Modul Pelatihan

Komunikasi Efektif, Negosiasi, Literasi Digital, dan Pembuatan Konten Media Sosial untuk Penguatan Kapasitas Pemimpin Masyarakat

The Habibie Center 2025

Tentang The Habibie Center

The Habibie Center didirikan oleh Bacharuddin Jusuf Habibie pada tahun 1999 sebagai organisasi independen, nonpemerintah dan nonprofit. The Habibie Center memiliki visi untuk memajukan upaya modernisasi dan demokratisasi di Indonesia yang didasarkan pada moralitas dan integritas budaya, serta nilai-nilai agama.

> The Habibie Center memiliki misi, yang pertama menciptakan masyarakat demokratis secara kultural dan struktural yang mengakui, menghormati, dan menjunjung tinggi hak asasi manusia, serta mengkaji dan mengangkat isu-isu perkembangan demokrasi dan hak asasi manusia. Kedua adalah memajukan dan meningkatkan pengelolaan sumber daya manusia dan usaha sosialisasi teknologi.

Tim Penyusun Modul
Imron Rasyid
Johari Efendi
Salsabila A. Wilinia
Sopar Peranto
Susi Nurlianti
Firda Safhira

facebook.com/habibiecenter
@habibiecenter
@habibicenter
The Habibie Center
The Habibie Center
www.habibiecenter.or.id

Modul Pelatihan

Komunikasi Efektif, Negosiasi, Literasi Digital, dan Pembuatan Konten Media Sosial untuk Penguatan Kapasitas Pemimpin Masyarakat

The Habibie Center

2025

Daftar Isi

Pengantar Modul I

1. Pemimpin dan Kepemimpinan 1

1. Siapa pemimpin?
2. Membedakan Pemimpin & Kepemimpinan
3. Tugas dan Tanggung Jawab Pemimpin

2. Komunikasi Efektif 13

2.1. Kerangka Dasar Komunikasi Efektif 14

2.1.1. Alur dan Media Komunikasi

2.1.2. Pendengar Aktif

2.2. Persuasi 24

2.2.1. Pengalaman Persuasi

2.2.2. Faktor-faktor Penting dalam Persuasi

2.2.3. Menemukan Modal Kredibilitas Diri

2.2.4. Praktik Persuasi

2.3. Komunikasi Publik 37

2.3.1. Komunikasi Publik Langsung & Tidak Langsung

2.3.2. Saluran Komunikasi Publik di Kota Bima

2.3.3. Reaksi dan Respons

2.3.4. Rambu-rambu Komunikasi Publik Role Model di Kota Bima

3. Negosiasi 49

3.1. Negosiasi vs Mediasi

3.2. Tawar Menawar, Negosiasi, dan Pendekatan Negosiasi

3.3. Membedakan Posisi-Kepentingan dan Alat Bayar

3.4. Memisahkan Permasalahan dari Individu yang Terlibat

3.5. Kemampuan Bertanya

3.6. Menyimpulkan dan Membuat Kerangka Ulang (*Summarizing and Reframing*)

3.7. Membuat Pernyataan Masalah

3.8. Menjaga Hubungan Para Pihak Dalam Proses Negosiasi

3.9. Persiapan Negosiasi

3.10. Saat Negosiasi

3.11. Praktek Negosiasi

4. Literasi Digital & Berpikir Kritis 114

4.1. Pengantar Literasi Digital

4.2. Memahami Berita Palsu dan Propaganda

4.3 Bias Kognitif dan Emosi dalam Menerima Informasi

4.4. Alat Verifikasi dan Cek Fakta

4.5. Memproduksi Narasi Alternatif

5. Pembuatan Konten 134

5.1. Membangun *Personal Branding*

5.2. Pengantar Media Sosial

5.3. Merancang Konten

5.4 Etika dan Sensitivitas dalam Pembuatan Konten

5.5. Praktik Pembuatan Konten

5.6. Optimalisasi Fitur-Fitur Media Sosial untuk Meningkatkan *Engagement* Konten

Pengantar Modul

Buku modul ini diberi judul "Modul Pelatihan – Komunikasi Efektif, Negosiasi, Literasi Digital, dan Pembuatan Konten Media Sosial untuk Penguatan Kapasitas Pemimpin Masyarakat". Materi yang disusun dalam modul ini merupakan upaya untuk menjawab tantangan memudarnya pengaruh dan kemampuan pemimpin dan tokoh masyarakat dalam memproduksi narasi positif yang esensial untuk menghambat narasi-narasi bermuatan kekerasan ekstremisme. Modul ini dikembangkan dengan konteks penerapan di Kota Bima, Nusa Tenggara Barat, yang juga tengah menghadapi tantangan reintegrasi sosial dan ekonomi yang belum sepenuhnya tuntas bagi para mantan terpidana kasus kekerasan ekstremisme. Meskipun demikian, secara umum modul ini dapat digunakan di wilayah lain yang memiliki karakteristik tantangan serupa dengan Kota Bima.

Proses penyusunan modul diawali dengan asesmen kebutuhan yang dilakukan oleh The Habibie Center di pada bulan April 2025 di Kota Bima. Dari hasil asesmen tersebut, ditemukan gap antara masifnya penyebaran narasi dan propaganda yang mengancam kohesi sosial dengan keterbatasan kemampuan figur panutan untuk dapat memainkan peran strategis guna menutup ruang penyebaran narasi dan propaganda tersebut. Di satu sisi, narasi dan propaganda yang mengancam kohesi sosial yang dikemas secara menarik, provokatif, dan mengikat secara emosional--meskipun tidak selalu berbasis pada informasi yang tepat--sering kali lebih mudah diterima dan dibagikan oleh masyarakat. Sementara di sisi lain, tidak semua figur panutan memiliki kesiapan dalam merespons dinamika tersebut, baik dari sisi komunikasi publik maupun produksi narasi alternatif yang relevan dan mudah dipahami sebagai tandingan. Oleh karenanya, kehadiran pemimpin masyarakat yang mampu menyuarakan nilai kohesi sosial, toleransi, dan perdamaian menjadi semakin dibutuhkan. Untuk menjawab gap yang ditemukan, maka modul ini disusun sebagai instrumen penguatan kapasitas bagi figur panutan di tingkat komunitas yang memiliki peran strategis dalam membentuk opini, mempengaruhi perilaku sosial, dan menjaga kohesi sosial di lingkungan sekitarnya.

Materi dalam modul ini disusun secara terstruktur dan relevan dengan konteks lokal Kota Bima. Materi dalam modul ini terbagi menjadi lima bagian, yaitu: 1) pemimpin dan kepemimpinan, 2) komunikasi efektif, 3) negosiasi, 4) literasi digital dan berpikir kritis, dan 5) pembuatan konten.

Materi pertama yaitu "Pemimpin dan Kepemimpinan", bertujuan untuk membantu peserta mengenali dan memahami posisi mereka sebagai pemimpin informal, termasuk tanggung jawab sosial yang melekat pada peran tersebut. Pemahaman ini menjadi dasar bagi figur panutan untuk menggunakan pengaruhnya secara lebih sadar, terarah, dan bertanggung jawab dalam mendukung stabilitas sosial serta proses rehabilitasi dan reintegrasi mantan terpidana kasus kekerasan ekstremisme di masyarakat.

Materi komunikasi dan negosiasi menjadi pilar penting dalam modul ini, mengingat dinamika sosial di tingkat komunitas sering kali diwarnai oleh perbedaan latar belakang, pandangan, dan kepentingan. Modul ini membekali peserta dengan keterampilan menyampaikan pesan secara jelas dan persuasif, membangun dan memahami kredibilitas diri, serta mengelola komunikasi publik yang baik. Pendekatan negosiasi yang diperkenalkan menekankan pada pencarian titik temu dan menghindari pola pikir hitam-putih yang berpotensi memperlebar jarak sosial.

Literasi digital dalam modul ini dirancang untuk meningkatkan kemampuan peserta dalam menggunakan teknologi dan membangun kecakapan kritis dalam memahami, mengelola, dan memproduksi informasi di ruang digital. Modul ini membekali peserta dengan pemahaman tentang ekosistem media digital, bentuk-bentuk berita palsu, propaganda, dan narasi intoleransi, serta kemampuan memilah dan memverifikasi informasi. Selain itu, peserta dilatih untuk merespons isu dan narasi bermasalah dengan memproduksi narasi alternatif.

Terakhir, materi pembuatan konten menjadi bagian penting dari penguatan literasi digital dalam modul ini. Peserta didorong untuk mengembangkan kemampuan merancang dan memproduksi konten sederhana yang bermakna, mencerminkan nilai-nilai lokal, pesan kebersamaan, dan narasi alternatif yang positif. Materi pembuatan konten tidak hanya menekankan pada aspek teknis produksi, tetapi juga mencakup perumusan pesan, pemilihan sudut pandang, dan pemahaman terhadap target audiens. Konten yang dihasilkan diharapkan dapat memperluas jangkauan pengaruh figur panutan secara organik, sekaligus memperkuat penyebaran pesan perdamaian dan toleransi di ruang digital.

Guna memastikan materi dalam modul ini solid baik dari sisi teori maupun aplikasinya, tim penyusun melibatkan para ahli yang relevan melalui proses

diskusi dan pemberian masukan. Dalam proses mengintegrasikan masukan ke dalam substansi modul ini, tim penyusun juga mendapatkan dukungan dari pihak-pihak yang memiliki kemampuan untuk menerjemahkan input yang ada menjadi materi pembelajaran yang relevan. Atas kontribusi tersebut, tim penyusun menyampaikan terima kasih pada Dr. Rudi Iskandar, Prof. Kadri, Esther Silalahi, dan Nadia Alya Shafa.

Akhir kata, tim penyusun sangat terbuka untuk segala masukan dari berbagai pihak, khususnya untuk menyempurnakan dan mengembangkan modul ini agar dapat digunakan secara lebih luas.

Tim Penyusun Modul

1. Pemimpin dan Kepemimpinan

Sesi 1
Siapa Pemimpin?

Tujuan sesi:

- Peserta menemukan indikator atau syarat umum seseorang adalah pemimpin.
- Peserta memiliki pengertian bersama istilah pemimpin.

Alat yang dibutuhkan:

- Kertas Metaplan
- Kertas Plano
- Spidol Warna

Waktu:

- 45 menit

Langkah-langkah:

- Buka sesi dengan memberikan pengantar tentang maksud, tujuan, dan waktu yang dibutuhkan. **(3')**
- Minta peserta untuk berkumpul membuat kelompok yang masing-masing terdiri dari 5 orang. **(1')**
- Instruksikan peserta untuk berdiri dan membentuk lingkaran di kelompoknya, kemudian ajukan pertanyaan berikut: "*Apa itu pemimpin*?". Minta masing-masing peserta menjawab pertanyaan secara cepat. **(5')**
- Lanjutkan sesi dengan menanyakan pertanyaan kedua: "*apa alasan seseorang bisa menjadi pemimpin*?". Minta peserta menjawab secara bergantian di kelompok secara cepat. Co-fasilitator mencatat poin-poin yang disampaikan oleh peserta. **(5')**
- Setelah semua selesai menjawab, minta mereka untuk mengangkat tangan ke atas, dan dalam hitungan ke-2 menunjuk dengan tangan siapa orang yang dianggap sebagai pemimpin di kelompoknya. Lakukan proses ini 2-3 kali. **(10')**
- Minta peserta untuk berbagi jawaban siapa pemimpin yang ia tunjuk dan apa alasannya. Minta beberapa orang peserta untuk menjawab. Catat poin-poin penting selama proses berlangsung. **(10')**
- Rangkum jawaban peserta dan menyimpulkannya ke dalam dua poin berikut: **(5')**
  - Seseorang dianggap sebagai pemimpin karena memiliki pengaruh dan didukung oleh orang-orang di sekitarnya.
  - Seseorang ditunjuk menjadi pemimpin karena dianggap mempunyai kemampuan dan pengalaman yang lebih dari orang lain.
- Berdasarkan dua poin tersebut, ajukan pertanyaan lanjutan: "*seorang pemimpin adalah orang yang mempunyai pengaruh dan kemampuan lebih, apakah peserta di sini adalah seorang pemimpin juga?"* Minta seluruh peserta untuk menjawab pertanyaan tersebut. **(5')**
- Tutup sesi dengan menyampaikan pernyataan penutup: "dengan pengaruh yang Anda miliki di lingkungan sekitar dan kemampuan yang Anda bawa, Anda sebenarnya sudah berperan sebagai pemimpin di komunitas masing-masing." **(1')**

Sesi 2
Pemimpin dan Kepemimpinan

Tujuan sesi:

- Peserta mengidentifikasi perbedaan antara pemimpin dengan kepemimpinan.
- Peserta mengetahui kriteria penting kepemimpinan dan karakter ideal dari pemimpin.

Alat yang dibutuhkan:

- Kertas Metaplan
- Kertas Plano
- Spidol Warna
- Foto-foto tokoh di Indonesia
- Lembar Baca *"Pemimpin dan Kepemimpinan"*

Waktu:

- 100 menit

Langkah-langkah:

- Buka sesi dengan memberikan pengantar tentang maksud, tujuan, dan waktu yang dibutuhkan. **(3')**
- Awali sesi dengan menampilkan foto 5 tokoh, misalnya: **(10')**
  - Presiden
  - Pahlawan Nasional
  - Bupati atau Walikota
  - Pengusaha
  - Tokoh masyarakat setempat
- Ajukan pertanyaan berikut kepada peserta: "*apakah Anda mengenal orang di foto ini? Siapakah dia? Menurut Anda, apakah orang tersebut adalah seorang pemimpin? Apa alasannya?*" **(5')**
- Minta peserta untuk memikirkan satu tokoh pemimpin yang mereka hormati serta 5 karakteristiknya. **(1')**
- Bagi peserta ke dalam kelompok yang beranggotakan masing-masing 4-5 orang. Secara bergantian, minta peserta untuk menceritakan siapa pemimpin tersebut di dalam kelompok masing-masing. **(15')**
- Bagi 5 kertas metaplan kepada setiap kelompok dan minta masing-masing kelompok untuk menuliskan 5 karakteristik pemimpin yang ideal berdasarkan hasil diskusi yang disepakati anggota kelompok. Minta kelompok untuk menulisan 1 karakteristik di 1 metaplan**. (10')**
- Minta perwakilan setiap kelompok untuk mempresentasikan hasil kesepakatan mereka. Setelah setiap kelompok mendapatkan giliran, fasilitator dapat mengumpulkan metaplan tersebut. **(25')**
- Fasilitator dan peserta mendiskusikan dan mengelompokkan karakteristik-karakteristik yang terkumpul pada flipchart untuk selanjutnya menyepakati 5 karakteristik terpenting yang harus dimiliki seorang pemimpin. **(15')**
- Buka sesi diskusi dengan melontarkan pertanyaan berikut: **(10')**
  - *Apakah seseorang yang Anda anggap sebagai pemimpin memiliki 5 karakteristik tersebut?*
  - *Apakah karakteristik tersebut bisa Anda miliki?*

- Bagikan dan jelaskan lembar baca *"Pemimpin dan Kepemimpinan"* dilanjutkan dengan sesi tanya-jawab. **(4')**
- Tutup sesi dengan menyampaikan poin-poin penting, antara lain: **(2')**
  - Pemimpin berbeda dengan kepemimpinan. Tidak semua orang yang menjadi pemimpin memilikisifat kepemimpinan (memiliki semua karakteristik pemimpin ideal yang disebutkan). Sebaliknya, tidak harus menjadi pemimpin untuk bisa memiliki sifat kepemimpinan—karena sifat ini bisa saja dimiliki oleh kita semua.
  - Pemimpin yang ideal adalah pemimpin yang memiliki sifat kepemimpinan.

LEMBAR BACA

Pemimpin

Pemimpin adalah seorang individu yang ditugaskan untuk memimpin suatu kelompok, tim, organisasi, atau sejenisnya. Untuk menjadi seorang pemimpin, individu tersebut harus dipandang mempunyai posisi kekesuasaan oleh anggota kelompok.

Kepemimpinan

Sedangkan kepemimpinan mengacu pada suatu keterampilan, bukan posisi. Kepemimpinan dapat diartikan sebagai proses mempengaruhi suatu kelompok, tim, atau organisasi untuk membantu mencapai tujuan bersama.

Perbedaan Pemimpin dan Kepemimpinan

Terkadang, kedua istilah tersebut digunakan secara bergantian. Seorang pemimpin mungkin memiliki posisi atau jabatan yang telah ditentukan. Namun, kepemimpinan bisa dimiliki oleh siapa pun terlepas dari peran atau jabatan formal mereka. Pemimpin mungkin menggunakan kekuasaannya untuk mengendalikan orang lain atau posisi mereka, sedangkan kepemimpinan melibatkan inspirasi dan pemberdayaan anggota untuk mencapai tujuan bersama.

Sesi 3
Tanggung Jawab dan Nilai Dasar Pemimpin

Tujuan sesi:

- Peserta memahami isu-isu di masyarakat yang menjadi tantangan di Kota Bima.
- Peserta menemukan dan menyepakati bentuk-bentuk tanggung jawab pemimpin yang sesuai dengan dinamika yang dihadapi masyarakat di Kota Bima.
- Peserta mampu menemukan dan menyepakati nilai-nilai dasar yang harus dimiliki pemimpin untuk mewujudkan Kota Bima yang lebih kohesi.

Alat yang dibutuhkan:

- Kertas Metaplan
- Kertas Plano
- Spidol Warna
- Lembar Baca *"Eskalasi dan De-eskalasi Kekerasan"*

Waktu:

- 125 menit

Langkah-langkah:

- Buka sesi dengan memberikan pengantar tentang maksud, tujuan, dan waktu yang dibutuhkan. **(3')**
- Minta peserta untuk membentuk kelompok kecil berisikan 5 orang dan ajukan pertanyaan pembuka sebagai berikut: **(2')**
  - *Seberapa sering perkelahian antar kelompok pemuda dan masyarakat terjadi di Kota Bima? Apakah hal tersebut adalah hal yang normal di Kota Bima?*
  - *Apakah perkelahian-perkelahian tersebut pernah menjadi perkelahian yang besar?*
  - *Apa yang menyebabkan perkelahian menjadi perkelahian yang besar?*
  - *Apa saja yang dapat mencegah perkelahian tersebut menjadi kasus kekerasan?*
- Beri waktu kepada peserta dalam kelompok kecil untuk berdiskusi jawaban pertanyaan-pertanyaan tersebut. **(10')**
- Minta perwakilan kelompok untuk mempresentasikan jawabannya dalam diskusi pleno. Catat poin penting dari jawaban setiap kelompok kecil. **(20')**
- Berikan lembar baca "Eskalasi dan De-eskalasi Kekerasan" kepada para peserta dan beri waktu pada peserta untuk membacanya. **(10')**
- Tanyakan komitmen peserta berdasarkan bahan bacaan: **(5')**
  - Karena semua peserta adalah pemimpin atau orang yang mempunyai pengaruh. Artinya, semua punya potensi untuk mendorong eskalasi maupun de-eskalasi konflik.
  - Sebagai pemimpin, pilihan apa yang akan diambil, mendorong kekerasan atau mendorong pencegahan dan penyelesaian kekerasan di Kota Bima?
- Instruksikan "*Sebutkan 3 isu atau tantangan yang dihadapi masyarakat Kota Bima dalam menciptakan Bima yang lebih kohesi"* dan minta peserta untuk menjawabnya secara individu. **(10')**
- Dalam kelompok kecil yang sama, minta masing-masing anggota kelompok untuk memberikan jawaban individual secara bergantian. Selanjutnya, minta kelompok untuk menyepakati 5 isu atau tantangan yang dinilai mendesak untuk diselesaikan. **(10')**

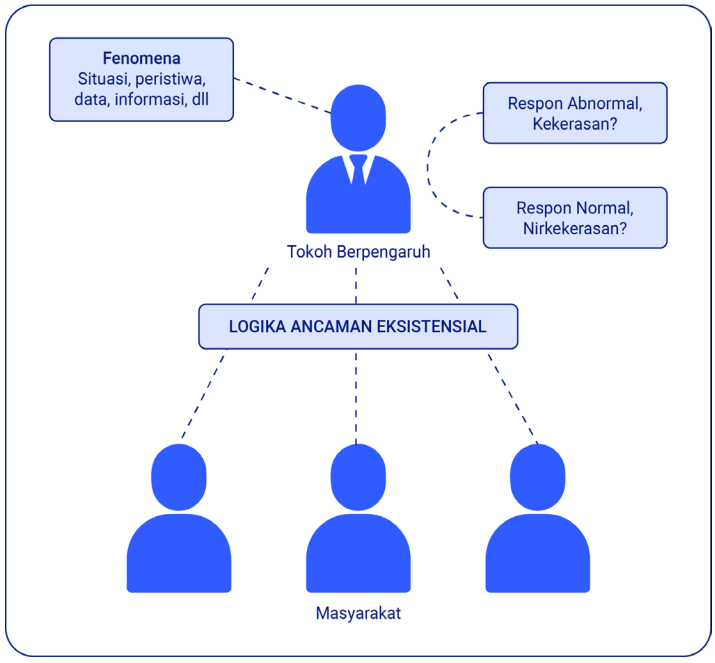
- Minta perwakilan kelompok untuk membagikan hasil diskusi kelompok kecil di pleno. Co-fasilitator mencatat dan mengelompokkan isu-isu yang disebutkan oleh masing-masing perwakilan kelompok. **(20')**
- Jawaban yang sudah dikelompokan di pleno didiskusikan kembali untuk dikerucutkan menjadi 3 isu yang disepakati bersama sebagai isu paling mendesak yang dihadapi masyarakat Kota Bima yang berkaitan dengan kohesi sosial. **(10')**
- Masih dalam kelompok kecil yang sama, minta anggota kelompok mendiskusikan jawaban atas pertanyaan berikut: **(10')**
    - *Sebagai pemimpin apa tanggung jawab yang harus dilakukan untuk merespons isu-isu mendesak tersebut guna mewujudkan Kota Bima yang lebih kohesi?*
    - *Sebagai pemimpin, apa prinsip dan nilai dasar yang harus jadi pegangan pemimpin dalam merespons masalah-masalah tersebut?*
- Perwakilan kelompok kecil mempresentasikan jawaban pada sesi pleno. Co-fasilitator mencatat poin-poin penting yang disampaikan peserta. **(10')**
- Tutup sesi dengan mendorong peserta untuk mengambil tanggung jawab dan menerapkan prinsip dan nilai dasar yang telah didiskusikan sebelumnya. **(5')**

LEMBAR BACA
Eskalasi dan De-eskalasi Kekerasan

Perkelahian antar pemuda bukan hal baru bahkan sering dianggap sebagai kejadian biasa di Kota Bima. Perkelahian bisa terjadi antar pemuda yang berbeda agama, suku, atau latar belakang keluarga. Namun, peristiwa yang awalnya dianggap "sekadar perkelahian biasa" dalam beberapa kasus, dapat meluas menjadi kasus kekerasan - antar kelompok.

Situasi meluasnya kasus kekerasan ini biasanya terjadi karena adanya proses pemaknaan yang dilakukan oleh aktor-aktor tertentu dalam masyarakat, termasuk figur yang memiliki pengaruh sosial. Alih-alih melihat suatu perkelahian sebagai permasalahan individual, figur tersebut memaknainya sebagai bentuk serangan terhadap eksistensi, martabat, dan identitas spesifik (ras, agama, suku) yang dimiliki kelompok secara keseluruhan.

Ketika figur tersebut menafsirkan pemaknaan perkelahian sebagai serangan/ ancaman bagi kelompok dan anggota kelompok lain mempercayai hal tersebut, respon yang muncul adalah tindakan-tindakan balasan yang sering kali tidak proporsional. Proses menafsirkan suatu peristiwa sebagai ancaman besar terhadap kelompok inilah yang disebut proses sekuritisasi yang implikasinya adalah mendorong eskalasi kekerasan yang semakin besar.



Respons yang berbeda, akan muncul jika figur penting dalam kelompok tersebut memaknai perkelahian bukan sebagai ancaman terhadap kelompok, melainkan permasalahan antar individu. Karena tidak diartikulasikan sebagai ancaman, masyarakat akan memberikan respons yang lebih tenang seperti melakukan penyelesaian masalah melalui mediasi dan musyawarah. Proses menafsirkan suatu peristiwa sebagai bukan ancaman ini, disebut desekuritisasi. Kebalikan dari proses sekuritisasi yang mengeskalasi, desekuritisasi meredakan atau **mendeskalasi** kekerasan.

Ada empat unsur penting dalam proses sekuritasi, sebagaimana berikut:

1. Fenomena: Situasi atau peristiwa yang terjadi, misalnya perkelahian, isu, atau informasi yang beredar di masyarakat.
2. Securitizing actor (SA): Individu/tokoh yang berpengaruh di masyarakat yang pendapatnya didengar banyak orang. Tokoh inilah yang sering memberi makna apakah suatu peristiwa merupakan ancaman/bukan ancaman , dan mengartikulasikannya kepada masyarakat.
3. Referent object (RO): Masyarakat atau kelompok yang mendengarkan dan mempercayai tokoh tersebut.
4. Logic of threat: Bagaimana peristiwa tersebut disampaikan oleh tokoh. Cara seorang tokoh berbicara dan menjelaskan sebuah peristiwa sangat berpengaruh dalam menentukan apakah situasi akan membesar atau mereda.

Selain tokoh masyarakat, ada juga pihak lain yang ikut mempengaruhi terjadinya eskalasi atau deskalasi kekerasan, pihak tersebut adalah media massa dan pengguna media sosial. Video, foto, atau pesan yang beredar di media sosial sering kali ditampilkan secara emosional tanpa memberikan konteks yang lengkap. Konten-konten ini dapat membuat orang semakin mempercayai bahwa kelompoknya sedang terancam. Jika tidak disikapi dengan bijak, media sosial dapat mempercepat penyebaran kemarahan dan memperbesar kasus kekerasan tersebut. Karena itu, selain penting bagi *Securitizing actor* untuk berhati-hati dalam menerima, memaknai, dan menyebarkan informasi; penting juga untuk membantu *Referent object* memahami situasi secara lebih tenang, kritis, dan rasional agar tidak langsung terprovokasi.

2.Komunikasi Efektif

2.1 Kerangka Dasar Komunikasi Efektif

Sesi 1
Alur dan Alat Penyampaian Komunikasi

Tujuan sesi:

- Peserta memahami kerangka dasar dan tantangan-tantangan yang ada dalam komunikasi.
- Peserta memahami alat penyampaian komunikasi secara efektif.

Alat yang dibutuhkan:

- Metaplan
- Plano
- Alat Tulis
- Selotip
- Gambar “Alat Penyampaian Pesan”
- Lembar Baca “Alur Komunikasi”

Waktu:

- 80 menit

Langkah-langkah:

- Buka sesi dengan memberikan pengantar tentang maksud, tujuan, dan waktu yang dibutuhkan. **(3')**

Cerita Singkat - Pengalaman Pertama Pergi ke Malaysia

Bagian Pertama

Sewaktu libur sekolah, Linda pergi ke Kuala Lumpur bersama keluarganya. Linda dan keluarga mengunjungi tempat wisata yang berada di tengah kota Kuala Lumpur. Ketika Linda ingin membeli tiket masuk di kaunter, pegawai tiketnya menyadari bahwa Linda berasal dari Indonesia. Mengetahui hal itu, pegawai tiketnya bertanya kepada Linda, "*Bila* kamu sampai Malaysia?" Mendengar hal tersebut, Linda bingung dan tidak tahu menjawab apa.

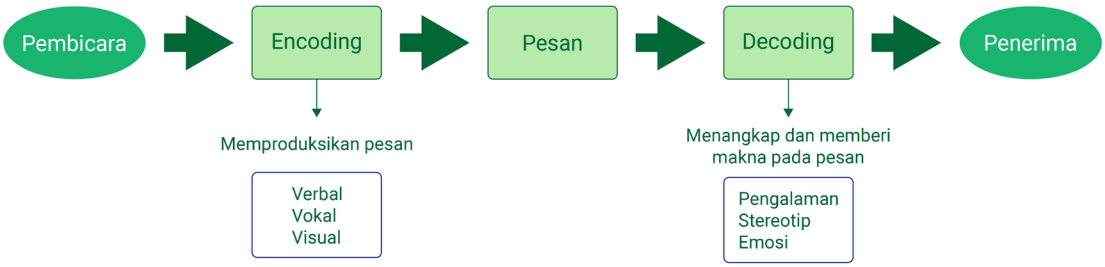
Bagian Kedua

Linda diam dan tidak merespons pertanyaan pegawai tiket. Sampai akhirnya, Linda menceritakan hal tersebut ke kakak laki-lakinya yang sudah pernah menetap di Malaysia. Kakak laki-lakinya pun memberitahu Linda bahwa *"bila"* berarti "kapan" dalam Bahasa Melayu.

- Mulai bahasan materi *"Alur Komunikasi"*. **(25')**
  - Bacakan cerita singkat "Pengalaman Pertama Pergi ke Malaysia" bagian pertama. Tanyakan kepada peserta jika mereka adalah Linda dalam situasi tersebut, bagaimana mereka menjawab pertanyaan tersebut.
  - Lanjutkan cerita singkat bagian kedua.
  - Undang beberapa peserta untuk berbagi pengalaman serupa mengenai kesalahpahaman dalam berkomunikasi di kelompok besar.
  - Gali alasan-alasan yang membuat kesalahpahaman tersebut terjadi.
- Berikan dan jelaskan lembar baca "Alur Komunikasi" kepada peserta. Jika dibutuhkan, berikan juga waktu untuk tanya-jawab. **(10')**

- Akhiri bahasan materi “Alur Komunikasi” dengan membacakan poin-poin penting dalam materi ini, antara lain: **(5’)**
  - Pengirim pesan perlu menyadari bahwa suatu pesan dapat dipahami secara berbeda oleh penerima.
  - Dalam proses komunikasi, makna tidak hanya ditentukan oleh maksud pengirim, tetapi juga oleh penafsiran penerima pesan.
- Mulai bahasan materi “Alat Penyampaian” dengan permainan “Ooo” . **(15’)**
  - Bagi peserta ke dalam kelompok kecil (beranggotakan 3-5 orang).
  - Tuliskan kata “Ooo” di kertas plano.
  - Minta peserta menggunakan kata “Ooo” untuk menyatakan 3 makna yang berbeda dalam berkomunikasi.
  - Minta perwakilan kelompok untuk mempraktikkan 3 makna “Ooo” dan mengundang peserta lain untuk menebak maknanya.
  - Konfirmasi kembali jawaban kelompok lain kepada perwakilan kelompok yang mempraktikkannya.
- Tanyakan kepada peserta pelajaran apa yang bisa diambil dari sesi permainan ini. Co-fasilitator mencatat poin-poin penting dari peserta. **(10’)**
- Tampilkan 3 gambar dan minta peserta untuk mencocokkan gambar tersebut dengan berapa persen pesan yang bisa diterima. **(5’)**
- Tutup bahasan materi “Alat Penyampaian” dengan menyampaikan poin-poin penting antara lain: **(7’)**
  - Komunikasi terdiri dari tiga unsur penyampaian pesan, yaitu: intonasi, kata, dan bahasa tubuh.
  - Gunakan ketiga unsur tersebut secara selaras supaya pesan diterima dengan benar.
  - Penggunaan unsur penyampaian pesan yang tidak tepat dapat berpotensi menimbulkan kesalahpahaman.

LEMBAR BACA
Alur Komunikasi



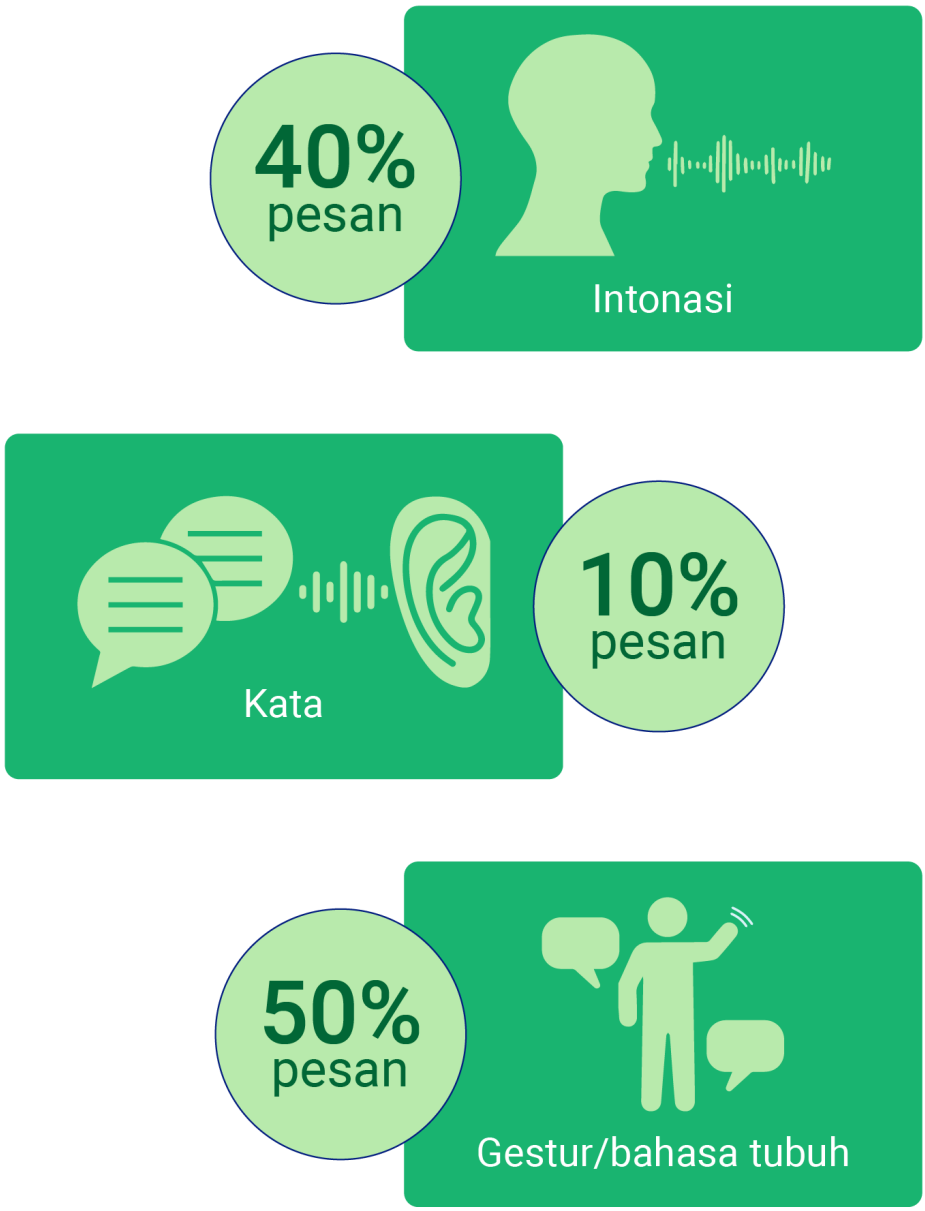
Model Alur Komunikasi Shannon-Weaver (1950) mengkonseptualisasikan komunikasi sebagai suatu proses yang melibatkan pembicara, *encoding,* pesan, *decoding,* dan penerima. Model ini mendukung Model Komunikasi Interaksional Schramm (1997) yang menggambarkan komunikasi sebagai sebuah proses di mana partisipan komunikasi saling bertukar posisi sebagai pengirim pesan dan penerima pesan dan membentuk makna bersama dengan mengirim dan menerima umpan balik. Berikut adalah rincian komponen dari model ini:

1. **Pembicara:** Individu, kelompok, atau pihak yang menyampaikan pesan.
2. **Encoding:** Proses memproduksi pesan yang menerjemahkan pikiran dan ide menjadi bahasa atau kode yang bisa dipahami oleh pembicara dan penerima. Proses ini melibatkan aspek verbal, vokal, dan visual.
3. **Pesan:** Informasi yang diteruskan dari pembicara ke penerima. Penyampaian pesan ini bisa terhambat jika ada kebisingan.
4. **Decoding:** Proses mendengar, memaknai dan mengubah pesan menjadi gambar mental yang mudah dipahami. (pemaknaan terhadap pesan)
5. **Penerima**: Individu, kelompok, atau pihak yang menerima pesan.

Dengan memahami komponen-komponen ini, para pihak yang terlibat dalam komunikasi mengurangi risiko kesalahpahaman dengan:

- Menggunakan kata-kata yang umum saat menyampaikan pesan.
- Mengurangi dampak kebisingan.
- Memberikan kesempatan kepada penerima untuk merespons pesan.
- Memilih saluran komunikasi yang sesuai untuk konteks komunikasi tertentu.

GAMBAR
Alat Penyampaian Pesan



Sesi 2
Pendengar Aktif

Tujuan sesi:

- Peserta dapat memahami bagaimana menjadi pendengar aktif.
- Peserta dapat mengetahui syarat-syarat menjadi pendengar aktif.
- Peserta dapat membedakan ciri-ciri pendengar aktif dan pendengar buruk.

Alat yang dibutuhkan:

- Metaplan
- Plano
- Alat Tulis
- Selotip
- Lembar Baca “Active Listening”

Waktu:

- 60 menit

Langkah-langkah memfasilitasi:

- Buka sesi dengan memberikan pengantar tentang maksud, tujuan, dan waktu yang dibutuhkan. **(3')**
- Mulai permainan tentang "Pendengar Aktif". **(30')**

  Simulasi 1

  - Bagi peserta ke dalam 2 kelompok: kelompok A dan kelompok B.
  - Arahkan kelompok A untuk tetap berada di ruangan dan instruksikan mereka untuk menjadi pendengar yang baik.
  - Arahkan kelompok B ke luar ruangan dan beritahu mereka untuk mempersiapkan cerita mengenai pengalaman terbaik di dalam hidup.
  - Pertemukan peserta kembali di dalam ruangan secara berpasang-pasangan ketika peserta sudah siap. Kelompok A menjadi pendengar, sedangkan kelompok B menjadi pencerita.
  - Hentikan permainan ketika peserta sedang bercerita.

  Simulasi 2

  - Mulai sesi permainan berikutnya dengan mengarahkan kelompok A ke luar ruangan.
  - Beritahu kelompok A untuk mempersiapkan cerita mengenai pengalaman terbaik di dalam hidup.
  - Masuk ke ruangan kembali dan instruksikan kelompok B untuk menjadi pendengar yang buruk.
  - Pertemukan peserta kembali di dalam ruangan secara berpasang-pasangan ketika peserta sudah siap. Kelompok B menjadi pendengar, sedangkan kelompok A menjadi pencerita.
  - Hentikan permainan ketika peserta sedang bercerita.

- Tanyakan kepada peserta tentang kesan mereka mengikuti permainan: **(12')**
  - Tanyakan kepada kelompok B bagaimana perasaan mereka ketika bercerita kepada kelompok A dan bagaimana respons kelompok A ketika kelompok B bercerita.
  - Tanyakan kepada kelompok A bagaimana perasaan mereka ketika

bercerita kepada kelompok B dan bagaimana respons kelompok B ketika kelompok A bercerita.

- Catat poin-poin yang disampaikan oleh peserta.

- Ajukan pertanyaan kepada peserta apa ciri-ciri pendengar yang baik (bahasa tubuh, mimik wajah, respons verbal). **(10')**
- Bagikan lembar baca *"Active Listening"* dan menjelaskan unsur-unsur mendengar aktif berdasarkan poin-poin yang telah disampaikan oleh peserta. **(5')**
- Tutup sesi dengan menyampaikan:
  - Komunikasi yang baik tidak hanya tentang menyampaikan pesan, tetapi juga tentang kemampuan untuk mendengarkan dengan baik.

LEMBAR BACA

Active Listening[1]

Active listening merupakan kualitas yang sangat dihargai oleh orang lain, terutama seorang pemimpin. Upaya yang dapat dilakukan seorang pemimpin untuk mendapatkan dukungan maksimal adalah menjadi pendengar yang baik. Ketika mempraktikkan skill ini, maka seorang pemimpin akan membuat lawan bicara merasa benar-benar didengar dan dihargai.

Berikut merupakan skill *active listening* yang dapat diimplementasikan sesuai dengan teori komunikasi:

1. Menerima (*Receiving*)

   Menangkap pesan verbal & non-verbal (kata, gestur, nada, ekspresi, dll) secara menyeluruh. Fokus bukan pada menyiapkan jawaban, tetapi pada menangkap makna. Cara implementasi: Fokus penuh pada pembicara, tidak bermain ponsel, tidak menyela.

2. Memahami (*Understanding*)

   Menafsirkan arti pesan sesuai konteks dan tidak langsung menarik kesimpulan. Cara implementasi: duduk menghadap pembicara, mengangguk, wajah menunjukkan kepedulian.

3. Mengingat (*Remembering*)

   Menyimpan informasi penting untuk diri sendiri maupun yang nanti ingin ditanggapi secara relevan.

4. Menilai (*Evaluating*)

   Pendengar diharapkan menilai informasi secara objektif tanpa menghakimi pembicara atau bereaksi secara emosional. Fokus utama adalah memahami isi pesan, termasuk fakta dan alur logika yang disampaikan.

5. Merespons (Responding)

   Memberikan tanggapan yang relevan, menunjukkan bahwa ia mendengar, memahami, dan peduli supaya memiliki kesan empatik dan mendukung. Cara implementasi: Berikan saran **hanya apabila diminta**.

---

1 Beatty, J. (1999). Good listening. *Educational Theory*, *49*(3), 281.

2.2 Persuasi

Sesi 1
Pengalaman Persuasi

Tujuan sesi:

- Peserta dapat menggali pengalaman persuasi yang pernah dilakukan.
- Peserta dapat memahami dan mengetahui pengertian persuasi.
- Peserta dapat menemukan faktor-faktor yang mempengaruhi persuasi.

Alat yang dibutuhkan:

- Metaplan
- Plano
- Pulpen
- Spidol
- Lembar Baca “Persuasi”

Waktu:

- 45 menit

Langkah-langkah:

- Buka sesi dengan meminta 1-2 peserta untuk secara sukarela menceritakan pengalaman menarik, misalnya; "Ketika meyakinkan pacar atau pasangan mau menjadi istri atau suami, apa alasan yang menjadikan pasangan pada akhirnya menerima atau tidak menerima Anda?" **(5')**
- Jelaskan hubungan "cerita melamar" dengan materi 'Persuasi' yang akan dilakukan. Sampaikan tujuan dari sesi, alur sesi, dan waktu yang dibutuhkan. **(3')**
- Minta peserta untuk menuliskan di metaplan satu pengalaman nyata paling berkesan ketika mereka berhasil memengaruhi orang lain untuk mengikuti atau menyetujui suatu hal yang mereka inginkan. **(10')**
- Minta peserta berpasangan dan saling menceritakan pengalaman terbaiknya beserta menyebutkan masing-masing 2 faktor yang menyebabkan orang lain mengikuti dan setuju dengan apa yang kita inginkan. **(10')**
- Tanyakan kepada seluruh peserta, *"apa alasan yang menyebabkan orang lain setuju dan mau melakukan apa yang diinginkan?"* dan minta peserta untuk menulis jawabannya di metaplan. **(5')**
- Tanyakan pada seluruh peserta, *"apakah seluruh peserta pernah punya pengalaman melakukan **persuasi?**"* Jelaskan pada seluruh peserta bahwa: **(2')**
    - Tindakan yang dilakukan peserta untuk mempengaruhi orang lain sehingga mengikuti dan setuju dengan apa yang kita inginkan, itulah yang disebut "PERSUASI".
- Bagikan lembar baca *"Persuasi"* kepada peserta dan beri waktu kepada mereka untuk membacanya. **(5')**
- Tutup sesi merangkai pengertian Persuasi bersama-sama peserta. **(5')**

LEMBAR BACA
Persuasi

- Kemampuan menyampaikan informasi secara efektif untuk mencapai tujuan bersama dan meningkatkan kinerja merupakan salah satu kompetensi yang perlu dimiliki seorang pemimpin.
- Komunikasi Persuasif merupakan bentuk komunikasi yang mendukung kompetensi kepemimpinan tersebut.
- Persuasi adalah proses memengaruhi dan mengajak seseorang agar bersedia melakukan tindakan yang diharapkan.

Sesi 2
Faktor-faktor Penting Persuasi

Tujuan sesi:

- Peserta dapat mempunyai pengetahuan dan pemahaman tentang faktor-faktor penting dalam melakukan persuasi.
- Peserta dapat mengubah paradigma penggunaan faktor-faktor persuasi yang lebih baik.

Alat yang dibutuhkan:

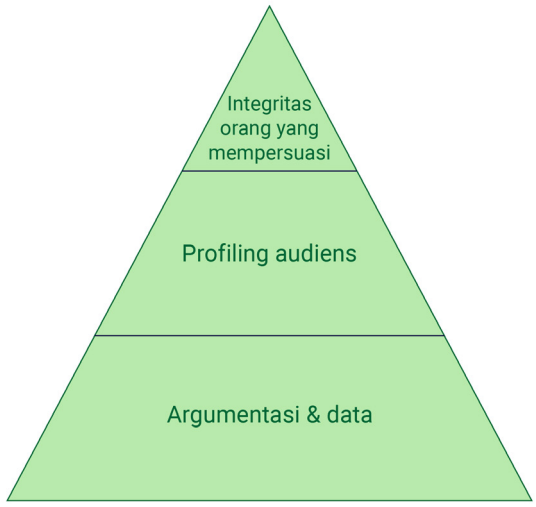
- Metaplan
- Plano
- Pulpen
- Spidol
- Lembar Kerja “Klasifikasi Faktor-Faktor Penting dalam Komunikasi Persuasif”
- Lembar Baca “Faktor-Faktor Penting Persuasi”

Waktu:

- 55 menit

Langkah-langkah:

- Buka sesi dengan menjelaskan tujuan, proses dan waktu yang dibutuhkan. **(3')**
- Minta peserta untuk melihat daftar faktor-faktor yang sudah dikumpulkan pada sesi sebelumnya. **(5')**
- Bagi peserta ke dalam kelompok kecil yang terdiri dari 5 orang. Minta setiap kelompok mendiskusikan dan mengklasifikasikan daftar faktor yang tersedia ke dalam dua kategori utama menggunakan lembar kerja *"Klasifikasi Faktor-Faktor Penting dalam Komunikasi Persuasif".* **(10')**
  - Faktor internal (pengaruh dari dalam diri yang melakukan persuasi)
  - Faktor eksternal (pengaruh dari luar diri yang melakukan persuasi)
- Minta perwakilan kelompok untuk mempresentasikan hasil kerja kelompok. **(20')**
- Bagikan lembar bacaan "Faktor-faktor Penting Persuasi" dan berikan waktu pada peserta untuk membaca dan tanya-jawab. **(5')**
- Tampilkan dan jelaskan gambar kerangka penggunaan faktor-faktor persuasi pada umumnya, yaitu: **(10')**



- Tutup sesi dengan mengingatkan peserta untuk menerapkan faktor-faktor penting dalam proses persuasi.

LEMBAR KERJA

Klasifikasi Faktor-Faktor Penting dalam Komunikasi Persuasif

No	Faktor Internal	Faktor Eksternal
1		
2		
3		
4		
5		
6		

LEMBAR BACA
Faktor-Faktor Penting Persuasi

Setidaknya terdapat tiga faktor penting yang memengaruhi keberhasilan persuasi, yaitu kredibilitas *(ethos)*, aspek emosional *(pathos)*, dan logika *(logos)*. Seorang pemimpin yang dihormati membangun **ethos** melalui integritas, kompetensi, dan konsistensi dalam tindakan. Kredibilitas ini tercermin ketika pemimpin menepati janji, bersikap transparan, serta memberikan teladan perilaku yang baik. Sebagai contoh, pemimpin yang datang tepat waktu, menyelesaikan pekerjaan sesuai standar, dan berani mengakui kesalahan akan dipandang lebih kredibel sehingga lebih mudah memperoleh rasa hormat dari orang lain. Implikasinya, semakin kuat ethos seorang pemimpin, semakin tinggi tingkat kepercayaan yang diberikan oleh tim, yang pada akhirnya mempermudah koordinasi tanpa perlu mengandalkan otoritas secara berlebihan.

Selain kredibilitas, pemimpin perlu membangun **pathos**, yaitu kemampuan menyentuh emosi, berempati, dan membangun hubungan emosional dengan orang yang dipimpinnya. Contoh: *pathos* tercermin ketika pemimpin menunjukkan empati, mendengarkan secara aktif, dan memahami motivasi serta kekhawatiran anggota tim. Aspek emosional ini menumbuhkan rasa aman dan loyalitas. Implikasinya, anggota tim cenderung lebih bersedia mengikuti arahan karena mereka merasa dihargai sebagai manusia, bukan sekadar pekerja.

Terakhir, seorang pemimpin efektif menguatkan kredibilitas dan empati melalui **logos**, yaitu penggunaan logika dan penalaran yang jelas dalam setiap keputusan. *Logos* tercermin ketika pemimpin menyampaikan data, analisis, dan argumen yang terstruktur saat menjelaskan sebuah strategi sehingga tim memahami *alasan* di balik pengambilan suatu keputusan. Misalnya, ketika pemimpin dapat menjelaskan bahwa rencana perubahan alur kerja didasarkan pada data produktivitas yang menurun, dan perubahan yang dilakukan merupakan solusi yang terbukti efektif. Tim akan lebih mudah menerima perubahan karena keputusan tersebut dipandaing rasional dan dapat dipertanggungjawabkan.

Ketika ethos, pathos, dan logos bersinergi, seorang pemimpin mampu membangun rasa hormat yang lahir dari kepercayaan, koneksi emosional, dan kejelasan berpikir.

Sesi 3
Menemukan Modal Kredibilitas Diri

Tujuan sesi:

- Peserta dapat mengidentifikasi modal kredibilitas yang dimiliki untuk persuasi.
- Peserta dapat menentukan kredibilitas utama yang akan dipakai untuk persuasi.

Alat yang dibutuhkan:

- Metaplan
- Plano
- Pulpen
- Spidol
- Cuplikan video

Waktu:

- 65 menit

Langkah-langkah:

- Buka sesi dengan menjelaskan tujuan sesi, proses dan waktu yang dibutuhkan. **(3')**
- Minta peserta untuk berpasangan dan memutuskan kualitas terbaik dari pasangannya.
- Dalam hitungan tertentu, instruksikan semua peserta menyebutkan secara bersamaan, dengan suara keras, kualitas terbaik dari pasangannya. *(Opsi lain: meminta salah satu dari pasangan memperagakan sebuah gerakan (pantomim) yang menggambarkan jawabannya dan meminta pasangannya dan peserta lain untuk menebak.)* **(10')**
- Putar video yang menggambarkan faktor kredibilitas persuasi. **(2')**
  - Video pertama – Kasus Korupsi Seorang Tokoh

Catatan untuk Fasilitator:

Cuplikan video yang diputar dapat diakses melalui link berikut :
https://drive.google.com/file/d/16g8ba_qXNBrBVZvBph50mcQY3HHcZ0Qp/view?usp=sharing

Setelah menonton video, tanyakan pada peserta, "apakah tokoh yang dalam video tersebut bisa melakukan persuasi pada orang lain agar selalu jujur, tidak korupsi? Apa alasannya?" **(5')**

- Video kedua – Lelaki Idaman. (Video menunjukkan seseorang pria yang dulu dinobatkan sebagai suami idaman yang setia dengan istri, namun ketahuan berselingkuh).

Catatan untuk Fasilitator:

Cuplikan video yang diputar dapat diakses melalui link berikut:
https://drive.google.com/file/d/1JZQ8iXioO0Xx2hlKffaDpj999KJWo6A7/view?usp=sharing

Setelah menonton video, tanyakan pada peserta, *"Apakah tokoh yang dalam video tersebut bisa melakukan persuasi pada orang lain agar selalu setia pada pasangan? Apa alasannya?"* **(2')**

Dari sesi menonton video ini, ingatkan kepada peserta tentang faktor-faktor penting dalam persuasi dan salah satunya "kredibilitas."

- Bagi kertas metaplan kepada peserta dan minta mereka untuk kembali pada pasangan sebelumnya dan instruksikan setiap peserta untuk menuliskan: **(10')**
  - Integritas yang dimiliki diri sendiri
  - Integritas pasangannya
- Minta setiap pasangan untuk mendiskusikan apa kredibilitas yang dimiliki. **(8')**
- Minta beberapa perwakilan pasangan untuk menyampaikan kredibilitas yang dimiliki pasangannya di pleno dan meminta masukan seluruh peserta apakah kredibilitas tersebut sudah sesuai atau ada kredibilitas lain yang bisa ditambahkan. **(15')**
- Dorong semua peserta untuk menemukan dan menentukkan kredibilitas terbaik mereka yang bisa dipakai dalam persuasi. **(5')**
- Setelah semua peserta menemukan faktor kredibilitas yang dimiliki untuk persuasi, tutup sesi dengan menyampaikan bahwa: **(5')**
  - Kredibilitas merupakan unsur penting dalam persuasi.
  - Penting untuk menemukan dan memelihara kredibilitas yang dimiliki guna mendukung kesuksesan proses persuasi.

Sesi 4
Praktik Persuasi

Tujuan sesi:

- Peserta dapat merancang strategi persuasi sesuai dengan faktor-faktor persuasi.
- Peserta mendapatkan pengalaman mempraktikkan skill/kemampuan persuasi.

Alat yang dibutuhkan:

- Metaplan
- Plano
- Pulpen
- Spidol

Waktu:

- 45 menit

Langkah-langkah:

- Buka sesi dengan menjelaskan tujuan sesi, proses dan waktu yang dibutuhkan. **(3')**
- Bagi peserta ke dalam kelompok yang berisikan 5 orang. **(2')**
- Minta kelompok untuk menyepakati salah satu peserta yang akan dijadikan contoh dalam pembuatan strategi persuasi *"mewujudkan kohesi sosial yang kuat di Kota Bima"* dengan menulis jawaban di sebuah metaplan dari beberapa pertanyaan berikut: **(15')**
  - *Apa kredibilitas yang dimiliki?*
  - *Siapa target audiens persuasi & demografi target audiens tersebut?*
  - *Argumentasi, informasi, data, media/channel yang dipakai untuk persuasi?*
- Minta setiap kelompok untuk mempresentasikan strategi persuasi dan peserta lain untuk memberikan tanggapan. **(20')**
- Tutup sesi dengan mengajak peserta mempersiapkan strategi sadar sebelum sebelum melakukan persuasi. **(5')**

2.3 Komunikasi Publik

\

Sesi 1
Komunikasi Publik dan Non-Publik

Tujuan sesi:

- Peserta dapat memahami apa yang dimaksud dengan komunikasi publik.
- Peserta mampu membedakan komunikasi publik dan bukan komunikasi publik
- Peserta dapat memahami posisinya sebagai panutan di Kota Bima.

Alat yang dibutuhkan:

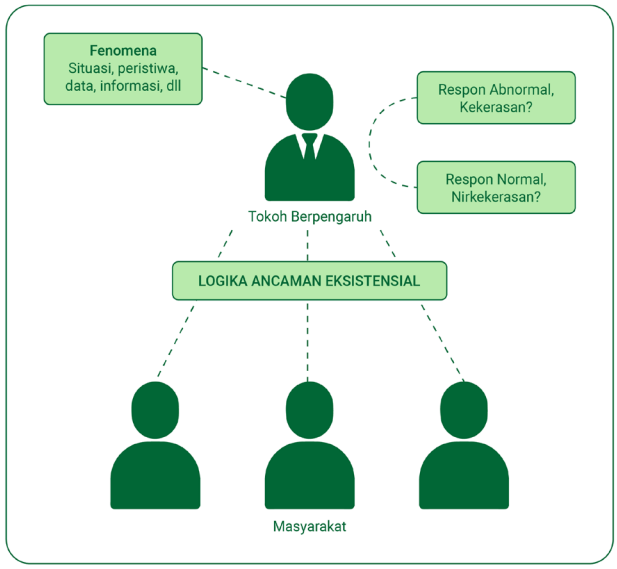
- Metaplan
- Plano
- Pulpen
- Spidol

Waktu:

- 75 menit

Langkah-langkah:

- Buka sesi dengan menjelaskan tujuan, proses dan waktu yang dibutuhkan. **(3')**
- Tanya kepada peserta, *"Apa yang Anda pahami terkait komunikasi publik?"*
- Lakukan diskusi singkat untuk mendapatkan gambaran umum pemahaman mengenai komunikasi publik dari peserta. Catat poin-poin penting yang muncul, dan berikan penekanan bahwa komunikasi publik merupakan komunikasi yang ditujukan kepada khalayak umum. **(10')**
- Tunjukkan gambar hubungan pemimpin dan pengikut (proses sekuritisasi) untuk mengingatkan peserta tentang posisi peserta sebagai panutan *role model.* Kaitkan gambar dengan materi yang akan dibahas yaitu komunikasi publik. **(5')**



- Ajukan pertanyaan berikut dan minta peserta untuk menuliskan jawabannya dalam metaplan: **(5')**
  - *Apakah setiap komunikasi yang dilakukan role model itu komunikasi publik?*
- Bagi peserta ke dalam dua kelompok berdasarkan jawaban mereka pada pertanyaan pertama, yaitu kelompok yang menjawab "ya" dan kelompok yang menjawab "tidak".

- Lanjutkan sesi dengan mengajukan pertanyaan lanjutan, yaitu: **(15')**
  - *Apa ukuran/batasan sebuah komunikasi menjadi publik atau bukan publik?*
  - *Siapa yang menentukan komunikasi itu publik atau bukan publik?*
  - *Apakah komunikasi lewat media sosial dianggap komunikasi publik?*
- Minta kelompok untuk mendiskusikan jawaban mereka. **(15')**
- Instruksikan setiap kelompok untuk mempresentasikan jawaban mereka. **(10')**
- Gali jawaban dari tiap kelompok lalu minta tanggapan dari kelompok lainnya. Catat poin-poin penting dalam diskusi tersebut. **(5')**
- Tutup sesi dengan menyampaikan poin-poin penting sebagai berikut: **(7')**
  - Komunikasi publik merupakan proses penyampaian pesan dari seorang individu kepada publik atau khalayak luas, baik secara langsung maupun tidak langsung.
  - Karena posisi Anda adalah seorang pemimpin/*role model*, maka ada kecenderungan bahwa komunikasi yang Anda lakukan akan dipersepsikan sebagai komunikasi publik.
  - Komunikasi yang awalnya bersifat nonpublik dari seorang pemimpin atau role model juga berpotensi menjadi konsumsi publik, terutama ketika tersebar melalui media sosial.
  - Perkembangan teknologi komunikasi membuat batas antara komunikasi publik dan non-publik semakin sulit dibedakan, sehingga keduanya kerap menjadi kabur.

Sesi 2
Bentuk Komunikasi Publik di Kota Bima

Tujuan sesi:

- Peserta dapat mengidentifikasi pengalaman serta melakukan analisis praktik komunikasi publik di Kota Bima.
- Peserta memahami bentuk komunikasi publik yang ada di Kota Bima.
- Peserta mampu menerapkan kerangka persuasi dalam praktik komunikasi publik yang ada di Kota Bima.
- Peserta memahami tantangan dalam melakukan komunikasi publik, baik secara langsung maupun tidak langsung.

Alat yang dibutuhkan:

- Metaplan
- Plano
- Pulpen
- Spidol
- Lembar Baca “Bentuk Komunikasi Publik”

Waktu:

- 55 menit

Langkah-langkah:

- Buka sesi dengan menjelaskan tujuan, proses, dan waktu yang dibutuhkan. **(3')**
- Minta peserta untuk menuliskan jawaban mereka dalam metaplan untuk menjawab pertanyaan pemantik berikut: **(10')**
  - *Bentuk komunikasi publik seperti apa yang pernah Anda lakukan?*
  - *Bagaimana menerapkan kerangka persuasi dalam praktik komunikasi publik di Kota Bima?*
- Bagi peserta ke dalam kelompok yang berisikan 5 orang. Minta masing-masing anggota kelompok untuk membagikan jawabannya. **(15')**
- Setelah masing-masing peserta sudah membagikan jawabannya di kelompok, minta 2-3 peserta untuk mempresentasikan jawabannya di pleno. **(10')**
- Bagikan lembar baca *"Bentuk Komunikasi Publik"* kepada peserta. Beri waktu kepada peserta untuk membaca lembar tersebut. **(5')**
- Sampaikan poin-poin penting berikut kepada peserta: **(5')**
  - Komunikasi publik tidak hanya terjadi melalui tatap muka, tetapi juga melalui media massa.
  - Sebagai pemimpin, penting untuk mempertimbangkan cara berkomunikasi di media massa karena pesan yang disampaikan dapat menjangkau khalayak yang lebih luas dan mudah disebarluaskan.
- Buka diskusi dengan seluruh peserta dengan mengajukan pertanyaan berikut: **(5')**
  - *Apa saja tantangan dalam melakukan komunikasi publik, baik secara langsung maupun tidak langsung?*
  - *Apa dampak yang muncul jika tantangan tersebut tidak teratasi dengan baik?*
- Catat poin-poin penting yang disampaikan oleh peserta. Tutup sesi dengan merangkum poin-poin yang disampaikan oleh peserta. **(2')**

LEMBAR BACA

Bentuk Komunikasi Publik

Komunikasi publik secara langsung adalah penyampaian pesan dari pemimpin kepada publik tanpa perantara media digital. Bentuknya meliputi: **pidato, pertemuan tatap muka, dialog publik, *town hall meeting, briefing* tim, dan diskusi kelompok.**

Tujuan komunikasi ini antara lain membangun kehadiran karismatik, menciptakan hubungan emosional, serta menumbuhkan kepercayaan.

Komunikasi publik secara tidak langsung terjadi ketika pemimpin menyampaikan pesan melalui media perantara, seperti: ***media sosial, surat resmi, press release, email publik, video, podcast, dan media massa (TV, radio, koran).*** Bentuk komunikasi ini berfungsi untuk menjangkau audiens yang lebih luas, serta membantu mengelola opini publik ketika pertemuan tatap muka tidak memungkinkan.

Sesi 3
Reaksi dan Respons dalam Komunikasi Publik

Tujuan sesi:

- Peserta mampu membedakan reaksi dan respons.
- Peserta dapat menerapkan reaksi dan respons yang efektif melalui komunikasi publik yang tepat.

Alat yang dibutuhkan:

- Metaplan
- Plano
- Pulpen
- Spidol
- Laptop
- Proyektor
- Video
- Lembar Baca “Reaksi dan Respons”

Waktu:

- 35 menit

Langkah-langkah:

- Buka sesi dengan menjelaskan tujuan, proses dan waktu yang dibutuhkan. **(3')**
- Putar satu video yang menunjukkan seorang tokoh menyampaikan pendapat. **(2')**
- Minta peserta untuk menyimak video yang diputar, kemudian ajukan pertanyaan berikut untuk membuka diskusi: **(10')**
  - *Apakah komunikasi yang dilakukan pemimpin/role model sudah tepat?*
  - *Apakah komunikasi itu didasarkan atas reaksi atau respons?*
  - *Seperti apa yang sebaiknya komunikasi dilakukan oleh tokoh yang ada di video?*
- Bagikan lembar baca *"Reaksi & Respons"* kepada peserta dan beri waktu peserta untuk membaca. **(5')**
- Buka kesempatan diskusi pada peserta untuk memeberikan komentar, tanggapan atau respon, serta pertanyaan tentang lembar baca tersebut. Catat poin-poin penting selama diskusi sebagai bahan untuk dijadikan kesimpulan pembelajaran sebagai penutup sesi. **(15')**

LEMBAR BACA
Reaksi dan Respon

Dalam menghadapi suatu isu, seseorang memiliki pilihan untuk bereaksi atau merespons. Reaksi biasanya muncul secara **spontan dan didorong oleh emosi sesaat,** seperti marah, takut, atau tersinggung. Reaksi sering terjadi tanpa pertimbangan yang panjang, tanpa memeriksa kebenaran informasi, serta tanpa mempertimbangkan dampaknya. Akibatnya, reaksi yang muncul berpotensi memperkeruh suasana, menimbulkan kesalahpahaman, dan memperbesar masalah yang sebenarnya dapat diselesaikan dengan baik.

Sebaliknya, respons adalah tindakan yang dilakukan secara **sadar dan terkontrol.** Saat merespons, seseorang berusaha memahami situasi terlebih dahulu, mencari informasi yang lebih lengkap, serta mempertimbangkan berbagai sudut pandang. Respons bukan berarti lambat atau tidak tegas, tetapi bertindak dengan tenang, bijak, dan penuh pertimbangan. Pendekatan ini lebih membantu menjaga situasi tetap kondusif, terutama dalam menghadapi isu yang sensitif.

Bagi seorang pemimpin, perbedaan antara reaksi dan respons sangat penting karena ucapan dan sikapnya mempengaruhi banyak orang. Jika pemimpin bereaksi secara emosional, masyarakat dapat ikut terbawa emosi. Sebaliknya, ketika pemimpin merespons dengan tenang dan adil, ia memberi contoh tentang cara menyikapi masalah secara dewasa. Sikap ini dapat mencegah munculnya konflik yang lebih besar.

Respons yang bijak membantu menjaga kepercayaan masyarakat. Pemimpin yang terbiasa berbicara berdasarkan pertimbangan dan fakta akan lebih dihormati dan dipercaya. Oleh karenanya, dalam menghadapi isu apa pun – terutama yang berpotensi menimbulkan ketegangan – figur panutan sebaiknya memilih untuk merespons, bukan sekadar bereaksi.

Sesi 4
Rambu-rambu Komunikasi Publik Role Model di Kota Bima

Tujuan sesi:

- Peserta mampu membuat rambu-rambu panduan sederhana seperti anjuran dan larangan yang dapat menjadi panduan dalam melakukan komunikasi publik di Kota Bima
- Peserta menyepakati anjuran dan larangan dalam berkomunikasi publik di Kota Bima.

Alat yang dibutuhkan:

- Metaplan
- Plano
- Pulpen
- Spidol

Waktu:

- 45 menit

Langkah-langkah:

- Buka sesi dengan menjelaskan tujuan, proses dan dan waktu yang dibutuhkan. **(3')**
- Bagi peserta ke dalam kelompok kecil (5-7 orang). **(2')**
- Minta kepada kelompok untuk membuat daftar apa yang boleh dan yang tidak boleh dilakukan oleh pemimpin/*role model* di Kota Bima dalam praktik komunikasi publik. **(15')**
- Minta masing-masing kelompok untuk mempresentasikan hasil kerja kelompok. **(10')**
- Lakukan diskusi bersama peserta dengan menyepakati 5 poin anjuran dan larangan yang perlu dipedomani oleh *role model* dalam melakukan komunikasi publik di Kota Bima. **(10')**
- Tutup sesi dengan meminta salah satu peserta untuk membacakan kesepakatan tersebut. **(5')**

3.Negosiasi

Sesi 1
Negosiasi vs Mediasi

Tujuan sesi:

- Peserta mampu membedakan penyelesaian masalah negosiasi dan mediasi.
- Peserta mampu mengidentifikasi penyelesaian negosiasi yang ada di masyarakat.

Alat yang dibutuhkan:

- Plano
- Metaplan
- Alat tulis
- Lembar bacaan “Negosiasi dan Mediasi”

Waktu:

- 60 menit

Langkah-langkah:

- Buka sesi dengan memberikan pengantar tentang maksud, tujuan, dan waktu yang dibutuhkan. **(5')**
- Minta 2-3 peserta untuk secara sukarela berbagi pengalaman negosiasi dan mediasi yang pernah dilakukan sebelumnya. **(10')**
- Tanyakan kepada peserta lain, "berdasarkan pengalaman yang telah diceritakan, apakah proses penyelesaian masalah tersebut dianggap sebagai negosiasi atau mediasi?" **(5')**
- Bagi peserta ke dalam kelompok kecil berisikan 4-5 orang untuk menjawab pertanyaan berikut: **(10')**
  - Apa ciri-ciri negosiasi?
  - Apa ciri-ciri mediasi?
- Minta setiap kelompok untuk mempresentasikan hasil diskusi kelompok di pleno. **(20')**
- Bagikan lembar bacaan "Negosiasi dan Mediasi" dan beri waktu pada peserta untuk membacanya. **(5')**
- Tanyakan kepada peserta, "pengalaman diceritakan di awal sesi, apakah termasuk negosiasi atau mediasi berdasarkan lembar bacaan yang sudah dibaca?"
- Buka ruang diskusi bersama peserta. **(5')**
- Tutup sesi dengan menyampaikan poin penting yang diperoleh dari sesi, yaitu:
  - Perbedaan utama negosiasi dan mediasi adalah ada tidaknya pihak ketiga sebagai penengah yang netral dalam penyelesaian masalah.

LEMBAR BACAAN

Negosiasi dan Mediasi

Negosiasi : Cara penyelesaian masalah yang dilakukan oleh para pihak secara langsung, tanpa melibatkan pihak ketiga atau (penengah).

Mediasi : Cara penyelesaian masalah yang dilakukan oleh para pihak dengan melibatkan pihak ketiga sebagai penengah yang netral.

Para pihak yang berselisih atau bersengketa minimal dua pihak, namun di beberapa perselisihan juga bisa terjadi antara lebih dari dua pihak.

Mediasi, lebih dianjurkan ketika:

- Para pihak ada itikad baik untuk mendiskusikan kepentingan mereka secara terbuka dan setuju untuk bekerja bersama mencari solusi yang saling menguntungkan.
- Tidak semua pihak merasa percaya diri dengan kemampuan negosiasi mereka. (Contoh: ada perbedaan otoritas dan kekuasaan).
- Para pihak setuju menunjuk pihak ke 3 lain yang netral, ahli, dan bisa menjamin proses penyelesaian masalah dengan adil.

Negosiasi, lebih dianjurkan ketika:

- Para pihak ada itikad baik untuk mendiskusikan kepentingan mereka secara terbuka dan setuju untuk bekerja sama mencari solusi yang saling menguntungkan.
- Semua pihak percaya diri dengan kemampuan negosiasi yang dimilikinya.

Sesi 2
Tawar Menawar, Negosiasi dan Pendekatan Negosiasi

Tujuan sesi:

- Peserta mendapatkan paparan mengenai berbagai pendekatan dalam negosiasi.
- Peserta dapat menggunakan pendekatan negosiasi secara tepat dan menerapkannya dalam praktik sehari-hari.

Alat yang dibutuhkan:

- Metaplan
- Plano
- Alat Tulis
- Selotip
- Lembar Cerita “Berbagi Buah Durian”
- Lembar Baca “Negosiasi dan Tawar Menawar”
- Lembar Baca “Pendekatan Negosiasi”

Waktu:

- 80 menit

Langkah-langkah:

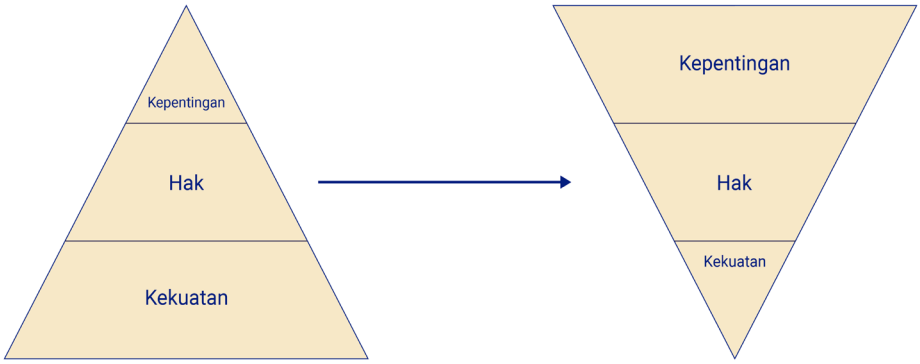
- Buka sesi dengan memberikan pengantar tentang maksud, tujuan, dan waktu yang dibutuhkan. **(3')**
- Tanyakan kepada seluruh peserta, *"apakah dalam satu bulan terakhir Anda memiliki pengalaman bernegosiasi baik di keluarga, masyarakat, sekolah, maupun tempat kerja?"* **(10')**
  - Minta peserta untuk membagikan pengalamannya.
  - Akhiri sesi berbagi pengalaman dengan menegaskan kepada peserta bahwa bernegosiasi adalah bagian dari kehidupan sehari-hari.
- Lanjutkan sesi dengan permainan "Berbagi Buah Durian" dengan langkah sebagai berikut:
  - Buat garis menggunakan tali atau alat lain yang difungsikan untuk membedakan dua kutub.
  - Instruksikan peserta untuk berdiri di atas garis secara berjajar dari kiri ke kanan. **(1')**
  - Minta peserta mengurutkan umur dari yang paling tua (kiri) hingga yang paling muda (kanan). **(1')**
  - Pastikan urutan sudah benar dengan menanyakan umur peserta satu per satu dari kiri ke kanan. Lakukan perbaikan jika ditemukan kesalahan. **(4')**
  - Pasangkan peserta mulai dari yang paling kiri dengan yang paling kanan. Lanjutkan proses tersebut hingga semua peserta berpasang-pasangan. **(1')**
  - Minta pasangan peserta untuk berhadap-hadapan.
  - Bacakan cerita "Berbagi Buah Durian." kepada peserta. **(2')**
  - Minta peserta memulai *role-play* "Berbagi Buah Durian". **(10')**
  - Tanyakan kepada beberapa pasangan peserta mengenai hasil kesepakatan mereka dan catat hal-hal penting yang didapat dari peserta. **(10')**
- Tanyakan kepada peserta apakah yang mereka lakukan merupakan negosiasi atau tawar-menawar. **(5')**
- Berikan dan jelaskan lembar baca *"Negosiasi dan Tawar Menawar"* kepada peserta. **(5')**
- Lakukan refleksi dengan menanyakan kembali kepada peserta apakah

proses yang dilakukan sebelumnya merupakan negosiasi atau tawar-menawar. **(2')**

- Akhiri permainan "Berbagi Buah Durian" dengan menyampaikan poin penting kepada peserta bahwa: **(3')**
  - Tawar-menawar biasanya menghasilkan kesepakatan terbatas, sementara negosiasi memungkinkan pembahasan yang lebih luas sehingga hasilnya lebih beragam dan berkelanjutan

---

- Lanjutkan sesi dengan memberikan lembar baca "Pendekatan Negosiasi" dan jelaskan bahwa: **(3')**
  - Pendekatan negosiasi yang baik diilustrasikan dalam gambar di bawah, yang mana kepentingan menjadi aspek yang paling utama dan penggunaan kekuatan sepatutnya diperkecil.



- Buka sesi tanya-jawab dengan peserta. **(10')**
- Minta beberapa peserta untuk menjawab pertanyaan berikut secara verbal: **(5')**
  - Apa pendekatan yang digunakan saat bermain "Berbagi Buah Durian"?
  - Apa hasil akhir negosiasi yang menggunakan kekuatan, hak, dan kepentingan?
- Tutup sesi dengan menyampaikan poin-poin penting sesi ini, di antaranya: **(5')**
  - Negosiasi berbeda dengan tawar-menawar.
  - Negosiasi akan berjalan lebih baik jika didasari dengan pendekatan kepentingan.
  - Negosiator yang hebat bisa dilihat dari kemampuannya bertindak luwes dan berpikir kreatif.

Berbagi Buah Durian

Andi dan Budi merupakan tetangga yang sudah bersahabat sejak kecil. mereka juga memiliki satu kesamaan: sama-sama sangat menyukai durian. Bagi keduanya, durian merupakan makanan yang wajib mereka makan setiap musim panennya.

Namun dalam 5 tahun terakhir, Lombok mengalami gagal panen durian. Akibatnya, tidak ada satu pun orang yang menjual durian sehingga membuatnya menjadi buah yang langka. Sejak saat itu, Andi dan Budi tidak pernah lagi merasakan durian kesukaan mereka.

Suatu hari, Andi dan Budi sedang berjalan di taman kota. Ketika sedang asyik mengobrol, tiba-tiba mereka melihat seorang penjual buah yang menjual durian. Keduanya segera menghampiri penjual tersebut. Namun sayangnya, durian yang tersedia hanya satu buah.

Apabila kalian adalah Andi atau Budi, apa yang akan kalian lakukan dengan buah durian tersebut?

LEMBAR BACA
Negosiasi dan Tawar Menawar

Tawar-Menawar

Dalam Bahasa Inggris, tawar-menawar sering disebut dengan bargain. Tawar-menawar terjadi ketika para pihak fokus mengenai **satu aspek tertentu,** misalnya harga barang. Ketika melakukan tawar menawar, cara pandang yang digunakan sering kali bersifat terbatas, seolah-olah barang yang diperebutkan adalah sesuatu yang langka dan tidak bisa dibagi. Akibatnya, interaksi yang terjadi cenderung kompetitif, dengan masing-masing pihak berusaha memperoleh keuntungan lebih besar daripada pihak lainnya.

Tawar-menawar sering disertai perdebatan, saling menyalahkan, atau upaya untuk "menang" atas pihak lain. Proses seperti ini dapat berakhir tanpa kesepakatan karena kedua belah pihak tidak bersedia mengalah[2]. Bahkan ketika kesepakatan tercapai, hasilnya sering kali bersifat *menang–kalah:* satu pihak diuntungkan, sementara pihak lain merasa dirugikan. Selain itu, hubungan jangka panjang kerap terabaikan sehingga peluang kerja sama di masa depan menjadi lebih kecil.

Negosiasi

Berbeda dengan tawar-menawar, negosiasi mencakup lebih dari satu aspek yang dapat dibicarakan dan disepakati bersama. Para pihak tidak semata-mata memandang situasi sebagai sesuatu yang terbatas, tetapi berupaya mencari berbagai kemungkinan yang dapat memberikan manfaat bersama. Misalnya, selain membahas harga, para pihak juga dapat mendiskusikan garansi, biaya pengiriman, atau peluang kerja sama jangka panjang.

Dalam negosiasi, para pihak tidak hanya berfokus pada kemenangan sepihak, melainkan pada proses komunikasi untuk menemukan solusi yang saling menguntungkan[3]. Pada satu aspek, satu pihak mungkin mengalah, tetapi pada aspek lain ia memperoleh keuntungan. Secara keseluruhan, kedua belah pihak dapat merasakan manfaat dari kesepakatan yang dicapai *(menang-menang).* Proses ini juga membantu menjaga bahkan memperkuat hubungan karena komunikasi berlangsung secara lebih terbuka.

---

2 Smoliar, L. (2013). *Stop Bargaining and Start Negotiating, A good Negotiator knows How to Get the Bergain off his or her Script. Inc*. https://www.inc.com/laura-smoliar/the-difference-between-bargaining-and-negotiating.html
3 Steinel, W., & Harinck, F. (2020). Negotiation and bargaining. In *Oxford Research Encyclopedia of Psychology.*

LEMBAR BACA
Pendekatan Negosiasi

Pendekatan *power*/kekuatan

Proses negosiasi ini didasarkan pada kekuatan yang dimiliki satu pihak. Pihak yang merasa lebih kuat akan menggunakan kekuatannya untuk menekan pihak lain agar menyetujui keinginannya.[4] Contohnya, ketika seseorang berkata: *"Saya lebih tua dari kamu."* atau *"Saya lebih dulu di sini daripada kamu"*

Walaupun dalam kasus tertentu pendekatan ini menghasilkan sebuah kesepakatan, umumnya, pihak yang kalah tidak sepenuhnya rela menerima karena merasa tidak diperlakukan secara adil dalam pengambilan kesepakatan yang ada. Hasil akhirnya biasanya bersifat **menang–kalah,** di mana satu pihak merasa unggul dan pihak lain merasa dirugikan. Implikasinya, kondisi ini sering kali melibatkan penggunaan kekuatan balasan dari pihak yang merasa dirugikan

Pendekatan Hak

Proses negosiasi dengan pendekatan hak terjadi ketika salah satu pihak mengklaim lebih memiliki hak daripada yang lain.[5] Klaim hak tersebut biasanya bersumber dari aturan, kebijakan, hukum, keputusan otoritas, perintah, atau izin resmi. Contoh kasusnya: *"saya yang berhak berjualan di sini karena saya mempunyai surat izin dari Bupati."*

Pendekatan ini sering disertai tindakan saling mengklaim hak masing-masing. Kesepakatan dapat tercapai apabila para pihak mengakui dasar hak yang sama, seperti hukum. Ketika para pihak saling mengklaim hak dengan dasar hukum yang berbeda, proses negosiasi menjadi sulit untuk mencapai kesepakatan. Akhirnya, Seperti pendekatan kekuatan, hasilnya sering kali juga bersifat menang–kalah

Pendekatan Kepentingan

Pendekatan kepentingan lebih menempatkan para pihak pada posisi yang setara dan saling membutuhkan.[6] Upaya negosiasi ini lebih pada bagaimana menemukan dan memenuhi kepentingan masing-masing pihak. Hal inilah yang memacu kreativitas dalam mencapai kesepakatan yang lebih menguntungkan para pihak.

4 Fisher, R., Ury, W. L., & Patton, B. (2011). Getting to yes*: Negotiating agreement without giving in.* Penguin.
5 Lytle, A. L., Brett, J. M., & Shapiro, D. L. (1999). The strategic use of interests, rights, and power to resolve disputes. *Negotiation Journal,* 15(1), 31-51.
6 Ury, W. (1993). Getting past no: Negotiating your way from confrontation to cooperation.

Kesepakatan yang dihasilkan bisa lebih besar dari kepentingan para pihak, atau lebih besar manfaatnya bagi para pihak. Kepentingan para pihak pun tidak harus sama. Bahkan ketika kepentingan berbeda, keduanya tetap dapat dipenuhi secara bersamaan.

Dalam pendekatan ini, ketika satu pihak merasa diuntungkan, pihak lain tidak harus dirugikan. Justru yang diupayakan adalah hasil menang-menang, di mana kedua belah pihak merasa puas dengan kesepakatan yang dicapai. Selain itu, hubungan antarpihak cenderung menjadi lebih baik dan membuka peluang kerja sama di masa depan.

Sesi 3
Membedakan Posisi-Kepentingan dan Alat Bayar

Tujuan sesi:

- Peserta dapat membedakan antara posisi dan kepentingan dalam bernegosiasi.
- Peserta dapat mempraktikkan konsep posisi dan kepentingan dalam bernegosiasi.
- Peserta dapat membedakan antara uang dan alat bayar (currency).
- Peserta dapat secara kreatif menemukan berbagai macam alat bayar.

Alat yang dibutuhkan:

- Metaplan
- Plano
- Alat Tulis
- Lembar Cerita “Jagung Mentega A”
- Lembar Cerita “Jagung Mentega B”
- Kaus

Waktu:

- 115 menit

Langkah-langkah:

- Buka sesi dengan memberikan pengantar tentang maksud, tujuan, dan waktu yang dibutuhkan. **(5')**
- Mulai permainan peran negosiasi "Jagung Mentega". **(30')**
  - Bagi peserta ke dalam dua kelompok, A dan B. Pisahkan kelompok A dan kelompok B kemudian berikan lembar cerita "Jagung Mentega" sesuai dengan kelompoknya.
  - Setelah itu, minta peserta untuk mencari pasangannya dari kelompok yang berbeda.
  - Minta peserta untuk memulai negosiasi dengan pasangannya.
  - Ajukan pertanyaan berikut kepada peserta:
    - *Siapa saja yang berhasil membuat kesepakatan?*
    - *Siapa saja yang tidak sampai membuat kesepakatan?*
  - Minta beberapa perwakilan pasangan untuk membacakan hasil kesepakatan mereka dan menceritakan keberhasilan dan hambatan yang mereka hadapi.
  - Ajukan pertanyaan berikut kepada perwakilan yang presentasi:
    - *Apakah Anda menemukan kepentingan dan menggunakannya dalam praktik negosiasi tersebut?*
- Akhiri permainan peran negosiasi "Jagung Mentega" dengan menjelaskan tentang menemukan kepentingan dalam negosiasi. **(10')**
- Jelaskan diagram tentang posisi dan kepentingan. **(5')**

- Posisi adalah apa yang diinginkan, solusi yang diminta/harapkan.
  Contoh: Saya mau jagung 300 kg seharga Rp 5.000/kg.
- Kepentingan adalah sesuatu di balik posisi. (misalnya: kebutuhan, ketakutan).
  Contoh: Saya butuh kulit jagung untuk obat penyakit gagal jantung.
- Salah satu cara untuk menemukan kepentingan adalah menanyakan posisi beberapa kali.

  Contoh:

  » *"Kenapa saya mau jagung mentega 300 kg seharga Rp 5.000/kg?"*
  "Karena disuruh atasan saya."

  » *"Kenapa atasan saya menyuruh saya untuk mendapatkan jagung mentega 200 kg dengan harga Rp 5.000/kg?"*
  "Karena perusahaan ingin memproduksi obat penyakit gagal jantung."

  .....

  Dan seterusnya, sampai menemukan kepentingannya.

- Buka kesempatan tanya jawab kepada peserta. **(10')**
- Tutup sesi "Membedakan Posisi dan Kepentingan" dengan menjelaskan poin-poin berikut: **(10')**
  - Antara posisi dan kepentingan dalam negosiasi, sebaiknya fokus pada kepentingan.
  - Jika hanya fokus kepada posisi, hasil akhirnya adalah menang atau kalah.
  - Jika digali kepentingan masing-masing pihak, maka ada kemungkinan kesepakatan bisa dicapai.

- Bagi peserta secara berpasang-pasangan.
- Mulai permainan "Kaus Spesial" dengan panduan berikut: **(5')**
  - Bayangkan permainan ini terjadi di kehidupan sehari-hari.
  - Dua orang membeli satu kaus bersama sama dengan harga 100 ribu. Setiap orang berkontribusi 50 ribu. Kaus hanya boleh dimiliki oleh satu orang.
  - Aturan:
    - Kaus tidak bisa dibagi.

- Kaus tidak bisa diberikan secara sukarela ke pihak lain.
- Kaus tidak boleh dipakai secara bergantian.
- Kesepakatan harus bisa dicapai dalam pelatihan.

- Pertanyaan pengarah: "Jika kaus diambil oleh pihak lain, apa yang Anda ingin dapatkan dari pihak lain? Jika Anda mengambil kaus, apa yang ingin Anda berikan kepada pihak lain? (Apa yang diberikan adalah hal yang Anda miliki dalam kehidupan nyata.)"
- Bagikan kertas plano kepada masing-masing pasangan.
- Instruksikan peserta untuk memulai proses negosiasi. **(5')**
- Setelah peserta bernegosiasi, arahkan peserta untuk: **(5')**
  - Menuliskan kesepakatan dalam kertas plano jika tercapai kesepakatan.
  - Menjelaskan kenapa tidak ada kesepakatan, jika tidak tercapai.

Catatan untuk Fasilitator:

Contoh kesepakatan - A mendapatkan kaus, sedangkan B diberi sayuran selama satu minggu.

- Minta perwakilan peserta untuk membacakan hasil kesepakatan. **(10')**
- Berikan waktu kepada peserta untuk bertanya atau meminta klarifikasi. **(5')**
- Tutup sesi "Alat Bayar" dengan menyampaikan poin-poin berikut: **(15')**
  - Alat bayar sangat beragam, tidak terbatas hanya pada uang.
  - Apabila ingin menjadi negosiator yang handal, maka harus bisa menggunakan berbagai macam alat bayar secara strategis.Dalam negosiasi, ada berbagai aspek yang dirundingkan.
  - Semakin banyak ruang atau aspek yang dirundingkan dan semakin banyak alat bayar yang Anda punya, maka semakin kuat posisi Anda dalam negosiasi.
  - Negosiator yang handal bisa menemukan alat bayar yang kurang bernilai baginya, tapi berharga bagi pihak lain.

Jagung Mentega A

Anda bekerja di perusahaan obat terkenal yang memproduksi obat penyakit kanker dari sari pati jagung mentega. Saat ini sedang, terjadi permintaan yang tinggi untuk obat penyakit kanker tersebut. Oleh sebab itu, Anda ditugaskan oleh perusahaan untuk mencari pasokan jagung mentega.

Anda ditugaskan dan diserahkan tanggung jawab untuk mendapatkan jagung mentega minimal 100 kg, dengan harga maksimal Rp 5.000 per kilo. Jika Anda bisa mendapatkan jagung mentega lebih dari 100 kg dengan harga yang lebih murah, Anda akan mendapatkan bonus dan kenaikan gaji.

Namun ternyata hanya ada satu pemasok jagung mentega dengan jumlah berat 300 kg. Pemasok hanya akan menjual pada pembeli dengan harga tawaran tertinggi. Sebagai informasi, harga jagung mentega tahun lalu adalah Rp 4.500. Dan informasi ini diketahui secara umum oleh perusahaan obat lainnya.

Perusahaan Anda adalah perusahaan obat terbesar dengan modal yang sangat besar, karenanya selama ini selalu mendapatkan jagung mentega dari pemasok.

Sebelum Anda bertemu dengan pemasok, untuk memastikan jumlah dan harga jagung mentega, Anda ditugaskan oleh atasan untuk bernegosiasi dengan wakil dari perusahaan obat lain yang juga ingin membeli jagung mentega.

Jagung Mentega B

Anda bekerja di perusahaan obat besar yang memproduksi obat penyakit gagal jantung dari kulit jagung mentega. Saat ini sedang terjadi permintaan yang tinggi untuk obat gagal jantung tersebut. Oleh sebab itu, Anda ditugaskan oleh perusahaan untuk mencari pasokan jagung mentega.

Anda ditugaskan oleh perusahaan Anda untuk mendapatkan minimal 200 kg jagung mentega dengan harga maksimal Rp 5.000 per kilo. Sebagai informasi, harga jagung mentega tahun lalu adalah Rp 4.500. Jika Anda bisa mendapatkan harga lebih murah dan jumlah berat yang lebih banyak, maka perusahaan sudah menjanjikan bonus dan kenaikan gaji bulanan di perusahaan Anda.

Sudah menjadi pengetahuan semua perusahaan obat bahwa hanya ada satu pemasok yang memiliki pasokan jumlah jagung mentega sebesar 300 kg. Pemasok hanya akan menjual pada mereka yang berani membayar mahal.

Sebelum Anda bertemu dengan pemasok, untuk memastikan jumlah dan harga jagung mentega, Anda ditugaskan oleh perusahaan untuk bernegosiasi dengan wakil dari perusahaan obat lain yang juga ingin membeli jagung mentega.

Sesi 4
Memisahkan Permasalahan dari Individu yang Terlibat

Tujuan sesi:

- Peserta mampu membedakan antara permasalahan dari individu yang terlibat.
- Peserta mampu memahami pentingnya memisahkan permasalahan dari individu dalam proses negosiasi.

Alat yang dibutuhkan:

- Plano
- Metaplan
- Alat tulis
- Lembar bacaan “Memisahkan Masalah dari Individu”

Waktu:

- 90 menit

Langkah-langkah:

- Buka sesi dengan memberikan pengantar tentang maksud, tujuan, dan waktu yang dibutuhkan. **(5')**
- Tanyakan kepada peserta, "menurut Anda, negosiasi mana yang lebih sulit? Negosiasi perceraian, negosiasi jual-beli tanah, atau negosiasi jual-beli tanah dengan mantan suami/istri?" **(10')**
    - Minta peserta untuk mengangkat tangannya sesuai dengan jawabannya. Bagi peserta sesuai dengan jawaban yang dipilih.
- Minta peserta untuk menulis jawabannya dalam metaplan. **(5')**
- Bagi peserta ke dalam kelompok berisikan 4-5 orang.
- Minta peserta untuk membaca hasil kerjanya dalam kelompok. Lalu, instruksikan kelompok untuk menyepakati 5 alasan pilihan jawaban mereka (negosiasi perceraian/negosiasi jual-beli tanah/negosiasi jual-beli tanah dengan mantan suami/istri). **(10')**
- Minta perwakilan kelompok untuk mempresentasikan hasil diskusi di pleno. Berikan kesempatan bagi kelompok lain untuk memberikan tanggapannya. Selama diskusi, catat poin-poin penting yang disampaikan oleh peserta, khususnya yang menyangkut "masalah" dan "individu" (emosi). **(30')**
- Bagikan lembar bacaan "Memisahkan Masalah dari Individu" dan beri waktu kepada peserta untuk membacanya. **(5')**
- Buka ruang tanya jawab sekiranya masih ada peserta yang ingin bertanya, atau memberi tanggapan atas proses dan juga lembar bacaan. **(10')**
- Tutup sesi dengan menyampaikan poin-poin penting berikut: **(5')**
    - Dalam proses negosiasi, penting untuk memisahkan permasalahan dari individu yang terlibat.
    - Fokus utama dalam negosiasi adalah penyelesaian masalah, dengan tetap menjaga hubungan interpersonal atau silaturahmi antar pihak.
    - Mencampurkan permasalahan dengan aspek personal atau emosi dapat menghambat tercapainya hasil negosiasi yang optimal.
    - Memisahkan masalah dari aspek personal, hubungan, atau emosi tidak berarti mengabaikan dimensi kemanusiaan tersebut.

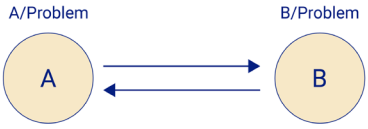
LEMBAR BACAAN

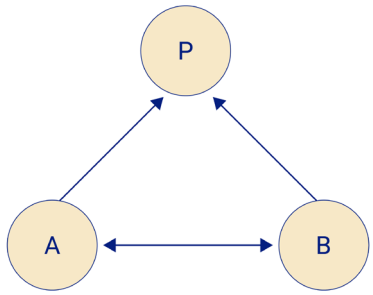
Memisahkan Masalah dari Individu

Sering kali dalam proses negosiasi, salah satu pihak justru menyerang kredibilitas, nama baik, atau bahkan mempermalukan pihak lain. Situasi ini umumnya dipicu oleh emosi yang tidak terkendali, seperti kemarahan, prasangka, atau keengganan untuk memahami sudut pandang lawan bicara. Akibatnya, salah satu pihak tidak lagi fokus pada substansi persoalan, melainkan melihat individu lain sebagai sumber masalah itu sendiri. Dengan kata lain, masalah dilekatkan pada pribadi seseorang sehingga muncul anggapan bahwa "individu adalah masala" dan "masalah adalah individu".

Apabila kondisi ini terjadi, proses yang berlangsung bukan lagi negosiasi yang konstruktif untuk menyelesaikan masalah, melainkan berubah menjadi perdebatan, pertengkaran, dan saling menyalahkan. Interaksi yang didominasi emosi dan serangan personal tersebut justru menjauhkan para pihak dari tujuan utama negosiasi, yaitu mencapai kesepakatan yang saling menguntungkan.

Dalam konteks ini, ahli negosiasi seperti Roger Fisher dan William Ury dari Harvard University menekankan pentingnya prinsip *separate the problem from the person* atau memisahkan "masalah" dari "individu".[7] Prinsip ini menjadi salah satu dasar dalam pendekatan negosiasi yang efektif. Seorang negosiator yang baik akan berupaya menjaga fokus pada inti permasalahan tanpa menyerang individu yang terlibat. Hal ini dapat digambarkan sebagai berikut:[8]





A dan B adalah pihak dalam negoasiasi.

1. Pada gambar di sebelah kiri, A dan B saling menyerang karena A adalah masalah, dan B adalah masalah. Akibatnya hubungan A dan B tidak baik, dan masalah tidak selesai.

7. Fisher, R., Ury, W., & Patton, B. (1981). Getting to Yes–Negotiating Agreement Without. *Giving In,* 11.
8. Ury, W. (1993). *Getting past no: Negotiating in difficult situations.* Bantam.

2. Pada gambar di sebelah kanan, masalah (P - problem) dikeluarkan dari A dan B dan menjadi fokus bersama untuk dicari solusinya. A dan B tidak saling menyerang, tapi A dan B sama-sama fokus menyerang P sebagai masalah yang akan diselesaikan. Hubungan atau silaturahmi A dan B baik, dan masalah bisa diselesaikan.

Masalah merupakan inti persoalan atau kepentingan yang digali dan diselesaikan dalam proses negosiasi. Oleh karena itu, dalam negosiasi berlaku prinsip: tegas terhadap masalah, namun tetap menghargai dan bersikap baik terhadap individu yang terlibat. Permasalahan seharusnya menjadi fokus utama yang dihadapi bersama oleh para pihak untuk dicarikan solusi, bukan menjadi alasan untuk menyerang individu.

Ketika seseorang memandang bahwa masalah melekat pada individu, maka yang terjadi adalah kecenderungan untuk menyerang individu tersebut. Hal ini karena individu dianggap sebagai sumber masalah, sehingga fokus bergeser dari penyelesaian persoalan menjadi serangan personal.

Sebaliknya, ketika masalah dipisahkan dari individu yang terlibat, beberapa hal positif dapat terjadi yaitu:

1. Permasalahan bersama yang perlu diselesaikan menjadi lebih jelas.
2. Relasi, hubungan, atau silaturahmi antar pihak tetap terjaga.
3. Komunikasi antar pihak menjadi lebih efektif dan konstruktif.
4. Para pihak dapat lebih fokus pada tujuan utama, yaitu menyelesaikan masalah.

Bagaimana caranya? [9]

1. Mulai dengan mengidentifikasi masalah.
2. Definisikan permasalahan secara jelas.
3. Pahami bawa emosi atau perasaan dapat membuat negosiasi menjadi lebih kompleks.

Bagaimana kalau kita sangat emosional ketika sedang bernegosiasi dan susah untuk memisahkan masalah dari individu?

- Mengambil jeda atau istirahat sejenak guna menenangkan diri.
- Mengingat kembali bahwa negosiasi bertujuan menyelesaikan masalah.

9 Ury, W. (2007). *The power of a positive no: How to say no and still get to yes.* Bantam.

Sesi 5
Kemampuan Bertanya

Tujuan sesi:

- Peserta bisa mengenal berbagai macam jenis pertanyaan.
- Peserta bisa menggunakan pertanyaan yang dapat menggali kepentingan seseorang.

Alat yang dibutuhkan:

- Pleno
- Metaplan
- Alat tulis
- Lembar bacaan “Jenis Bertanya”
- Lembar kerja “Membuat Pertanyaan”
- Lembar cerita kasus A “Warung Remang-Remang di Desa Sinar Jaya”
- Lembar cerita kasus B “Warung Remang-Remang di Desa Sinar Jaya”

Waktu:

- 100 menit

Langkah-langkah:

- Buka sesi dengan menjelaskan tujuan, proses, dan waktu yang dibutuhkan. **(5')**
- Instruksikan peserta untuk berdiri bukan menggunakan kalimat perintah, melainkan menggunakan kalimat seperti: **(2')**
  - Bapak dan Ibu, apakah bisa berdiri?
  - Bapak dan Ibu, apakah bisa bertukar tempat?
- Setelah peserta berdiri dan berpindah tempat, tanyakan pada peserta mengapa mereka berdiri atau bertukar tempat? Beri kesempatan pada beberapa orang untuk menjawab dan memberikan alasan. **(5')**
- Selanjutnya, sampaikan kepada peserta: **(2')**
  - **Itulah kekuatan pertanyaan.** Terkadang memerintah orang tidak harus dengan kalimat perintah, bisa juga dilakukan dengan pertanyaan. Pertanyaan bisa mendorong orang lain untuk mengikuti apa yang kita mau.
- Bagi peserta dalam kelompok kecil untuk mendiskusikan beberapa pertanyaan: **(10')**
  - Berdasarkan pengalaman bernegosiasi selama ini,
    - Sebutkan apa saja jenis-jenis pertanyaan?
    - Jenis pertanyaan apa yang paling efektif digunakan untuk menggali kepentingan dalam proses negosiasi?
- Persilahkan setiap kelompok untuk mempresentasikan hasil diskusinya di pleno. Minta tanggapan dari semua kelompok atas presentasi tersebut. Catat poin-poin penting dari hasil proses ini. **(20')**
- Bagikan lembar bacaan "Jenis Pertanyaan" pada peserta dan beri waktu peserta untuk membaca. **(5')**
- Minta peserta untuk berpasangan (2 orang), dengan satu orang berperan sebagai pihak A dan satu orang lainnya sebagai pihak B. A berperan sebagai pemilik warung, sedangkan B berperan sebagai tokoh agama.
  - Bagikan lembar cerita kasus "Warung Remang-Remang di Desa Sinar Jaya" dan beri waktu kepada peserta untuk membacanya. **(5')**

- Bagikan lembar kerja “Latihan Membuat Pertanyaan” dan minta setiap peserta untuk menuliskan 5 pertanyaan pada lembar kerja tersebut. **(10’)**
- Instruksikan peserta untuk duduk saling berhadapan dengan pasangannya.
- Minta setiap pasangan untuk menyampaikan pertanyaannya. Pada akhir proses, akan ada negosiasi antara kedua belah pihak. **(15’)**
- Buka sesi berbagi pengalaman selama bermain peran. Minta beberapa peserta untuk membacakan pertanyaan yang mereka buat dan memberikan tanggapan role play yang sudah dilakukan. Catat poin-poin penting selama proses berbagi pengalaman. **(15’)**

- Tutup sesi dengan menyampaikan poin-poin penting, antara lain: **(5’)**
  - Kemampuan bertanya sangat penting dalam bernegosiasi. Seorang negosiator harus mempunyai keterampilan membuat pertanyaan.
  - Pertanyaan yang baik adalah pertanyaan yang dapat membantu mengidentifikasi fakta dan kepentingan para pihak.

LEMBAR BACAAN

Jenis Pertanyaan

1. Pertanyaan tertutup (closed question)

2. Pertanyaan mengarahkan (leading question)
Pertanyaan ini menginginkan jawaban yang diinginkan penanya. Pertanyaan ini kurang cocok dipakai untuk proses negosiasi karena terkadang orang yang ditanya cenderung memberikan respon yang defensif. Jenis pertanyaan ini bagus untuk anak-anak. Terkadang jenis pertanyaan ini diawali dengan penjelasan tentang dilema atau pertentangan.

Contoh:

- Tidakkah Anda pikir Anda seharusnya berada di tempat kejadian?
- Tidakkah itu benar apa yang Anda katakan?
- Memang Anda tidak suka berbicara dengan mereka kan?
- Tidakkah Anda punya permasalahan ini sebelumnya?

3. Pertanyaan mengapa (why question)
Jenis pertanyaan ini bisa dipakai dalam negosiasi karena bisa menggali kepentingan dan kebutuhan dari para pihak. Namun terkadang pertanyaan ini membuat perasaan seperti "pemeriksaan ulang" *(cross examination).* Terkadang pertanyaan seperti ini menyebabkan response yang defensif, khususnya ketika pertanyaan ini ditanyakan secara berulang.

Contoh:

- Mengapa Anda merasa demikian?
- Mengapa Anda bertanya seperti itu?
- Kenapa tidak?
- Mengapa Anda terlambat?

4. Pertanyaan terbuka (open-ended question)
Jenis pertanyaan ini membantu ketika Anda berusaha untuk mengklarifikasi kepentingan seseorang. Pertanyaan ini mendorong respon yang mendalam dan mendapat jawaban yang panjang lebih dari satu kata. Jenis pertanyaan ini sering diawali dengan "apa" atau "bagaimana".

Jenis pertanyaan ini bisa juga diawali dengan: "bisakah Anda jelaskan....." "bisakah Anda ceritakan lebih lanjut tentang ....."

Contoh:

- Bagaimana situasi ini berdampak pada Anda?
- Apa yang paling penting menurut Anda?
- Apa yang Anda rasakan atas perubahan ini?

Negosiator harus bisa membedakan pertanyaan terbuka untuk mengidentifikasi fakta dan pertanyaan yang mengidentifikasi kepentingan.

Contoh:

Mengidentifikasi fakta:	Apa isi dari surat tersebut?
Mengidentifikasi kepentingan:	Bagaimana pengaruhnya kepada Anda ketika menerima surat itu?
Mengidentifikasi fakta:	Apa yang dia katakan ketika Anda memintanya untuk memberikan informasi lebih?
Mengidentifikasi kepentingan:	Apa pengaruhnya bagi Anda ketika Anda merasa tidak mendapat informasi yang Anda butuhkan?

Dalam konteks kemampuan bertanya, terdapat juga teknik pertanyaan **mirroring.** Teknik ini merupakan bagian dari strategi komunikasi yang dapat menggali kepentingan dan menunjukkan bahwa negosiator mengikuti dan memahami apa yang disampaikan oleh lawan bicara sehingga dapat mendorong komunikasi yang efektif dan membangun kepercayaan dan relasi antar pembicara.

Contoh:

“Sebagai tokoh agama di Sinar Jaya, keberadaan warung remang-remang ini sangat mengganggu citra desa.”
“Citra desa?”
“Iya, desa ini dikenal luas sebagai desa religius.”
“Desa religius?”

LEMBAR STUDI KASUS A

Warung Remang-Remang di Desa Sinar Jaya

Di Desa Sinar Jaya, warung-warung yang beroperasi pada malam hari menjadi topik pembicaraan yang semakin sering muncul dalam pertemuan warga. Lampu berwarna-warni menerangi halaman kecil di depan bangunan sederhana itu, sementara musik dangdut dan lagu-lagu populer diputar dengan volume yang cukup keras hingga terdengar sampai ke beberapa rumah warga. Ada juga gosip yang beredar di masyarakat tentang warung-warung tersebut yang menjual minuman keras ilegal, tempat transaksi narkoba, hingga perempuan nakal. Sempat ditemukan beberapa botol bekas minuman keras, namun hal itu hanya terjadi di beberapa warung saja. Hal ini menimbulkan keresahan di masyarakat, sehingga mereka mendesak agar warung-warung tersebut ditutup. Namun, ada beberapa pihak yang tidak ingin warung-warungnya ditutup.

Bagi **pemilik warung,** tempat ini menjadi satu-satunya usaha yang ia miliki untuk menafkahi keluarga. Ia telah menjalankan usaha ini selama bertahun-tahun dan menggantungkan penghasilan harian dari penjualan makanan, minuman, dan jasa hiburan di warung tersebut. Jika warung ditutup, ia tidak tahu harus bekerja apalagi karena peluang kerja di desa sangat terbatas.

LEMBAR STUDI KASUS B

Warung Remang-Remang di Desa Sinar Jaya

Di Desa Sinar Jaya, warung-warung yang beroperasi pada malam hari menjadi topik pembicaraan yang semakin sering muncul dalam pertemuan warga. Lampu berwarna-warni menerangi halaman kecil di depan bangunan sederhana itu, sementara musik dangdut dan lagu-lagu populer diputar dengan volume yang cukup keras hingga terdengar sampai ke beberapa rumah warga. Ada juga gosip yang beredar di masyarakat tentang warung-warung tersebut yang menjual minuman keras ilegal, tempat transaksi narkoba, hingga perempuan nakal. Sempat ditemukan beberapa botol bekas minuman keras, namun hal itu hanya terjadi di beberapa warung saja. Hal ini menimbulkan keresahan di masyarakat, sehingga mereka mendesak agar warung-warung tersebut ditutup. Namun, ada beberapa pihak yang tidak ingin warung-warungnya ditutup.

Namun, seorang **tokoh agama** di desa Sinar Jaya merasa khawatir dengan imej desa Sinar Jaya yang dikenal sebagai desa religius. Menurutnya, keberadaan warung tersebut merusak nama baik desa dan patut diduga mengganggu perkembangan moral dan spiritual masyarakat, apalagi karena desa Sinar Jaya dikenal sebagai desa yang melahirkan banyak tokoh-tokoh agama. Selain itu, suara musik yang keras sering kali terdengar hingga larut malam mengganggu kegiatan ibadah di tempat ibadah.

LEMBAR KERJA

Membuat Pertanyaan

Pertanyaan mengidentifikasi fakta	Pertanyaan mengidentifikasi kepentingan

Sesi 6
Menyimpulkan dan Membuat Kerangka Ulang *(Summarizing and Reframing)*

Tujuan sesi:

- Peserta mampu membuat kesimpulan yang akurat.
- Peserta mampu membuat kerangka ulang yang positif.

Alat yang dibutuhkan:

- Plano
- Metaplan
- Alat tulis
- Lembar bacaan “Menyimpulkan dan Membuat Kerangka Ulang”
- Lembar tugas Reframing
- Video
- Laptop
- Proyektor

Waktu:

- 100 menit

Langkah-langkah:

- Buka sesi dengan memberikan pengantar tentang maksud, tujuan, dan waktu yang dibutuhkan. **(5')**
- Putar satu cuplikan video seseorang yang berbicara panjang tanpa kejelasan pesan yang ingin disampaikan. **(2')**

Catatan untuk Fasilitator:

Cuplikan video yang diputar dapat diakses melalui link berikut:
https://www.youtube.com/shorts/1w2ZbfHgM7w

- Tanyakan kepada peserta, "jika Anda bertemu dengan lawan negosiasi yang berbicara panjang lebar sehingga Anda sulit menangkap inti pembicaraannya, apa yang akan Anda lakukan?"
- Minta peserta untuk menuliskan jawabannya dalam satu metaplan. **(10')**
- Bagikan peserta ke dalam kelompok kecil berisikan 4-5 orang.
- Instruksikan kelompok untuk membacakan jawaban masing-masing secara bergantian di dalam kelompok kecil. Setelah itu, minta peserta di kelompok kecil untuk membuat kesepakatan jawaban kelompok. **(25'**)
- Minta masing-masing perwakilan kelompok untuk mempresentasikan jawaban kelompok di pleno dan minta tanggapan semua peserta. **(15'**)
- Sampaikan poin-poin penting dari jawaban kelompok, khususnya yang merujuk pada kapasitas menyimpulkan dan membuat kerangka ulang. **(3')**
- Berikan lembar bacaan "Menyimpulkan dan Membuat Kerangka Ulang" serta beri waktu pada para peserta untuk membaca. **(5')**
- Berikan ruang tanya jawab kepada peserta. **(10')**
- Bagikan lembar tugas *"Reframing"* kepada peserta dan minta mereka untuk mengerjakannya. **(10')**
- Minta peserta secara sukarela untuk menyampaikan hasil latihan dan meminta tanggapan dari peserta lain. **(5')**
- Tanyakan kepada peserta, "dari semua pernyataan *reframing* yang dibacakan, mana pernyataan yang paling efektif dan kurang efektif?" **(5')**

- Tutup sesi dengan menyampaikan poin-poin penting sebagai berikut: **(5')**
  - Membuat kesimpulan dan reframing adalah keahlian penting dalam proses negosiasi untuk mendorong komunikasi yang produktif dan menemukan "kepentingan" para pihak.
  - Membuat kesimpulan dan reframing dengan baik akan meningkatkan relasi hubungan para pihak yang bernegosiasi, dan meningkatkan kepercayaan para pihak.
  - Penggunaan kesimpulan dan reframing yang akurat harus dikonfirmasikan pada pihak lawan negosiasi, apakah kesimpulan dan reframing yang kita buat itu benar atau disetujui.
  - Tidak semua hal harus dibuat kesimpulan dan reframing jika apa yang disampaikan pihak lawan sudah jelas.

LEMBAR BACAAN

Merangkum dan Membuat Kerangka Ulang

1. Merangkum *(Summarizing)*

Dalam proses negosiasi, sering kali salah satu pihak menyampaikan hal-hal yang sulit dipahami, sehingga pihak lain kesulitan menangkap inti pesan yang disampaikan. Kondisi ini menjadi semakin menantang apabila pihak tersebut tidak ingin diinterupsi saat berbicara, sehingga pembicaraan menjadi panjang dan kurang terstruktur.

Untuk mendorong proses negosiasi agar berjalan secara produktif dan efektif, diperlukan kesamaan pemahaman di antara para pihak. Setiap pernyataan yang disampaikan perlu dipastikan dapat dipahami dan diterima dengan baik oleh pihak lainnya, sehingga tidak terjadi kesalahpahaman.

Dalam konteks ini, dibutuhkan kemampuan merangkum *(summarizing)* sebagai salah satu keterampilan penting dalam negosiasi. Merangkum berarti menghimpun dan menyusun kembali poin-poin utama yang mencakup kepentingan, pesan, perasaan, persepsi, dan nilai yang disampaikan oleh pihak lain.

Sebagai Contoh:

"Dari yang saya pahami, kepentingan Anda adalah mengurangi ketegangan dalam hubungan kerja, menyelesaikan jadwal mingguan, serta mengatasi permasalahan terkait kata sandi komputer."

Hal yang perlu diingat:

- Kesimpulan harus akurat dan netral.
- Kesimpulan perlu dikonfirmasi kembali, misalnya dengan menanyakan: "Apakah ini sudah tepat?" atau "Apakah pemahaman saya sudah benar?"

2. Membuat Kerangka Ulang *(Reframing)*

Dalam proses komunikasi selama negosiasi, sering kali para pihak belum berkomunikasi secara efektif. Terdapat penggunaan kata-kata yang sulit diterima oleh pihak lain karena sarat emosi (loaded language). Bahasa yang digunakan cenderung menghakimi, ekstrem, atau agresif, sehingga membuat komunikasi dalam negosiasi menjadi tidak kondusif dan bernuansa negatif. Dalam situasi seperti ini, seorang negosiator perlu memiliki kemampuan untuk melakukan reframing, yaitu mengubah atau menyusun kembali pernyataan yang sulit tersebut ke

dalam bahasa yang lebih positif, netral, dan dapat diterima oleh semua pihak. Reframing sebaiknya dilakukan dengan tetap menjaga akurasi terhadap maksud pembicara, sekaligus memastikan bahwa pesan yang disampaikan tidak menimbulkan bias atau kesalahpahaman bagi pihak yang mendengar.

Contoh:

A: Anda egois! Anda pikir hanya Anda yang sibuk dan penuh jadwal!

Reframe: :
Kedengarannya Anda ingin komitmen waktu Anda juga dihormati, apakah itu merupakan sesuatu yang penting untuk Anda?

Dalam prakteknya *summarizing* dan *reframing* dilakukan secara bersamaan, sehingga terkadang sulit dibedakan penggunaanya. *Summarizing* dilakukan lebih pada merangkum inti pesan, sedangkan *reframing* lebih pada "membahasakan kembali" pesan tersebut ke dalam bentuk yang lebih positif dan netral. Dengan demikian, reframing pada dasarnya mencakup summarizing, namun *summarizing* belum tentu merupakan *reframing*.

Berikut ini beberapa cara reframing:

Menerjemahkan kata yang susah diterima ke dalam kata yang lebih netral.

- "Amir memang malas dan seenaknya. Dia meninggalkan ruangan dalam kondisi kotor. Karena saya satu ruangan dengan dia, saya harus membereskan ruangan itu setiap hari."

Reframing yang kurang efektif:

- "Kedengaranya Anda mempunyai pengalaman yang susah tinggal satu ruangan dengan Amir, karena Anda pikir dia malas dan seenaknya. Apakah benar demikian?"

Reframing yang lebih efektif:

- "Kedengaranya Anda mempunyai pengalaman yang susah berbagi ruangan dengan Amir, karena dia mempunyai gaya yang berbeda dengan Anda dalam hal menata dan kebersihan ruangan, Apakah benar demikian?"

Fokus pada tingkah laku daripada menilai

"Amir itu pimpinan yang payah. Dia tidak bisa mengatakan sesuatu yang baik tentang kerja yang saya lakukan. Dia selalu mengkritik pekerjaan saya."

Reframing yang kurang efektif:

- "Jadi Anda merasa tidak dihargai dan berfikir Amir pimpinan yang tidak mempunyai keahlian. Apakah benar begitu?"

Reframing yang lebih efektif:

- Jadi Anda tidak mendapat masukan yang positif dari Amir, Anda merasa kurang dihargai. Apakah benar begitu?

Reframe atas pengalaman

"Tidak benar, Amir tidak pernah telpon saya ketika saya meninggalkan pesan."

Reframing yang kurang efektif:

- "Kedengarannya Anda merasa frustasi karena Anda meninggalkan pesan dan Amir tidak menelpon Anda balik Apakah benar begitu?"

Reframing yang lebih efektif:

- "Kedengarannya Anda merasa frustasi karena, sejauh yang Anda ingat, Amir belum menghubungi Anda kembali. Apakah benar begitu?"

LEMBAR TUGAS

Reframing

Di Desa Sinar Jaya, warung-warung yang beroperasi pada malam hari menjadi topik pembicaraan yang semakin sering muncul dalam pertemuan warga. Lampu berwarna-warni menerangi halaman kecil di depan bangunan sederhana itu, sementara musik dangdut dan lagu-lagu populer diputar dengan volume yang cukup keras hingga terdengar sampai ke beberapa rumah warga. Ada juga gosip yang beredar di masyarakat tentang warung-warung tersebut yang menjual minuman keras ilegal, tempat transaksi narkoba, hingga perempuan nakal. Sempat ditemukan beberapa botol bekas minuman keras, namun hal itu hanya terjadi di beberapa warung saja. Hal ini menimbulkan keresahan di masyarakat, sehingga mereka mendesak agar warung-warung tersebut ditutup. Namun, ada beberapa pihak yang tidak ingin warung-warungnya ditutup.

Instruksi: Ubah pernyataan berikut menjadi kalimat yang lebih netral, tidak menghakimi, dan tetap akurat terhadap maksud pembicara.

Pernyataan	Reframe
Warga: “Warung kalian itu sumber masalah! Isinya cuma orang mabuk dan bikin rusuh!”	
Karyawan warung: “Kalian itu cuma iri karena warung kami ramai. Jangan sok suci!”	
Guru sekolah: “Kami ini tiap hari berusaha mendidik anak-anak, tapi kalian justru memberikan contoh yang buruk.”	

Sesi 7
Membuat Pernyataan Masalah

Tujuan sesi:

- Peserta mampu memformulasikan permasalahan para pihak dalam negosiasi secara jelas.
- Peserta mampu memilih satu permasalahan utama antara para pihak dari berbagai permasalahan yang ada.

Alat yang dibutuhkan:

- Plano
- Metaplan
- Alat tulis
- Lembar bacaan “Membuat Pernyataan Masalah”
- Lembar model Pernyataan Masalah
- Lembar studi kasus

Waktu:

- 100 menit

Langkah-langkah:

- Buka sesi dengan menyampaikan tujuan, proses, dan waktu yang dibutuhkan sesi. **(5')**
- Sampaikan pengantar pada awal sesi, yaitu:
  - Hukum Kidlin menyatakan bahwa, "jika Anda dapat menuliskan masalah dengan jelas dan spesifik, maka masalah tersebut sudah setengah terpecahkan."
- Buat satu kuis untuk peserta dengan pertanyaan di bawah. Jawaban yang paling benar akan mendapatkan hadiah. **(10')**
  - Sebutkan kira-kira ada berapa permasalahan yang dibahas dalam negosiasi?
  - Sebutkan berapa permasalahan yang harus diselesaikan dalam negosiasi?
- Tanyakan kepada peserta, "jika semua pihak dalam negosiasi sudah menyampaikan berbagai permasalahan, apa yang perlu dilakukan selanjutnya agar negosiasi bisa berjalan dengan produktif?" Bagikan lembar model "Pernyataan Masalah". **(10')**
- Bagi peserta ke dalam kelompok kecil (4-5 orang) dan minta mereka untuk menjawab pertanyaannya secara kelompok. **(15')**
- Instruksikan setiap perwakilan kelompok untuk mempresentasikan jawabannya di pleno dan minta tanggapan dari semua peserta. Catat poin-poin penting yang disampaikan oleh peserta. **(20')**
- Bagikan lembar bacaan "Membuat Pernyataan Masalah" dan beri waktu kepada peserta untuk membacanya. **(5')**
- Beri kesempatan tanya-jawab kepada peserta. **(5')**
- Minta peserta berpasangan dan duduk saling berhadapan.
- Bagikan lembar studi kasus dan minta peserta untuk membuat satu pernyataan masalah. **(10')**
- Minta beberapa pasangan untuk mempresentasikan hasil kerjanya di pleno. Beri waktu untuk peserta lain memberi tanggapan. **(15')**
- Tutup sesi dengan menyampaikan beberapa poin penting, antara lain: **(5')**
  - Pernyataan masalah *(Problem statement)* sebaiknya dibuat dengan

menyertakan permasalahan dari kedua pihak.

- Problem *statement* dibuat dalam kalimat tanya.
- *Problem statement* memerlukan persetujuan dan pengakuan dari para pihak yang nantinya akan menjadi pernyataan masalah bersama yang akan menjadi dasar menemukan opsi solusi.

LEMBAR BACAAN

Membuat Pernyataan Masalah

Dalam proses negosiasi, para pihak umumnya saling menyampaikan pandangan, permasalahan, serta keinginan masing-masing. Namun, tidak semua pihak mampu mengartikulasikan hal tersebut secara jelas. Pengaruh emosi sering kali membuat para pihak kehilangan fokus terhadap inti persoalan yang sebenarnya menjadi alasan dilakukannya negosiasi. Akibatnya, pembicaraan dapat bergeser menjadi saling menyerang dan menyalahkan, sehingga negosiasi menjadi tidak terarah dan menjauh dari substansi permasalahan. Atau sebaliknya, para pihak juga dapat terjebak pada aspek tawar-menawar yang sempit, tanpa menggali permasalahan mendasar secara menyeluruh. Jika hal ini terjadi, maka hasil negosiasi tidak sesuai dengan apa yang diharapkan. Bahkan, dapat terjadi perbedaan persepsi, di mana suatu isu dianggap sebagai masalah oleh satu pihak, tetapi tidak diakui, tidak relevan bagi pihak lainnya, atau permasalahan yang dirasa satu pihak adalah permasalahan yang tidak ada kaitanya dengan pihak lain. Kondisi ini membuka ruang terjadinya kesalahpahaman yang berujung pada kekecawaan dan konflik. Selain itu, banyaknya isu dan kepentingan yang muncul dalam negosiasi bisa membaut para pihak kesulitan menentukan prioritas.

Terlebih lagi, negosiasi selalu dibatasi oleh **waktu.** Satu pihak mungkin berharap seluruh persoalan dapat diselesaikan dalam satu pertemuan, sementara pihak lain memahami bahwa hanya sebagian isu yang dapat dibahas, sehingga diperlukan pertemuan lanjutan untuk menyelesaikan hal-hal lainnya.

Oleh karena itu, dibutuhkan kemampuan para pihak untuk **memilih, mengartikulasikan** dan **memformulasikan permasalahan** yang ingin diselesaikan dalam negosiasi. Negosiasi akan berjalan produktif dan konstruktif apabila permasalahan pokok dapat diidentifikasi, diakui, dan disepakati bersama. Selama permasalahan belum jelas, upaya untuk mencari solusi cenderung tidak efektif. Jika permasalahan dalam negosiasi sudah disepakati, maka proses mencari opsi penyelesaian bisa dilakukan.

Proses yang perlu dilakukan oleh para pihak adalah merumuskan permasalahan berdasarkan kepentingan para pihak yang telah diungkapkan selama negosiasi. Permasalahan tersebut sebaiknya dinyatakan dalam bentuk pertanyaan pemecahan masalah (problem-solving question), sehingga mendorong pendekatan kolaboratif.

Langkah yang bisa dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi dan memilih permasalahan dengan mengklarifikasi kepentingan para pihak.
2. Merumuskan permasalahan dalam bentuk pertanyaan (problem-solving

question) berdasarkan kepentingan yang telah diidentifikasi.

3. Meminta persetujuan dan klarifikasi dari para pihak terkait rumusan pertanyaan tersebut.
4. Mendorong pemecahan masalah bersama.

Tantangan

- Para pihak terlalu cepat merumuskan masalah sebelum mendengarkan keseluruhan pandangan dari pihak lain.
- Proses ini membutuhkan waktu dan konsentrasi, sehingga diperlukan jeda agar diskusi tetap efektif.

Tiga Cara Membuat Problem-Solving Question

Amir dan Hasan tinggal dalam satu rumah kontrakan dengan dua kamar yang masing-masing ditempati mereka. Hasan membutuhkan waktu dan konsentrasi untuk persiapan ujian akhir. Amir ingin selalu berbicara ngobrol bersama Hasan.

1. Berdasarkan kepentingan yang sama para pihak

"Bagaimana Amir Dan Hasan bisa tinggal bersama dan saling menghormati satu sama lain?"

2. Berdasarkan kepentingan tiap pihak

"Bagaimana Amir tetap bisa berkomunikasi seperti biasa, pada saat yang sama Hasan mempunyai ruang pribadi?"

3. Berdasarkan kepentingan bersama dan kepentingan individual

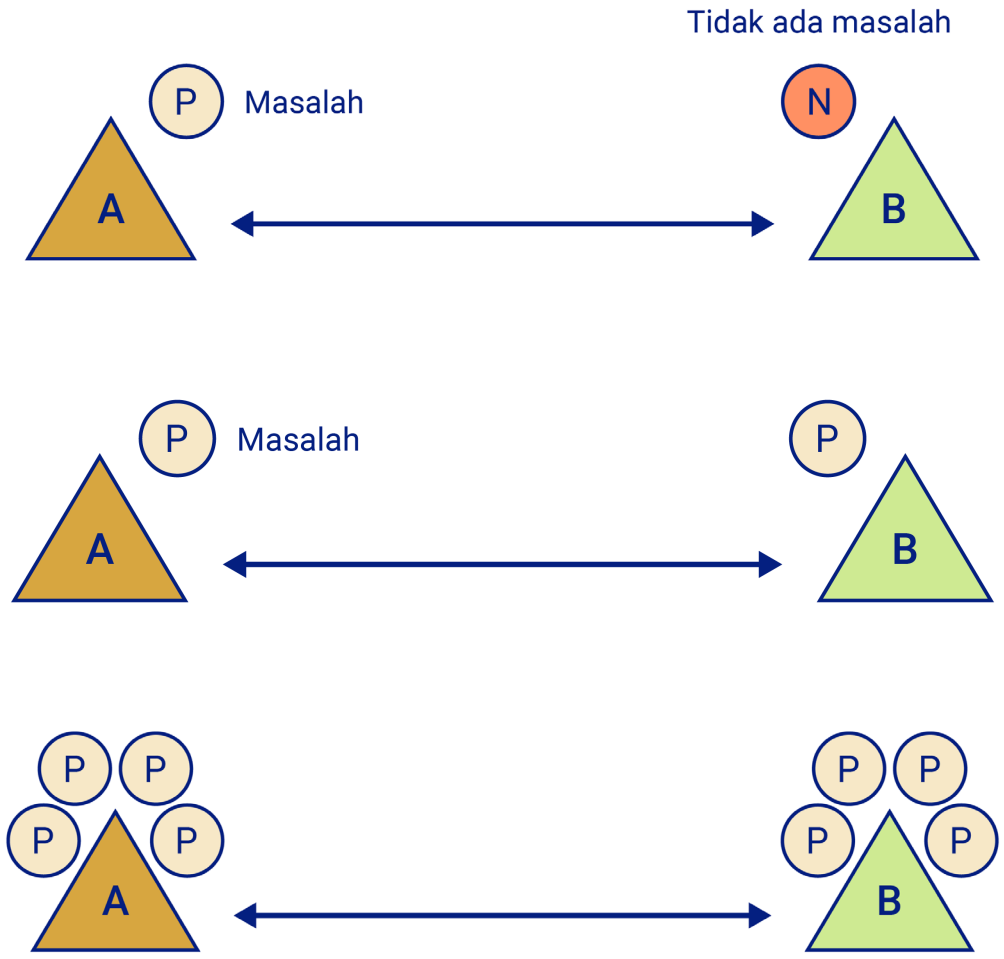
"Bagaimana Hasan dan Amir tinggal bersama dengan saling menghormati dan tetap memberi kebebasan komunikasi dan ruang pribadi?"

Amir	Hasan
Posisi: Hasan keluar, pindah kamar	Posisi: Amir keluar dari Kamar
Kepentingan: • Komunikasi • Dihormati • Komunikasi langsung	Kepentingan: • Ruang pribadi • Lingkungan yang tentang • Waktu sendiri

Lembar Model

Pernyataan Masalah

Apa yang harus dilakukan?



Keterangan

A = Pihak 1
B = Pihak 2
P = Problem (masalah)
N = No problem (tidak ada masalah)

Lembar Studi Kasus

Di Desa Sinar Jaya, warung-warung malam menjadi perbincangan warga karena musik keras, isu minuman keras ilegal, dan dugaan aktivitas negatif. Sebagian warga merasa resah dan mendesak penutupan. Namun, **pemilik warung** bergantung pada usaha tersebut untuk penghidupan, sementara **tokoh agama** khawatir terhadap moral masyarakat dan citra desa religius.

Instruksi: Buatlah satu pernyataan masalah dari kasus di atas.

Pernyataan masalah:

Sesi 8
Menjaga Hubungan Para Pihak Dalam Proses Negosiasi

Tujuan sesi:

- Peserta mampu memahami aspek-aspek dalam negosiasi yang berpengaruh terhadap relasi atau hubungan para pihak.
- Peserta mempunyai keahlian untuk menjaga hubungan para pihak dalam proses negosiasi.

Alat yang dibutuhkan:

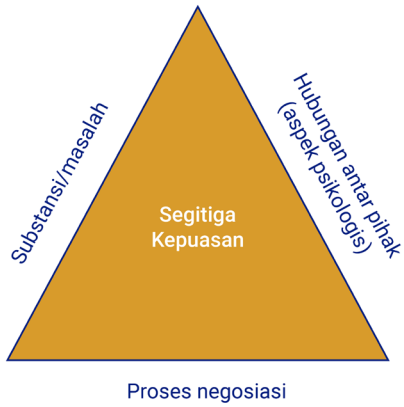
- Plano
- Metaplan
- Alat tulis
- Lembar bacaan “Hubungan Antar Pihak / Aspek Psikologis dalam Negosiasi”

Waktu:

- 120 menit

Langkah-langkah:

- Buka sesi dengan menyampaikan tujuan, proses dan waktu yang dibutuhkan. **(5')**
- Tampilkan dan jelaskan gambar "Segitiga Kepuasan (triangle of satisfaction)" dalam negosiasi, yaitu: **(10')**



Kepuasan para pihak dalam negoasiasi dipengaruhi oleh tiga aspek utama yang saling terkait. Ketiga aspek tersebut dapat digambarkan sebagai sebuah segitiga sama sisi, di mana setiap sisi memiliki peran yang sama penting dan saling mempengaruhi. Adapun ketiga sisi tersebut meliputi: 1) substansi atau masalah, 2) hubungan antar pihak (aspek psikologis), dan 3) proses negosiasi.

Pada sesi-sesi awal, pembahasan umumnya fokus pada aspek substansi, seperti bagaimana mengidentifikasi kepentingan, memisahkan masalah dari individu, dan merumuskan permasalahan. Hal ini penting sebagai dasar dalam membangun arah negosiasi yang jelas.

Sementara itu, sisi lain dari segitiga kepuasan adalah hubungan antar pihak yang mencakup aspek psikologis dalam negosiasi. Aspek ini berkaitan dengan bagaimana para pihak saling memandang, berinteraksi, dan mengelola emosi dan persepsi selama proses negosiasi berlangsung. Seperti di sesi "Memisahkan Masalah dari Individu", para pihak tetap berhubungan dengan baik dan bersama-sama menyelesaikan substansi/masalah. Hubungan para pihak sangat berkaitan dengan aspek psikologis, yaitu mengelola emosi dan persepsi selama proses negosiasi berlangsung.

Aspek lain dalam segitiga kepuasan adalah proses negosiasi. Proses ini harus melibatkan para pihak di setiap tahapan. Tidak boleh ada pihak yang memaksakan jalannya proses sementara pihak lain hanya diposisikan untuk menerima. Demikian pula, proses negosiasi tidak boleh mencerminkan adanya manipulasi oleh salah satu pihak.

Keterlibatan para pihak dalam proses negosiasi akan menumbuhkan rasa memiliki terhadap jalannya proses tersebut. Ketika para pihak merasa menjadi bagian dari proses, kesepakatan yang dihasilkan pun akan dipandang sebagai kesepakatan bersama. Pada akhirnya, hal ini akan memperkuat komitmen untuk melaksanakan kesepakatan yang telah dicapai.

- Tanyakan kepada peserta, "berdasarkan pengalaman Anda, hal-hal apa saja yang mempengaruhi hubungan para pihak/aspek psikologis dalam negosiasi? Sebutkan 5." Minta peserta untuk menulis jawabannya dalam sebuah metaplan. **(10')**
- Minta peserta untuk membentuk kelompok kecil (4-5 orang) dan membacakan hasil kerjanya kepada anggota kelompok lainnya. **(15')**
- Instruksikan kelompok untuk menyepakati 5 hal yang mempengaruhi aspek psikologis berdasarkan hasil kerja masing-masing. **(10')**
- Instruksikan setiap perwakilan kelompok untuk mempresentasikan hasil kerjanya dan beri kesempatan kepada peserta lain untuk memberikan respon ataupun tanggapan. Catat poin-poin penting dari diskusi yang berkaitan dengan "Status", "Reputasi", "Martabat", dan "Kehormatan" dengan panduan berikut: **(20')**

Panduan untuk Fasilitator

Status	Reputasi	Martabat	Kehormatan

- Bagikan lembar bacaan "Hubungan Antar Pihak/Aspek Psikologis dalam Negosiasi" kepada peserta dan berikan kesempatan kepada mereka untuk membacanya. **(5')**
- Minta 2-3 peserta untuk berbagi pengalaman tentang menjaga hubungan baik saat melakukan negosiasi yang berkaitan dengan status, reputasi, martabat, dan kerhormatan. **(10')**
- Minta setiap kelompok untuk menyusun dan menampilkan permainan peran di mana mereka membuat simulasi negosiasi yang menekankan cara saling menghormati, menjaga, dan tidak merendahkan status, reputasi, martabat (dignity), dan kehormatan dalam proses negosiasi. Setiap kelompok memilih satu aspek tersebut sebagai fokus utama. **(30')**
- Tutup sesi dengan menyampaikan poin-poin penting berikut, yakni: **(5')**
  - Para pihak negosiasi perlu melihat dan memahami status, reputasi, martabat, dan hormat pihak lain.
  - Satu pihak menghormati pihak lainnya dengan mengakui, menjaga, dan tidak merendahkan status, reputasi, martabat, dan hormat untuk menjaga hubungan atau silaturahmi.

LEMBAR BACAAN

Hubungan Antar Pihak / Aspek Psikologis dalam Negosiasi

1. Status

Status merujuk pada posisi atau kedudukan seseorang dalam suatu kelompok, organisasi, atau masyarakat. Status sering kali terkait dengan jabatan, peran, atau tingkat otoritas. Dalam negosiasi, menjaga status berarti tidak merendahkan posisi atau peran pihak lain, baik secara langsung maupun tidak langsung.

2. Reputasi

Reputasi adalah bagaimana seseorang dipersepsikan atau dinilai oleh orang lain berdasarkan perilaku, rekam jejak, dan integritasnya. Dalam negosiasi, reputasi sangat penting karena memengaruhi tingkat kepercayaan. Menyerang reputasi pihak lain dapat merusak hubungan dan menghambat tercapainya kesepakatan.

3. Martabat

Martabat berkaitan dengan nilai dan harga diri yang melekat pada setiap individu sebagai manusia. Ini mencakup perasaan dihargai, diakui, dan diperlakukan dengan hormat. Dalam negosiasi, menjaga martabat berarti memperlakukan pihak lain secara manusiawi, tanpa merendahkan atau mempermalukan.

4. Kehormatan

Kehormatan berkaitan dengan nilai moral, etika, dan prinsip yang dijunjung oleh seseorang, sering kali juga terkait dengan budaya atau norma sosial. Dalam negosiasi, menjaga kehormatan berarti tidak memaksa pihak lain melakukan hal yang bertentangan dengan nilai atau prinsip yang mereka pegang.

Sesi 9
Persiapan Negosiasi

Tujuan sesi:

- Peserta memahami tahapan persiapan negosiasi.
- Peserta mampu mempersiapkan tahapan persiapan negosiasi.

Alat yang dibutuhkan:

- Plano
- Metaplan
- Alat tulis
- Lembar bacaan “Mengidentifikasi Tujuan Negosiasi dan BATNA”
- Lembar kerja “Identifikasi Tujuan Negosiasi”
- Lembar cerita A
- Lembar cerita B

Waktu:

- 115 menit

Langkah-langkah:

- Buka sesi dengan memberikan pengantar tentang maksud, tujuan, dan waktu yang dibutuhkan. **(5')**
- Tanyakan kepada peserta, "jika negosiasi diibaratkan seperti pertandingan, apa yang harus dipersiapkan sebelum negosiasi?" Bagikan metaplan kepada peserta dan minta mereka untuk menulis 5 hal yang perlu disiapkan di metaplan tersebut. **(15')**
- Bagi peserta ke dalam kelompok kecil berisikan 4-5 orang dan minta mereka membacakan hasil kerjanya kepada anggota kelompok lainnya secara bergantian. **(15')**
- Minta kelompok kecil untuk menyepakati 5 jawaban yang paling cocok tentang hal yang harus dipersiapkan sebelum negosiasi. **(10')**
- Minta setiap perwakilan kelompok untuk membacakan hasil kerjanya di pleno. Tanyakan tanggapan atau komentar dari peserta lain. Catat poin-poin penting yang disampaikan oleh peserta. **(20')**
- Bagikan lembar bacaan "Mengidentifikasi Tujuan negosiasi dan BATNA *(Best Alternative to a Negotiated Agreement* / Alternatif Terbaik jika Kesepakatan Tidak Tercapai)" dan beri waktu kepada peserta untuk membacanya. **(5')**
- Minta peserta untuk tetap berada di kelompok kecil yang sama.
- Minta kelompok kecil saling berhadapan dengan kelompok kecil lainnya dan bagikan mereka menjadi kelompok A dan kelompok B.
- Bagikan lembar cerita A, B, dan lembar kerja "Identifikasi Tujuan Negosiasi" kepada kelompok A dan kelompok B. Masing-masing kelompok diberi tugas untuk mengidentifikasi tujuan negosiasi dan BATNA. **(15')**

Catatan untuk Fasilitator:

Minta peserta untuk mengingat kembali Segitiga Kepuasan dan sesi "Membuat Pertanyaan Masalah" untuk mempermudah mereka mengisi lembar kerja yang diberikan.

Contoh mengisi BATNA:

"Jika saya tidak mendapatkan merek sepatu Elang dengan harga Rp 200.000, maka saya akan cari toko lain atau menunda pembelian sepatu."

- Minta perwakilan kelompok untuk membacakan hasil kerjanya di pleno. Catat poin-poin penting yang disampaikan oleh perwakilan kelompok. **(25')**
- Tutup sesi dengan menyampaikan poin-poin berikut: **(5')**
  - Negosiasi yang dilakukan harus ada tujuan yang jelas.
  - Para pihak dalam negosiasi membuat BATNA sebagai alternatif solusi jika tujuan negosiasi ada di bawah batas toleransi tujuan yang diinginkan.
  - Persiapan negosiasi yang baik akan menjadikan proses negosiasi lebih konstruktif dan produktif.

LEMBAR BACAAN

Identifikasi Tujuan Negosiasi dan
BATNA (Alternatif Terbaik jika Kesepakatan Tidak Tercapai)

Tahapan negosiasi secara umum dapat dibagi menjadi tiga bagian utama, yaitu: 1) tahap persiapan, 2) tahap saat negosiasi, dan 3) tahap pasca-negosiasi. Pada tahapan persiapan negosiasi, seorang negosiator perlu melakukan perencanaan secara cermat, salah satunya dengan menetapkan tujuan negosiasi dan menentukkan BATNA *(Best Alternative to a Negotiated Agreement* / Alternatif Terbaik jika Kesepakatan Tidak Tercapai).

Penetapan tujuan negosiasi dilakukan untuk memetakan dan mengidentifikasi kepentingan para pihak, baik dari diri sendiri maupun dari pihak lawan negosiasi. Tujuan negosiasi terdiri dari tujuan substansi dan tujuan personal. Tujuan substansi adalah identifikasi kepentingan dan kebutuhan dari para pihak. Sedangkan tujuan personal adalah identifikasi aspek kepentingan personal yang terkait dengan psikologi seperti contohnya: kehormatan, dihargai, dipahami, didengar, menjaga status, reputasi, dan martabat.

Rumusan tujuan negosiasi berfungsi sebagai panduan awal saat memasuki proses negosiasi. Semakin baik dan komprehensif tujuan yang dilakukan, semakin besar peluang tercapainya proses negosiasi yang efektif. Namun demikian, dalam proses negosiasi, asumsi tersebut perlu diuji dan dikonfirmasi agar sesuai dengan kondisi dan kepentingan nyata para pihak.

Selain itu, pada tahap persiapan juga penting untuk menetapkan BATNA *(Best Alternative to a Negotiated Agreement),* yaitu alternatif terbaik yang dapat diambil apabila negosiasi tidak menghasilkan kesepakatan yang diinginkan. Seorang negosiator mengetahui tujuan negosiasi yang harus dicapai dan memiliki batas minimal tujuan yang akan dicapai dalam negosiasi. Jika dalam proses negosiasi batas minimal tersebut tidak bisa dicapai, mereka perlu menentukan langkah alternatifnya. Konsep ini diperkenalkan oleh Roger Fisher dan William Ury.

Contoh: Dalam negosiasi jual beli, Anda menginginkan sepatu merek X dengan harga maksimal Rp. 500.000,- Jika Anda bernegosiasi dengan penjual di toko sepatu dan tidak mendapatkan sepatu X dengan harga Rp. 500.000, - maka alternatif yang diambil adalah; mencari toko sepatu lain yang menjual sepatu merek X dengan harga maksimal Rp. 500,000.-

Prinsip dalam negosiasi adalah harus menang tidak boleh kalah, dan itu bukan berarti pihak lain harus kalah. Dengan membuat BATNA, kita lebih percaya diri dan tidak mudah dirugikan dalam proses negosiasi. Bila tidak tercapai kesepakatan seperti yang diharapkan, sebaiknya para pihak tepat menjaga hubungan yang baik.

Lembar Cerita A

Di Desa Sinar Jaya, keberadaan warung-warung yang beroperasi pada malam hari semakin menjadi perbincangan hangat di tengah masyarakat. Lampu berwarna-warni, musik yang terdengar hingga ke rumah warga, serta berbagai kabar yang beredar membuat sebagian warga merasa terganggu dan khawatir. Kelompok pemuda mulai aktif menyuarakan penolakan terhadap warung-warung tersebut karena dianggap berpotensi membawa dampak negatif bagi lingkungan, khususnya bagi anak-anak dan keluarga. Di sisi lain, ada juga warga yang bergantung pada warung tersebut sebagai sumber penghasilan.

Anda adalah seorang karyawan di salah satu warung/kafe tersebut. Pekerjaan ini menjadi sumber penghasilan utama Anda untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari, terutama membiayai pengobatan orang tua Anda yang sedang sakit. Anda merasa bahwa tidak semua hal yang dituduhkan benar, dan Anda berusaha bekerja secara wajar tanpa bermaksud merugikan lingkungan. Bagi Anda, menutup warung berarti kehilangan pekerjaan, sementara mencari pekerjaan lain tidak mudah. Anda berharap masyarakat bisa melihat bahwa tidak semua warung membawa dampak buruk.

Suatu hari, Anda menghadiri pertemuan warga yang membahas keberadaan warung-warung tersebut. Dalam pertemuan itu, Anda duduk berhadapan dengan salah satu pemuda/pemudi yang aktif menolak keberadaan warung. Negosiasi mulai berlangsung, dan masing-masing pihak diberikan kesempatan untuk menyampaikan pandangan mereka. Situasi menjadi cukup tegang karena perbedaan pandangan yang cukup tajam, namun semua pihak tetap diminta untuk mencari solusi bersama.

Lembar Cerita B

Di Desa Sinar Jaya, keberadaan warung-warung yang beroperasi pada malam hari semakin menjadi perbincangan hangat di tengah masyarakat. Lampu berwarna-warni, musik yang terdengar hingga ke rumah warga. Kelompok pemuda mulai aktif menyuarakan penolakan terhadap warung-warung tersebut karena dianggap berpotensi membawa dampak negatif bagi lingkungan, khususnya bagi anak-anak dan keluarga. Di sisi lain, ada juga warga yang bergantung pada warung tersebut sebagai sumber penghasilan.

Anda adalah seorang pemuda/pemudi yang tinggal tidak jauh dari lokasi warung tersebut. Anda merasa bahwa keberadaan warung telah mengganggu kenyamanan lingkungan, terutama pada malam hari. Anda juga khawatir terhadap pengaruhnya terhadap anak-anak dan remaja di sekitar desa. Bagi Anda, lingkungan yang aman dan kondusif sangat penting untuk keluarga. Anda memahami bahwa ada warga yang bekerja di sana, namun Anda merasa bahwa dampak sosial yang ditimbulkan jauh lebih besar dan perlu segera ditangani.

Suatu hari, Anda menghadiri pertemuan warga yang membahas keberadaan warung-warung tersebut. Dalam pertemuan itu, Anda duduk berhadapan dengan salah satu karyawan warung. Negosiasi mulai berlangsung, dan masing-masing pihak diberikan kesempatan untuk menyampaikan pandangan mereka. Situasi menjadi cukup tegang karena perbedaan pandangan yang cukup tajam, namun semua pihak tetap diminta untuk mencari solusi bersama.

LEMBAR KERJA

Identifikasi Tujuan Negosiasi

	Anda	Pihak Lain
Substansi		
Personal/psikologi		

BATNA *(Best Alternative to a Negotiated Agreement)*

Jika..... maka .....

Sesi 10
Saat Negosiasi

Tujuan sesi:

- Peserta mampu memahami bentuk tindakan negatif yang mungkin muncul dalam negosiasi.
- Peserta memiliki keterampilan menghadapi tindakan negatif pihak lain dalam negosiasi.

Alat yang dibutuhkan:

- Plano
- Metaplan
- Alat tulis
- Lembar bacaan “Saat Negosiasi dan Tindakan Negatif Pihak Lain”

Waktu:

- 70 menit

Langkah-langkah:

- Buka sesi dengan memberikan pengantar tentang maksud, tujuan, dan waktu yang dibutuhkan. **(5')**
- Bagi peserta ke dalam kelompok kecil dan minta kelompok untuk menjawab pertanyaan berikut: **(10')**
  - "Apa hal-hal negatif yang dilakukan pihak lain dalam negosiasi sehingga memancing emosi kita? Sebutkan 3 hal, dan apa yang perlu kita lakukan untuk menghadapinya?"
- Minta masing-masing perwakilan kelompok untuk menyampaikan hasil diskusinya di pleno. Tanyakan kepada peserta lain apakah mereka ada komentar atau tanggapan. Catat poin-poin penting yang disampaikan oleh peserta. **(20')**
- Klasifikasikan bentuk-bentuk tindakan negatif dalam negosiasi menjadi beberapa kelompok yang antara lain: **(20')**
  1. Tembok Batu *(Stone Wall)*
  2. Menyerang Kredibilitas dan Otoritas.
- Bagikan lembar bacaan tentang "Saat Negosiasi dan Tindakan Negatif Pihak Lain", kemudian memberikan waktu peserta untuk membaca. **(5')**
- Buka kesempatan diskusi atau berbagi pengalaman peserta dalam menghadapi tindakan negatif pihak lain. **(5')**
- Tutup sesi dengan menyampaikan poin-poin penting tentang upaya menghadapi tindakan negatif pihak lain yang antara lain: **(5')**
  - Jangan bereaksi secara tergesa-gesa.
  - Kenali dan pahami kelemahan.
  - Ambil jeda *(time-out)* bila diperlukan
  - Hindari membuat keputusan secara terburu-buru

LEMBAR BACAAN

Saat Negosiasi dan Tindakan Negatif Pihak Lain

Dalam proses negosiasi, komunikasi antar pihak tidak selalu berjalan secara efektif. Sering kali, komunikasi diwarnai oleh emosi yang kuat dan dapat memicu reaksi emosional dari pihak lain. Ketika para pihak terbawa emosi, interaksi yang terjadi cenderung membentuk "lingkaran emosi" yang berulang, sehinga negosiasi menjadi tidak produktif. Untuk dapat memutuskan lingkaran tersebut, penting terlebih dahulu memahami berbagai bentuk tindakan negatif yang sering muncul dalam negosiasi.

Beberapa tindakan negatif yang umum terjadi antara lain:

1. Tembok Batu (Stone Wall)

Tindakan ini ditandai dengan sikap tertutup atau seolah-olah "membangun tembok" dalam komunikasi. Pihak lain dapat mengajukan tuntutan yang berat disertai ancaman untuk tidak melanjutkan negosiasi jika tuntutan tersebut tidak dipenuhi. Akibatnya, komunikasi menjadi tidak seimbang dan salah satu pihak cenderung pasif atau tidak responsif.

2. Menyerang (Attacking)

Salah satu pihak secara sengaja menyerang pihak lain. Biasanya tindakan penyerangan ini terkait dengan **kredibilitas** dari pihak lawan negosiasi.

Contoh: "Anda sudah banyak dikenal orang sebagai orang yang munafik dan pembohong, bagaimana saya bisa percaya proses negosiasi ini bisa berjalan dengan baik?"

Pihak lain tidak fokus mencari dan menemukan kepntingan para pihak atau menemukan substansi permasalahan, melainkan lebih fokus menyerang diri pribadi pihak lawan dengan mempertanyakan kualitas, kapasitas, reputasi, kompetensi, dan kejuruan yang menurunkan tingkat kepercayaan.

Tindakan menyerang pihak lainnya adalah menyerang **otoritasnya.** Pihak lawan negosiasi melakukan penyerangan terhadap diri pribadi individu pihak lainnya khususnya terkait wewenang, posisi dan kuasa pihak lain.

Contoh: "Anda tidak se-level dengan saya, karena Anda kedudukanya rendah. Anda tidak berwenang untuk masalah..... Anda siapa? Anda tidak punya posisi di organisasi Anda, jadi buang waktu menghadapi Anda di perundingan ini."

Fenomena serangan terhadap kredibilitas dan otoritas dalam negosiasi tersebut tidak terlepas dari bagaimana manusia memproses ancaman dan merespons tekanan secara psikologis. Secara umum orang yang kurang melakukan latihan

kemampuan berfikir kritis cenderung akan menggunakan ***amigdala,*** bagian dalam otak yang berfungsi sebagai pusat memproses emosi dan mendeteksi ancaman, daripada menggunakan ***prefrontal cortex*** (bagian dari otak yang menjadi pusat logika). Konsekuensi yang sering terjadi adalah, saat pihak lawan berargumentasi atau menyerang maka akan memunculkan reaksi lebih cepat marah, menyerang balik pribadi lawan, atau tersinggung secara emosi. Otak tidak bisa lagi memberikan argumentasi atau respons yang logis. Intinya, emosi adalah reaksi cepat dan jalan pintas saat otak sudah tidak mampu memproses data dan informasi secara logis dan rasional. Jika demikian yang terjadi, maka para pihak yang bernegosiasi akan terbawa situasi emosi dan bisa diprediksi hasil yang akan dicapai dari negosiasi.

Ada tiga reaksi umum yang dilakukan ketika menghadapai tindakan negatif dari pihak lain dalam negosiasi, yaitu:

1. *Striking back* (menyerang balik, menyerang pribadi diri lawan secara emosional)
2. *Giving in* (menyerah, atau mengikuti apa kemauan pihak lawan dalam negosiasi)
3. *Breaking off*/quit the game (keluar dari proses negosiasi)

Sebagai pimpinan masyarakat, maka yang harus dilakukan ketika menghadapi tindakan negatif dari pihak lain dalam negosiasi adalah sebagai berikut:

1. Jangan bereaksi secara impulsif *(don't react)*

   Hindari reaksi spontan yang didorong oleh emosi. Utamakan respons yang didasarkan pada pertimbangan logis.

2. Luangkan waktu untuk memproses situasi *(buying time)*

   Luangkan waktu sejenak untuk menenangkan diri dalam memproses situasi. Cara sederhana yang dapat dilakukan adalah menghitung dalam hati sebelum merespons, sehingga emosi dapat lebih terkendali. Seperti yang dikatakan oleh Presiden Amerika Serikat Thomas Jefferson, "when angry, count to ten before you speak, if very angry count to a hundred" (ketika marah hitung sampai 10 sebelum Anda bicara, jika sangat marah hitung sampai 100.)

3. Kenali kelemahan diri

   Negosiator yang baik adalah mereka yang mengenali kelemahan diri sendiri. Setiap individu memiliki kerentanan tertentu dalam negosiasi. Mengenali hal ini membantu kita mengantisipasi situasi yang dapat memicu respons emosional.

   Misalnya ada orang yang tidak bisa melihat orang lain menangis, tidak bisa berhadapan dengan anak-anak atau perempuan, tidak bisa berada

di ruang AC, dan tidak bisa kena asap rokok saat perundingan.

4. Ambil jeda *(time-out)*

   Jika pihak lawan melakukan tindakan negatif pada kita, upaya lain yang bisa dilakukan adalah minta waktu agar negosiasi dijeda sebentar untuk menenangkan emosi dan pikiran.

5. Hindari membuat keputusan saat emosional

   Tindakan negatif pihak lawan negosiasi terkadang memicu reaksi emosional kita untuk segera memutuskan sesuatu. Untuk menghindarinya, kita tidak boleh memutuskan sesuatu atau membuat kesepakatan ketika kita sedang dalam situasi emosi karena bisa dipastikan keputusan yang dibuat secara emosional akan menjadi keputusan yang akan membawa penyesalan dan jauh dari kepentingan yang kita harapkan.

6. Hindari perdebatan yang tidak konstruktif

   Jika pihak lain melakukan tindakan negatif kepada kita, upaya yang bisa diambil adalah jangan melakukan perdebatan. Hindari perdebatan yang tidak konstruktif dan cenderung menyerang pribadi secara emosional. Gunakan proses mendengar aktif, membuat kesimpulan dan reframing, dan bertanya.

Sesi 11
Praktek Negosiasi

Tujuan sesi:

- Peserta mampu mempraktekkan negosiasi.
- Peserta mengetahui apa yang terjadi dalam proses negosiasi.

Alat yang dibutuhkan:

- Plano
- Metaplan
- Alat tulis
- Lembar cerita 1
- Lembar cerita 2
- Lembar cerita 3

Waktu:

- 90 menit

Langkah-langkah:

- Buka sesi dengan memberikan pengantar tentang maksud, tujuan, dan waktu yang dibutuhkan. **(5')**
- Bagi peserta ke dalam 3 kelompok besar. Masing-masing kelompok akan berperan sebagai karakter yang berbeda-beda sesuai dengan lembar cerita. Berikan lembar cerita ke masing-masing anggota kelompok sesuai dengan nomor kelompoknya sebagai berikut: **(5')**
  - Kelompok 1 = Lembar cerita 1
  - Kelompok 2 = Lembar cerita 2
  - Kelompok 3 = Lembar cerita 3
- Beri waktu kepada kelompok untuk melakukan persiapan negosiasi (tujuan negosiasi para pihak). **(10')**
- Mulai praktek negosiasi babak pertama. Babak pertama dilakukan untuk mengkonfirmasi kepentingan dan tujuan para pihak. **(20')**
- Beri waktu kepada kelompok untuk melakukan revisi tujuan negosiasi para pihak dari hasil negosiasi babak pertama. **(10')**
- Mulai praktek negosiasi babak kedua. **(20')**
- Buka sesi diskusi dengan peserta dengan mengajukan pertanyaan berikut: **(15')**
  - Bagaimana perasaan Anda saat melakukan negosiasi?
  - Dari sesi-sesi sebelumnya, apa keterampilan yang terpakai saat negosiasi?
  - Apa tantangan yang dihadapi ketika persiapan dan saat negosiasi?
- Tutup sesi dengan menyampaikan poin-poin penting, antara lain: **(5')**
  - Keterampilan negosiasi perlu terus diasah melalui praktik yang rutin.
  - Jangan takut berunding, dan jangan berunding karena takut.

Lembar Cerita 1

Peran: Pemilik Warung, Pelanggan, dan Karyawan

Di Desa Sinar Jaya, warung-warung yang beroperasi pada malam hari menjadi topik pembicaraan yang semakin sering muncul dalam pertemuan warga. Lampu berwarna-warni menerangi halaman kecil di depan bangunan sederhana itu, sementara musik dangdut dan lagu-lagu populer diputar dengan volume yang cukup keras hingga terdengar sampai ke beberapa rumah warga. Ada juga gosip yang beredar di masyarakat tentang warung-warung tersebut yang menjual minuman keras ilegal, tempat transaksi narkoba, hingga perempuan nakal. Sempat ditemukan beberapa botol bekas minuman keras, namun hal itu hanya terjadi di beberapa warung saja. Hal ini menimbulkan keresahan di masyarakat, sehingga mereka mendesak agar warung-warung tersebut ditutup. Namun, ada beberapa pihak yang tidak ingin warung-warungnya ditutup.

Bagi pemilik warung, tempat ini menjadi satu-satunya usaha yang ia miliki untuk menafkahi keluarga. Ia telah menjalankan usaha ini selama bertahun-tahun dan menggantungkan penghasilan harian dari penjualan makanan, minuman, dan jasa hiburan di warung tersebut. Jika warung ditutup, ia tidak tahu harus bekerja apalagi karena peluang kerja di desa sangat terbatas.

Para pelanggan juga memiliki alasan mereka sendiri. Sebagian besar adalah pekerja harian, petani, dan buruh yang setelah seharian bekerja merasa membutuhkan tempat untuk bersantai. Warung itu menjadi satu-satunya tempat berkumpul di desa pada malam hari, tempat mereka bisa berbincang dengan teman, mendengarkan musik, atau sekedar melepas penat sebelum pulang ke rumah.

Sementara itu, para karyawan warung berharap usaha tersebut tetap berjalan karena pekerjaan di sana menjadi sumber penghasilan mereka. Beberapa di antara mereka adalah warga desa yang tidak memiliki banyak pilihan pekerjaan lain. Ada yang bekerja untuk membiayai sekolah adik, ada pula yang menjadi tulang punggung keluarga setelah orang tuanya sakit.

Lembar Cerita 2

Peran: Tokoh Agama, Tokoh Perempuan, dan Tokoh Pemuda

Di Desa Sinar Jaya, warung-warung yang beroperasi pada malam hari menjadi topik pembicaraan yang semakin sering muncul dalam pertemuan warga. Lampu berwarna-warni menerangi halaman kecil di depan bangunan sederhana itu, sementara musik dangdut dan lagu-lagu populer diputar dengan volume yang cukup keras hingga terdengar sampai ke beberapa rumah warga. Ada juga gosip yang beredar di masyarakat tentang warung-warung tersebut yang menjual minuman keras ilegal, tempat transaksi narkoba, hingga perempuan nakal. Hal ini menimbulkan keresahan di masyarakat, sehingga mereka mendesak agar warung-warung tersebut ditutup.

Seorang tokoh agama di desa Sinar Jaya merasa khawatir dengan imej desa Sinar Jaya yang dikenal sebagai desa religius. Menurutnya, keberadaan warung tersebut merusak nama baik desa dan patut diduga mengganggu perkembangan moral dan spiritual masyarakat, apalagi karena desa Sinar Jaya dikenal sebagai desa yang melahirkan banyak tokoh-tokoh agama. Selain itu, suara musik yang keras sering kali terdengar hingga larut malam mengganggu kegiatan ibadah di tempat ibadah.

Menurut seorang tokoh perempuan, keberadaan warung tersebut juga menimbulkan ketidaknyamanan bagi banyak keluarga. Beberapa perempuan mengeluhkan bahwa mereka sulit beristirahat karena suara musik yang keras. Ada juga kekhawatiran terkait keamanan dan kenyamanan lingkungan, terutama ketika keramaian berlangsung hingga larut malam dan orang-orang yang tidak dikenal datang ke desa.

Tokoh pemuda yang aktif dalam kegiatan kepemudaan, khawatir bahwa suasana bising pada malam hari mengganggu anak-anak sekolah yang sedang belajar di rumah. Ia juga merasa desa seharusnya memiliki ruang kegiatan positif bagi pemuda, seperti olahraga, diskusi, atau kegiatan kreatif – bukan hanya tempat hiburan malam yang berpotensi menimbulkan bentrokan.

Lembar Cerita 3

Peran: Pemerintah Daerah dan Aparat Keamanan

Di Desa Sinar Jaya, warung-warung yang beroperasi pada malam hari menjadi topik pembicaraan yang semakin sering muncul dalam pertemuan warga. Lampu berwarna-warni menerangi halaman kecil di depan bangunan sederhana itu. Musik dangdut dan lagu-lagu populer diputar dengan volume yang cukup keras bagi beberapa orang adalah hiburan tersendiri, sementara sebagian lainnya merasa terganggu. Ada juga gosip yang beredar di masyarakat tentang warung-warung tersebut yang menjual minuman keras ilegal, tempat transaksi narkoba, hingga perempuan nakal. Perbedaan pandangan ini kemudian sampai ke perhatian pemerintah desa dan pihak berwenang. Masyarakat sangat berharap pemerintah daerah dan aparat keamanan dapat menyelesaikan perselisihan ini.

Bagi polisi, fokus utama mereka adalah menjaga ketertiban dan keamanan masyarakat dan iklim usaha di desa. Mereka hanya akan turun tangan jika ada laporan mengenai potensi pelanggaran hukum. Selama kegiatan di warung tidak melanggar hukum dan tidak menimbulkan gangguan keamanan yang serius, mereka cenderung bersikap netral.

Sementara itu, dari sisi pemerintah daerah, Dinas Perindustrian dan Perdagangan dapat mengevaluasi izin usaha yang dimiliki oleh pemilik warung. Jika usaha tersebut tidak memiliki izin yang sesuai atau melanggar aturan, izin usaha dapat dicabut atau tidak diperpanjang.

Di tengah situasi ini, camat berada dalam posisi yang cukup dilematis. Di satu sisi, ia memiliki tanggung jawab untuk mendorong kegiatan ekonomi dan investasi yang dapat meningkatkan pendapatan daerah. Namun di sisi lain, desa tersebut juga dikenal luas sebagai desa yang menjunjung tinggi nilai-nilai kearifan lokal dan religiusitas masyarakatnya, sehingga ia perlu menjaga citra desa agar tetap positif di mata publik. Camat harus memastikan kondusifitas sosial di desa tetap terjaga, karena ia memiliki agenda pribadi untuk bisa maju kembali sebagai camat di masa depan.

4.Literasi Digital dan Berpikir Kritis

Sesi 1
Pengantar Literasi Digital

Tujuan sesi:

- Peserta dapat mengetahui pengertian literasi digital.
- Peserta dapat mengetahui unsur-unsur utama literasi digital.
- Peserta mampu memperlihatkan pemikiran kritis dengan mengidentifikasi berita toleransi dan intoleransi.

Alat yang dibutuhkan:

- Spidol
- Metaplan
- Plano
- Lembar Baca “Pengantar Literasi Digital”

Waktu:

- 85 menit

Langkah-langkah:

- Buka sesi dengan menjelaskan tujuan, proses, dan waktu pelaksanaannya. **(3')**
- Minta semua peserta berdiri membentuk setengah lingkaran. **(10')**
  - Minta peserta untuk mengangkat tangan dengan 10 jari terulur.
  - Sebutkan beberapa contoh aktivitas digital yang umum satu per satu (e.g. mengirim foto ke keluarga, menonton YouTube, berbelanja online, menerima pesan dari orang yang tidak dikenal, membaca berita online). Instruksikan peserta yang pernah melakukan setiap aktivitas tersebut untuk menurunkan jarinya.
  - Ajak beberapa peserta untuk mengusulkan sebuah pernyataan dalam permainan tersebut.
  - Tutup permainan dengan menyampaikan bahwa penggunaan gawai menjadi hal yang tidak bisa dihindari di era digital. Minta peserta untuk kembali duduk di kursi masing-masing.
- Bagi peserta ke dalam 4 kelompok. **(1')**
- Ajukan pertanyaan berikut dan minta peserta untuk menuliskan jawabannya di dalam metaplan: **(10')**
  - Platform digital apa yang paling sering Anda gunakan dan mengapa?
  - Apa kelebihan dan kekurangan menggunakan platform digital tersebut?
  - Kecakapan apa yang diperlukan untuk menggunakan platform digital tersebut?
- Minta seluruh peserta untuk membagikan jawaban individunya di masing-masing kelompok. Co-fasilitator mengamati jalannya diskusi dalam kelompok. **(10')**
- Instruksikan setiap perwakilan kelompok untuk membagikan jawabannya di pleno. Co-fasilitator mencatat poin-poin penting dari peserta. **(15')**
- Bagikan lembar baca "Pengantar Literasi Digital" dengan menyampaikan poin-poin penting, yaitu: **(5')**
  - Literasi digital ("melek digital") merupakan kemampuan untuk menggunakan teknologi digital dan komunikasi dengan tepat, aman, bijak, dan bertanggung jawab.

- Ada empat unsur literasi digital, yaitu:
  - Kecakapan digital: Kemampuan mengoperasikan perangkat keras, perangkat lunak, dan sistem operasi.
  - Keamanan digital: Kemampuan melindungi data pribadi dan mengenali ancaman di dunia digital.
  - Etika Digital: Kesadaran dan perilaku etis dalam berinteraksi dan bertindak di ruang digital.
  - Budaya Digital: Memahami nilai-nilai dan norma yang berkembang dalam masyarakat digital.
- Tanyakan kepada peserta, "bagaimana budaya digital hari ini terutama isu toleransi dan perdamaian?" **(1')**
- Bagi peserta ke dalam dua kelompok dan minta kedua kelompok tersebut untuk mencari berita atau informasi selama 5 menit dengan rincian: **(5')**
  - Kelompok pertama: mencari berita atau informasi yang menceritakan tindakan intoleransi.
  - Kelompok kedua: mencari berita atau informasi mengenai upaya damai dan/atau tindakan yang menunjukkan toleransi.
- Buka forum diskusi dengan menanyakan, "berapa jumlah berita yang berhasil didapatkan oleh kelompok Anda?" **(20')**
  - Minta perwakilan kelompok untuk mempresentasikan hasil kerjanya.
  - Ajukan pertanyaan berikutnya, "kenapa berita toleran lebih susah didapatkan dibanding berita intoleran, atau sebaliknya?" Catat poin-poin yang disampaikan oleh peserta.
- Tutup sesi dengan menyampaikan poin utama dari sesi ini yaitu: **(5')**
  - Di tengah maraknya konten bernuansa intoleran, kehadiran konten yang bersifat inklusif serta mempromosikan perdamaian menjadi semakin penting.

LEMBAR BACA
Literasi Digital

Literasi digital atau "melek digital" adalah kemampuan seseorang untuk menggunakan teknologi digital dan sarana komunikasi secara tepat, aman, bijak, dan bertanggung jawab. Di era sekarang, ruang digital sudah menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari, sehingga kemampuan ini penting dimiliki oleh semua orang, termasuk figur panutan di masyarakat. Secara umum, literasi digital mencakup empat unsur utama, yaitu:

1. Kecakapan Digital

Kecakapan digital adalah kemampuan dasar dalam menggunakan perangkat dan aplikasi digital. Unsur ini mencakup kemampuan:

- Mengoperasikan telepon pintar, komputer, dan berbagai aplikasi
- Mencari informasi di internet secara efektif
- Memahami cara kerja fitur-fitur dasar, serta
- Menggunakan teknologi untuk kegiatan yang bermanfaat

2. Keamanan Digital

Keamanan digital adalah kemampuan untuk melindungi diri saat beraktivitas di ruang digital yang meliputi:

- Menjaga kerahasiaan data pribadi, seperti nomor identitas, alamat rumah, atau kata sandi.
- Waspada terhadap berbagai ancaman, seperti penipuan daring, peretasan akun, tautan palsu, dan penyebaran data pribadi tanpa izin.

Orang yang memiliki literasi keamanan digital akan lebih berhati-hati dalam membagikan informasi, menggunakan kata sandi yang kuat, serta tidak mudah percaya pada pesan atau tautan yang mencurigakan.

3. Etika Digital

Etika digital berkaitan dengan sikap dan perilaku yang pantas saat berinteraksi di dunia digital. Ruang digital adalah ruang sosial, sehingga nilai sopan santun, saling menghargai, dan tanggung jawab tetap berlaku. Etika digital mencakup:

- Tidak menyebarkan kebencian,
- Tidak menghina atau merendahkan orang lain,
- Tidak menyebarkan informasi yang belum jelas kebenarannya.

Etika digital juga mencakup kesadaran bahwa setiap hal yang kita tulis, bagikan, atau komentari di ruang digital dapat berdampak pada orang lain serta tersebar luas dalam waktu singkat.

4. Budaya Digital

Budaya digital adalah pemahaman bahwa ruang digital memiliki kebiasaan, norma, dan cara berinteraksi yang terus berkembang. Setiap platform bisa memiliki gaya komunikasi yang berbeda, dan setiap komunitas digital memiliki aturan tidak tertulis yang perlu dipahami. Budaya digital juga mencakup kesadaran bahwa masyarakat kini semakin terhubung, sehingga perbedaan latar belakang, pendapat, dan keyakinan lebih sering bertemu di ruang digital. Karena itu, penting untuk bersikap terbuka, menghargai perbedaan, serta bijak dalam menyampaikan pendapat.

Sesi 2
Memahami Berita Palsu dan Propaganda

Tujuan sesi:

- Peserta memahami ciri-ciri berita palsu dan propaganda.
- Peserta mengetahui bagaimana merespons berita palsu dan propaganda.

Alat yang dibutuhkan:

- Metaplan
- Plano
- Video
- Lembar bacaan “Pola Narasi dalam Hoaks dan Propaganda”
- Spidol

Waktu:

- 110 menit

Langkah-langkah:

- Buka sesi dengan menjelaskan tujuan, proses, dan waktu pelaksanaannya. **(3')**
- Tanyakan pertanyaan pemantik kepada peserta, "apakah Anda ingat 3 konten (berita/foto/video) terakhir yang Anda lihat di media digital? Jika iya, sebutkan."
- Minta beberapa peserta untuk menjawab pertanyaan tersebut secara verbal. **(5')**
- Putar satu cuplikan video tentang berita palsu yang sempat menggegerkan publik. **(2')**
- Ajukan pertanyaan-pertanyaan berikut kepada peserta dan minta mereka untuk menulis jawabannya di satu lembar metaplan: **(10')**
  - Apakah Anda pernah melihat/membaca berita palsu? Apa isu yang diangkat?
  - Bagaimana respons orang lain terhadap isu tersebut?
- Bagi peserta ke dalam 4 kelompok dan minta mereka untuk saling bertukar jawaban. **(10')**
- Minta setiap perwakilan kelompok untuk menyampaikan pengalaman pribadinya di pleno. Co-fasilitator mencatat poin-poin yang disampaikan perwakilan kelompok. **(10')**
- Instruksikan 2 kelompok untuk mendiskusikan ciri berita palsu dan 2 kelompok lainnya mendiskusikan ciri berita propaganda. Minta mereka untuk menulis setiap ciri dalam satu metaplan. **(15')**
- Kumpul kembali metaplan dari kelompok yang berisikan ciri berita palsu dan propaganda. Klasifikasikan ciri-ciri tersebut di plano bersama peserta menjadi 5 bagian: 1) narasi kita vs mereka, 2) narasi korban, 3) overgeneralisasi, 4) dehumanisasi, dan 5) ajakan terselubung. Jika ada bagian yang tidak terisi, diskusikan bersama peserta. **(30')**
- Bagi lembar bacaan "Pola Narasi dalam Hoaks dan Propaganda" kepada peserta. Beri waktu kepada peserta untuk membacanya. **(5')**
- Buka diskusi dengan peserta, "bagaimana menyikapi dan menangkal berita palsu dan propaganda?" Catat poin-poin yang disampaikan mereka. **(15')**

- Tutup sesi dengan menyampaikan poin-poin penting berikut: **(5')**
  - Berita palsu adalah berita yang tidak benar, sedangkan propaganda adalah informasi yang dirancang untuk memengaruhi orang demi kepentingan tertentu. Berita palsu sering kali digunakan sebagai alat dalam merangkai propaganda.
  - Berita palsu dan propaganda tidak hanya menyampaikan informasi yang tidak akurat, melainkan juga memanipulasi emosi dan identitas untuk mengarahkan sikap dan perilaku pembacanya.
  - Ciri umum berita palsu dan propaganda: 1) sumber tidak jelas, 2) mendesak, 3) menyudutkan pihak tertentu
  - Sebagai role model, penting untuk meluruskan informasi keliru dan menjadi contoh dengan tidak ikut menyebarkan informasi yang belum jelas kebenarannya.
  - Dua cara utama yang dapat dilakukan role model untuk menangkal berita palsu dan propaganda adalah memverifikasi berita dan membuat narasi alternatif.

LEMBAR BACAAN

Pola Narasi dalam Hoaks dan Propaganda

Berbagai informasi yang beredar, terutama di media sosial, sering kali terdapat pola-pola narasi tertentu yang digunakan untuk mempengaruhi cara berpikir dan sikap seseorang. Pola-pola ini tidak selalu terlihat secara jelas, namun dapat membentuk persepsi, memperkuat emosi, dan mendorong tindakan tertentu. Memahami pola narasi ini penting agar kita tidak mudah terpengaruh oleh informasi yang bersifat manipulatif. Beberapa pola utama dalam hoaks dan propaganda antara lain:

1. Narasi "Kita vs Mereka" : Pola ini membagi dunia menjadi dua kelompok yang berlawanan, yaitu "kita" sebagai pihak yang benar, dan "mereka" sebagai pihak yang salah atau bahkan berbahaya. Narasi ini menyederhanakan realitas yang kompleks menjadi hitam-putih, sehingga mendorong munculnya rasa curiga, jarak, bahkan permusuhan terhadap kelompok lain. Pola ini digunakan untuk memperkuat identitas kelompok sekaligus melemahkan kepercayaan terhadap pihak di luar kelompok tersebut.

2. Narasi Korban (Victimhood): Dalam pola ini, suatu kelompok digambarkan sebagai pihak yang terus-menerus dirugikan, diserang, atau diperlakukan tidak adil. Narasi ini dapat memunculkan empati, tetapi juga dapat digunakan untuk membangkitkan kemarahan dan rasa ketidakadilan. Ketika seseorang merasa dirinya atau kelompoknya adalah korban, ia cenderung lebih mudah membenarkan tindakan tertentu sebagai bentuk "pembelaan", bahkan tanpa memeriksa kebenaran informasi yang mendasarinya.

3. Generalisasi yang berlebihan *(Overgeneralisation)*: Kecenderungan untuk menarik kesimpulan luas dari informasi yang terbatas. Misalnya, tindakan beberapa individu dianggap mewakili seluruh kelompok. Pola ini berbahaya karena menghilangkan nuansa dan kompleksitas dan memperkuat stereotip. Informasi yang menggunakan overgeneralisasi sering kali terdengar meyakinkan, padahal sebenarnya tidak didukung oleh bukti yang cukup.

4. Dehumanisasi: *Dehumanisasi,* yaitu menggambarkan pihak lain sebagai kurang manusiawi, tidak bermoral, atau tidak layak dihargai. Ini bisa muncul dalam bentuk bahasa yang merendahkan, menyamakan kelompok tertentu dengan sesuatu yang negatif, atau menggambarkan mereka sebagai ancaman. Dehumanisasi sangat berbahaya karena dapat mengurangi empati dan membuka ruang bagi pembenaran terhadap

perlakuan yang tidak adil atau bahkan kekerasan.

5. Ajakan terselubung: Ajakan ini bisa berupa dorongan untuk menyebarkan informasi, mendukung suatu posisi, atau bahkan mengambil tindakan tertentu. Biasanya, ajakan ini dibungkus dalam kalimat yang memicu emosi, seperti rasa takut, marah, atau urgensi. Karena tidak disampaikan secara eksplisit, ajakan ini sering kali tidak disadari, namun tetap mempengaruhi perilaku pembaca.

Sesi 3
Bias Kognitif dan Emosi dalam Menerima Informasi

Tujuan sesi:

- Peserta mengenali apa yang dimaksud dengan bias kognitif dan bias emosi.
- Peserta dapat mengetahui bagaimana menyikapi informasi yang diterima.

Alat yang dibutuhkan:

- Metaplan
- Plano
- Spidol
- Slides “Berita Palsu/Benar”
- Laptop
- Proyektor

Waktu:

- 75 menit

Langkah-langkah:

- Buka sesi dengan menjelaskan tujuan, proses, dan waktu pelaksanaannya. **(3')**
- Tampilkan beberapa contoh potongan pernyataan/berita sebagai berikut:
  - "Minum air hangat dengan garam setiap malam bisa mengeluarkan sel kanker dari tubuh."
  - "Mulai bulan depan, pemerintah akan membatasi akses media sosial pada jam tertentu untuk menjaga keamanan nasional."
  - "Video Menkeu Buka Program Bantuan Rp 30 Juta."
- Minta peserta untuk menyampaikan jawabannya secara cepat: percaya, ragu, atau tidak percaya. **(10')**
- Tanyakan kepada peserta, "Apa yang membuat Anda langsung percaya atau tidak percaya terhadap suatu informasi?" Bagi metaplan kepada peserta dan minta mereka untuk menulis jawabannya di metaplan tersebut. **(10')**
- Bagi peserta ke dalam kelompok kecil berisikan 4-5 orang dan minta mereka untuk membacakan hasil kerjanya kepada anggota kelompok lain. **(15')**
- Minta perwakilan kelompok untuk mempresentasikan jawabannya di pleno. Beri kesempatan kepada peserta untuk memberikan tanggapan. Catat poin-poin penting yang disampaikan oleh peserta. **(20')**
- Bagikan lembar baca "Bias Kognitif, Bias Emosi, dan Cara Menyikapi Informasi" dan beri waktu kepada peserta untuk membacanya. **(5')**
- Beri ruang tanya-jawab kepada peserta. **(10')**
- Tutup sesi dengan menyampaikan poin-poin penting, antara lain: **(2')**
  - Tidak semua informasi yang terasa "benar" itu akurat.
  - Semakin kuat emosi kita terhadap sebuah informasi, semakin penting untuk berhenti sejenak dan berpikir tentang kebenaran informasi tersebut.

LEMBAR BACAAN

Bias Kognitif, Bias Emosi, dan Cara Menyikapi Informasi

Dalam kehidupan sehari-hari, kita menerima berbagai informasi dari media sosial, percakapan, maupun berita. Namun, cara kita memahami dan merespons informasi tersebut tidak selalu objektif. Ada dua hal penting yang mempengaruhi cara kita berpikir dan mengambil keputusan, yaitu *bias kognitif* dan *bias emosi.*

Bias Kognitif

Bias kognitif adalah kecenderungan cara berpikir yang membuat kita menilai informasi secara tidak sepenuhnya rasional. Tanpa disadari, kita lebih mudah percaya pada informasi yang sesuai dengan keyakinan atau pengalaman kita sebelumnya. Kita juga cenderung lebih percaya pada informasi yang datang dari orang yang kita kenal, hormati, atau anggap memiliki otoritas. Akibatnya, kita bisa menerima suatu informasi sebagai benar bukan karena sudah diverifikasi, tetapi karena terasa "masuk akal" atau "sesuai" dengan apa yang kita yakini.

Bias Emosi

Bias emosi terjadi ketika perasaan seperti takut, marah, cemas, atau bahkan bangga mempengaruhi penilaian kita. Informasi yang memicu emosi kuat sering kali terasa lebih mendesak dan lebih meyakinkan, sehingga kita terdorong untuk bereaksi dengan cepat. Dalam banyak kasus, informasi yang memancing emosi tinggi justru lebih mudah dipercaya dan disebarkan, meskipun belum tentu benar.

Peran emosi dalam menerima informasi sangat signifikan. Ketika seseorang merasa takut, misalnya, ia cenderung ingin segera bertindak atau memperingatkan orang lain. Ketika marah, seseorang bisa terdorong untuk langsung menyebarkan informasi tanpa memeriksa kebenarannya. Sementara itu, rasa bangga terhadap kelompok tertentu juga dapat membuat seseorang lebih mudah menerima informasi yang mendukung kelompoknya, tanpa mempertanyakan keakuratan isi informasi tersebut. Dengan kata lain, semakin kuat emosi yang muncul, semakin besar kemungkinan seseorang bereaksi secara cepat tanpa berpikir kritis.

Cara Menyikapi Informasi

Untuk mengurangi pengaruh bias kognitif dan emosi, kita dapat menggunakan pendekatan sederhana yang disebut **STOP – CHECK – THINK,** yang artinya:

STOP: Berhenti sejenak sebelum mempercayai atau menyebarkan informasi. Langkah ini penting terutama ketika informasi tersebut memicu emosi yang kuat.

CHECK: Memeriksa informasi tersebut secara lebih kritis. Ini dapat dilakukan dengan melihat sumber informasi, mencari bukti pendukung, dan membedakan antara fakta dan opini.

THINK: Pertimbangkan dampak dari tindakan kita. Sebelum menyebarkan informasi, penting untuk memikirkan konsekuensinya, baik bagi diri sendiri maupun orang lain. Informasi yang tidak akurat dapat menimbulkan kesalahpahaman, konflik, bahkan merugikan pihak tertentu.

Sesi 4
Alat Verifikasi dan Cek Fakta

Tujuan sesi:

- Peserta dapat mengetahui berbagai alat verifikasi dan cek fakta.
- Peserta dapat menggunakan berbagai alat verifikasi berita dan cek fakta.

Alat yang dibutuhkan:

- Metaplan
- Plano
- Spidol
- Slides “Berita Palsu/Benar”
- Laptop
- Proyektor

Waktu:

- 65 menit

Langkah-langkah:

- Buka sesi dengan menjelaskan tujuan, proses, dan waktu pelaksanaannya. **(3')**
- Tampilkan 5 slides yang mana masing-masing berisikan potongan berita nasional dan seputar Kota Bima, kemudian tanyakan kepada peserta tentang kebenaran berita tersebut beserta alasannya. **(10')**
- Tanyakan kepada peserta, *"apa yang Anda lakukan ketika Anda melihat berita/konten yang informasinya meragukan?"* Co-fasilitator mencatat respons yang disampaikan oleh peserta. **(10')**
- Sampaikan cara memverifikasi konten/berita. Demonstrasikan cara untuk mengakses setiap fitur dan situs yang disampaikan dengan laptop. **(15')**
  - Cek kebenaran berita melalui beberapa situs cek fakta (e.g. cekfakta.com)
  - Lakukan cek silang *(cross-check)* dengan portal berita lainnya
  - Periksa sumber berita (kredibilitas media dan penulisnya)
  - Khusus untuk foto, lakukan Google *reverse image search.*
- Bagi peserta ke dalam 4 kelompok. **(1')**
- Berikan masing-masing kelompok dua potongan berita yang perlu mereka uji verifikasinya. **(10')**
  - Minta kelompok untuk melakukan ke empat cara di atas dan menyepakati apakah berita tersebut benar atau tidak.
  - Instruksikan kelompok untuk mengisi jawaban mereka di kertas kerja yang telah disediakan.
- Minta masing-masing kelompok untuk mempresentasikan hasil diskusinya. **(10')**
- Tanyakan kepada peserta apa pelajaran yang mereka dapatkan dari sesi ini. **(1')**
- Tutup sesi dengan menyampaikan poin-poin penting sebagai berikut: **(5')**
  - Di samping mengetahui kebenaran informasi, verifikasi informasi berperan mencegah potensi konflik dan stigma sosial.
  - Setiap pengguna memiliki tanggung jawab untuk memastikan kebenaran informasi sebelum membagikannya kepada orang lain,

khususnya *role model.*

- Pesan yang dibagikan oleh *role model* memiliki daya pengaruh yang jauh lebih besar dibandingkan oleh pengguna biasa. Oleh karenanya, penting memeriksa kebenaran informasi dan menghindari penyebaran informasi yang keliru.

Sesi 5
Memproduksi Narasi Alternatif

Tujuan sesi:

- Peserta dapat mengetahui apa yang dimaksud narasi positif alternatif.
- Peserta dapat merancang narasi positif alternatif.

Alat yang dibutuhkan:

- Metaplan
- Plano
- Spidol
- Slides “Narasi Positif Alternatif”
- Laptop
- Proyektor

Waktu:

- 75 menit

Langkah-langkah:

- Buka sesi dengan menjelaskan tujuan, proses, dan waktu pelaksanaannya. **(3')**
- Tanyakan pertanyaan pemantik kepada peserta, *"apa isu yang sering didiskusikan secara sengit oleh netizen Kota Bima di media sosial?"*
- Minta beberapa peserta untuk menjawab pertanyaan tersebut. **(2')**
- Lanjutkan sesi dengan menjelaskan tentang narasi positif alternatif, langkah-langkah membuat narasi alternatif, serta contoh narasi tersebut menggunakan Slides *"Narasi Positif Alternatif"*. **(30')**
- Berikan kesempatan tanya-jawab kepada peserta untuk memperdalam materi. **(5')**
- Sampaikan kepada peserta pentingnya *role model* memiliki kemampuan membuat narasi alternatif karena: **(10')**
  - Lebih mudah diterima dan diikuti
  - Dapat menggeser arah diskusi dari memecah belah menjadi menenangkan
  - Mempengaruhi penerimaan sosial terhadap individu atau kelompok yang rentan
- Berikan satu isu/narasi negatif yang beredar di media sosial dan minta peserta untuk membuat narasi alternatif yang terinspirasi dari isu tersebut. **(10')**
- Minta masing-masing peserta mempresentasikan hasil kerjanya dan ajak peserta lain untuk memberikan masukan. **(10')**
- Tutup sesi dengan menyampaikan poin penting berikut: **(5')**
  - Narasi negatif perlu ditandingi, bukan hanya diabaikan.
  - Menyebarkan narasi alternatif adalah bagian dari menjaga kohesi sosial.

5.Pembuatan Konten

Sesi 1
Membangun Personal Branding

Tujuan sesi:

- Peserta dapat memahami pengertian *personal branding*.
- Peserta dapat mengetahui dan mengidentifikasi *personal branding* mereka.

Alat yang dibutuhkan:

- Metaplan
- Plano
- Spidol
- Foto-foto Publik Figur
- Lembar Kerja *"Personal Branding"*

Waktu:

- 80 menit

Langkah-langkah:

- Buka sesi dengan menjelaskan tujuan, proses, dan waktu pelaksanaannya. **(3')**
- Awali sesi dengan menampilkan foto 5 publik figur/pemengaruh, misalnya:
  - Jurnalis
  - Aktor/Aktris
  - Tokoh politik
  - Penyanyi
  - Pengusaha
- Ajukan pertanyaan berikut kepada peserta: *"apakah Anda mengenal orang di foto ini? Siapakah dia? Menurut Anda, apa karakter khusus yang membuat dia terkenal? Apa alasannya?"* **(10')**
- Sampaikan kepada peserta bahwa: **(5')**
  - Jawaban-jawaban yang disebut peserta adalah *personal branding* dari kelima publik figur tersebut.
  - Personal branding merupakan proses membentuk persepsi masyarakat akan diri seseorang dengan menonjolkan kepribadian, keahlian, dan nilai yang unik agar dapat dikenal dengan karakter tersebut dan menjadi alat pemasaran.
  - Sebagai *role model,* penting untuk membangun *personal branding* untuk menjadi pembeda dan memperluas pengaruh/jaringan.
- Instruksikan peserta untuk menuliskan jawaban mereka dalam metaplan untuk pertanyaan berikut: **(10')**
  - *Siapa saya menurut saya?*
  - *Siapa saya menurut orang lain?*
- Tempelkan kertas A4 yang bertuliskan "MENURUT SAYA" dan "MENURUT ORANG LAIN" di dinding.
- Minta beberapa perwakilan peserta untuk membagikan hasil kerja mereka di pleno dengan berdiri sesuai dengan kertas yang ditempel di dinding. Catat poin-poin yang disebutkan oleh peserta. **(10')**
- Tanyakan kepada peserta, "apakah jawaban yang Anda tulis merupakan

personal branding Anda? Apakah Anda mengetahui personal branding Anda sendiri?" Minta beberapa peserta untuk menjawabnya secara verbal. **(7')**

- Bagikan lembar kerja "Personal Branding" kepada peserta yang berisikan: **(15')**

Pertanyaan	Jawaban
Apa saja keahlian/kualifikasi, minat, dan nilai-nilai yang Anda miliki?	
Mengenai isu kohesi sosial, siapa demografi (umur, pekerjaan, pendidikan, jenis kelamin) target audiens Anda?	
Dalam isu kohesi sosial, bagaimana Anda ingin dikenal oleh target audiens Anda?	
Dalam isu kohesi sosial, apa karakter/kepribadian yang ingin Anda tampilkan kepada target audiens?	

- Minta 5 perwakilan peserta untuk mempresentasikan hasil kerjanya dan peserta lainnya untuk memberikan masukan. Catat poin-poin penting yang disampaikan oleh peserta. **(15')**
- Tutup sesi dengan menyampaikan poin-poin penting tentang personal branding: **(5')**
  - Personal branding adalah kesan dan citra diri yang terbentuk dari aktivitas di ruang *online* dan *offline.*
  - Kejelasan tentang apa personal branding Anda membantu orang lain memahami posisi dan peran Anda di ruang publik.
  - Di samping itu, proses mengenali personal branding membantu kita lebih sadar, terarah, dan bertanggung jawab di ranah digital.

LEMBAR KERJA
Personal Branding

Pertanyaan	Jawaban
Apa saja keahlian/kualifikasi, minat, dan nilai-nilai yang Anda miliki?	
Dalam isu kohesi sosial, siapa demografi (umur, pekerjaan, pendidikan, jenis kelamin) target audiens Anda?	
Dalam isu kohesi sosial, bagaimana Anda ingin dikenal oleh target audiens Anda?	
Dalam isu kohesi sosial, Apa karakter/kepribadian yang ingin Anda tampilkan kepada target audiens?	

Sesi 2
Pengantar Media Sosial

Tujuan sesi:

- Peserta dapat mengetahui berbagai media sosial dan karakteristiknya.
- Peserta dapat memahami fungsi dan fitur setiap media sosial untuk pembuatan konten.

Alat yang dibutuhkan:

- Metaplan
- Plano
- Spidol
- Laptop
- Proyektor

Waktu:

- 50 menit

Langkah-langkah:

- Buka sesi dengan menjelaskan tujuan, proses, dan waktu pelaksanaannya. **(3')**
- Jelaskan demografi pengguna media sosial di Indonesia beserta perbedaan fitur dari setiap paltform media sosial (Facebook, Instagram, Tiktok, dan Youtube) menggunakan materi PowerPoint. **(20')**
- Berikan kesempatan kepada peserta untuk melakukan tanya-jawab atas materi yang dipaparkan. **(10')**
- Ajukan pertanyaan berikut satu per satu untuk membuka diskusi dengan peserta:
  - *Saat ini, jika Anda sudah biasa membuat konten, pada media sosial mana konten tersebut dibagikan?*
  - *Bagaimana respons dari audiens Anda? Apakah sesuai dengan harapan?*
  - *Menurut Anda, apa platform media sosial yang paling cocok untuk Anda membuat konten dan berinteraksi dengan target audiens?*
- Minta 5 perwakilan peserta untuk menyampaikan jawabannya di pleno. Catat poin-poin yang disampaikan oleh peserta. **(12')**
- Tutup sesi dengan menyampaikan poin-poin berikut: **(5')**
  - Setiap media sosial memiliki demografi pengguna masing-masing.
  - Setiap media sosial memiliki fitur yang bisa dimanfaatkan untuk pembuatan konten.
  - Ketika Anda membuat konten di media sosial, buatlah konten yang menarik dan sesuai dengan *personal branding* Anda.

Sesi 3
Merancang Konten

Tujuan sesi:

- Peserta dapat mengetahui contoh-contoh konten menarik beserta alasannya.
- Peserta dapat mengetahui unsur-unsur konten yang menarik.
- Peserta mampu menerapkan unsur-unsur konten yang menarik dalam merancang konten (edukasi, inspirasi, hiburan).

Alat yang dibutuhkan:

- Metaplan
- Plano
- Spidol
- Laptop
- Proyektor

Waktu:

- 75 menit

Langkah-langkah:

- Buka sesi dengan menjelaskan tujuan, proses, dan waktu pelaksanaannya. **(3')**
- Ajukan pertanyaan berikut kepada peserta:
  - *Ketika membuka media sosial, konten seperti apa yang membuat Anda berhenti scrolling?*
  - Jika Anda membuat konten tentang toleransi dan perdamaian, jenis konten apa yang ingin Anda buat?
- Minta 4-5 peserta untuk menjawab. Catat poin-poin yang disampaikan oleh peserta. **(12')**
- Jelaskan unsur-unsur konten beserta contohnya kepada peserta (edukasi, inspirasi, dan hiburan) menggunakan PowerPoint. **(15')**
- Beri kesempatan kepada peserta untuk melakukan tanya-jawab. **(10')**
- Minta seluruh peserta untuk menuliskan rencana konten mereka tentang toleransi dan perdamaian dalam sebuah metaplan dengan pertanyaan mengarah sebagai berikut: **(20')**
  - *Apa bentuk konten yang ingin Anda buat?*
  - *Apa topik utama yang ingin Anda angkat?*
  - *Siapa target audiens yang ingin Anda jangkau?*
  - *Apa pendekatan yang ingin dibawa dalam konten tersebut? (edukasi, inspirasi, hiburan)*
  - *Apa pesan utama yang ingin disampaikan?.*
- Bagi peserta ke dalam 4 kelompok.
- Minta anggota kelompok untuk mempresentasikan hasil masing-masing kepada yang lain. **(15')**
- Minta perwakilan kelompok untuk membagikan hasil rencana kontennya di pleno. **(10')**
- Tutup sesi dengan menyampaikan: **(5')**
  - Perencanaan konten (pra-produksi) merupakan tahapan paling penting dalam proses pembuatan konten.
  - Terdapat tiga jenis konten yang relevan untuk konten toleransi dan perdamaian, yaitu: edukasi, inspirasi, dan hiburan.

- Perencanaan konten tidak hanya mencakup apa yang ingin dibuat saat ini, tetapi juga untuk konten-konten berikutnya.
- Menentukan jadwal untuk memposting juga merupakan bagian dari perencanaan konten.

Sesi 4
Etika dan Sensitivitas dalam Pembuatan Konten

Tujuan sesi:

- Peserta dapat mengetahui sensitivitas lokal dalam pembuatan konten.
- Peserta menyusun kesepakatan bersama tentang anjuran dan larangan dalam membuat konten.

Alat yang dibutuhkan:

- Metaplan
- Plano
- Spidol
- Laptop
- Cuplikan Video
- Proyektor

Waktu:

- 85 menit

Langkah-langkah:

- Buka sesi dengan menjelaskan tujuan, proses, dan waktu pelaksanaannya. **(3')**
- Ajukan pertanyaan-pertanyaan berikut kepada peserta:
  - Konten seperti apa yang dianggap sensitif di masyarakat Kota Bima?
  - Apa yang perlu dilakukan (do's) dan dihindari (don'ts) ketika membuat konten tentang isu sensitif di Kota Bima?
  - Bagaimana cara memitigasi resiko ketika menggungah konten yang membahas isu sensitif?
- Bagikan metaplan kepada peserta dan minta mereka untuk menulis jawabannya di metaplan tersebut. **(15')**
- Bagi peserta ke dalam kelompok kecil berisikan 4-5 orang. **(2')**
- Minta peserta untuk membacakan hasil kerjanya kepada anggota kelompok lain secara bergantian. **(15')**
- Berdasarkan jawaban anggota kelompok yang telah disampaikan, instruksikan kelompok untuk menyepakati: **(15')**
  - 5 hal yang sebaiknya dilakukan (anjuran)
  - 5 hal yang sebaiknya dihindari (larangan)
  - cara-cara memitigasi resiko dalam membuat konten sensitif
- Minta setiap perwakilan kelompok untuk mempresentasikan hasil diskusi kelompok. Catat semua poin-poin yang disampaikan oleh perwakilan kelompok di plano. **(20')**
- Ajak peserta untuk menyepakati hasil akhir anjuran dan larangan sebagai panduan bersama. **(10')**
- Tutup sesi dengan menyampaikan poin-poin penting berikut: **(5')**
  - Ketika membuat konten, kita perlu memikirkan tanggung jawab terhadap dampak yang mungkin ditimbulkan.
  - Kita tidak hanya bertanggung jawab kepada audiens, tetapi juga kepada orang-orang yang terlibat dalam konten. Penting untuk memastikan bahwa mereka tidak dirugikan atau terekspos secara tidak aman akibat konten yang kita buat.
  - Pengetahuan tentang batasan, etika, dan cara memitigasi resiko dapat membantu kita untuk membuat konten yang lebih bijak dan berkontribusi positif bagi lingkungan sekitar.

Sesi 5
Praktik Pembuatan Konten

Tujuan sesi:

- Peserta dapat mengetahui proses pembuatan konten.
- Peserta dapat membuat satu konten tentang toleransi dan perdamaian.

Alat yang dibutuhkan:

- Metaplan
- Plano
- Spidol
- Laptop
- Proyektor
- Lembar Kerja “Tahapan Pembuatan Konten”

Waktu:

- 180 menit

Langkah-langkah:

- Buka sesi dengan menjelaskan tujuan, proses, dan waktu pelaksanaannya. **(3')**
- Tanyakan kepada peserta apakah mereka pernah membuat konten. Jika ada peserta yang menjawab iya, tanyakan proses yang mereka lalui ketika membuat konten tersebut. **(2')**
- Jelaskan tahapan umum pembuatan konten, yaitu: **(5')**
  - Pra-produksi (Perencanaan)
  - Produksi (Eksekusi)
  - Pasca-produksi (Penyelesaian)
- Berikan lembar kerja *"Tahapan Pembuatan Konten"* dan minta peserta untuk mengisi lembar kerja tersebut berdasarkan pengalaman mereka. Bagi peserta yang belum pernah membuat konten, arahkan mereka untuk membayangkan proses ketika mereka akan membuat konten di masa depan. (10')
- Minta 4-5 peserta untuk mempresentasikan hasil kerjanya. **(15')**
- Sampaikan kepada peserta bahwa: **(5')**
  - Tahapan pembuatan konten dapat berbeda-beda, tergantung pada jenis konten apa yang dibuat (video, foto, karya tulis). Oleh karena itu, setiap individu bisa jadi melalui tahapan yang berbeda-beda.
  - Perencanaan tidak hanya meliputi rencana satu konten saja, tetapi juga mencakup perencanaan konten selanjutnya untuk menjaga konsistensi personal branding.
- Lanjutkan sesi dengan memaparkan materi tentang pengetahuan teknik dasar membuat konten video dan foto. **(60')**
  - Ajak peserta mencoba untuk mengambil cuplikan berdasarkan teknik-teknik yang dipelajari menggunakan gawai pribadi.
  - Setelah semua peserta sudah mencoba, lanjutkan ke bagian tahapan pasca-produksi.
  - Berikan kesempatan kepada peserta untuk melakukan tanya-jawab.
- Bagi peserta ke dalam 4 kelompok.
- Minta kelompok untuk membuat satu konten video tentang toleransi dan

perdamaian di Kota Bima dengan durasi konten maksimal satu menit. **(45')**

- Instruksikan setiap kelompok untuk menampilkan konten yang telah dibuat. Ajak peserta lain untuk memberikan tanggapan dan masukan. **(20')**
- Tanyakan kepada perwakilan kelompok pertanyaan refleksi berikut: **(10')**
  - *Bagaimana proses pembuatan konten tersebut?*
  - *Bagaimana pembagian kerja di kelompok?*
  - *Apa saja tantangan yang dihadapi selama proses membuat konten?*
- Tutup sesi dengan menyampaikan poin-poin berikut: **(5')**
  - Pembuatan konten merupakan proses yang terdiri dari beberapa tahapan yang saling berkaitan.
  - Ketika membuat konten, penting untuk memperhatikan apakah pesannya jelas tersampaikan dan sesuai dengan minat target audiens.
  - Proses pembuatan konten perlu mempertimbangkan dan menghormati privasi dan persetujuan pihak yang terlibat.

LEMBAR KERJA

Tahapan Pembuatan Konten

Pra-produksi	Produksi	Pasca-produksi

Sesi 6
Optimalisasi Fitur-Fitur Media Sosial Untuk Meningkatkan Engagement Konten

Tujuan sesi:

- Peserta mengetahui fitur-fitur gratis dan berbayar di media sosial untuk meningkatkan engagement konten.
- Peserta dapat merangkai caption konten yang menarik dan mempublikasikan konten yang telah dibuat di dalam kelompok.

Alat yang dibutuhkan:

- Metaplan
- Plano
- Spidol
- Laptop
- Proyektor

Waktu:

- 75 menit

Langkah-langkah:

- Buka sesi dengan menjelaskan tujuan, proses, dan waktu pelaksanaannya. **(3')**
- Sampaikan kepada peserta bahwa konten yang dibuat di sesi sebelumnya akan diunggah di media sosial masing-masing peserta atas kesediaan mereka.
- Tanyakan kepada peserta, *"Apa tahapan setelah konten dibuat?"* **(2')**
- Lanjutkan pemaparan tentang hal-hal yang perlu diperhatikan sebelum menunggah konten (caption, judul, cara mengupload) termasuk fitur-fitur apa yang dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan *engagement/viewers* konten di media sosial. **(25')**
- Beri kesempatan kepada peserta untuk melakukan sesi tanya-jawab. **(10')**
- Pada kelompok yang sama seperti sesi sebelumnya, minta kelompok untuk merangkai *caption* konten yang telah dibuat. *Caption* yang dirangkai untuk konten harus atas persetujuan kesepakatan kelompok. **(10')**
- Minta masing-masing kelompok untuk membacakan *caption* yang telah dibuat dan kelompok lain untuk memberikan masukan. Jika diperlukan, beri waktu kepada kelompok untuk merevisi *captionnya.* **(15')**
- Instruksikan peserta untuk mengunggah konten yang telah dibuat di media sosial masing-masing. **(5')**
- Tutup sesi dengan menyatakan poin-poin berikut: **(5')**
    - Tidak ada formula konkret tentang konten yang viral. Dalam membangun *branding* di media sosial, satu hal yang sangat penting adalah konsistensi.
    - Konsistensi yang dimaksud adalah konsistensi dalam berperilaku di ruang digital sesuai dengan *personal branding,* konsistensi dalam menyampaikan pendapat sesuai dengan misi, dan konsistensi dalam mengunggah konten.