

BAB 1

A. Latar Belakang Masalah

Pada bulan November tahun 2006 yang lalu, Kota Yogyakarta mengadakan pemilihan walikota secara langsung yang pertama kali. Secara praktek ini memang sangat berbeda dengan pemilihan walikota sebelumnya yang dipilih oleh anggota DPRD, para calon walikota dan wakil walikota dipasangkan oleh fraksi-fraksi yang ada di DPRD. Sedangkan pada pemilihan langsung, partai-partai yang ingin mencalonkan tokohnya untuk menjadi walikota harus menghimpun kekuatan diluar gedung DPRD, yakni suara dari masyarakat luas. Ada berbagai cara yang dapat ditempuh oleh partai-partai tersebut untuk memperoleh dukungan masyarakat, salah satu cara yang cukup efektif adalah dengan membentuk koalisi. Koalisi adalah kerja sama antara beberapa partai untuk mendapat suara atau dukungan yang lebih besar, koalisi memang harus didasarkan pada tujuan yang sejalan walau kadang tidak sama, namun dengan masing-masing kelebihan yang dimiliki tiap partai. Diharapkan dengan pembentukan koalisi, dapat menjalankan masing-masing rencana partai secara bersama-sama pada periode tertentu.

Menyatukan dua partai yang mempunyai kelebihan masing-masing memang tidak mudah, tapi itu dapat dilakukan jika sebelumnya telah terjadi pembicaraan, pertemuan yang mengarah pada munculnya kesepakatan. Inilah yang kita sebut sebagai negosiasi. Ini adalah mengarah pada solusi terhadap suatu masalah, suatu solusi yang bermanfaat bagi semua pihak yang terlibat, juga bukan hanya membawa kemungkinan terbaik pada satu pihak. Hasilnya saling

menguntungkan, dan dalam hubungan di mana semua pihak percaya satu sama lain dan berbagi harapan dan langkah tentang bagaimana kesepakatan mereka dapat berjalan dengan lancar.

Namun dalam melakukan pembicaraan dan pertemuan agar selalu berjalan efektif adalah dengan melakukan komunikasi yang efektif, definisi komunikasi efektif menurut Pittfield, komunikasi efektif berarti bahwa maksud dan tujuan yang terkandung dalam komunikasi disampaikan dengan cara sedemikian rupa sehingga dapat dimengerti sepenuhnya oleh penerima, harus ada ketepatan pikiran oleh kedua belah pihak (Anwar Arifin, *Strategi Komunikasi*, Armico.Bandung, 1984, hlm 20), dan tentu saja persiapannya yang matang dengan melihat segala aspek, menguntungkan kedua belah pihak adalah yang harus dicapai. Inilah yang kemudian dapat kita lihat bahwa PAN telah menerapkan prinsip-prinsip Negosiasi dan praktek negosiasi.

Bagaimana kemudian PAN Kota Yogyakarta membentuk koalisi dengan partai lain yang juga mempunyai kekuatan besar itu, dengan memanfaatkan kekuatan intern PAN dan Kadernya sebagai walikota sebelumnya juga memperhatikan kepentingan partai lain dalam koalisi tersebut, kompromi dan kesepakatan apa yang kemudian PAN lakukan dengan rekan koalisinya Partai Golkar dan Partai Demokrat sehingga berhasil membentuk Koalisi Rakyat Jogja dan mampu mengantarkan calonnya kembali terpilih menjadi walikota kota Yogyakarta untuk kedua kalinya, walaupun Pilkada sudah berlangsung 26

bahas, karena koalisi ini akan berjalan dan bekerjasama selama 5 tahun mendatang.

Persyaratan administratif yang sudah terpenuhi dan perkiraan perolehan suara oleh pasangan calon dari koalisi rakyat Jogja akan sangat memperlancar jalannya proses negosiasi, berikut saya sampaikan juga persyaratan administratif, persyaratan ini memang sudah dipenuhi oleh pasangan Hery Zudianto dan Haryadi Suyuti yang sepakat diusung Koalisi Rakyat Jogja sehingga memperlancar proses nya.

PERSYARATAN ADMINISTRATIF CALON WALI KOTA DAN WAKIL

WALI KOTA YOGYAKARTA :

1. Rekening khusus dana kampanye.
2. Izin atasan langsung jika calon adalah PNS
3. Pas photo 4 x 6 hitam-putih 4 lembar
4. Daftar kekayaan yang dikeluarkan KPK
5. Ijazah dari SD hingga pendidikan terakhir
6. Surat Keterangan Tidak Sedang Dicabut Hak Pilihnya Atas Putusan Pengadilan
7. Surat Keterangan Tidak Pernah Dijatuhi Pidana Penjara lebih dari 5 tahun oleh Pengadilan.
8. Surat Keterangan Tidak Memiliki Tunggakan Pajak.
9. SKCK dari Kepolisian.

Negosiasi menjelang pemilihan walikota Yogyakarta November lalu juga

Koalisi Rakyat Jogja, yang kemudian menjadi penghimpun suara untuk memenangkan salah satu pasangan calon walikota dan wakil walikota.

Koalisi Rakyat Jogja adalah koalisi yang dibangun oleh Partai Amanat Nasional untuk memenangkan calonnya dalam Pilkada Kota Yogyakarta. Partai Amanat Nasional sebagai partai yang pada periode sebelumnya mampu menempatkan kadernya menjadi walikota Yogyakarta, pada Pilkada kota tahun 2006 PAN harus membentuk koalisi baru, karena pasangan sebelumnya yang berasal dari partai lain memilih untuk maju sendiri dengan koalisi yang lain. Faktor ini kemungkinan akan menjadi daya tawar bagi PAN dalam melakukan negosiasi. Sedangkan kita tahu bahwa sebuah koalisi terdiri 2 partai atau lebih, untuk itu PAN juga harus melihat kepentingan dari rekan koalisinya, yakni Partai Golkar dan Partai Demokrat, yang telah secara resmi bergabung dengan koalisi tersebut. Kepentingan yang berbeda disini adalah PAN ingin mendapatkan suara diluar suara dari kader PAN sendiri untuk memenangkan calonnya, dan kepentingan dua partai yang lain adalah ikut terlibat didalam pelaksanaan pemerintahan Kota Yogyakarta dengan cara membantu perolehan suara dari kader partainya untuk calon yang diusung oleh PAN agar dapat terpilih kembali menjadi Walikota dan wakil Walikota.

Koalisi yang dibangun PAN dengan 2 partai besar nasional, Partai Golkar dan Partai Demokrat bila digabung sudah lebih dari 50% suara adalah sebuah langkah yang bukan berdasarkan ketergesaan, mengingat terkait dengan memanasnya hubungan dengan pasangan sebelumnya. Koalisi baru ini terlihat

dari kedua partai lainnya yang juga mempunyai kekuatan besar. Partai Golkar adalah partai pemenang pada pemilu putaran pertama yang memilih wakil rakyat di MPR dan DPR, Partai Golkar berhasil menghimpun hampir 20% suara rakyat Indonesia termasuk di DIY, sedangkan Partai Demokrat adalah partai baru yang mampu dengan sukses mengantarkan pasangan Presiden dan wakil Presiden yang dicalonkannya menjadi Presiden dan Wakil Presiden terpilih, yakni Susilo Bambang Yudhoyono dan M. Jusuf Kalla. Melihat dari kekuatan yang ada pada kedua partai tersebut tentu saja pencapaian kesepakatan akan memerlukan pembahasan yang panjang, namun dalam perjalanannya ternyata PAN mampu membuat pembahasan ini menjadi lebih cepat dan efektif.

Dapat digambarkan secara umum bahwa yang akan menjadi faktor kepentingan, kebutuhan dan tujuan dari ketiga partai tersebut adalah seperti pada tabel berikut.

Tabel 1.1

Nama Partai	Kekuatan	Keinginan	Yang ditawarkan
Partai Amanat Nasional	<ul style="list-style-type: none"> • Merupakan partai yang memenangkan sebagian besar suara DPRD Kota Yogyakarta (24%). • Walikota sebelumnya adalah kader dari PAN. • Program-program pemerintahan yang sudah siap dan sudah berjalan. 	<ul style="list-style-type: none"> • Memperoleh dukungan suara dari kader partai Golkar dan Demokrat. • Memenangkan calonnya menjadi walikota terpilih untuk kedua kalinya. 	<ul style="list-style-type: none"> • Menempati jabatan wakil walikota (untuk Golkar). • Ikut tergabung dalam pemerintah kota selama 5 tahun. • Hak menyampaikan usulan, opini dan program dalam pemerintahan kota. • Ikut memenangkan Pilkada.

Partai Golkar	<ul style="list-style-type: none"> • Pemenang pada pemilu putaran pertama. • Suara di DPRD 4 Kursi 	<ul style="list-style-type: none"> • Mendapat hak, jatah politik dan ikut terlibat dalam pemerintahan kota. • Jabatan Wawali 	<ul style="list-style-type: none"> • Dukungan dan Suara dari kader Partai Golkar Kota Yogyakarta dalam Pilkada 2006. • Dukungan di DPRD
Partai Demokrat	<ul style="list-style-type: none"> • Partai Demokrat sukses dalam Pilpres Presiden. • Suara di DPRD kota Yogyakarta 5 Kursi 	<ul style="list-style-type: none"> • Mendapat hak, jatah politik dan ikut terlibat dalam pemerintahan kota. • Memenangkan Pilkada 	<ul style="list-style-type: none"> • Dukungan dan Suara dari kader Partai Demokrat Kota Yogyakarta dalam Pilkada 2006. • Dukungan di DPRD

Dihimpun dari berbagai sumber dan wawancara dengan ketua DPD PAN Kota Yogyakarta, 26 Juni 2007

Dari tabel diatas maka dapat dilihat bahwa hal yang mungkin akan dinegosiasikan adalah antara apa yang ditawarkan PAN dengan apa yang diinginkan oleh Partai Golkar dan Partai Demokrat sebagai calon rekan koalisinya dan dengan memperhatikan kekuatan dari masing-masing partai, kepentingan yang sama yang akan mempermudah negosiasi juga sudah dapat kita lihat yakni menang dalam Pilkada 2006 melawan lawan politiknya yakni Koalisi Merah Putih, namun kemudian seberapa besar PAN akan memenuhi apa yang akan ditawarkannya kepada rekan koalisinya dan apakah PAN akan menjadi dominan dalam proses negosiasi. Dari negosiasi nanti juga akan terlihat strategi seperti apa yang akan dilakukan PAN untuk memenuhi keinginannya.

Proses negosiasi PAN akan juga nampak hal dasar yang perlu diperhatikan, yakni bahwa munculnya negosiasi bukan berasal dari sebuah konflik yang terjadi dalam lingkungan, namun lebih karena faktor kepentingan,

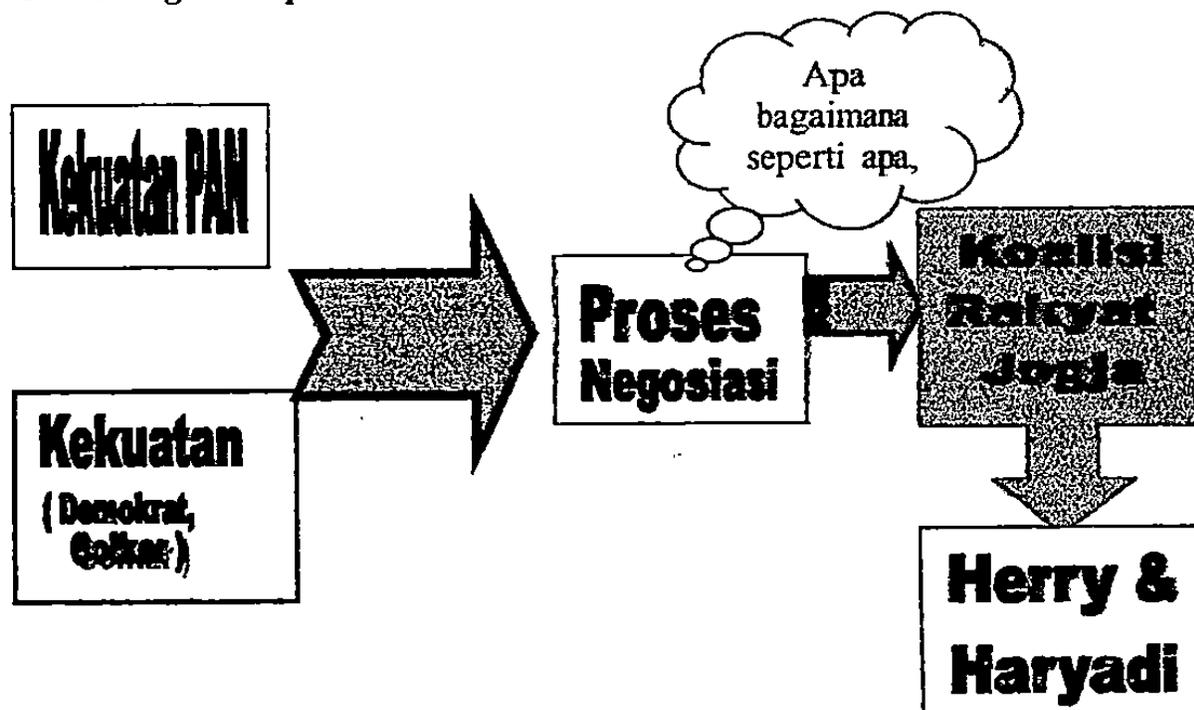
digunakan akan sangat memperhatikan potensi-potensi yang dimiliki masing-masing pihak. Untuk itu akan sangat menarik bagi peneliti, mengetahui strategi negosiasi apa yang akan digunakan oleh PAN.

Penelitian ini memfokuskan pada penjabaran strategi dan taktik negosiasi yang digunakan oleh PAN dengan terlebih dahulu mengetahui pendekatan yang digunakan.

B. Rumusan Masalah

Dari Latar belakang masalah diatas maka dapat diambil rumusan masalah, yaitu : “ *Bagaimana strategi negosiasi Partai Amanat Nasional dalam pembentukan Koalisi Rakyat Jogja pada PILKADA Kota Yogyakarta 2006* ”.

C. Kerangka Berpikir



D. Tujuan Penelitian

Dalam melakukan penelitian ini, peneliti mempunyai tujuan sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui lebih lanjut mengenai strategi negosiasi Partai Amanat

Nasional Dalam pembentukan Koalisi Rakyat Jogja pada
PILKADA Kota Yogyakarta 2006.

2. Untuk mengetahui faktor pendukung dan faktor penghambat proses negosiasi yang dihadapi PAN dalam pembentukan Koalisi Rakyat Jogja dalam Pilkada Kota Yogyakarta 2006.

E. Manfaat Penelitian

Dalam melakukan penelitian ini, peneliti berharap mendapatkan manfaat sebagai berikut :

1. Untuk menambah pengetahuan mengenai hal-hal yang menyangkut tentang negoisasi khususnya negoisasi politik .
2. Sebagai bahan pemikiran kepada para pelaku negoisasi.
3. Sebagai sarana pembuktian teori yang didapatkan peneliti dari perkuliahan dalam praktek negoisasi secara nyata.

F. Kerangka Teori

F.1. Strategi dan Negoisasi

F.1.a. Teori Strategi

Strategi pada hakekatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai suatu tujuan. Akan tetapi, untuk mencapai tujuan tersebut , strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, melainkan harus mampu menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya (Onong Uchjana, "*Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*", PT. Remaja Rosdakarya Bandung 2000 hlm 32). Perencanaan disini dapat diartikan sebagai

proses kegiatan persiapan yang sistematis, untuk penyusunan kebijakan yang konsisten menuju tercapainya suatu tujuan tertentu .

Definisi strategi menurut Mamduh M Hanafi adalah sebagai penetapan tujuan jangka panjang dari suatu organisasi, dan pemilihan alternatif tindakan dan alokasi sumber daya yang diperlukan untuk mencapai tujuan tersebut (Mamduh M Hanafi, " *Penuntun Belajar Manajemen*", UPP AMP YKPN, Yogyakarta, 1997, hlm68) Sedangkan menurut Quinn, definisi strategi adalah *A strategy is the pattern or plan that integrates an organization's major goal, policies, and action sequences into a cohesives whole* (Quinn BC, dan Mintzberg h. " *The Startegy, Procces, Concept, Contents, cases*". Edisi II Prentice Hall, New Jersey. 1991, hlm 5).

Dalam penerapannya strategi komunikasi dapat berbeda-beda dan bahkan berubah dalam setiap kondisi dan situasi. Seperti yang dikemukakan Onong Effendi di bawah ini :

"Strategi komunikasi merupakan paduan dari perencanaan komunikasi (*Communication Planning*) dan manajemen komunikasi (*Communication Planning*) untuk mencapai sesuatu tujuan. Untuk mencapai tujuan tersebut strategi komunikasi harus dapat menunjukkan bagaimana operasionalnya secara taktis harus dilakukan dalam arti kata bahwa pendekatan (*approach*) bisa berbeda-beda sewaktu-waktu tergantung situasi dan kondisi (Onong Uchjana, " *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*", PT. Remaja Rosdakarya, Bandung, 2000, hlm 33).

Strategi dapat diterjemahkan sebagai suatu pola atau perencanaan yang menggabungkan tujuan organisasi, kebijakan-kebijakan dan rangkaian aksi yang terpadu. Pada pengertian tersebut, Quinn juga menambahkan bahwa suatu strategi yang efektif meliputi tiga elemen penting, yakni tujuan utama organisasi,

rangkaiannya aktifitas kerja atau program yang mendorong terwujudnya tujuan organisasi yang telah ditentukan dalam berbagai situasi dan kondisi.

Strategi adalah pondasi tujuan organisasi. Dalam pemasaran, strategi adalah garis besar haluan perusahaan dan merupakan usaha untuk :

1. Menetapkan tujuan operasional,
2. Menentukan kebijaksanaan dan taktik memanfaatkan sumberdaya untuk mencapai tujuan,
3. Mendesain organisasi,
4. Implementasi kegiatan yang telah direncanakan,
5. Menilai dan mengawasi kegiatan yang dilaksanakan.

Dan perlu diperhatikan bahwa strategi juga sangat memperhitungkan faktor-faktor yang akan dihadapi dan yang sudah dipunyai.

F.1.b. Teori Negosiasi

Negotiations occur for one of two reasons (McGraw-Hill International Edition, Negotiation, McGraw-Hill Higher education, 1993) :

1. *To create something new that neither party could do on his or her own.*
2. *To resolve a problem or dispute between the parties.*

There are several characteristics common to all negotiation situations (see Lewicki, 1992; Rubin And Brown, 1975)

1. *There are two or more parties*
2. *There is a conflict of interest between two or more parties.*
3. *The parties negotiate because they think they can use some form of influence to get a better deal.*
4. *The parties at least for the moment, prefer to search for agreement rather than to fight openly, have one side capitulate, permanently break off contact, or take their dispute to a higher authority to resolve it.*
5. *When we negotiate, we expect give and take.*

1. Untuk menciptakan sesuatu yang baru yang pihak lain juga dapat melakukan atasnya.
2. Untuk memecahkan suatu masalah atau perselisihan antar peserta.

Ada beberapa karakteristik yang umum bagi semua situasi negosiasi (lihat Lewicki, 1992; Rubin Dan Brown, 1975)

1. Ada dua atau lebih pihak
2. Ada suatu konflik kepentingan antara dua atau lebih pihak.
3. Peserta merundingkan, sebab mereka berpikir mereka dapat menggunakan pengaruh format beberapa untuk mendapatkan suatu sukses kesepakatan lebih baik.
4. Peserta sedikitnya pada saat ini, menyukai untuk mencari untuk/karena persetujuan dibanding/bukannya untuk berkelahi secara terbuka, mempunyai satu sisi menyerah, untuk selamanya putus tiba-tiba kontak, atau mengambil perselisihan mereka bagi suatu pihak atasan untuk memecahkan itu.
5. Ketika kita merundingkan, kita harapkan memberi dan menerima.
6. Negosiasi sukses melibatkan manajemen tak terukur seperti halnya pemecahan terukur.

Dijelaskan pengertian negoisasi adalah.

"negotiation isn't about outwitting or taking advantage of other, it's about arriving at a shared solution to a problem, a solution that benefits all parties involved, it's also about a lot more than just getting the best possible price on deal. Its result in mutually beneficial, enduring the relationships in which the parties trust one another and share expectations about how their deals goes well" (Winning Negotiations).

"Negosiasi bukan tentang mengecoh atau mengambil keuntungan dari yang

bermanfaat bagi semua pihak yang terlibat, juga bukan hanya membawa kemungkinan terbaik pada satu pihak. Hasilnya saling menguntungkan, dan dalam hubungan di mana semua pihak percaya satu sama lain dan berbagi harapan dan langkah tentang bagaimana kesepakatan mereka dapat berjalan dengan lancar”.

“Moreover, the most successful bargainers strike deals that satisfy a broad range interest beyond concerns about price” (McGraw-Hill International Edition, *Negotiation*, McGraw-Hill Higher education, 1993), “lebih dari itu, sukses serangan penawar yang paling berhasil adalah yang mencukupi suatu jangkauan luas menarik perhatian di luar perhatian tentang harga”.

Sometimes people fail to negotiate because they do not recognize that they are in a bargaining situation (McGraw-Hill International Edition, *Negotiation*, McGraw-Hill Higher education, 1993, hlm 5). “Kadang-kadang orang-orang gagal untuk merundingkan sebab mereka tidak mengenali bahwa mereka adalah di dalam suatu situasi yang menawar”.

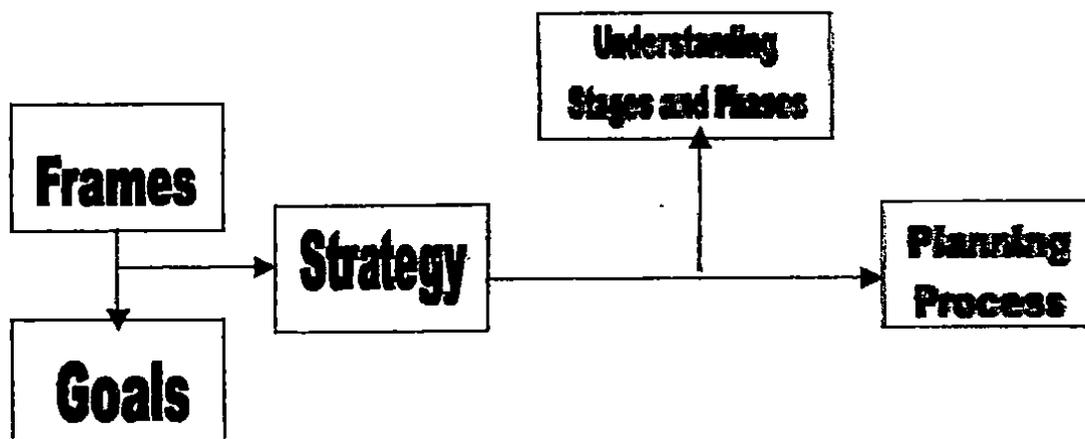
Negosiasi sederhananya adalah bidang pengetahuan dan usaha yang terpusat pada pencapaian perkenan dari orang-orang yang darinya kita menginginkan sesuatu. Negosiasi ialah penggunaan informasi dan kekuatan untuk mempengaruhi sikap dalam suatu “jaringan ketegangan” (Herb Cohen, *Negosiasi*).

Strategi negosiasi juga akan menjadi efektif jika seseorang sebagai negosiator adalah seorang komunikator yang baik, komunikator harus memiliki daya tarik sumber (*source attractive*) dan kredibilitas sumber (*source credibility*).

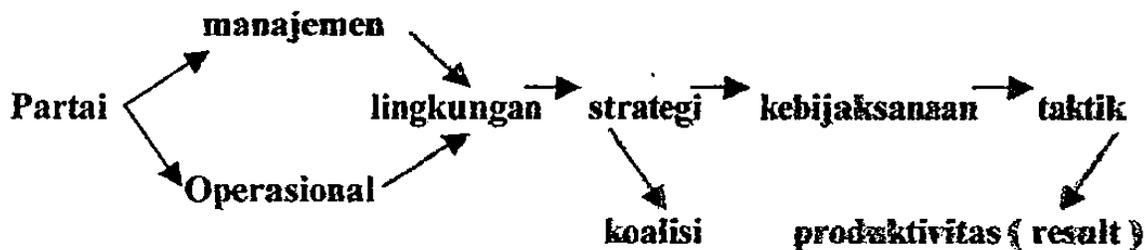
Seorang komunikator yang baik maka dia akan berhasil dalam komunikasi, akan mampu mengubah sikap, opini, dan perilaku komunikan melalui mekanisme daya tarik. Artinya komunikan ada kesamaan dengan komunikator, sehingga komunikan bersedia taat pada isi pesan yang dilancarkan oleh komunikator. Kepercayaan komunikan pada komunikator mempengaruhi keberhasilan komunikasi, atau dapat berarti juga kepercayaan lawan negosiasi terhadap negosiator kita juga akan mempengaruhi keberhasilan negosiasi.

Dalam melakukan atau memulai negosiasi terdapat langkah-langkah yang perlu diperhatikan, seperti disampaikan dalam buku *Negotiation*, McGraw-Hill Higher education, 1993. *All four steps prenegotiation is* (McGraw-Hill International Edition, *Negotiation*, McGraw-Hill Higher education, 1993) :

1. *Framing the problem*
2. *Defining the goals.*
3. *Developing a strategy.*
4. *Preparing a plan to excute the strategy*



Prof. Susanto Reksodiharjo.M. Com. Fak ekonomi UGM. BPFE UGM
Yogyakarta 1993 (Prof. Susanto Reksodiharjo.M. Com. Fak ekonomi UGM.
BPFE UGM Yogyakarta 1993).



Manajemen adalah mencakup kebutuhan dan kepentingan partai (internal partai) sedangkan operasional adalah kondisi diluar lingkungan partai yang dapat mempengaruhi pemenuhan kebutuhan dan kepentingan partai.

Dalam buku *Communication Manajement*,
there are three criteria for evaluating any method of negotiation, as follows (Michael Kaye, Communication Management, Prentice Hall, University of Technology Sydney) :

1. Assuming that consensus is possible, the negotiation should lead to a wise agreement. An agreement is "wise" when it meets the legitimate interest of each side to the extent possible, resolves conflicting interests into account (Fisher and Ury, 1986:4). In general, positional bargaining does not lead to wise agreements, largely because it presupposes that contestants will keep it to their positions until they are forced to give ground.

2. The negotiating procedures should be efficient. An efficient Negotiation approach is characterized by negotiators agreeing upon and following mutually acceptable rules and procedures to conduct the settlement. When negotiation is efficient, time is not wasted on unrealistic or extreme tactics. Positional bargaining, however, is based on the assumption that you ask for more than you really want, so that when you concede a little you still get a good deal for yourself.

3. Relationships between the negotiating parties should be at worst unharmed or at best improved. When negotiations turn into contests of will, relationships between the parties not only become strained but are also likely to be damaged irrevocably-friends part company, people cease to be on talking terms

3 kriteria untuk mengevaluasi segala bentuk negosiasi :

1. Mengira bahwa konsensus mungkin, **negosiasi perlu mendorong kearah suatu persetujuan**. Suatu persetujuan menjadi " **bijaksana**" ketika itu sudah bertemu dengan yang sah dari tiap sisi (pihak dan faktor) pada tingkat yang mungkin (ada dan akan dihadapi), tekad berlawanan minat ke dalam tanggung jawab (*Fisher dan Ury, 1986:4*). Secara umum, menawar tergantung pada posisi tidak mendorong kearah persetujuan bijaksana, yang sebagian besar mensyaratkan para kontestan untuk menjaga persetujuan pada posisi dimana mereka sampai terpaksa memberi dasar persetujuan.

2. **Prosedur Negosiasi harus efisien**. Suatu efisien negosiasi ditandai oleh Pendekatan negosiators yang menyetujui dan mengikuti aturan satu sama lain dan bisa diterima dalam prosedur untuk melakukan penyelesaian itu. Kapan negosiasi efisien, adalah ketika waktu tidak dihambur-hamburkan untuk hal yang tidak realistis atau penggunaan taktik ekstrim. Penawaran tergantung dan berdasar pada posisi bagaimana asumsi yang kamu minta lebih dari apa yang kita benar-benar inginkan, sehingga ketika kamu menginginkan sesuatu yang mungkin kecil/sedikit kamu masih mungkin mendapatkan suatu transaksi yang menguntungkan untuk (diri) sendiri.

3. **Hubungan antara peserta negosiasi harus menjadi kemungkinan paling sial/buruk tapi tanpa menderita luka atau kemungkinan paling baik/menguntungkan dan memungkinkan peningkatan**. Ketika negosiasi berubah menjadi muatan kehendak, hubungan antara peserta tidak hanya menjadi

perusahaan/rombongan, orang-orang bisa lenyap karena bicara terminologi dengan tetangga (orang dalam lingkungan mereka), (kemungkinan juga) perusahaan mengakhiri bisnis mereka dengan rekanan terdahulu.

By contrast, the method of principled negotiation is based on four major concepts or guidelines (Michael Kaye, Communication Management, Prentice Hall, University of Technology Sydney):

first, right from the outset, conflict managers who follow principled negotiation must separate people from the problem.

second, element of principled negotiation focuses on interest, not positions.

third, principled negotiators invent options for mutual gain.

fourth, insist on objective criteria. is pitted against another.

Sebagai pembanding, metode tentang negosiasi berprinsip pada empat petunjuk atau konsep utama:

Pertama, sejak dari permulaan, para manajer konflik yang mengikuti negosiasi berprinsip harus memisahkan orang-orang dari masalah.

Kedua, unsur negosiasi berprinsip fokus pada ketertarikan bukan pada posisi.

Ketiga, perunding berprinsip menemukan pilihan untuk keuntungan timbal balik.

Keempat, berdirilah pada kriteria yang objektif. meminta dengan tegas atas sasaran kriteria.

F.2. KOALISI

F.2.a. Teori Koalisi

Koalisi (*coalition*) atau kesatuan adalah kerjasama antara beberapa partai untuk memperoleh kelebihan suara dalam parlemen atau pemerintahan (*Kamus Besar Bahasa Indonesia, 1997*), sedangkan berkoalisi dapat berarti juga bekerjasama antara beberapa partai, dari pengertian tersebut kita mendapatkan pengertian dasar dari koalisi adalah mengenai bekerjasama dan istilah koalisi

disebutkan bahwa partai politik yang berbeda-beda tetapi tujuan tetap sama yaitu sesuai dengan kesimpulan diatas, maka partai politik memiliki tugas dan fungsi-fungsi yang harus dilakukan dengan baik pula. Salah satu fungsi yang dijalankan oleh partai politik disegala struktur yang tersedia, mengadakan formasi, isu dan gagasan politik. Dari pengertian dan pernyataan diatas maka dalam kelangsungan sebuah partai politik sebuah koalisi memang sangat dibutuhkan bukan hanya untuk sekedar memperoleh suara yang lebih banyak tapi juga lebih pada adanya tujuan yang sama. Selain itu persaingan antar partai politik dengan partai lainnya didalam masyarakat guna memperoleh dukungan masyarakat adalah hal yang tidak bisa dihindari, sehingga koalisi akan menjadi pilihan yang tepat, dalam menghadapi persaingan seperti ini, persaingan yang selalu terdapat pada negara-negara yang menganut paham demokrasi, seperti Indonesia.

A coalition is" an interacting group individuals, deliberately constructed, independent of the formal organization structure, consisting of mutually perceived membership, issue oriented, focusing on goal or goals external to the coalition, requiring concerted member action"(Stevenson, Pearce and Porter, 1985). Suatu Koalisi adalah," suatu individu kelompok yang saling berinteraksi, dibangun dengan bebas, tidak terikat pada struktur organisasi formal, terdiri dari keanggotaan yang dirasa, isu memusat, memusatkan atas tujuan atau tujuan di luar koalisi, menuntut tindakan anggota yang direncanakan" (Stevenson, Pearce dan porter, 1985). *Similarly, coalitions form constantly in political organizations (where people are mobilizing their efforts to support or oppose any number of*

Hill Higher education, 1993, hlm319). Dengan cara yang sama, koalisi membentuk secara konstan orang-orang di dalam organisasi politik (dimana orang-orang sedang mengerahkan usaha mereka untuk mendukung atau menentang sejumlah agenda legislatif).

Seperti halnya negosiasi yang bertujuan menghasilkan kerangka terbaik pada kedua belah pihak dan hasilnya saling menguntungkan, koalisi juga sebuah kesepakatan yang diharapkan mempunyai hasil yang sama, hanya saja kesepakatan berkoalisi yang saling menguntungkan, sebelumnya harus diawali dengan proses negosiasi yang baik pula.

Dalam negosiasi yang memungkinkan munculnya sebuah koalisi adalah tujuan yang sama, hal-hal yang saling menguntungkan yang diperebutkan oleh 2 pihak dan munculnya pihak ketiga. Pihak PAN, Golkar dan Demokrat adalah satu pihak sedangkan pihak ketiga adalah partai yang mempunyai tujuan yang sama diluar pihak mereka. Menjadikan wakil mereka menjadi Walikota dan wakil walikota terpilih adalah tujuan yang sama yang ingin diperebutkan.

F.3. Strategi Negosiasi dalam Membentuk Koalisi.

Dalam proses negosiasi selain dikenal berbagai pendekatan negosiasi yang dipengaruhi dari budaya seperti negosiasi gaya rusia yang dikenal tanpa kompromi, gaya Prancis, dll. Tetapi secara umum akan kita lihat bahwa proses negosiasi akan mendapatkan pilihan pendekatan seperti pendekatan menang-kalah (*win-lose*), pendekatan menang-menang (*win-win*), atau munculnya kemacetan (*stalemate*) negosiasi.

Win-Lose, winning means more than getting everything at the time desired, winning means beating down the other party so they have to go next time.

reserve point. or winning may mean making a small compromise but demanding a large compromise from other side. in this outcome winning means the other side also has to lose. this is sometimes called zero-sum negotiation (Intercultural Negotiation, hlm 253).

Menang-kalah, menang disini berarti lebih dari terpenuhinya segala yang dibutuhkan atau kita inginkan, menang berarti mengalahkan, meruntuhkan pihak lain, sehingga mereka harus pergi ke titik cadangan mereka atau menang boleh berarti pembuatan suatu kompromi kecil tetapi menuntut suatu kompromi besar dari sisi lainnya. Di dalam hasil ini yang memenangkan berarti pihak lain juga harus kehilangan. Ini kadang-kadang disebut *zero-sum negosiasi*.

Win-Win, often prefer outcomes that emphasize advantages gained by both sides, when both sides win, nobody lose face or is ashamed (Intercultural Negotiation, hlm 254).

Sama-sama untung, ini sering lebih mendekati pada hasil yang menekankan keuntungan yang diperoleh oleh kedua pihak, ketika kedua pihak memperoleh kemenangan, dan tidak ada orang yang kehilangan maka merasa kalah atau malu.

Stalemate, however, negotiators sometimes have to accept stalemate, when no agreement can be reached. it represents a failure of the negotiation. occasionally one side gains everything without giving up anything. without common interest there is nothing to negotiate for and without conflict there is nothing to negotiate about (Intercultural Negotiation, hlm 254).

Kemacetan, bagaimanapun perunding kadang-kadang harus menerima kemacetan, ketika tidak ada persetujuan yang dapat dicapai. ini menggambarkan kan suatu kegagalan menyangkut negosiasi yang dilakukan. Adakalanya satu pihak memperoleh segalanya tanpa memberikan apapun tanpa keinginan/niat

banyak orang tidak ada apapun untuk dirundingkan dan tanpa konflik tidak ada apapun untuk dirundingkan sekitar.

Ada beberapa peraturan yang harus diutamakan dalam negosiasi menang-menang, yang pertama adalah (Roger Dawson, *Secret of Power Negotiating*, Gramedia 2204, hlm 438) :

1. Jangan mempersempit negosiasi tersebut hanya dalam satu isu tertentu. Jika menemukan deadlock anda dapat menambahkan isu lain kedalam negosiasi.
2. Negoosiasi menang-menang hanya akan terjadi jika anda memahami bahwa orang tidak selalu menginginkan hal yang sama dalam negosiasi, jadi hal lain yang harus diperhatikan adalah dengan apa yang pihak lain inginkan.
3. Jangan terlalu tamak. Jangan berusaha mendapatkan semuanya, tetapi tinggalkan sesuatu di meja perundingan sehingga pihak lain akan merasa menang.
4. Berikanlah sesuatu kepada pihak lain setelah negosiasi berakhir, maksudnya adalah lakukan sesuatu yang lebih dari apa yang seharusnya anda berikan.

Dalam buku lain dijelaskan juga bahwa pendekatan negosiasi *Win-Win Solution* dapat dengan menerapkan *Problem-solving Strategy*, perbedaan antara *Problem solving Strategy* dengan *Win-Lose Strategy* dapat dilihat dalam tabel

The main differences between the win-lose and the problem-solving conflict resolution strategies have been summarised by Johnson and Johnson (1975:182-83) and are presented in this table (Michael Kaye, *Communication Management*, chapter 7, Prentice Hall, University of Technology Sydney, hlm 172)

Tabel 1.2

<i>Problem Solving-Strategy</i>	<i>Win-Lose Strategy</i>
<ul style="list-style-type: none"> • <i>Define a Conflict as a mutual problem.</i> • <i>Pursue goals held in common.</i> • <i>Find creative agreements that are satisfying both parties are present a mutually acceptable compromise.</i> • <i>Have an accurate personal understanding of one's own needs and show them correctly.</i> • <i>Try to equalize power by : emphasizing mutual interdependence; avoiding harm, embrassment to the other party in order to reduce his fear and defensiveness.</i> • <i>Make sure contact are on the basic of equal power.</i> • <i>Use upon, honest, and accurate communication of one's needs, goals, position, and proposals.</i> • <i>Accurately state one's needs, goals, and position in the opening offer.</i> • <i>Work to have highest empathy and understanding of other's position, feelings, and frame of reference.</i> • <i>Communicate a problem-solving orientation.</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Define the conflict as win-lose situation.</i> • <i>Pursue one's own goals.</i> • <i>Force the other party into submission.</i> • <i>Have an accurate personal understanding of one's own needs, but publicly disguise or misrepresent them.</i> • <i>Try to increase one's power over the other party by ; emphasizing one's independence from the other and the other's dependence upon oneself.</i> • <i>Try to arrange contact where one's own power is the greater.</i> • <i>Use deceitful, inaccurate and misleading communication of one's needs, goals, position and proposals.</i> • <i>Overemphasize one's needs, goals, and position in the opening offer.</i> • <i>Avoid all empathy and understanding of other's position, feelins, and frame of reference.</i> • <i>Communicate win-lose orientation.</i>

<ul style="list-style-type: none"> • <i>Avoid threats in order to reduce other's defensiveness.</i> • <i>Express hostility to get rid of one's feelings that may interfere with future corporation.</i> • <i>Communicate flexibility of position to help in creative problem solving.</i> • <i>Behave predictably: though flexible behaviour is appropriate, it is not designed to take other party by surprise</i> • <i>Change position as soon as possible to help in problem solving.</i> • <i>Promote clarity, predictability, mutual understanding to help I problem solving.</i> • <i>Use corporative behaviours to establish trust and mutual cooperation.</i> • <i>Adopt a consistent posture of being trustworthy toward the other.</i> • <i>Seek third parties to help in problem solving.</i> • <i>Emphasize exploring both similarities and differences in positions.</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Use threats to get submission.</i> • <i>Hostility is expressed to subdue the other.</i> • <i>Communicate highest commitment (rigid adherence) to one's position to force the other to give in.</i> • <i>Behave unpredictably to use the element of surprise.</i> • <i>Concede and change slowly to force concessions from the other.</i> • <i>Increase ambiguity and uncertainty in a attempt to use deception and confusion to one's advantage.</i> • <i>Use cooperative behaviours to grab the chance to exploit other's cooperativeness.</i> • <i>Adopt a posture that allows one to exploit the other whenever possible.</i> • <i>Isolate the other to reduce the possibility of his forming a coalition with third parties.</i> • <i>Emphasize only differences in positions and superiority of one's.</i>
---	---

In theory, there is a third result : "lose-lose".if, for

Perbedaan yang utama antara win-lose strategy dan strategi resolusi pemecahan masalah konflik telah diringkas oleh Johnson dan Johnson (1975:182-83) dan diperkenalkan di dalam tabel ini :

Tabel 1.3

Strategi Pemecahan masalah	Strategi Menang-Kalah
<ul style="list-style-type: none"> • Gambarkan suatu Konflik 	<ul style="list-style-type: none"> • Gambarkan konflik sebagai

sebagai masalah timbal balik.

- Kejar tujuan bersama-sama.
- Cari Persetujuan Kreatif yang memuaskan kedua belah pihak hadir suatu kompromi yang bisa diterima.
- Miliki suatu pemahaman pribadi akurat ttg kebutuhan diri sendiri dan menunjukkan nya dengan tepat.
- Coba untuk menyamakan kuasa dengan menekankan saling ketergantungan timbal balik; hindarkan kejahatan, embrassment kepada pihak lain dalam rangka mengurangi kepasrahan dan ketakutan nya.
- Yakinkan kontak adalah pada dasar kuasa yang sama.
- Gunakan waktu, jujur, dan komunikasi yang akurat ttg kebutuhan seseorang, gol, posisi, dan proposal.
- Dengan teliti menyatakan kebutuhan seseorang, gol, dan memposisikan di (dalam) pembukaan penawaran.
- Pekerjaan untuk mempunyai pengenalan jiwa orang lain dan pemahaman paling tinggi posisi dari yang lain, perasaan, dan kerangka acuan.
- Komunikasikan suatu pemecahan masalah orientasi.
- Hindari ancaman dalam rangka mengurangi kepasrahan lain.
- Satakan permusuhan untuk mendapat/kan luput daripada perasaan seseorang yang boleh bertentangan dengan masa depan korporasi.
- Komunikasikan fleksibilitas posisi untuk membantu secara

win-lose situasi.

- Kejar gol diri sendiri.
- Paksa pihak lain ke dalam ketundukan.
- Miliki suatu pemahaman pribadi akurat ttg kebutuhan diri sendiri, tetapi publicity menyembunyikan atau salah menggambarannya.
- Coba untuk meningkatkan kuasa di atas pihak lain, menekankan kemerdekaan seseorang dari lain dan ketergantungan lain atas dirinya.
- Usaha untuk menyusun kontak di mana kuasa diri sendiri semakin besar.
- Gunakan kecurangan, tidak akurat dan komunikasi yang menyesatkan ttg kebutuhan seseorang, gol, proposal dan posisi.
- " Overemphasize kebutuhan seseorang, gol, dan memposisikan di dalam pembukaan penawaran.
- Hindari semua pengenalan jiwa orang lain dan pemahaman posisi dari yang lain, feelings, dan kerangka acuan.
- Komunikasikan win-lose orientasi.
- Gunakan ancaman untuk mendapatkan ketundukan.
- Permusuhan dinyatakan untuk menundukkan lain.
- Komunikasikan komitmen paling tinggi(kesetiaan kaku)

kreatif memecahkan masalah.

- Tindak *predictably*: meskipun [demikian] perilaku fleksibel juga perlu, janganlah dirancang untuk menyerang; mengejutkan lain pihak
- Perubahan memposisikan secepat mungkin untuk membantu di (dalam) masalah yang memecahkan.
- Promosikan kejelasan, kemungkinan meramalkan, mutual pemahaman untuk membantu aku memecahkan masalah.
- Gunakan *corporative* perilaku untuk menetapkan kerjasama timbal balik dan kepercayaan.
- Adopsi suatu perawakan yang konsisten menjadi terpercaya ke arah lain.
- Cari pihak ketiga untuk membantu di (dalam) yang memecahkan masalah.
- Tekankan menyelidiki perbedaan dan persamaan kedua-duanya di dalam posisi.

ke posisi seseorang untuk memaksa lain untuk menyerah.

- Tindak *unpredictably* untuk menggunakan unsur kejutan.
- Izinkan dan berubah pelan-pelan untuk memaksa *concessions* dari pihak lain.
- tingkatkan kerancuan dan dengan tidak tertentu di (dalam) suatu usaha untuk menggunakan penipuan dan *cofusion* untuk keuntungan seseorang .
- Gunakan perilaku koperasi untuk merebut kesempatan untuk memanfaatkan kerjasama lain.
- Adopsi suatu perawakan yang mengijinkan satu untuk memanfaatkan lain kapan saja
- Isolasikan pihak lain untuk mengurangi kemungkinan pembentukan suatu kesatuan dengan pihak ketiga.
- Tekankan hanya perbedaan di (dalam) keunggulan dan posisi ttg seseorang.

example, both parties are committed to winning at the expense of their opponents (the win-lose strategy), they may fail to resolve their contest of wills, in which case nobody win anything. Di dalam teori, ada hasil ketiga: yakni "*lose-lose*". Ini terjadi jika, sebagai contoh, kedua belah pihak merasa harus terikat dengan menjadi pemenang atau menekankan untuk menang dan mengalahkan lawan mereka atas apa yang dikeluarkan lawan mereka (*win-lose strategy*), mereka boleh gagal untuk memecahkan kontes kehendak dan keinginan mereka, dalam

satu hal maka tidak ada orang yang akan memenangkan apapun. (Michael Kaye, *Communication Management*, chapter 7, Prentice Hall, University of Technology Sydney, hlm 174). Jadi kedua pihak menekankan untuk menggunakan *win-lose strategy*.

Perbedaan dari tiap hasil negosiasi biasanya tergantung pada sudut pandang dan sikap para perunding/organisasi, apakah akan hanya melihat keuntungan bagi pihaknya sendiri, atau lebih memungkinkan pencapaian bersama terhadap suatu tujuan oleh kedua pihak. Untuk itu peneliti akan mencermati dan menjabarkan strategi negosiasi PAN melalui beberapa teori tersebut diatas dengan memperhitungkan waktu, keefektifan dan langkah-langkah strategis yang diambil PAN dengan cara pencarian dan analisa yang sesuai.

G. Metode Penelitian

G.1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis pendekatan metode kualitatif dengan jenis deskriptif, yakni suatu penelitian yang menghasilkan data secara deskriptif (penggambaran) yang berupa fakta-fakta tertulis maupun lisan dari setiap perilaku orang atau objek yang dicermati. Menurut Jalaludin Rakhmat, penelitian deskriptif hanya memaparkan situasi atau peristiwa, tidak mencari atau menjelaskan hubungan, tidak menguji hipotesa atau membuat prediksi (Jalaludin Rakhmat *Metode Penelitian Komunikasi Remaja Poesdakarya Bandung 2001*

H. Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan di,

- DPD PAN KODYA YOGYAKARTA ,Telepon : (021) 72794535-Fax : (021) 7268695. Jl. Kusumanegara
- Pada tanggal 26 Juni 2007.

I. Pengumpulan Data

I.1. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini menggunakan beberapa teknik untuk mengumpulkan data. Masing-masing teknik tersebut saling melengkapi satu sama lain. Adapun teknik yang digunakan adalah :

1. Wawancara,

Proses Tanya jawab secara lisan antara dua pihak atau lebih yang berhadapan secara langsung. Wawancara dilakukan dalam bentuk pertanyaan-pertanyaan yang digariskan maupun pertanyaan spontan. Maksud mengadakan wawancara, seperti ditegaskan oleh *Lincoln Guba* antara lain ; Mengkontruksikan mengenai orang, kejadian, kegiatan organisasi, perasaan, motivasi, tuntutan, kepedulian dan lain-lain kebulatan.

Wawancara biasanya dilakukan dengan informan yang telah dipilih dan dianggap memenuhi persyaratan yang telah ditetapkan. Wawancara semacam ini sebaiknya dilakukan di tempat yang tenang (di rumah informan misalnya atau di kantor) dan ketika informan tidak sedang sibuk melakukan pekerjaan. Dengan

informan dapat memikirkan dengan tenang jawaban-jawaban yang akan diberikannya.

Wawancara semacam ini tentunya baru dapat dilakukan bilamana kita telah memiliki pertanyaan-pertanyaan yang cukup rinci mengenai suatu topik tertentu, atau kita telah mengetahui dengan baik hal-hal apa saja yang akan kita tanyakan dalam wawancara mendalam ini. Agar wawancara tidak berlangsung tanpa arah, peneliti dapat menggunakan pedoman wawancara yang berisi garis besar dari hal-hal yang ingin ditanyakan kepada informan (Makalah Heddy Shri Ahimsa-Putra, *Antropologi Budaya*, Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta, hlm 17).

2. Sumber data Penelitian

Sumber data yang dimaksud dalam penelitian ini adalah orang yang berkaitan dengan masalah yang diteliti dan komunitas (*informan*). Informan penelitian ditentukan purposive sampling, yakni dengan pertimbangan untuk mendapatkan sumber informasi yang dipandang mampu memberikan penjelasan tentang strategi negoisasi PAN dalam pembentukan Koalisi Rakyat Jogja. Dalam hal ini yang menjadi informan Ketua DPD PAN Kota Yogyakarta dan Pengurus DPD PAN Kota Yogyakarta.

Dalam penelitian kualitatif peneliti tidak mencari responden melalui penarikan sample atas populasi yang ada, tetapi mencari informan (*informant*), yakni orang-orang yang dianggap akan mampu memberikan keterangan atau deskripsi mengenai hal-hal yang diinginkan oleh peneliti. informan ini pertamanya adalah orang yang kita anggap akan dapat memberikan keterangan yang banyak mengenai sesuatu hal, dan ini umumnya adalah mereka yang terlibat dalam kegiatan atau peristiwa yang diteliti (Makalah Heddy Shri Ahimsa-Putra, *Antropologi Budaya*, Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta, hlm 21).

3. Studi Kepustakaan

Memperoleh data dari bahan-bahan pada buku-buku, surat kabar dan internet melalui situs-situs yang berkaitan dengan penelitian ini

Pengumpulan data dengan cara membaca berbagai tulisan dapat dibedakan menjadi dua macam lagi, yaitu: membaca tulisan-tulisan yang telah diterbitkan, yang biasanya berupa buku, artikel dalam jurnal ilmiah, artikel dalam surat kabar, dan berita-berita dalam surat kabar atau majalah, atau adalah dengan membaca berbagai tulisan yang berupa laporan-laporan yang biasanya tidak diterbitkan, namun disimpan di tempat tertentu untuk digunakan jika diperlukan. Tulisan semacam ini biasa disebut secara keseluruhan sebagai arsip (Makalah Heddy Shri Ahimsa-Putra, *Antropologi Budaya*, Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta, hlm 12)

I.2. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini data dianalisis secara deskriptif kualitatif dengan langkah-langkah analisis data sebagai berikut (Nasution S. *Metode Penelitian Kualitatif*, Tarsito, Bandung, 1992, hlm 14) :

a. Pengumpulan Data

Adalah data penelitian yang akan diperoleh dengan menggunakan teknik Seperti : Wawancara mendalam yang diperoleh dari penelitian.

b. Reduksi data

Yaitu proses pemilahan, pengkategorian dan pemusatan data yang relevan dengan permasalahan penelitian.

c. Penyajian Data

Yaitu dengan menggambarkan fenomena atau keadaan sesuai dengan data yang telah direduksi.

d. Kesimpulan

Yaitu data-data yang ada dihubungkan, kemudian dibandingkan antara yang satu dengan yang lainnya, sehingga dapat ditarik kesimpulan sebagai

e. Analisis Data

Analisa dari peneliti berdasarkan pemahaman dan pengetahuan dari berbagai sumber dengan memberikan rekomendasi penyelesaian dan langkah strategis menurut peneliti.

I.3. Validitas Data

Dalam penelitian kualitatif data atau informasi yang telah berhasil dikumpulkan perlu diusahakan keabsahan dan kebenarannya, oleh karena itu perlu diadakan pemeriksaan data atau validitas data. Yang dimaksud dengan validitas data adalah pembuktian bahwa data yang diperoleh peneliti sesuai dengan apa yang benar-benar terjadi dilapangan dan sesungguhnya. Untuk menguji validitas data peneliti menggunakan metode Triangulasi data, dimana untuk mendapatkan data tidak hanya diambil dari satu sumber saja melainkan dari berbagai sumber.

Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain diluar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data tersebut (Lexy j. Moleong, *Metode penelitian Kualitatif*, PT. Remaja Roesdakarya, Bandung, 2001, hlm 178), supaya lebih

.....