, Bahasa Perancis, Bahasa Spanyol, Bahasa Arab, Rusia, dan Cina. Karena jika seorang diplomat tidak menguasai bahasa internasional yang di akui dunia, apa yang disampaikan dengan bahasanya tidak akan dipahami oleh lawan bicaranya, sehingga komunikasi akan berjalan searah tanpa hasil.

Bahasa tubuh atau gesture juga menjadi penting dalam melakukan negosiasi dengan pihak lain. Di lain sisi, bahasa tubuh dapat mengindikasikan psikologi seorang negosiator. Bahasa tubuh mengambil peran sebagai pembantu pihak lawan dalam meyakini apa yang sedang diucapkan oleh negosiator. Bahasa tubuh yang baik dan diatur sedemikian rupa indahny akan mampu membuat pihak lawan untuk mempercayai apa yang dikatakan oleh negosiator (McNeill, 2008: 11). Kelemahan pada bahasa tubuh adalah ketika seorang negosiator tidak mengatur bahasa tubuhnya

dengan baik, maka kebohongan-kebohongan yang diciptakan akan mudah dibaca melalui gerak-gerik tubuhnya. Sehingga, bahasa tubuh juga menjadi perhatian yang penting bagi para negosiator yang ingin melakukan diplomasi dengan negara lain. Seorang diplomat haruslah pandai mengatur gerak-gerik tubuhnya, baik dalam menyampaikan pendapatnya ataupun dalam menanggapi respon dari pihak lawan. Gerakan tubuh dalam merespon pihak lawan juga akan mempengaruhi pandangan lawan terhadap posisi seorang diplomat.

2. Tahapan dalam negosiasi

Untuk mencapai hasil yang diinginkan, diperlukan pendekatan sistematis dan terstruktur dalam negosiasi. Berikut ini merupakan 6 tahap dalam negosiasi:

a. Tahap persiapan

Sebelum bernegosiasi, perlu untuk menentukan lokasi dan waktu pertemuan dan siapa yang harus menghadiri pertemuan negosiasi. Membatasi skala waktu juga dapat membantu mencegah perselisihan yang sedang berlangsung. Tahap ini juga memastikan bahwa semua fakta terkait dengan situasi yang diketahui dan untuk mengklarifikasi posisi partai untuk bernegosiasi. Mempersiapkan sebelum membahas masalah atau ketidaksetujuan akan membantu menghindari konflik lebih lanjut dan membuang waktu selama pertemuan.

b. Tahap diskusi

Pada tahap ini, setiap individu atau anggota dari masing-masing pihak akan mengajukan kasus untuk masalah mereka. Keterampilan yang dibutuhkan pada tahap ini adalah mengajukan pertanyaan, mendengarkan dan mengklarifikasi. Membuat catatan juga sangat membantu selama tahap diskusi, terutama pada poin yang diajukan dan poin yang perlu diklarifikasi.

c. Tahap klarifikasi tujuan

Tujuan, kepentingan, dan perspektif kedua pihak yang berselisih yang telah dibahas bersama perlu diklarifikasi sehingga dimungkinkan untuk membangun landasan bersama. Klarifikasi adalah bagian penting dari proses negosiasi sehingga tidak ada kesalahpahaman yang akan menyebabkan masalah dan hambatan untuk mencapai hasil yang menguntungkan kedua belah pihak.

d. Bernegosiasi bertuju pada hasil yang memenangkan

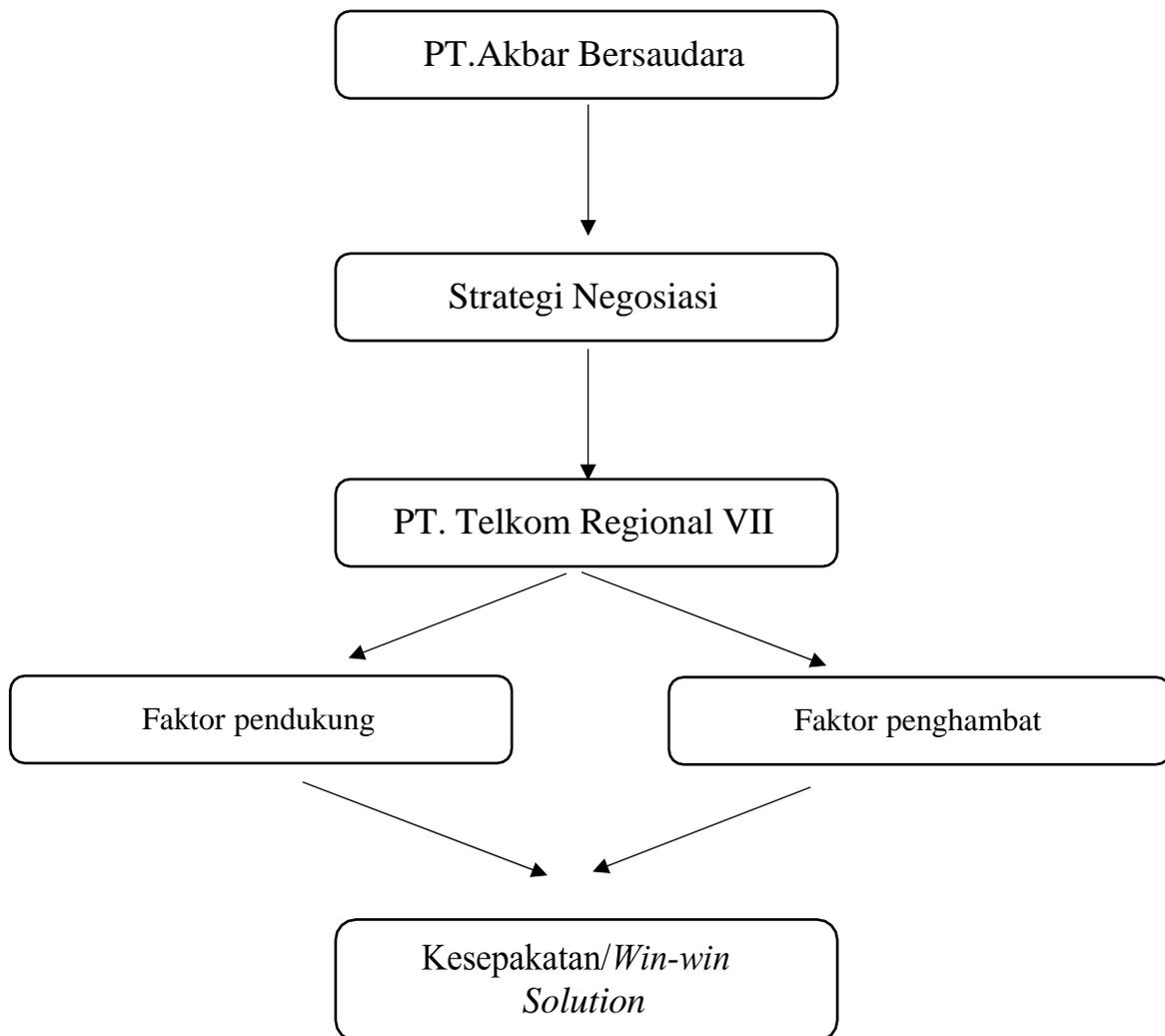
Tahap ini berfokus pada apa yang disebut sebagai hasil “menang-menang” atau “win-win” di mana kedua belah pihak merasa telah memperoleh sesuatu yang positif melalui proses negosiasi dan kedua belah pihak juga merasa bahwa sudut pandang mereka telah dipertimbangkan. Hasil menang-menang biasanya merupakan hasil terbaik. Meskipun ini tidak selalu terjadi

atau tidak selalu memungkinkan, win-win harus menjadi tujuan akhir dari proses negosiasi.

e. Perjanjian

Kesepakatan dapat dicapai setelah pemahaman tentang sudut pandang dan kepentingan kedua belah pihak telah dipertimbangkan. Sangat penting bagi setiap orang yang terlibat untuk tetap berpikiran terbuka untuk mencapai solusi yang dapat diterima oleh mereka yang memiliki perbedaan. Kesepakatan apa pun harus dibuat sedemikian jelas sehingga kedua belah pihak tahu apa yang telah diputuskan.

Untuk lebih jelasnya maka akan digambarkan dalam kerangka konseptual sebagai berikut :



E. Defenisi Operasional

Untuk menghindari terjadinya kesalahpahaman dalam menilai dan mengukur variabel penelitian, konsep-konsep dalam penelitian ini diperasionalkan sebagai berikut:

1. Negosiasi

Negosiasi merupakan suatu cara yang dapat dilakukan dalam upaya mencapai kesepakatan melalui diskusi formal. Negosiasi dapat dilakukan oleh dua pihak atau juga lebih dimana masing-masing pihak memiliki pendapat atau suatu tujuan berbeda dan terjadi proses tawar-menawar untuk dapat mencapai kesepakatan

2. PT. Telkom Tbk (Persero)

PT Telekomunikasi Indonesia Tbk, biasa disebut Telkom Indonesia atau Telkom saja adalah perusahaan informasi dan komunikasi serta penyedia jasa dan jaringan telekomunikasi secara lengkap di Indonesia.

3. PT. Akbar bersaudara

Perusahaan pembangunan jaringan telekomunikasi yang bekerjasama dengan PT. Telkom Tbk (Persero).

F. METODE PENELITIAN

1. Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian dilaksanakan selama kurang lebih 2 bulan, yakni dari bulan Desember hingga Februari 2020. Penelitian ini dilakukan di Kantor PT.Akbar Bersaudara di Telkomas

2. Tipe Penelitian

Tipe penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bertujuan untuk menjelaskan suatu fenomena dengan sedalam-dalamnya melalui pengumpulan data sedalam-dalamnya. Dimana peneliti ikut aktif dan terjun langsung di lapangan untuk mewawancarai subjek lalu kemudian di interpretasi dengan bantuan teori-teori yang relevan.

Studi kasus adalah metode penelitian yang menggunakan berbagai sumber data (sebanyak mungkin) yang bisa digunakan untuk meneliti, menguraikan, dan menjelaskan secara komprehensif berbagai aspek individu, kelompok, organisasi atau peristiwa secara sistematis. Riset survey mencoba berurusan dengan fenomena dan konteks, tetapi kemampuannya untuk meneliti konteks sangat terbatas. Perancang survey senantiasa berupaya untuk membatasi jumlah variabel yang harus dianalisis dan karenanya pertanyaannya juga terbatas (Kriyantono, 2006).

Penelitian deskriptif memusatkan perhatian pada masalah aktual sebagaimana adanya pada saat penelitian berlangsung. Tipe riset ini bertujuan untuk membuat deskripsi secara sistematis, faktual dan akurat sesuai fakta dan sifat-sifat populasi atau objek tertentu. Peneliti sudah mempunyai konsep dan kerangka konseptual. Melalui kerangka konseptual (landasan teori), peneliti melakukan operasionalisasi konsep yang akan menghasilkan variabel beserta indikatornya.

3. Teknik Pengumpulan Data

a) Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh peneliti secara langsung (dari tangan pertama). Teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti adalah observasi dan wawancara mendalam dengan informan:

a. Observasi

Dalam penelitian ini observasi dilakukan secara partisipan dimana peneliti mengamati proses interaksi dan cara mereka bersosialisasi serta turut dalam kegiatan silaturahmi yang biasa dilakukan oleh informan.

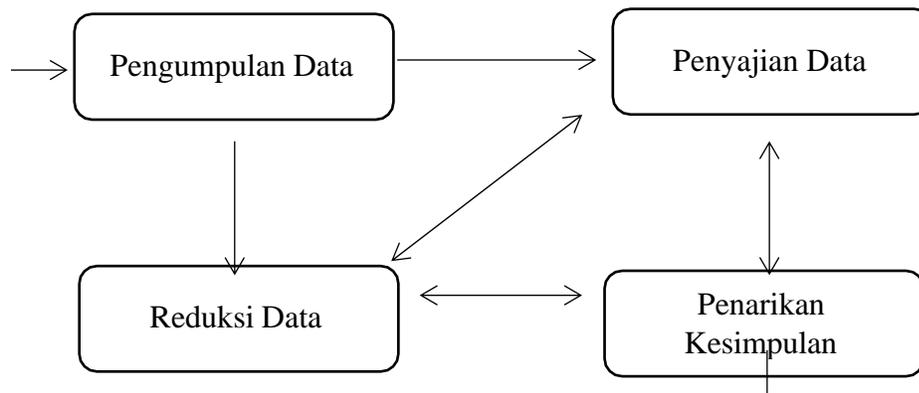
b. Wawancara

Wawancara dilakukan secara terbuka dan tidak berstruktur dan mengutamakan wawancara mendalam (indepth interview). Wawancara mendalam dilakukan dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antar peneliti dengan informasi

b) Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh peneliti dari sumber yang sudah ada. Data sekunder berasal dari bentuk penelusuran bahan bacaan seperti buku, jurnal, skripsi, dan artikel di internet.

Menurut Miles dan Huberman, sebagaimana dikutip oleh Suprayogo Imam dan Tobroni, analisis terdiri dari tiga alur kegiatan yang terjadi yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan atau verifikasi.



Gambar 1.5 : Model Analisis Interaktif Miles dan Hubberman

Sumber : Sugiyono, 2013:335

c) Pengumpulan Data

Kegiatan ini dilakukan untuk mendapatkan informasi yang berupa kalimat-kalimat yang diperoleh dari hasil wawancara secara mendalam, dokumen dan pada saat kegiatan observasi. Data yang diperoleh masih merupakan data mentah sehingga struktur atau tidak teratur, maka perlu dilakukan analisis agar data menjadi teratur.

d) Reduksi Data

Reduksi data dapat diartikan sebagai proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan, transformasi data kasar, yang muncul dari catatan-catatan lapangan. Reduksi data merupakan bagian dari analisis. Peneliti mencari data yang relevan dengan konteks penelitian melalui kontak langsung dengan informan dan kejadian di lokasi penelitian.

e) Penyajian Data

Dalam hal ini data dijadikan dalam bentuk narasi. Sekumpulan data disajikan atau diklasifikasikan dan tersusun untuk memberikan batasan pembahasan dan berusaha untuk menyusun laporannya secara sistematis guna mempermudah memahami informasi. Dalam penelitian ini data akan ditampilkan dalam bentuk kutipan wawancara dan tabel.

f) Penarikan Kesimpulan/Verifikasi

Merupakan proses mengambil kesimpulan berdasarkan narasi yang disusun sebelumnya yang bertujuan memahami tafsiran dalam konteksnya dengan masalah secara keseluruhan dan memberikan jawaban atas masalah yang diteliti. Kesimpulan akhir akan diperoleh bukan hanya sampai pada akhir pengumpulan data, melainkan dibutuhkan suatu verifikasi yang berupa pengulangan (terus-menerus) dilakukan selama penelitian berlangsung dengan melihat kembali data mentah agar kesimpulan yang diambil lebih kuat dan dapat dipertanggung jawabkan.

4. Teknik Pengambilan Informan

Disini peneliti menggunakan rancangan sampling nonprobabilitas dimana sampel tidak melalui teknik random (acak). Semua anggota populasi belum tentu memiliki peluang yang sama untuk dipilih menjadi informan disebabkan pertimbangan-pertimbangan tertentu oleh peneliti.

Teknik yang peneliti gunakan dalam pemilihan informan adalah purposive sampling. Purposive sampling yaitu memilih orang-orang yang dianggap mengetahui dan mampu menjelaskan tentang topik pembicaraan dan narasumber yang berkaitan dengan penelitian ini.

Subjek penelitian memiliki kedudukan yang penting karena subjek penelitianlah data tentang variabel diperoleh. Jadi yang menjadi subjek dalam penelitian skripsi ini adalah mediator yang pihak yang bersengkata informasi

5. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data pada penelitian ini dilakukan secara kualitatif deskriptif, artinya penulis melakukan pengumpulan data dari penelitian untuk selanjutnya disusun secara sistematis. Dari hasil wawancara, observasi, analisis dikumpulkan dan dilakukan pemisahan antara data penting dan data yang tidak penting selanjutnya peneliti melakukan analisis data untuk dijabarkan sebagai hasil penelitian.

Data dianalisis berdasarkan dari sumber data yang diperoleh yaitu data primer dan data sekunder. Dimana data primer merupakan data yang diperoleh dilapangan berdasarkan hasil wawancara dan opini dari sumber asli terhadap subjek baik secara individual atau kelompok. Data ini di analisis secara deskriptif kualitatif.

Deskriptif kualitatif artinya penulis melakukan pengumpulan data dari penelitian untuk selanjutnya disusun secara sistmatis. Dari hasil wawancara analisis dikumpulkan dan dilakukan pemisahan antara data yang penting dan data yang tidak penting, kemudian melakukan analisis data untuk dijabarkan sebagai hasil penelitian.

Selanjutnya apabila terbentuk data primer dilapangan seperti wawancara maka dilakukan pengamatan (obeservasi) dilapangan.

Data yang diperoleh melalui data sekunder yaitu data yang berasal dari sumber yang sudah ada. Data sekunder berupa bentuk penelusuran bahan bacaan seperti dokumen, buku, jurnal, skripsi, dan artikel di internet. Data sekunder ini di analisis dengan menggunakan *Pendekatan Kualitatif*, yaitu menyusun, mengkategorikan data, mencari kaitan data yang diperoleh dengan maksud untuk mendapatkan maknanya dan dikembangkan menjadi teori.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Negosiasi

Menurut Pruitt, negosiasi adalah bentuk pengambilan keputusan dimana dua pihak atau lebih berbicara satu sama lain dalam upaya untuk menyelesaikan kepentingan perdebatan mereka. Negosiasi merupakan hal yang penting dalam sebuah bisnis, selain tawar-menawar, negosiasi mempunyai tujuan-tujuan tertentu, yaitu:

1. Membuat kesepakatan Tujuan negosiasi adalah membuat kesepakatan atau mendapatkan persetujuan dengan pihak lain. Siapa yang mendapatkan persetujuan akan mendapatkan keputusan / hasil sesuai dengan keinginannya, sementara yang memberikan persetujuan harus merelakan setuju pada keputusan/ hasil yang tidak disetujui.
2. Membangun hubungan jangka panjang Setelah melakukan negoisasi pertama dan mendapatkan persetujuan, maka itu adalah titik awal terjadinya hubungan. Tanpa adanya negosiasi di tingkat pertama tersebut, tidak akan pernah dimulai sebuah hubungan. Oleh karena itu, kelanjutan dari hubungan pertama adalah binaan sebuah hubungan yang berkelanjutan.
3. Membuat lebih banyak kesepakatan Membuat lebih banyak kesepakatan setelah tujuan pertama dan kedua disepakati, maka akan mebuat negosiasi berjalan lebih baik dan lebih maksimal. Negosiator harus bisa membaca

celah dan kesempatan dalam proses negosiasi. 1 Ada beberapa prinsip-prinsip dalam sebuah negosiasi antara lain

1. Negosiasi adalah mencari kesepakatan
2. Memiliki batas waktu (dead line)
3. Negosiasi adalah sebuah proses
4. Merasa pada titik dimana tidak satu pun mampu memberikan yang diinginkan pihak lawan (deadlocks)
5. Pada akhirnya bargaining position menentukan win-win solution
6. Menggunakan langkah yang sistematis 3P (Persiapan, Penyidikan dan Pengajuan). Negosiasi secara umum adalah proses dimana dua atau lebih pihak berusaha untuk menyelesaikan kepentingan
7. Mereka yang bertentangan, sehingga ada upaya dalam menyelesaikan konflik tersebut.

Menurut Lewicky, Rubin dan Brown, terdapat beberapa karakteristik umum untuk melihat negosiasi yaitu:

1. Terdapat dua atau lebih pihak individu, kelompok, atau organisasi.
2. Terdapat konflik kebutuhan dan keinginan antara dua pihak atau lebih yaitu apa yang diinginkan adalah tidak selalu menjadi keinginan orang lain dan para pihak harus mencari cara untuk menyelesaikan konflik.
3. Para pihak bernegosiasi dengan pilihan, artinya mereka bernegosiasi karena berfikir mendapatkan kesepakatan yang lebih baik.

4. Ketika bernegosiasi, kita mengharapkan proses “memberi dan menerima“ yang mendasar untuk diri sendiri.
5. Para pihak lebih suka bernegosiasi dan mencari kesepakatan dari pada melawan secara terbuka, satu sisi mendominasi, dan satu sisi menyerah, memutuskan kontak secara tetap atau membawa perselisihan mereka pada otoritas yang lebih tinggi untuk mengatasinya.

Teknik negosiasi adalah perundingan mempertemukan dua pihak dengan kepentingan yang berbeda untuk mencapai persetujuan. Dalam perundingan, tidak ada yang dikalahkan sebab semua pihak menghindari perasaan telah memenangkan tuntutan. Dalam sebuah negosiasi tentunya tidak terpisah pula dari seorang negosiator.

B. Komunikasi dan Komunikasi Bisnis

Seperti kita ketahui dalam dunia bisnis komunikasi merupakan factor yang sangat penting. Seorang pemimpin harus berkomunikasi dengan bawahan, pelanggan atau customer atau pihak manapun yang berhubungan dengan lembaganya seperti pemerintah dan dinas pajak. Kemampuan berkomunikasi jelas merupakan suatu hal mendasar yang harus dipunyai oleh pelaku bisnis.

Jika kita sebagai seorang komunikator, kita harus menguasai komunikasi secara efektif terutama memiliki kemampuan untuk menyampaikan dan menerima suatu pesan. Mereka harus tahu bagaimana menempatkan kata yang membentuk suatu arti, bagaimana mengubah situasi menjadi lebih menarik dan menggairahkan,

bagaimana mengajak komunikasi untuk ikut serta secara aktif, bagaimana menyelipkan humor yang mampu menghidupkan suasana, bagaimana menyiapkan ruangan yang mampu menghidupkan pembicaraan yang hangat, apakah pesan yang disampaikan secara oral atau written. Disinilah kemampuan berkomunikasi baik secara verbal maupun nonverbal penting untuk diketahui.

Pengertian komunikasi adalah suatu proses penyampaian informasi bisa berupa pesan, ide, gagasan dari satu pihak kepada pihak lain lain. Komunikasi adalah suatu proses penyampaian pesan atau informasi dari suatu pihak ke pihak lain dengan tujuan tercapai persepsi atau pengertian yang sama. Umumnya, komunikasi dilakukan secara lisan atau verbal yang dapat dimengerti oleh kedua belah pihak, dan apabila tidak ada Bahasa verbal yang dapat dimengerti oleh keduanya, komunikasi masih tetap dapat dilakukan dengan menggunakan Gerakan-gerakan badan, menunjukkan sikap tertentu, misalnya tersenyum, menggelengkan kepala, mengangkat bahu. Cara seperti ini yang disebut dengan komunikasi nonverbal

Pengertian sederhana dari komunikasi bisnis adalah komunikasi yang digunakan dalam dunia bisnis, mencakup berbagai macam bentuk komunikasi baik komunikasi verbal dan nonverbal (Djoko Purwanto :1997).

C. Proses Komunikasi

Ada beberapa unsur dalam proses komunikasi. Unsur komunikasi adalah hal-hal yang harus ada agar komunikasi bisa berlangsung dengan baik. Menurut Laswell unsur-unsur komunikasi terdiri dari :

1. Pengirim atau komunikator (sender) adalah pihak yang mengirimkan pesan kepada pihak lain.
2. Pesan (message) adalah isi atau maksud yang akan disampaikan oleh satu pihak kepada pihak lain.
3. Saluran (channel) adalah media dimana pesan disampaikan kepada komunikan. Dalam komunikasi antar pribadi (tatap muka) saluran dapat berupa udara yang mengalirkan getaran nada/suara.
4. Penerima atau komunikate (receiver) adalah pihak yang menerima pesan dari pihak lain.
5. Umpan balik (feedback) adalah tanggapan dari penerimaan pesan atas isi pesan yang disampaikannya.
6. Aturan yang disepakati para pelaku komunikasi tentang bagaimana komunikasi itu akan dijalankan (Protokol)

Untuk lebih memperjelas proses berlangsungnya komunikasi dapat anda simak penjelasan di bawah ini :

1. Komunikator (sender/source) adalah pihak yang mempunyai keinginan berkomunikasi dengan orang lain mengirimkan suatu pesan kepada orang yang dituju. Pesan yang disampaikan itu bisa berupa informasi dalam bentuk Bahasa atau lewat simbol-simbol yang bisa dimengerti kedua pihak.
2. Pesan (message) tersebut disampaikan atau dibawa melalui suatu media atau saluran baik secara langsung maupun tidak langsung.

3. Media (channel), alat yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator ke komunikan.
4. Komunikan (receiver) menerima pesan yang disampaikan dan menerjemahkan isi pesan yang telah diterimanya ke dalam Bahasa yang dimengerti oleh komunikan itu sendiri.
5. Umpan balik (feedback), komunikan (receiver) memberikan umpan balik (feedback) atau tanggapan atas pesan yang dikirimkan kepadanya, apakah dia mengerti atau memahami pesan yang dimaksud oleh pihak pengirim.

D. Model-model Komunikasi

Dari berbagai model komunikasi yang ada, penulis akan membahas tiga model paling utama, pendekatan yang mendasarinya dan bagaimana komunikasi disesuaikan dengan perkembangannya.

1. Model Komunikasi Linear

Dikemukakan oleh Claude Shannon dan Warren Weaver pada tahun 1949 dalam buku *The Mathematical of Communication*. Kedua ahli komunikasi tersebut mendeskripsikan komunikasi sebagai proses linear karena tertarik pada teknologi radio dan telepon dan ingin mengembangkan suatu model yang dapat menjelaskan bagaimana informasi melewati berbagai saluran (channel). Hasilnya adalah konseptualisasi dari komunikasi linear (linear communication model). Pendekatan ini terdiri atas beberapa elemen kunci,

yaitu: sumber (source), pesan (message) dan penerima (receiver). Model linear berasumsi bahwa seseorang hanyalah pengirim atau penerima.

Model komunikasi linear ini merupakan pandangan yang sangat sempit terhadap partisipan-partisipan dalam proses komunikasi. Suatu konsep penting dalam model ini adalah gangguan (noise), yakni setiap rangsangan tambahan dan tidak dikehendaki yang dapat mengganggu kecermatan pesan yang disampaikan. Gangguan ini selalu ada dalam saluran bersama sebuah pesan yang diterima oleh penerima.

2. Model Interaksional

Dikembangkan oleh Wilbur Schramm pada tahun 1954 yang menekankan pada proses komunikasi dua arah di antara para komunikator. Atau secara ringkas, komunikasi berlangsung dua arah, artinya dari pengirim dan kepada penerima, dan dari penerima kepada pengirim. Proses melingkar ini menunjukkan bahwa komunikasi selalu berlangsung. Para peserta komunikasi menurut model ini adalah orang-orang yang mengembangkan potensi manusiawinya melalui interaksi social, tepatnya melalui pengambilan peran orang lain. Dalam model ini menempatkan sumber dan penerima mempunyai kedudukan yang sederajat. Satu elemen yang penting bagi model ini adalah umpan balik (feedback), atau tanggapan terhadap suatu pesan.

3. Model Transaksional

Dikembangkan oleh Barnlund pada tahun 1970. Model ini menggarisbawahi pengiriman dan penerimaan pesan yang berlangsung secara terus menerus dalam sebuah komunikasi. Komunikasi bersifat transaksional adalah proses kooperatif, artinya pengirim dan penerima sama-sama bertanggung jawab terhadap dampak dan efektivitas komunikasi yang terjadi. Menurut pandangan model ini berasumsi bahwa saat kita terus menerus mengirimkan dan menerima pesan, kita berurusan baik dengan elemen verbal dan nonverbal. Dengan kata lain, peserta komunikasi (komunikator) melalui proses negosiasi makna.

E. Faktor-faktor yang mempengaruhi Komunikasi

Dalam berkomunikasi terkadang tidak dapat berjalan seperti yang kita inginkan, hal ini dikarenakan ada beberapa faktor yang mempengaruhi dalam berkomunikasi, diantaranya :

1. Latar belakang budaya

Interpretasi atau mengartikan suatu pesan akan terbentuk dari pola pikir seseorang melalui kebiasaannya, sehingga semakin sama latar belakang budaya antara komunikator dengan komunikan maka komunikasi akan semakin efektif.

2. Ikatan kelompok atau group

Nilai-nilai yang dianut suatu kelompok sangat mempengaruhi cara mengamati pesan yang diterima. Pandangan suatu kelompok dengan kelompok lain dalam mengamati suatu pesan dapat berbeda-beda juga.

3. Harapan

Harapan dapat mempengaruhi penerimaan suatu pesan , sehingga dapat menerima pesan sesuai dengan apa yang diharapkan.

4. Pendidikan semakin tinggi tingkat Pendidikan seseorang akan semakin kompleks sudut pandang/perspektif dalam menyikapi isi suatu pesan yang disampaikan.

5. Situasi

Perilaku manusia sangat dipengaruhi oleh lingkungan atau situasi sekitarnya.

F. Situasi Tawar-Menawar Distributif

Kedua belah pihak yang bernegosiasi harus menetapkan titik awal, titik target, dan titik resistensinya sebelum memulai negosiasi. Titik awal sering kali ada dalam pernyataan pembuka yang dibuat oleh masing-masing pihak (misalkan, daftar harga penjual dan penawaran pertama dari pembeli). Titik target biasanya diketahuikan disimpulkan seiring dengan berjalannya negosiasi. Biasanya, kebanyakan orang menentukan margin diantara titik awal dan titik targetnya Ketika mereka melakukan konsesi. Titik resistansi, titik dimana oleh kedua belah pihak dan harus dirahasiakan (Raiffa, 1982). Satu pihak mungkin tidak mengetahui titik resistensi pihak lain meskipun setelah negosiasi berakhir dengan sukses, dan sering kali

meremehkan seberapa besar harga yang akan dibayarkan atau diterima oleh pihak lain (Larric Wu, 2007). Setelah negosiasi yang gagal, salah satu pihak dapat menyimpulkan bahwa titik resistensi pihak lain berada di dekat tawaran terakhir yang mau dipertimbangkan oleh pihak lain sebelum negosiasi berakhir.

Titik target, titik resistansi, dan penawaran awal memainkan peranan penting dalam tawar-menawar distributive. Titik target memengaruhi hasil negosiasi dan kepuasan negosiasi terhadap hasilnya (Galinsky, Mussweiler, dan Medvec, 2002); membuka penawaran memainkan peranan penting dalam memengaruhi hasil negosiasi; titik resistensi memainkan peranan yang sangat penting sebagai peringatan atas keberadaan taktik kompetitif; dan rentang tawar-menawar positif meningkatkan kemungkinan terjadinya kesepakatan (Krause, Terpend dan Petersen, 2006).

1. Peranan Pilihan Alternatif bagi Kesepakatan Ternegosiasi

Selain tawaran pembuka, titik target, dan titik resistensi, terdapat faktor keempat dalam negosiasi: hasil alternatif yang dapat diperoleh dengan menyelesaikan kesepakatan dengan orang lain. Dalam beberapa negosiasi, pihak-pihak yang terlibat hanya memiliki dua pilihan mendasar: (1) mencapai kesepakatan dengan pihak lain atau (2) tidak mencapai kesepakatan sama sekali. Namun, dalam negosiasi lain, salah satu atau kedua belah pihak memiliki kemungkinan kesepakatan alternatif dengan pihak lain.

Alternatif sangat penting karena memberikan kekuatan untuk meninggalkan negosiasi bagi para negosiasi. Ketika kesepakatan yang sedang

dilakukan tidak terlalu bagus. Angka alternatif realistis yang dimiliki negosiator akan beragam dari satu situasi ke situasi lain. Untuk negosiasi dimana mereka memiliki banyak alternatif menarik, mereka dapat menentukan tujuan mereka lebih tinggi dan lebih sedikit membuat konsesi. Untuk negosiasi dimana mereka tidak memiliki alternatif sama sekali, seperti Ketika bernegosiasi dengan pemasok tunggal, posisi tawar-menawar mereka tidak terlalu kuat. Penawar distributive yang baik mengidentifikasi alternatif realistisnya sebelum memulai diskusi dengan pihak lain, sehingga mereka dapat mempertimbangkan harus seberapa tegas ia dalam negosiasi tersebut (Fisher dan Ertel. 1995)

2. Titik Kesepakatan

Proses mendasar tawar menawar distributive adalah mencapai kesepakatan dalam rentang tawar-menawar distributive. Tujuan kedua belah pihak adalah mendapatkan rentang tawar menawar seluas mungkin yaitu, mencapai kesepakatan sedekat mungkin dengan titik resistensi pihak lain.

Dalam tawar menawar distributif, kedua belah pihak tahu bahwa mereka mungkin harus melakukan kesepakatan pada angka yang lebih kecil dibandingkan yang mereka inginkan (titik target), namun mereka berharap bahwa kesepakatan tersebut akan lebih baik dibandingkan titik resistensinya. Agar terjadi kesepakatan, kedua belah pihak harus yakin bahwa, walaupun mungkin lebih kecil dari yang mereka inginkan, kesepakatan tersebut adalah kesepakatan yang terbaik yang dapat mereka capai.

3. Bargaining Mix

Dalam ilustrasi pembelian kondominium, seperti halnya di setiap negosiasi, kesepakatan diperlukan pada beberapa hal: harga, tanggal penutupan penjualan, renovasi kondominium, dan harga barang yang terdapat di dalam kondominium (seperti tirai dan perabotan). Semua hal untuk negosiasi tersebut adalah bargaining mix. Setiap barang dalam mix tersebut memiliki titik awal, titik target, dan titik resistansinya masing-masing. Beberapa barang sangat penting bagi kedua belah pihak; barang lain penting hanya bagi satu pihak. Negosiator perlu memahami apa yang penting bagi mereka dan bagi pihak lain, dan mereka harus mempertimbangkan prioritas ini selama proses perencanaan.

4. Strategi-strategi fundamental

Tujuan utama dalam tawar-menawar distributive adalah memaksimalkan nilai kesepakatan. Dalam contoh kondominium, pembeli memiliki empat strategi fundamental :

- a. Mendorong kesepakatan sedekat mungkin dengan titik resistensi penjual, sehingga menghasilkan bagian terbesar rentang kesepakatan bagi pembeli.
- b. Meyakinkan penjual untuk mengubah titik resistensinya dengan memengaruhi keyakinan penjual mengenai nilai kondominium tersebut, dan oleh karena itu meningkatkan rentang tawar-menawarnya.

- c. Jika terdapat rentang kesepakatan negative, untuk meyakinkan penjual dalam mengurangi titik resistensinya atau mengubah titik resistensi sendiri, untuk menciptakan rentang kesepakatan positif.
- d. Untuk membuat penjual yakin bahwa ini adalah kesepakatan terbaik, bukannya membuatnya berpikir bahwa hanya ini yang dapat ia peroleh, atau bahwa ia tidak dapat memperoleh lebih, atau bahwa pembeli memenangkan negosiasi.

5. Mencari Tahu Titik Resistensi Pihak Lain

Informasi adalah nyawa negosiasi. Semakin banyak anda tahu tentang titik target, titik resistensi, motif, kepercayaan diri pihak lain, semakin besar peluang anda mendapatkan kesepakatan yang menguntungkan.

6. Memengaruhi Titik Resistensi Pihak Lain

Hal yang sangat penting bagi perencanaan strategi dan taktik tawar-menawar distributive adalah mencari tahu titik resistensi pihak lain dan hubungan titik resistensi tersebut dengan titik resistensi anda. Titik resistensi ditetapkan dengan nilai yang diharapkan dari hasil tertentu, yang pada gilirannya merupakan produk dari nilai dan harga suatu hasil.

Faktor-faktor yang dapat memengaruhi proses tawar-menawar distributive, yaitu ada empat proposisi utama :

- a. Semakin tinggi pihak lain memperkirakan biaya penundaan atau impase anda, semakin kuat titik resistensi pihak lain.

- b. Semakin tinggi pihak lain memperkirakan biaya penundaan atau impasnya, semakin lemah titik resistensi pihak lain tersebut.
 - c. Semakin rendah pihak lain menilai suatu isu, semakin rendah titik resistensinya.
 - d. Semakin yakin pihak lain bahwa anda menghargai suatu isu, semakin rendah titik resistensi pihak lain tersebut.
7. Memahami Masalah secara Penuh – Mengidentifikasi Kepentingan dan Kebutuhan

Salah satu kunci untuk mencapai kesepakatan integrative adalah kemampuan kedua belah pihak untuk memahami dan memenuhi kepentingan satu sama lain. Mengidentifikasi kepentingan adalah sebuah Langkah yang sangat penting dalam proses negosiasi integrative. Kepentingan adalah dasar perhatian, kebutuhan, keinginan, atau kekhawatiran yang memotivasi seorang negosiator dalam menempati posisi tertentu. Adapun jenis-jenis kepentingan menurut Lax dan Sebenius (1986) mengatakan bahwa jenis kepentingan yang dipertaruhkan di dalam sebuah negosiasi dan bahwa setiap jenis dapat bersifat intrinsik atau instrumental :

1. Kepentingan substantive, dikaitkan dengan masalah-masalah yang dinegosiasikan, masalah-masalah ekonomis dan finansial seperti harga atau tarif, atau substansi dari negosiasi seperti pembagian sumber daya.
2. Kepentingan proses, berkaitan dengan bagaimana negosiasi dilakukan.

3. Kepentingan hubungan, mengindikasikan bahwa salah satu atau kedua pihak menghargai hubungan di antara mereka dan tidak ingin melakukan sesuatu yang merusak hubungan tersebut.
4. Kepentingan prinsip, prinsip-prinsip tertentu tentang hal yang adil, hal yang benar, hal yang dapat diterima, hal yang etis, atau hal yang telah dilakukan di masa lalu dan harus dilakukan di masa mendatang.

8. Membuat Solusi-solusi Alternatif

Pencarian alternatif adalah sebuah tahap yang kreatif pada negosiasi integrative. Setelah kedua pihak menyepakati definisi masalah dan memahami kepentingan masing-masing, mereka harus berbuat berbagai solusi alternatif. Tujuannya adalah untuk membuat daftar pilihan atau kemungkinan-kemungkinan solusi atas masalah; mengevaluasi dan memilih di antara pilihan-pilihan tersebut akan menjadi tugas mereka di tahap akhir.

Membuat solusi-solusi alternatif dengan mendefinisikan ulang masalah atau kumpulan masalah, Teknik-teknik dalam kategori ini membutuhkan kedua pihak untuk mendefinisikan kebutuhan-kebutuhan mereka yang mendasar dan untuk mengembangkan alternatif-alternatif untuk memenuhinya.

9. Mengevaluasi dan Memilih Alternatif

Tahap keempat dalam proses negosiasi integrative adalah mengevaluasi alternatif yang dihasilkan selama tahap sebelumnya dan memilih alternatif-alternatif yang terbaik untuk dilaksanakan. Ketika tantangannya hanya satu, Langkah evaluasi dan pemilihan dapat digabungkan secara efektif menjadi satu

Langkah saja. Tetapi, bagi pihak yang tidak nyaman dengan proses integrative, kami menyarankan diikutinya serangkaian Langkah tertentu; definisi dan standar, alternatif, evaluasi, dan pemilihan. Mengikuti Langkah-langkah ini juga merupakan hal yang berguna bagi pihak-pihak yang sedang mengelolah masalah-masalah yang kompleks atau sejumlah besar pilihan alternatif.

Beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam mengevaluasi pilihan dan mencapai sebuah consensus, yaitu :

1. Mempersempit cakupan pilihan solusi
2. Mengevaluasi solusi berdasarkan kualitas, standar, dan keberterimaan
3. Menyepakati kriteria sebelum mengevaluasi pilihan
4. Bersedia untuk menjelaskan prefensi pribadi
5. Waspada terhadap pengaruh dari hal-hal yang tidak terlihat dalam menentukan pilihan
6. Menggunakan subkelompok untuk mengevaluasi pilihan-pilihan yang kompleks
7. Berhenti sejenak untuk menenangkan diri
8. Mencari berbagai cara untuk melakukan konsesasi timbal balik
9. Menjaga agar keputusan-keputusan tetap tentatif dan kondisional hingga semua aspek pada usulan akhir selesai
10. Meminimalkan formalitas dan pencatatan hingga kesepakatan akhir ditutup
11. Bersiap untuk Mengimplementasikan Strategi Proses Perencanaan

Perencanaan merupakan aktivitas kritis yang penting dalam negosiasi. Seperti yang telah dicatat dalam pembahasan awal, bagaimanapun juga, negosiator sering kali gagal dalam perencanaan untuk beberapa alasan. Perencanaan yang efektif membuat negosiator untuk mendesain peta perjalanan yang akan membimbing mereka ke arah kesepakatan. Saat peta ini butuh untuk dimodifikasi dan diperbarui sebagai bahan diskusi, dan sebagai dunia di sekeliling perubahan negosiasi, bekerja dengan peta ini lebih efektif daripada bekerja tanpanya.

Kita mulai dari bab ini dengan pemahaman dasar dari konsep strategi, dan kita menampilkan model pilihan strategi dalam negosiasi, Kembali pada kerangka kerja yang familier dari model dwikepentingan. Setelah mendiskusikan model tersebut, kita kemudian membahas pentingnya menunjukkan tujuan yang jelas, berdasarkan pada isi-isi kunci. Negosiator yang merencanakan dengan hati-hati akan berusaha untuk melakukan hal-hal sebagai berikut :

1. Mendefinisikan Isu-isu

Langkah ini sendiri umumnya diawali dengan analisis terhadap hal yang akan dibahas dalam negosiasi. Jumlah isu-isu dalam negosiasi, berikut hubungan antara negosiator dan pihak lain, sering menjadi penentu utama digunakannya strategi distributive atau integrative. Meski banyak isu yang memengaruhi strategi, hal ini tidak menutup kemungkinan bahwa negosiasi berisu tunggal dapat dilakukan secara integrative atau bahwa negosiasi berisu banyak dapat dilakukan secara distributive. Negosiasi berisu tunggal sering dapat dilakukan secara integrative dengan berusaha memperbanyak jumlah isu. Di semua

negosiasi, daftar lengkap isu-isu yang dipertaruhkan dapat diperoleh paling baik dari sumber-sumber berikut :

- a. Analisis terhadap segala kemungkinan isu yang perlu diselesaikan.
 - b. Pengalaman sebelumnya dalam negosiasi serupa.
 - c. Penelitian yang dilakukan untuk mengumpulkan informasi.
 - d. Konsultasi dengan tenaga ahli di bidang tersebut.
2. Menyusun isu dan Mendefinisikan Gabungan Penawaran.
- Langkah berikutnya dalam perencanaan adalah Menyusun semua isu yang telah didefinisikan ke dalam sebuah daftar yang komprehensif. Setelah Menyusun isu-isu ke dalam sebuah agenda, negosiator selanjutnya harus membuat skala prioritas. Penentuan prioritas terdiri dari dua langkah, yaitu :
- a. Menentukan isu yang paling penting dan yang paling kurang penting.
 - b. Menentukan apakah isu-isu saling terkait atau terpisah.
3. Memahami dan mendefinisikan minat utama yang menggarisbawahi isu.
4. Mendefinisikan batas-titik dimana kita akan berada pada titik henti atau berhenti bernegosiasi.
5. Mendefinisikan alternatif-kesepakatan lain yang dapat kita lakukan jika kesepakatan ini tidak bekerja.
6. Menklarifikasikan titik target dan titik awal untuk dicapai-dimana kita memulai diskusi.
7. Memahami konstituen saya dan apa yang mereka harapkan dari saya.

8. Memahami pihak lain dalam negosiasi-tujuan, isu, strategi, kepentingan, Batasan, alternatif, target, pembukaan, dan otoritas mereka.
9. Merencanakan proses yang akan saya tunjukkan dan “menjual” ide saya pada pihak lain (dan berharap pada konstituensi saya sendiri).
10. Mendefinisikan titik penting dari protocol dalam proses-agenda yang akan nada di atas meja atau memperhatikan negosiasi, dimana dan kapan kita akan bernegosiasi, dan seterusnya.

11. Empat Bentuk Hubungan yang Penting

Fiske (1991) berpendapat bahwa terdapat empat tipe hubungan yang penting: communal sharing, authority ranking, equality matching, dan market pricing. Fiske menjelaskan sebagai berikut :

1. Communal sharing adalah hubungan kesatuan, komunitas, identitas kolektif, dan kebaikan, khususnya terjadi diantara family yang dekat (Fiske, 1991, hlm.ix). Hubungan communal sharing didasarkan pada keaslian, kemurahan hati, perasaan kebaikan yang spontan satu sama lain yang sering kali berasal dari akar, ikatan, dan darah yang umum.
2. Authority ranking adalah hubungan perbedaan yang asimetris, umumnya ditunjukkan dalam susunan hierarkis status dan presiden, sering kalididampingi oleh Latihan permintaan dan melengkapi tampilan perbedaan dan rasa hormat (Fiske, 1991, hlm. Ix). Hubungan authority ranking adalah salah satu ketidaksamaan, dimana orang-orang dengan peringkat yang tinggi

mengendalikan lebih banyak hal atau orang-orang dibandingkan yang lain, dan sering kali dikira memiliki lebih banyak pengetahuan atau keahlian.

3. Equality matching adalah hubungan korespondensi satu per satu dimana orang-orang memang berbeda namun sama, seperti dimanifestasikan dalam hal timbal balik yang seimbang (atau balas dendam tit-for-tat), distribusi yang dibagi merata atau distribute yang identic, dalam bentuk kompensasi pengganti, dan pengambilan kesempatan (Fiske, 1991, hlm.ix)
4. Market Pricing didasarkan pada sebuah metrik (intermodal) dari nilai dimana orang-orang membandingkan komoditas yang berbeda dan mengalkulasi pertukaran/rasio keuntungan (Fiske, 1991, hal. Ix). Dalam hubungan market pricing, pihak-pihak dapat berusaha mengubah rasio harga terhadap barang-barang sesuai kebutuhannya (memaksimalkan kegunaan mereka) atau mereka dapat menemukan apa yang mungkin didefinisikan sebagai harga adil

12. Negosiasi dalam Hubungan Communal

Pihak-pihak yang ada dalam hubungan communal sharing (atau yang berharap untuk memiliki interaksi di masa depan) :

1. Lebih kooperatif dan empatik.
2. Menyusun perjanjian dengan kualitas yang lebih baik.
3. Tampil lebih baik pada pengambilan keputusan dan tugas-tugas yang menggerakkan.
4. Memusatkan perhatian mereka pada hasil pihak lain sebagaimana hasil mereka sendiri

5. Memusatkan perhatian lebih pada norma-norma yang mengembangkan cara mereka lakukan Bersama.
6. Lebih cenderung untuk membagi informasi dengan orang lain dan kurang menggunakan taktik-taktik yang memaksa.
7. Lebih cenderung menggunakan komunikasi tidak langsung tentang masalah-masalah konflik dan mengembangkan sebuah struktur konflik yang unik.
8. Mungkin lebih cenderung menggunakan kompromi atau penyelesaian masalah sebagai strategi-strategi untuk menyelesaikan konflik.

Namun, tidak jelas apakah pihak-pihak dalam hubungan yang dekat menghasilkan solusi-solusi yang lebih baik dibandingkan yang dilakukan negosiator lain.