

STRATEGI LOBI DAN NEGOSIASI DALAM MEMBINA HUBUNGAN BAIK DENGAN KLIEN PADA PT WIJAYA KARYA BETON Tbk

Hardhanti Laras

hardhanti.laras@yahoo.co.id/081911007263

Dini Maryani Sunarya

dini.maryani@budiluhur.ac.id/087782506634

Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Budi Luhur

ABSTRACT

*The study aims to determine how the lobby and negotiation strategies in developing good relationship with client on PT Wijaya Karya Beton Tbk, so that the client can establish a good cooperation. **The theory** used in this study is the theory of Persuasion. This is a qualitative research method. The subject of client research PT Wijaya Karya Beton Tbk. **Data collection** was acquired through observation, in-depth interviews conducted with the Manager Biro Pemasaran Of WIKA. Data obtained through library research and documentation of the activities of the negotiations. **Research shows** that lobbying and negotiations strategies used are win-win solutions with networking approach to the same perception by clients and away from the differences that existed lucrative deal. **The conclusion** show that, lobby and negotiations activities have a communication unsure which very important to make a same perception with the client and also to decrease the differences. **Related theoretical** suggestion is using the Ethos, Logos and Pathos can convince PT Wijaya Karya Beton Tbk client. **Related partical** suggestion is seeing PT Wijaya Karya Beton Tbk performance could try strategy lobby and negotiations the approach of the cognitive problem, if the more able to persuade the closer to finding target .*

Keywords: Strategy, Lobby and Negotiations, Networking Approach

PENDAHULUAN

Berkembangnya dunia usaha dalam persaingan bisnis saat ini menuntut setiap perusahaan untuk lebih dapat mengembangkan diri. Tidak hanya bersaing, tetapi juga berkompeten sesuai dengan kebutuhan dan tuntutan pasar agar selalu dapat meraih peluang usaha. Ditinjau dari jenisnya, usaha memiliki banyak ragam dan strategi dalam mengembangkan usaha yang ditempuh yang bisa berhubungan dengan klien.

Potensi usaha jasa konstruksi sangat berperan dalam kegiatan perekonomian, khususnya dalam kegiatan pembangunan. Baik pembangunan sarana umum, pembangunan gedung maupun pembangunan lainnya. Dengan adanya industri jasa konstruksi akan memberikan peluang yang besar bagi penyerapan tenaga kerja yang memiliki keahlian dibidang industri.

Secara prospektif keberadaan industri jasa konstruksi baik skala kecil, menengah, maupun skala besar mempunyai nilai strategi bagi Indonesia, mengingat proposi perannya cukup besar dan menyangkut banyaknya tenaga kerja yang terlibat dalam kegiatan pelaksanaan suatu proyek dan pembangunan. Jasa konstruksi merupakan salah satu kegiatan bidang ekonomi yang mempunyai peran penting dalam pencapaian berbagai sasaran, guna menunjang terwujudnya tujuan pembangunan nasional. Hal tersebut dikarenakan jika keadaan infrastruktur baik maka berdampak positif pada perekonomian nasional.

Kegiatan Lobi dan Negosiasi mempunyai peran yang penting dalam upaya manusia memenuhi kebutuhannya, begitupun halnya dengan lingkup yang lebih luas seperti kelompok, organisasi atau bahkan perusahaan. Didalam

kehidupan sehari-hari kita sering melakukan negosiasi, baik secara sadar maupun tidak. Negosiasi kita lakukan yang sifatnya lebih formal dalam mewakili kepentingan organisasi, atau perusahaan tempat kita bekerja.

Strategi adalah serangkaian keputusan dan tindakan manajerial yang menentukan kinerja perusahaan dalam jangka panjang. Manajemen strategi meliputi pengamatan lingkungan perumusan perencanaan strategis atau perencanaan jangka panjang, implementasi strategi dan evaluasi serta pengendalian.

Menurut Heath (Teori Persuasi), salah satu tujuan utama *public relations* adalah meyakinkan publik-publik yang menjadi sasaran organisasinya untuk mengadopsi sikap, opini atau perilaku tertentu. Bagi perusahaan yang mencoba untuk meningkatkan jumlah pelanggannya, rerukmen pegawai atau meningkatkan citra, persuasi adalah kuncinya. Persuasi bukan hanya mencoba memanfaatkan kepentingan publik untuk organisasi, melainkan juga memberi alasan kepada orang-orang mengapa mereka mengadopsi sikap, opini, dan perilaku yang diinginkan komunikator.

Membujuk dengan rayuan yang emosional akan membuai logika berfikir seseorang. Sehingga tujuan dari merayu adalah mengarahkan bahkan sampai mengubah pikiran orang lain. Hal inilah yang sebenarnya harus dilakukan oleh negosiator. Sehingga dalam melakukan negosiasi, teknik persuasi harus dimiliki oleh para negosiator yaitu:

a. Ingratiation

Ingratiation adalah tindakan memuji seseorang atau siapapun agar mau menuruti keinginan kita. Hal ini erat kaitannya dalam menjalin hubungan dengan seseorang. Karena dengan memuji berarti kita telah menunjukkan sikap

menghargai dan menghormati kepada orang lain.

b. Supplication

Menunjukkan bahwa diri kita belum cukup mampu dalam berbagai hal. Supplication dapat pula diartikan seperti minta belas kasihan. Yang jelas dengan menunjukkan sikap ini akan membuat orang lain merasa ingin membantu kita, dan akan melakukan pertolongan kepada kita.

c. Self Promotion

Menampilkan kehebatan atau kemampuan diri. Dalam melakukan hal ini sebaiknya ditunjukkan kepada suatu yang nyata dan bukan seperti menyombongkan diri. Sehingga jangan sampai mempromosikan diri dengan penuh keangkuhan.

Uraian di atas memperlihatkan bahwa semua yang berhubungan dengan suatu ajakan kepada seseorang baik langsung maupun tidak langsung merupakan suatu persuasi. Dalam hubungan sosial kita tentu pernah melakukan tindakan persuasi baik secara verbal maupun tindakan. Demikian pula dalam tindakan negosiasi. Maka dari itu teori persuasi merupakan teori yang cocok digunakan untuk PT Wijaya Karya Beton Tbk, karena teori ini merupakan bagian dari kegiatan lobi dan negosiasi dimana seseorang yang melakukan lobi dan negosiasi harus dapat mempengaruhi kliennya agar sesuatu yang diinginkan klien dapat terpenuhi, sehingga menciptakan kesepakatan hasil negosiasi yang saling menguntungkan satu sama lain.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah "Bagaimana Strategi Lobi dan Negosiasi dalam Membina Hubungan Baik dengan Klien pada PT Wijaya Karya Beton Tbk?" Dan Tujuan dari

penelitian ini adalah untuk mengetahui Bagaimana Strategi Lobi dan Negosiasi dalam Membina Hubungan Baik dengan Klien pada PT Wijaya Karya Beton Tbk, sehingga klien dapat menjalin kerjasama untuk mencapai kesepakatan bersama.

METODOLOGI PENELITIAN

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan paradigma *post-positivisme*, karena peneliti berusaha menggambarkan dan memaparkan bagaimana Strategi Lobi dan Negosiasi dalam Mempertahankan Hubungan Baik dengan Klien pada PT Wijaya Karya Beton Tbk. Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan pendekatan kualitatif, dengan tujuan untuk menjelaskan fenomena yang terjadi dan sesuai dengan permasalahan penelitian, yaitu ingin mengetahui Bagaimana Strategi Lobi dan Negosiasi dalam Membina Hubungan Baik dengan Klien pada PT Wijaya Karya Beton Tbk.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif, karena peneliti ingin menggambarkan proses secara sistematis fakta dan karakteristik objek dan subjek pada penelitian ini secara tepat. Laporan penelitian ini berisi kutipan-kutipan data untuk memberi gambaran penyajian laporan tersebut. Data tersebut dapat berasal dari naskah wawancara, catatan lapangan, foto, dan dokumen resmi lainnya. Dimana metode ini bertujuan untuk mendeskripsikan atau menggambarkan bagaimana strategi lobi dan negosiasi dalam membina hubungan baik dengan klien pada PT Wijaya Karya Beton Tbk.

Subjek penelitian ini adalah *Key Informan* dan *Informan* dan objek penelitiannya divisi Sekretariat Perusahaan PT Wijaya Karya Beton Tbk. Dalam penelitian ini *key informan* yang dipilih yaitu Bapak Agung Arief Suhartadhi (*Manager Biro Pemasaran of WIKA*) dan

yang dijadikan informannya yaitu Bapak Eko Nugroho (*Staff Marketing & Resource Analyst*) sebagai informan I dan Bapak Moel Hadi (*Staff Sekretariat Perusahaan*) sebagai informan II dan informan III yaitu Bapak Gatot Adhi C (*Klien PT Krakatau Engginering*).

Definisi konsep yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. **Public Relations**, adalah sebagai salah satu jembatan atau media yang menghubungkan antara perusahaan dengan publik atau masyarakat yang bertujuan menciptakan hubungan yang baik.
2. **Corporate Secretary**, dalam sebuah perusahaan publik yang bersifat terbuka (Emitmen telah *go-public* di pasar bursa) berfungsi sebagai communicator atau mediator, pengatur arus informasi antara perusahaan atau Emitmen dan *investor* karena kemampuan pokoknya lebih mengarah kepada *Public Relations Manager*.
3. **Strategi Public Relations**, adalah kerangka acuan kerja, perencanaan atau sasaran yang dilakukan dalam sebuah organisasi dengan upaya untuk mencapai tujuan dari suatu perusahaan yang mencakup semua aspek-aspek dalam perusahaan.
4. **Lobi dan Negosiasi**, sebuah strategi komunikasi atau cara atau taktik komunikasi yang akan diambil untuk mengatasi sebuah masalah yang sedang dihadapi. Prosesnya adalah dengan merundingkan, membicarakan sesuatu untuk mencapai kata sepakat atau bermusyawarah secara langsung untuk mencapai kata sepakat.
5. **Klien**, Masyarakat yang pada umumnya potensial membutuhkan produk atau jasa. Berpotensi melakukan pembelian yang

memanfaatkan jasa dari pelayanan yang diberikan oleh produsen.

Teknik pengumpulan data primer dalam penelitian ini, peneliti menggunakan observasi lapangan dan wawancara mendalam sebagai sumber utama dalam penyusunan penelitian ini. Peneliti menggunakan metode observasi nonpartisipan.

Observasi yang dilakukan pertama kali di PT Wijaya Karya Beton Tbk yaitu:

1. Mendatangi tempat atau kantor PT Wijaya Karya Beton Tbk.
2. Mencari Informasi Divisi yang melakukan kegiatan Lobi dan Negosiasi.
3. Bertemu Key Informan untuk meminta izin melakukan penelitian.

Dalam penelitian ini peneliti hanya mengamati langsung permasalahan tanpa ikut berpartisipasi dalam peristiwa yang akan diteliti. Fungsi dari observasi ini yakni untuk menjelaskan, memberikan dan merinci gejala yang terjadi.

Untuk melengkapi penelitian ini, data sekunder ini diperoleh dari dokumentasi diambil dari foto-foto peneliti dengan *key informan* pada saat melakukan wawancara di PT Wijaya Karya Beton Tbk guna menunjang tujuan dalam penelitian peneliti dan studi kepustakaan diperoleh peneliti dengan membaca atau mencari sumber bacaan dan buku-buku yang berkaitan dengan permasalahan pada penelitian serta mengkaji data berbagai sumber informasi yang mendukung lainnya seperti profil PT Wijaya Karya Beton Tbk dan sumber data lainnya.

Lokasi penelitian yang peneliti lakukan bertempat di kantor PT Wijaya Karya Beton Tbk di JL Biru Laut X, RT/RW 11 Cipinang Cempedak, Jatinegara, Jakarta Timur. Penelitian ini dilakukan pada bulan

April 2019 s.d Juni 2019.

Validitas data yang peneliti gunakan yaitu triangulasi sumber. Alasan peneliti memilih menggunakan triangulasi sumber karena dalam penelitian ini peneliti memfokuskan pengumpulan data melalui wawancara dengan *key informan* dan *informan* dengan kualifikasi dan latar belakang yang berbeda. Dari hasil wawancara tersebut, peneliti mencoba mengecek *valid* atau tidaknya informasi dari berbagai sumber yang berbeda, dengan tujuan dapat menjawab rumusan masalah penelitian.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Lobi yang dilakukan oleh PT Wijaya Karya Beton Tbk melalui Sekretariat Perusahaan-nya lebih bersifat kepada memperkenalkan diri kepada klien, sehingga komunikasi yang dibangunpun lebih bersifat informal, suasana interaksi juga lebih santai serta dilakukan di luar kantor dan pendekatan yang dilakukanpun lebih bersifat personal. Lobi yang dilakukan juga lebih kepada mengatur janji untuk melakukan pertemuan selanjutnya yang lebih formal, tahap inilah yang disebut dengan tahap negosiasi.

Negosiasi merupakan tahap lanjutan dari lobi yang telah dilakukan sebelumnya. Memasuki tahap negosiasi, komunikasi yang dilakukan akan lebih bersifat formal, baik dari tempat dilakukannya negosiasi, pokok pembicaraan yang akan dibahas, bahasa yang digunakan, sehingga sebelum proses negosiasi dilakukan, Sekretariat Perusahaan PT Wijaya Karya Beton Tbk harus terlebih dahulu mempersiapkan bahan-bahan yang akan dibawa ke dalam proses negosiasi nanti, mulai dari siapa yang akan dihadapi pada saat negosiasi dilakukan sampai kepada data-data pendukung yang dapat meyakinkan klien untuk menjalin kerjasama dengan PT

Wijaya Karya Beton Tbk.

Sebagai komunikator, negosiator harus dapat memahami kliennya yang dipihak lain berperan sebagai komunikan. Komunikasi negosiasi memegang peranan penting bagi negosiator. Tanpa komunikasi, permasalahan yang dinegosiasikan tidak akan memperoleh pengertian bersama di antara kedua belah pihak yang sedang bernegosiasi.

Dengan kata lain, dimana dua orang atau lebih berpartisipasi dalam pertukaran informasi untuk mencapai saling pengertian terhadap masalah yang sedang di perundingkan, yakni untuk memperoleh *win-win solution*.

Berikut susunan strategi yang biasa dilakukan Divisi Sekretariat Perusahaan PT Wijaya Karya Beton Tbk dari awal negosiasi sampai pencapaian kesepakatan yaitu:

1. Rencana Awal

a. Menetapkan tujuan awal di lakukan informasi.

Mempersiapkan dan sempurnakan argument anda dalam mendukung posisi organisasi, memahami orientasi politik legislator yang sedang anda coba pengaruhi dan melakukan kontak komunikasi lanjutan dengan legislator untuk memperkuat posisi yang mendukungnya.

2. Menyusun Strategi Negosiasi

a. Pemahaan tentang negosiasi
Negosiasi itu sendiri merupakan proses yang dilakukan oleh dua orang tau lebih yang memiliki perbedaan hingga akhirnya mendapatkan persamaan dan memberikan keuntungan untuk satu sama lain.

b. Tentukan karakteristik negosiasi yang akan dilakukan

Negosiasi adalah sebuah proses, jadi ada rangkaian tindakan yang bermula dan kemudian berakhir, negosiasi adalah suatu cara untuk mengatasi masalah. Negosiasi adalah tawar-menawar. Negosiasi adalah suatu seni.

3. Pengenalan Awal (membuat hubungan lebih *friendly*)

- a. Berjabat tangan saat bertemu pertama kali
- b. Memberikan senyum pertama kepada pihak ke 2
- c. Menanyakan kabur

4. Pembahasan Pertukaran Proposal

- a. Menanyakan mengenai keinginan bekerjasama
- b. Memberikan proposal perusahaan
- c. Pembahasan kerjasama awal

5. Menyusun Strategi Negosiasi

Dalam penyusunan strategi disini dengan menggunakan *win-win strategy*, (strategi menang-menang). Yaitu pendekatan Lebih lanjut bernegosiasi yang ditujukan kepada kemenangan kedua belah pihak.

6. Penyelesaian Tahap Akhir

Mendapatkan kesepakatan dari kedua belah pihak tentang butir-butir masalah yang telah disetujui dengan membuat ringkasan (*summary*) dan rencana tindak lanjut.

7. Penandatanganan Kerjasama

Kerjasama disini yaitu persetujuan kesepakatan mengenai acara yang akan dilakukan di PT Wijaya Karya Beton Tbk bekerjasama dengan PT Krakatau Enggining.

Strategi lobi dan negosiasi merupakan keputusan yang membantu menyelesaikan masalah sehingga mendapatkan suatu kesepakatan yang saling menguntungkan dan memberikan layanan yang maksimal terhadap kebutuhan klien untuk dapat menjalin kerjasama dengan mengutamakan keputusan klien sehingga bersedia bekerjasama dalam waktu panjang. Pembahasan ini akan dilanjutkan dengan analisa teori persuasi.

Teori persuasi berorientasi pada meyakinkan publik-publik yang menjadi sasaran organisasinya untuk mengadopsi sikap, opini atau perilaku tertentu. Artinya kita tidak bisa hanya menafsirkan tindakan kita sendiri tetapi kita harus meyakinkan publik melalui proses interaksi.

Berdasarkan teori persuasi, dalam menjalin sebuah proses interaksi, apa yang kita sampaikan sangat berhubungan dengan apa yang kita lakukan.

Meyakinkan publik inilah yang juga menjadi tujuan dari dilakukannya lobi dan negosiasi oleh Sekretariat Perusahaan PT Wijaya Karya Beton Tbk dengan klien. Meyakinkan publik ini menjadi hal yang sangat penting dilakukan agar dapat terjalin kerjasama antara kedua perusahaan yang memiliki kepentingan berbeda.

Adanya perbedaan kepentingan inilah yang menyebabkan perlunya dilakukan persuasi, dalam hal ini PT Wijaya Karya Beton Tbk yang ingin memasukan tenaga kerjanya sebagai tanggapan dari kebutuhan klien yang membutuhkan tenaga kerja jasa konstruksi beton.

Lobi dan negosiasi inilah yang kemudian menjadi sarana komunikasi untuk meyakinkan publik antara PT Wijaya Karya Beton Tbk dengan klien. Interaksi yang dibangun oleh Sekretariat Perusahaan PT Wijaya Karya Beton Tbk melalui lobi dan negosiasi ini juga merupakan pernyataan maksud yang diwujudkan dalam penyampaian pesan, sehingga pesan apa yang ingin disampaikan oleh PT Wijaya Karya Beton Tbk akan dapat diterima dengan baik dan selaras dengan apa yang diinginkan atau dibutuhkan oleh klien, pada tahap inilah persuasi bisa dikatakan berhasil.

Tiga aspek keberhasilan dari teori persuasi meliputi Ethos, Logos dan Pathos. Berdasarkan teori persuasi, Ethos atau daya tarik anda sangat berhubungan saat menyampaikan pesan. Maksud mempengaruhi tindakan dan sebaliknya. Jika kita menyangka bahwa peninjauan kinerja adalah sebuah tindakan penekanan, tanggapan kita akan logis. Jika kita menanggapi dengan penolakan, kita akan menciptakan kembali sebuah makna tekanan. Akan tetapi tidak pernah ada hubungan satu-satu antara Ethos dan Logos. Namun, sebuah hubungan yang

telah dimediasikan serangkaian konteks. Konteks adalah acuan pokok yang mbingkai Ethos dan Logos kita. Lebih jauh lagi, konteks menghubungkan satu sama lainnya dalam sebuah hierarki.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi lobi dan negosiasi dalam membina hubungan baik dengan klien pada PT Wijaya Karya Beton Tbk oleh dengan menerapkan pada teori Teori Persuasi (Heath) yaitu:

Teori persuasi menekankan pada pengaruh perilaku terhadap segitiga retorika yaitu:

a. **Aspek Ethos:** memfokuskan pada kredibilitas komunikator dalam hal penyampaian sebuah pesan baik verbal maupun non verbal, serta pengetahuan komunikator terhadap hal yang disampaikan. Dimana klien PT Wijaya Karya Beton Tbk, penyampaian disini mengenai kinerja dari WIKA BETON, bagaimana WIKA BETON dapat mengelola apa yang di inginkan oleh klien sebelumnya.

Misalnya saja dalam hal kerjasama dengan klien sebelumnya, klien ini dapat menceritakan cerita sukses telah bekerjasama dengan WIKA BETON, selain itu dapat menceritakan kinerja yang dilakukan oleh Staff WIKA BETON dengan baik, sehingga dapat tercipta penyampaian sebuah pesan yang bagus di mata calon klien yang baru.

b. **Aspek Logos:** aspek yang bertujuan mempengaruhi orang dengan cara meyakinkan orang lain tentang pendapat kita dengan logika yang mereka miliki berdasarkan bukti-bukti yang ada. Artinya pola pemikiran di benak klien mengenai kinerja dari WIKA BETON, di mana WIKA BETON merupakan perusahaan yang tergolong sudah cukup lama dan saat ini banyak perusahaan baru yang muncul dengan kinerja yang baik, bagaimana WIKA BETON tetap dapat meyakinkan klien bahwa WIKA BETON

memiliki kinerja yang baik untuk perusahaan lain.

- c. **Aspek Pathos:** suatu aspek membujuk, dengan cara memanfaatkan emosi lawan bicara dan membangkitkan perasaan-perasaan yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan dalam melakukan persuasi. PT Wijaya Karya Beton Tbk melakukan pendekatan yang lebih bersahabat agar dapat menjalin kerjasama dengan perusahaan lain dan klien dapat menyepakati kerjasama itu dengan baik, melakukan pendekatan yang lebih bersahabat, ramah-tamah, mengerti dan menyesuaikan apa yang diinginkan oleh klien.

Dari teori di atas peneliti menyimpulkan bahwa kegiatan lobi dan negosiasi dengan teori persuasi yaitu seni merayu dengan memanfaatkan psikologi manusia, mempengaruhi emosinya, bukan pikirannya tetapi dengan fakta-fakta yang rasional. Pesan yang ingin disampaikan menjadi lebih persuasi dari segi isi/subjek, pendengar/pembaca, dan pesona sang pembicara/penulis.

Penyampaian pesan yang bersemangat dengan bentuk cerita untuk mengantarkan nilai-nilai secara empatik. Pembicara bisa juga menggunakan imajinasi, harapan, bahkan ketakutan dari audiens. Dalam hal ini PT Wijaya Karya Beton Tbk melakukan pendekatan yang lebih bersahabat agar dapat menjalin kerjasama dengan kliennya.

SIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang telah peneliti lakukan, maka peneliti menarik simpulan sebagai berikut:

1. Lobi dan negosiasi yang dilakukan oleh PT Wijaya Karya Beton Tbk. Melalui pendekatan *networking* membuat WIKA BETON menjadi sukses dalam melakukan lobi dan negosiasi diperoleh pula informasi yang diperlukan. Demikian juga dengan

diterapkannya strategi negosiasi *win-win solution* oleh PT Wijaya Karya Beton Tbk, maka kesepakatan dengan klien dapat terwujud dan kedua belah pihak tidak merasa dirugikan.

2. Melalui proses pra-negosiasi hingga pasca negosiasi, bentuk komunikasi yang dilakukan berhasil melahirkan kesamaan, kesepahaman dan kesepakatan antara sumber dan penerima pesan. Serangkaian pemikiran-pemikiran yang dimiliki oleh kedua belah pihak mampu menjadi sebuah kesepakatan dengan model negosiasi yang kooperatif atau *win-win solution*.
3. Konsistensi PT Wijaya Karya Beton Tbk dalam menjalin kerjasama antar klien merupakan strategi yang harus dijalankan setelah klien menjadi bagian dari perusahaan dengan cara menjaga komunikasi dan hubungan yang baik dengan klien.

Oleh karena itu, implementasi lobi dan negosiasi yang baik dilakukan oleh perusahaan memiliki potensi terhadap terjadinya kerjasama antar klien. Maka dari itu kegiatan lobi dan negosiasi yang dilakukan oleh divisi Sekretariat Perusahaan dan Marketing Resouce & Analiyst PT Wijaya Karya Beton dilakukan untuk mengetahui apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan klien dalam rencana kerjasama dengan PT Wijaya Karya Beton Tbk.

Kegiatan lobi dan negosiasi memiliki unsur komunikasi yang sangat penting dalam membantu menyamakan persepsi dengan klien dan menjauhkan dari perbedaan. Dalam kegiatan ini dilakukan oleh divisi Sekretariat Perusahaan dalam melakukan komunikasi dengan klien dapat berlangsung dengan kegiatan lobi dan negosiasi yang dilakukan untuk memulai kerjasama dengan klien. Melalui pendekatan *networking* diperoleh pula informasi yang diperlukan. Demikian juga dengan diterapkannya strategi negosiasi

win-win solution oleh PT Wijaya Karya Beton Tbk, maka kesepakatan dengan klien dapat terwujud dan kedua belah pihak tidak merasa dirugikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Allen, H, Center dan Scott M Cutlip, 2016. *Effective Public Relations Edisi Kesembilan*. Jakarta: Kencana.
- Ardianto, Elvinaro, 2008. *Public Relations Praktis*. Bandung: Widya Padjajaran.
- rdianto, Elvinaro, 2014. *Metodelogi Peneltian Untuk Public Relations Kuantitatif & Kualitatif*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Azmi, Khaerul, 2015. *Filsafat Ilmu Komunikasi* Tangerang: Indigo Media.
- Butterice, Keith, 2015. *Pengantar Public Relations Teori&Praktik*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Moleong, Lexy J. 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya: Media Pressindo.

Sumber Online:

- BUMN. 2019 di www.bumn.go.id (di akses 19 Maret).
- Kunthi fahmar sandy. 2017. di www.sindonews.com (di akses 30 Mei).
- PT Wijaya Karya (Persero) Tbk. 2019. Sejarah PT Wijaya Karya (Persero) Tbk di www.wika.co.id (di akses 19 Maret).

Sumber Penelitian Lain:

- Strategi Lobi dan Negosiasi Yang Dilakukan Oleh PT Sahda Swarna Indonesia Dalam Mendapatkan Pelanggan Baru dan Menjaga Loyalitas Terhadap Pelanggannya.
- Strategi Lobi dan Negosiasi Serikat Pekerja Dalam Manajemen Krisis Perusahaan.
- Strategi Lobi dan Negosiasi Dalam Menjalinkan Kerjasama Antar Perusahaan Pada PT Kriskos Indonesia.