

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Organisasi Masyarakat Sipil

Organisasi masyarakat sipil di Indonesia mulai menampakkan diri pasca era reformasi, terutama, ketika terjadi migrasi besar-besaran aktivis organisasi masyarakat sipil menjadi politisi dan pejabat publik. Agenda demokratisasi yang menjadi misi reformasi-pun semakin gencar disorongkan. Dan, rezim hibrida-pun lahir dari perdebatan mereka. Namun, rezim hibrida selanjutnya melahirkan juga hibrida baru dalam organisasi masyarakat sipil.

Penting dicatat, jalan demokrasi, selain pilihan, adalah juga prasyarat yang diberikan untuk mengakhiri krisis ekonomi. Hibriditas dalam konteks Indonesia, dengan demikian, harus diletakkan dalam konteks upaya Indonesia menyelesaikan krisis ekonominya yang sebagian besar dilakukan dengan menerima resep-resep tawaran IMF dan Bank Dunia. Indonesia sejatinya tengah mengulang kembali sejarah negara-negara Afrika dan Amerika Latin di awal 1990-an yang menempuh transisi demokrasi mereka melalui program penyehatan ekonomi. Dalam paket resep itu, demokratisasi memang menjadi prasyarat utama yang digariskan oleh lembaga-lembaga tersebut.

Demokratisasi, dalam hal ini, menyangkut pemenuhan prosedur-prosedur penyelenggaraan kekuasaan tertentu, mulai dari pemilu demokratis hingga *good governance*. Pada puncaknya, demokratisasi dimuarakan pada liberalisasi (*the best government is the least government*).¹⁰

Partisipasi publik dibuka lebar-lebar dengan menekan intervensi negara pada batas minimal, dunia usaha harus dibangkitkan kembali dengan menyemarakkan pasar investasi, beberapa perusahaan negara perlu disehatkan dengan melakukan privatisasi dan aturan hukum dibuat secara ketat untuk menjamin persaingan ekonomi yang sehat.

Demokratisasi dalam konteks itu bagi sebagian besar organisasi masyarakat sipil di Indonesia memiliki dilema tersendiri. Di satu sisi, ia adalah sebuah keharusan sejarah, namun di sisi lain, ia tidak diharapkan karena berkembang melalui intervensi asing. Namun, terlepas dari semua perdebatan tentang liberalisasi, masyarakat sipil-pun “dipaksa” untuk menempatkan diri dalam arus liberalisasi yang berlangsung. Lemahnya peran negara secara otomatis membuat masyarakat sipil mereguk keuntungan tersendiri.

Lembaga-lembaga donor asing lebih melirik mereka daripada negara. Disisi lain, negara juga membutuhkan mereka demi mengais legitimasi dan menyewa tenaga profesional mereka. Kucuran donor asing semakin melimpah ruah dan proyek pemerintah pun tak pernah sepi. Organisasi masyarakat sipil inipun bahkan melakukan hal-hal yang semestinya

¹⁰Darwin, Muhadjir, *Teori Organisasi Publik (revisi 3)*, Magister Administrasi Publik UGM, Yogyakarta, 2004.

menjadi tugas negara, mulai dari penghitungan hasil pemilu hingga pengentasan kemiskinan.

Merekapun juga mengambil alih banyak tugas-tugas legislatif dan yudikatif, mulai pengawasan kinerja pemerintah hingga investigasi kasus-kasus korupsi. Mereka menyadari posisi strategis ini, sehingga, tak heran jika pasca reformasi, industri LSM pun semakin berkecambah. Maka, alih-alih menyelesaikan misinya sebagai motor gerakan sosial, organisasi masyarakat sipil justru berkembang menjadi industri jasa modern. Mereka memiliki kantor-kantor yang dikelola secara profesional.

Bagi institusi-institusi yang mapan, para aktivisnya mengisi lapisan kelas-kelas borjuis baru. Mereka tidak hanya bekerja di satu institusi, namun pada banyak lainnya. Lingkup kerja mereka tidak lagi nasional, namun dalam sistem jaringan transnasional.

Disini, kemudian muncul persoalan tentang keadaban (*civility*) dan kewarganegaraan (*civic*) yang memberi karakter bagi masyarakat sipil. Keadaban tidak lagi sekadar menyangkut isu-isu kekerasan, namun juga isu kemandirian, sementara kewarganegaraan menyangkut tanggung jawab politis sebagai warganegara. Kedua isu saling bertautan satu sama lain. Kemandirian terhadap negara tidak lantas digantikan pada ketergantungan pada yang lain sehingga mengikis tanggung jawab kewarganegaraannya.

Organisasi masyarakat sipil di negeri ini, terbukti dikuasai serta dikendalikan oleh negara dan swasta. Secara ekonomi, organisasi

masyarakat sipil tersebut adalah organisasi pemburu *provit*, mereka bergantung pada donor mana yang bersedia menerima program-program mereka atau memberikan proyek-proyek baru bagi mereka.

Secara politis, ada empat posisi yang jamak dipilih. *Pertama*, berkolaborasi dan menerima proyek-proyek pemerintah secara total. *Kedua*, menghindari kerjasama dengan negara dengan lebih membuka diri pada swasta. *Ketiga*, menolak kerja sama dengan negara maupun dengan pihak swasta tertentu, semisal lembaga donor internasional atau perusahaan industri berat. *Keempat*, menerima kerja sama dari manapun secara profesional tanpa harus terikat.

Umumnya, Ormas dan LSM/NGO lebih memilih posisi keempat. Dan, pada posisi ini, berbagai ideologi dan idealisme diperdebatkan, ditata ulang bahkan ditransgresikan.

Masyarakat sipil sendiri bukanlah diskursus yang tercipta karena pengalaman domestik, namun diskursus impor yang diappropriasi oleh pengalaman lokal. Di tempat asalnya, masyarakat sipil bersifat mandiri (dari negara) karena hidup beriringan dengan berfungsinya ekonomi pasar kapitalis.

Organisasi-organisasinya hidup dari bisnis mandiri, seperti media, atau dari kesadaran filantropis masyarakatnya yang tinggi. Sementara, saat datang ke negeri-negeri berkembang, ide-ide ini dicangkokkan pada ragam organisasi yang ada.

Organisasi-organisasi masyarakat sipil selalu menyiasati berbagai macam permasalahan yang ada, sebagaimana pasar yang bekerja mencapai

tujuannya sendiri, masyarakat sipil inipun pada akhirnya berkembang untuk dapat meraih identitasnya sendiri.

1. Jenis dan Kategori LSM

Secara garis besar dari sekian banyak organisasi non-pemerintah yang terdapat di Indonesia dapat dikategorikan sebagai berikut;¹¹

1) Organisasi Donor

Adalah organisasi non pemerintah yang memberikan dukungan biaya bagi kegiatan organisasi non provit/politik/pemerintah dan organisasi lain.

2) Organisasi Mitra Pemerintah

Adalah organisasi non pemerintah yang melakukan kegiatan dengan bermitra dengan pemerintah dalam menjalankan kegiatannya.

3) Organisasi Profesional

Adalah organisasi non pemerintah yang melakukan kegiatan berdasarkan kemampuan professional tertentu, seperti organisasi pendidikan, organisasi bantuan hukum, organisasi jurnalisme, organisasi kesehatan, organisasi pengembangan ekonomi dan sejenisnya.

4) Organisasi Oposisi

Adalah organisasi non pemerintah yang melakukan kegiatan dengan memilih menjadi penyeimbang dari kebijakan pemerintah. Organisasi ini bertindak melakukan kritik dan pengawasan terhadap keberlangsungan kegiatan pemerintahan.

¹¹ *Ibid.*

2. Peran Sosial LSM dalam Masyarakat

Khasanah kepustakaan tentang LSM, di Indonesia muncul istilah tentang berbagai generasi LSM. LSM generasi awal lebih merupakan lembaga sukarela untuk memberi bantuan dan santunan social. Generasi kedua, mulai memperkenalkan pengembangan usaha swadaya lewat kelompok-kelompok kecil dari masyarakat yang rentan. Semboyan mereka adalah *“memberi kail bukan sekedar ikan”*. Generasi ketiga mulai berinteraksi dengan pembuatan kebijaksanaan, dan berperan sebagai semacam konsultan untuk beberapa program yang memerlukan dukungan swadaya masyarakat. Kemudian, generasi keempat menggerakkan keprihatinan publik dengan melakukan kampanye tentang lingkungan hidup, hak-hak konsumen atau hak-hak asasi manusia. Tentu saja yang terakhir kecuali generasi pertama, semua ini merupakan titik berat kegiatan dari pada spesialisasi yang eksklusif. Dan ada juga LSM-LSM yang melakukan kegiatan tersebut sekaligus.¹²

Kenyataannya, bahwa LSM mempunyai pandangan dasar, metode kerja dan tujuan yang relative sama. Berbagai forum dan jaringan yang banyak dibentuk sejak tahun 1980-an, baik di daerah, ditingkat nasional, maupun internasional menyebabkan munculnya suatu komunitas yang khas, yang bilamana perlu bisa bertindak bersama.

Suatu hal yang menarik dalam komunitas tersebut adalah telah berkurangnya tarikan primordial masing-masing, hingga LSM dari berbagai aliran dan latar belakang bisa bertemu untuk kepentingan

¹² Anwar, Surya *“Kontribusi Penyuluhan Pembangunan Dalam Mendukung Pelaksanaan Otonomi Daerah”* Seminar Pemberdayaan SDM Menuju Masyarakat Madani, Bogor : IPB. 25-26 September 2000.

bersama. Masih ada unsur tengah *mainstream* yang bisa menjadi acuan bersama. Unsur *mainstream* tersebut adalah usaha menggerakkan partisipasi masyarakat dan pembelaan hak-hak rakyat.

Untuk itu mereka mengembangkan jaringan, tak hanya antar LSM, tetapi juga dengan unsur-unsur yang tanggap dikalangan pemerintah, akademika, organisasi masyarakat dan para pembentuk pendapat umum. Jaringan itu longgar, tidak resmi, disana-sini terkesan agak pribadi sifatnya, tetapi biasanya cukup efektif dalam kegiatannya.¹³

B. Kedudukan, Fungsi, dan Peran LSM dalam Sistem Pemerintahan Daerah.

Meminjam teori fungsionalisme struktural, LSM diposisikan atau didudukan sebagai pelaku dari struktur kelompok kepentingan yang berfungsi sebagai pengartikulasi kepentingan masyarakat. Artinya, LSM berkedudukan sebagai kelompok kepentingan (*interest group*) didalam suatu negara. Bila mereka melakukan artikulasinya itu secara menekan (memaksa, mengancam, menteror, dan sebagainya), mereka berkedudukan sebagai kelompok penekan (*pressure group*). LSM bermula dari (secara sejarah) dan berperan sebagai;

- 1) Dibentuk oleh masyarakat sendiri.
- 2) Diurus/dikelola oleh masyarakat sendiri.
- 3) Untuk memperjuangkan kepentingan masyarakatnya sendiri (masyarakat selingkup).

¹³ *Ibid.*

- 4) Dalam upaya membantu tugas-tugas pemerintah dalam membangun bangsa/negara.

Letak perbedaan antara LSM dan Ormas adalah :

- 1) Dibentuk dan diurus sendiri dengan dukungan pemerintah;
- 2) Diselaraskan dengan program-program pemerintah;
- 3) Untuk menjadi mitra-kerjasama pemerintah.

Sementara LSM adalah:

- 1) Dibentuk dan diurus oleh masyarakat sendiri;
- 2) Bergerak untuk mengisi dan memperjuangkan kepentingan-kepentingan masyarakat yang terabaikan (termarginalisasi) oleh pemerintah;
- 3) Untuk menjadi pengontrol terhadap cara/hasil-kerja pemerintah.

Kebergantungan Ormas dan LSM kepada pemerintah ditentukan oleh :

- 1) Sumber dana bagi kegiatan organisasi; apakah dari (sebagian atau seluruhnya) dari bantuan pemerintah atau tidak.
- 2) Pengaruh kerjasama rekrutasi ketika menjadi pimpinan; apakah meminta bantuan (atau direkayasa) pemerintah ketika menjadi pimpinan Ormas/LSM atau tidak.
- 3) Motivasi pendirian organisasi; apakah karena mengejar dana tawaran pemerintah atau bukan (seperti dana JPS di era pasca tahun 1970an).

Atas dasar itu, Ormas dan LSM dalam Sistem Pemerintahan dapat berkedudukan sebagai kelompok kepentingan yang berfungsi untuk/dalam memperjuangkan kepentingan masyarakat dilingkup kerjanya masing-masing. Kemudian dapat diperankan dalam bentuk :

- 1) Mempengaruhi partai-partai politik melalui fraksi legislatif-nya untuk memperjuangkan atau membuat keputusan (melalui peraturan daerah) yang berpihak kepada program/kegiatan Ormas dan LSM.
- 2) Mempengaruhi pemerintah/eksekutif (Bupati atau Dinas/Instansi terkait) untuk memperjuangkan kepentingan Ormas dan LSM kedalam Peraturan Daerah atau keputusan-keputusan Pemerintah.
- 3) Mengontrol/mengawasi kinerja Pemerintah dan DPRD (termasuk di dalamnya Dinas/Instansi Pemerintah dan partai-partai politik).
- 4) Saling memantau dan mengontrol antar sesama kelompok kepentingan (Ormas pada Ormas, LSM pada LSM) agar tidak terjadi saling bersaing yang tidak sehat, agar tidak mencemarkan korsa-organisasi di mata pemerintah dan masyarakat umum. Untuk ini bisa dalam bentuk adanya forum bersama, kelompok kerja bersama, etika profesi bersama, atau yang lainnya.
- 5) Bersedia secara sadar dan bertanggungjawab untuk dipantau dan dikontrol oleh masyarakat umum dan pemerintah di Kabupaten Garut sebagai bentuk adanya akuntabilitas-publik dari Ormmas dan LSM.¹⁴

C. Proses Advokasi dan Penyusunan Strategi

Advokasi adalah aksi yang strategis dan terpadu, oleh perorangan atau kelompok masyarakat untuk memasukkan suatu masalah ke dalam agenda kebijakan, dan mengontrol para pengambil keputusan untuk

¹⁴ Pipin Hanapiyah, "*Visi, Misi, dan Strategi Ormas dan LSM Dalam Pembangunan Daerah*", Makalah Kegiatan Sosialisasi Pemberdayaan Ormas dan LSM, Bandung : Universitas Padjajaran Bandung, 26 September 2001.

mengupayakan solusi bagi masalah tersebut sekaligus membangun basis dukungan bagi penegakan dan penerapan kebijakan publik yang di buat untuk mengatasi masalah tersebut.¹⁵

Proses advokasi melibatkan berbagai strategi yang ditujukan untuk mempengaruhi pengambilan keputusan publik baik di tingkat lokal, nasional dan internasional, kemudian dalam advokasi itu secara khusus harus memutuskan: siapa yang memiliki kekuasaan dalam membuat keputusan, dan bagaimana cara mengambil keputusan itu, serta bagaimana cara menerapkan dan menegakkan keputusan tersebut.¹⁶

Berbicara advokasi, sebenarnya tidak ada definisi yang baku. Pengertian advokasi selalu berubah-ubah sepanjang waktu tergantung pada keadaan, kekuasaan, dan politik pada suatu kawasan tertentu. Advokasi sendiri dari segi bahasa adalah pembelaan.

Selanjutnya, strategi tindakan dapat diklasifikasikan kedalam kerjasama, *persuasi*, *litigasi* (tuntutan hukum), dan *kontestasi* (perlawanan). Dalam strategi kerjasama, kelompok boleh jadi bekerjasama dengan negara untuk menyebarkan inovasi setempat yang berhasil atau untuk memperbaiki layanan yang dilakukan oleh negara, strategi pendidikan membina kewaspadaan politik dan kesadaran kritis, memperkuat LSM dan kelompok warga negara, dan juga memberi informasi, analisis dan kebijakan analisis.

Strategi persuasi menggunakan informasi, analisis, dan mobilisasi warga negara untuk mendesakkan perubahan, serta mempromosikan perubahan

¹⁵ Manual Advokasi Kebijakan Strategis, IDEA, Juli 2003.

¹⁶ Lisa VeneKlassen and Valerie Miller "*The Action Guide for Advocacy and Citizen Participation*" Washington D.C.: The Asia Foundation, 2002.

dengan menggunakan sistem peradilan dan strategi kontestasi menggunakan protes untuk menarik perhatian kedampak-dampak negatif kebijakan dan memberi tekanan demi perubahan.

Meski ada berbagai kemungkinan definisi untuk istilah strategi, namun para ahli merumuskan strategi sebagai rencana tindakan untuk mempengaruhi kebijakan, program, perilaku, dan praktik publik. Sebuah strategi advokasi perlu didasarkan pada visi ideal tentang masyarakat dan analisis permasalahan, isu, *stakeholder*, dan kekuasaan. Sebagai rencana, strategi perlu mengandung unsur-unsur sebagai berikut ;

- 1) Tujuan, sasaran, dan target yang jelas.
- 2) Serangkaian taktik dan kegiatan yang terkait.
- 3) Dilaksanakan dengan cara terorganisir dan sistematis.

Pelaksanaan strategi advokasi berarti menggunakan kekuasaan dan mengubah hubungan kekuasaan untuk mencapai tujuan tersebut.

Pengembangan strategi advokasi dapat dilukiskan dengan berbagai cara, dan dapat dibayangkan sebagai lingkaran atau spiral yang mencakup beberapa tahap yang saling berhubungan dan sering bertindihan. Hal ini mencakup, pembayangan, analisis makro, dan seleksi serta analisis masalahnya, defenisi persoalan dan membingkai isu, menentukan tujuan, identifikasi dan analisis atas para *stakeholder* advokasi sasaran, penyusunan strategi, taktik dan garis waktu, pelaksanaan strategi dan taktik, evaluasi dampak, penerapan pelajaran dari strategi dan taktik untuk usaha advokasi masa depan.

Kampanye advokasi yang efektif berdasar pada pemahaman yang jelas tentang seperti apa masyarakat yang mereka inginkan dan visi ideal tentang dunia. Visi ini dapat menolong kelompok-kelompok dalam memilih masalah dan isu yang akan membantu menuju perubahan transformative dan menentukan tujuan advokasi jangka panjang berdasarkan perubahan itu.

Setelah menentukan visi jangka panjang, yakni masyarakat ideal, kelompok-kelompok merasa perlu mendasarkan diri pada konteks social dimana kelompok akan beroperasi. Ini memungkinkan organisasi untuk menilai kekuatan makro dan hubungan kekuasaan yang akan mempengaruhi usaha advokasi mereka.

Ada beberapa cara untuk melakukan penilaian ini. Misalnya, sejumlah cara disebut analisis makro, yang lain dikenal sebagai analisis situasi. Salah satu cara untuk melaksanakan analisis menyeluruh yaitu kerangka kerja masyarakat sipil, negara, dan pasar yang memetakan kekuatan dan kekuasaan relative setiap sektor.

Cara itu memberikan metode nyata bagi organisasi untuk membahas kekuatan politik, sosial, dan ekonomi makro sebelum memulai analisis dan pemilihan masalah mereka.¹⁷

Untuk lebih jelas, berikut adalah proses dan langkah-langkah yang harus dilakukan dalam kegiatan advokasi¹⁸ :

¹⁷ Diadaptasikan dari Elain Murphy "*Communicating Family Planning Information to Policymakers*", Washington DC : The Future Group International, 2004.

¹⁸ Rikha Aryani Surya, "*Konsevasi Sumber Daya Alam Hayati dan Ekosistemnya*", Materi Pelatihan Advokasi Konservasi dan Lingkungan Hidup MAPALA Universitas Lampung, 18-19 Februari 2004.

1. Manajemen isu dan kampanye advokasi

Kegiatan awal yang menentukan bagi proses perancangan kampanye advokasi adalah, memilih isu, kemudian mengembangkan tujuan jangka panjang, dan mengembangkan tujuan strategisnya.

Pada tahapan ini dituntut kemampuan analisa yang tajam terhadap lingkungan yang kompleks dengan berbagai masalah yang saling terkait. Kemudian kemampuan untuk dapat membayangkan suatu solusi kebijakan untuk masalah atau isu yang dipilih. Serta, dapat membayangkan suatu hasil jangka panjang, dan mengartikulasikan tujuan jangka pendek.

Tanpa isu yang diartikulasikan dengan jelas, tujuan jangka panjang dan strategis yang didefinisikan dengan baik, langkah-langkah advokasi berikutnya akan kehilangan fokus sehingga hasil seluruh kampanye advokasi menjadi lemah. Isu advokasi adalah masalah atau situasi yang ingin diperbaiki oleh pelaku advokasi. Dalam unit ini peserta akan memilih suatu isu yang dirasakan secara luas oleh konstituennya dan mulai membangun suatu kampanye advokasi untuknya.

Tujuan jangka panjang adalah hasil jangka panjang tiga sampai dengan lima tahun kedepan yang ingin dicapai melalui kampanye advokasi. Peserta diminta untuk membayangkan bagaimana lingkungan kebijakan akan berubah sebagai hasil upaya advokasinya. Kemudian, terkait dengan permasalahan lingkungan yang ada di Kabupaten OKU maka kebijakan jangka panjang yang ingin dicapai adalah, akankah pemerintah segera merealisasikan Peraturan Daerah (Perda) tentang kebersihan dan

kesehatan sungai ogan serta pengelolannya, serta akankah kebijakan dalam permasalahan lahan perkebunan dan tambang dapat juga berpihak kepada kepentingan ekonomi masyarakat sebagai pemilik tanah/lahan, bukan hanya menguntungkan bagi pihak pemerintah dan pemilik modal semata.

Contoh-contoh diatas menggambarkan cita-cita perubahan kebijakan jangka panjang yang ingin dicapai. Sebagai sebuah LSM atau jaringan ORNOP (Organisasi Non Pemerintahan) mungkin tidak bisa mencapainya sendiri, tetapi pernyataan tujuan jangka panjang ini member orientasi yang jelas dalam bekerjanya advokasi yang dilakukan.

Terakhir adalah tujuan strategis, yaitu keadaan yang ingin dicapai dalam waktu yang lebih singkat (satu atau dua tahun) dan mendukung pencapaian tujuan jangka panjang. Tujuan strategis bersifat specific, realistis, terukur, dan terbatas oleh waktu. Pelaku advokasi seringkali bekerja untuk mencapai dua tujuan strategis atau lebih pada waktu yang sama dalam upayanya mencapai tujuan jangka panjang. Hal yang perlu diperhatikan bahwa tujuan strategis hendaknya mengidentifikasi badan kebijakan specific (yang memiliki wewenang untuk memenuhi tuntutan perubahan yang diinginkan) disamping kebijakan politis apa yang dikehendaki.

2. Menentukan sasaran, dukungan, dan oposisi

Keberhasilan suatu kampanye advokasi sangat ditentukan oleh kemampuan, menentukan sasaran kampanye advokasi, selanjutnya

mengembangkan pesan-pesan yang efektif, dan memilih saluran yang tepat untuk menyampaikan pesan-pesan itu.

Untuk setiap tujuan strategis yang telah ditetapkan terdapat dua kategori sasaran advokasi, yaitu :

- 1) Sasaran primer, yaitu individu atau institusi yang memiliki wewenang untuk mengambil kebijakan yang diharapkan.
- 2) Sasaran sekunder, yaitu individu atau institusi yang bisa mempengaruhi sasaran primer, baik secara formal ataupun informal.

Pesan yang efektif dan saluran komunikasi yang tepat sangat ditentukan oleh pengetahuan dan pemahaman terhadap berbagai pihak sasaran, terutama pengenalan terhadap posisi setiap pihak terhadap isu yang diperjuangkan.

Pelaku advokasi harus mampu memastikan tingkat dukungan atau tantangan yang secara potensial akan diberikan oleh berbagai pihak yang berkepentingan. Apakah mereka itu pimpinan politik, pejabat pemerintah nasional dan lokal, media massa, pemimpin adat, NGO lain, organisasi profesional, dan sebagainya. Perlu diperhatikan adalah, bahwa tiap pihak tidaklah sama untuk setiap situasi.

Para pendukung potensial advokasi juga perlu mendapatkan perhatian, semakin besar segmen masyarakat yang mendukung suatu upaya advokasi semakin besar kemungkinan untuk berhasil. Pelaku advokasi kemudian bisa membentuk jaringan, yang kemudian berkoalisi dengan jaringan yang lain, memperluas keanggotaan, membangun kerjasama

dengan entitas swasta dan sektor komersial, dan membangun dukungan publik sebagai basis dukungannya.

Para pihak yang bersifat netral mesti diupayakan agar berubah menjadi pendukung upaya advokasi. Opini publik yang sebelumnya bersifat netral bisa menjadi tekanan yang sangat kuat untuk pembuat kebijakan. Seringkali juga ada pejabat pemerintah, politisi berkuasa, atau tokoh lainnya yang sebenarnya mendukung isu advokasi yang diperjuangkan, tetapi di depan umum masih ingin terlihat netral. Pelaku advokasi mesti mencoba untuk mendorong mereka agar memberi dukungan secara terbuka bagi kegiatan kampanye mereka.

Kegiatan advokasi, didalamnya banyak keputusan penting diambil atas dasar analisis terhadap pihak sasaran advokasi. Unit ini memberikan kesempatan kepada peserta untuk mengenali pihak sasaran primer dan sekunder untuk isu spesifik yang telah mereka pilih sebelumnya. Kemudian mereka akan memulai menilai tingkat pemahaman masing-masing pihak mengenai isu yang diadvokasikan, dan tingkat dukungan ataupun tantangan yang mungkin diberikan. Terakhir, barulah peserta akan melakukan pengembangan pesan-pesan advokasi.

Keberhasilan suatu kampanye advokasi sangat ditentukan oleh kemampuan untuk dapat menentukan sasaran kampanye advokasi, mengembangkan pesan-pesan yang efektif, dan memilih saluran yang tepat untuk menyampaikan pesan-pesan itu sendiri.

Setiap tujuan strategis yang telah ditetapkan terdapat dua kategori yang dapat menjadi sebagai sasaran advokasi, kategori *pertama* adalah sasaran

primer, yaitu individu atau institusi yang memiliki wewenang untuk mengambil kebijakan yang diharapkan, dan kategori yang *kedua* adalah sasaran sekunder, yaitu individu atau instansi yang bias mempengaruhi sasaran primer, baik secara formal maupun informal.

Pesan yang efektif dan saluran komunikasi yang tepat sangat ditentukan oleh pengetahuan dan pemahaman terhadap berbagai pihak sasaran, terutama pengenalan terhadap posisi setiap pihak terhadap isu yang diperjuangkan. Pelaku advokasi harus mampu memastikan tingkat dukungan atau tantangan yang secara potensial akan diberikan oleh berbagai pihak penting. Apakah mereka itu pimpinan politik, pejabat pemerintah nasional dan local, media massa, pimpinan adat, NGO/LSM lain, organisasi professional, dan sebagainya. Perlu diperhatikan bahwa para pihak tidaklah sama untuk setiap situasi.

Saran terbaik yang bisa diberikan kepada pelaku advokasi untuk menghadapi oposisi, adalah miliki sebanyak mungkin informasi mengenai isu-isu spesifik yang dimiliki oleh pihak-pihak oposisi, basis dukungan yang mereka miliki, kemudian cegah atau gembosi upaya-upaya oposisi dengan pesan-pesan yang mampu mengantisipasi dan membalikkan argumentasi-argumentasi yang diajukan oleh mereka.

Para pendukung potensial advokasi juga perlu mendapat perhatian, semakin besar segmen masyarakat yang mendukung suatu upaya advokasi semakin besar kemungkinan untuk berhasil. Pelaku advokasi bisa membentuk jaringan, yang kemudian berkoalisi dengan jaringan yang lain, memperluas keanggotaan, membangun kerjasama dengan

entitas swasta dan sektor komersial, dan membangun dukungan publik sebagai basis dukungannya.

Akhirnya, para pihak yang bersikap netral mesti diupayakan agar berubah menjadi pendukung upaya advokasi. Opini publik yang sebelumnya bersifat netral bisa menjadi tekanan yang sangat kuat untuk pembuat kebijakan. Seringkali juga ada pejabat pemerintah, politisi berkuasa, atau tokoh lainnya yang sebenarnya mendukung isu advokasi yang diperjuangkan, tetapi di depan umum masih ingin terlihat netral. Pelaku advokasi harus mencoba mendorong mereka agar memberikan dukungan secara terbuka bagi kampanyenya.

Banyak keputusan penting dalam advokasi diambil atas dasar analisis mengenai pihak sasaran advokasi. Unit ini memberikan kesempatan kepada peserta untuk mengenali pihak sasaran primer dan sekunder untuk isu spesifik yang telah mereka pilih sebelumnya. Kemudian mereka akan mulai menilai tingkat pemahaman masing-masing pihak mengenai isu yang diadvokasikan, dan tingkat dukungan ataupun tantangan yang mungkin diberikan. Terakhir, barulah peserta akan melakukan pengembangan pesan-pesan advokasi.

3. Mengembangkan rencana aksi

Unit ini telah menitik beratkan pada upaya membangun keterampilan teknis yang dibutuhkan dalam berbagai tahapan proses advokasi, yaitu merumuskan isu, menetapkan tujuan jangka panjang dan tujuan strategis, menjajagi dukungan dan oposisi dan meneliti berbagai pihak sasaran, serta mengembangkan dan menyampaikan pesan.

Selama proses mengembangkan rencana aksi ini pelaku advokasi telah menentukan berbagai pilihan dan mengambil tindakan-tindakan yang menyumbang pada pengembangan strategi advokasi mereka. Kerja yang telah dilalui memiliki aplikasi yang sangat nyata, bukan sekedar teoritis.

Kini saat nya pelaku advokasi menyatukan semua ini kedalam suatu rencana implementasi yang akan memandu pelaksanaan kampanye advokasi. Rencana implementasi ini juga akan menjadi fokus bagi pengembangan rencana monitoring dan evaluasi yang akan dikembangkan selanjutnya.

Rencana implementasi disajikan dalam bentuk yang sangat sederhana, dimana pelaku advokasi didasarkan pada suatu tujuan strategis advokasi yang telah dipilih, merancang berbagai kegiatan memberikan rincian mengenai sumber daya yang dibutuhkan, siapa yang bertanggung jawab dan batasan waktu yang sesuai untuk masing-masing aktifitas.

Mengembangkan rencana aksi, memberikan kesempatan yang sangat baik bagi para pelaku advokasi untuk berkerja dalam kelompok. Rencana aksi mesti dikembangkan berdasarkan input dan kesempatan seluruh pelaku advokasi dalam suatu organisasi/jaringan. Hal ini akan menciptakan rasa memiliki dan komitmen yang besar kepada rencana dan strategi yang telah dikembangkan. Ini penting, mengingat langkah berikutnya adalah meakukan aksi nyata untuk menjadikan rencana aksi suatu realitas.

D. Monitoring dan Evaluasi

Informasi sangat diperlukan dalam proses pengambilan keputusan dalam bertindak. Informasi yang akurat pada waktu yang terlambat membantu kita untuk, belajar dari pengalaman orang lain, kemudian mengidentifikasi dan memanfaatkan kesimpulan, dan menghindari situasi-situasi yang terlalu beresiko atau berbahaya.

Monitoring dan evaluasi berarti mendapatkan dan memanfaatkan informasi, juga bisa digunakan sebagai alat monitoring untuk memperkuat kampanye advokasi dan tim pelaku advokasi. Dalam advokasi, kemampuan untuk mendapatkan dan memanfaatkan informasi yang relevan sangat diperlukan. Komponen monitoring dan evaluasi yang bagus akan membantu para pelaku advokasi untuk mencatat keberhasilan, membangun kredibilitas, dan memotivasi diri untuk menjaga momentum. Jika upaya advokasi suatu organisasi menghasilkan perubahan kebijakan yang diinginkan, maka suatu organisasi akan bisa menghubungkan keberhasilan ini secara sangat jelas dengan kegiatan advokasinya.

Monitoring, adalah proses pengumpulan informasi secara rutin untuk semua aspek dalam suatu kampanye advokasi, dan memanfaatkan informasi ini dalam pengelolaan organisasi dan proses pengambilan keputusan. Suatu rencana monitoring merupakan alat manajemen yang mendasar dan sangat vital untuk mengumpulkan informasi yang diperlukan untuk merancang, melaksanakan, mengelola, dan mengevaluasi kegiatan advokasi.

Guna memenuhi fungsi monitoring, rencana kegiatan advokasi yang dibuat sebaiknya juga mencakup, system pengumpulan informasi dan data tentang kegiatan kunci, serta system untuk menyimpulkan, menganalisis, dan memanfaatkan informasi dalam proses pengambilan keputusan untuk bertindak. Kegiatan monitoring juga membantu untuk membuktikan strategi-strategi yang efektif dan inovatif, kemudian menghasilkan dukungan dana dan politis untuk kegiatan advokasi, dan terakhir adalah memasarkan gagasan organisasi.

Evaluasi, adalah kegiatan yang membutuhkan analisis objective terhadap hubungan kinerja, efisiensi, dan dampak kegiatan advokasi sehubungan dengan tujuan advokasi yang ingin dicapai. Manfaat evaluasi yaitu, menarik pelajaran dari pengalaman guna menyempurnakan kualitas suatu kampanye advokasi, memperbaiki rancangan kampanye advokasi di masa yang akan datang, terakhir dapat menunjukkan kekuatan organisasi pelaku advokasi kepada para pendukung, pembuat kebijakan, lembaga dana, dan sebagainya. Evaluasi bisa dianggap sebagai suatu penilaian pada tahap kritis atau proses mencermati dampak dan keberhasilan advokasi.¹⁹

Tabel dibawah berikut ini menunjukkan perbedaan antara advokasi dan sejumlah konsep lain yang sejenis. Advokasi biasanya bisa dibedakan dengan pendekatan lain dengan mencermati tujuannya yaitu perubahan kebijakan.

¹⁹ *Ibid.*

Tabel 2.1. Perbedaan Advokasi dan Berbagai Konsep Sejenis²⁰

Pendekatan	Aktor	Sasaran	Tujuan	Strategi
Advokasi	Ornop/Jaringan Asosiasi. Profesi Asosiasi. Hobi	Pimer : Institusi publik dan pembuat kebijakan Sekunder : Media massa dan pihak lain untuk menekan pihak pembuat kebijakan	Perubahan kebijakan, program, dan alokasi dana atau sumberdaya	Fokusnya pada upaya mempengaruhi penentu kebijakan yang memiliki kekuasaan
Public Relations	Lembaga Komersial	Konsumen	Meningkatkan image perusahaan dan penjualan	Iklan (radio, tv, media cetak). Penyelenggara an peristiwa public. Menjadi sponsor
Community Mobilization	Lembaga Masyarakat	Warga masyarakat dan	Membangun kemampuan	Musyawarah kampong, dan

²⁰ Makalah pada Pelatihan Advokasi Konservasi dan Lingkungan Hidup Mapala UNILA, tanggal 18-19Februari tahun 2004.

	dan Warga	pemimpin	masyarakat untuk menyelesaikan masalah	kunjungan rumah kerumah
Information, Education, Community (IEC)	Memberi pelayanan	Individu, segmen masyarakat	Meningkatkan kesadaran dan mengubah perilaku	Kampanye melalui media massa, dan penyuluhan

E. Kerangka Pikir

Konservasi sumberdaya alam hayati dan ekosistemnya bertujuan untuk mengusahakan terwujudnya kelestarian sumber daya alam hayati serta keseimbangan ekosistemnya, sehingga dapat lebih mendukung upaya peningkatan kesejahteraan masyarakat dan mutu kehidupan manusia.

Permasalahannya adalah bagaimana menyeimbangkan antara pertumbuhan ekonomi dengan sumberdaya alam agar dapat berkelanjutan. Karena, sumberdaya alam secara umum memiliki batas kemampuan atau yang lebih dikenal daya dukung, baik hayati maupun non-hayati.

Kenyataan yang ada, kebijakan-kebijakan pengelolaan sumberdaya alam yang ditetapkan lebih ditekankan dan dipersiapkan untuk memenuhi pertumbuhan ekonomi saja, sehingga berdampak pada mengeksploitasi Sumber Daya Alam (SDA) secara besar-besaran tanpa mempertimbangkan aspek kelestariannya.

Salah satu hal yang bisa diusahakan LSM dalam rangka mengusahakan terwujudnya kelestarian sumberdaya hayati serta keseimbangan ekosistemnya, sehingga dapat lebih mendukung upaya peningkatan kesejahteraan masyarakat tanpa harus menjadi korban kepentingan ekonomi dari pihak pengeksploitasi alam dan kepentingan pemerintah adalah melalui jalan advokasi.

Advokasi adalah proses yang melibatkan serangkaian tindakan politis oleh warga negara yang terorganisir untuk mentransformasikan hubungan-hubungan kekuasaan. Tujuan advokasi adalah untuk mencapai perubahan-perubahan kebijakan spesifik yang bermanfaat untuk kelompok warga negara yang terlibat dalam proses advokasi ini. Perubahan ini bisa terjadi di sector swasta maupun publik. Advokasi yang efektif dilaksanakan sesuai dengan suatu rencana strategis dan dalam kurun waktu yang masuk akal.

Kegiatan advokasi lingkungan yang dilakukan oleh LSM Jejak Indonesia dalam kerangka pikir ini memiliki empat unsur kajian utama yang saling berhubungan satu sama yang lain (*symbiosis*), sebagai langkah efektifitas hasil dari kegiatan advokasi yang mereka lakukan.²¹

Unsur *pertama* adalah, manajemen isu-isu sentral seputar permasalahan masyarakat umum, pemerintah, dan lingkungan hidup di wilayah Kabupaten OKU, yang kemudian dapat menjadi dasar dari kegiatan advokasi yang akan dilakukan. Kemudian, setelah menetapkan isu lingkungan yang akan dipakai, selanjutnya, langkah yang *kedua* adalah

²¹ *Ibid.*

menentukan sasaran atau target dari kegiatan advokasi yang dilakukan. Objek sasaran dari kegiatan advokasi ini bisa ditujukan kepada dinas instansi atau pemerintah daerah, DPRD, pihak perusahaan pengembang, ataupun para stakeholder lainnya yang memiliki kepentingan serta keterkaitannya terhadap masalah dari tindakan advokasi yang dilakukan. Langkah *ketiga* yaitu, memobilisasi massa guna kepentingan memperkuat isu yang telah dibangun dilangka yang pertama, sehingga kebermanfaatan dari kegiatan advokasi yang dilakukan benar-benar dapat mengakomodir seluruh kepentingan masyarakat secara umum dan lebih luas lagi jangkauannya. Serta, langkah *keempat* adalah melakukan monitoring dan evaluasi secara mendalam mengenai proses tiap rangkaian strategi advokasi yang telah dilaksanakan sampai dengan waktu melaksanakan kegiatan monitoring dan evaluasi. Evaluasi bisa dianggap sebagai suatu penilaian pada tahap kritis atau proses mencermati dampak dan keberhasilan advokasi.

Keempat unsur kajian utama strategi yang digunakan dalam teori diatas harus dilaksanakan secara bertahap dan mengikuti alur proses tiap tahapan perkembangan kegiatan advokasinya. Dan harus dilakukan analisis yang sangat mendalam mengenai permasalahannya, termasuk juga mengenai tantangan dan hambatan yang dialami dilapangan, guna dapat mengoptimalkan perubahan kebijakan dan program sebagai akumulasi dari tujuan utama dari langkah advokasi yang dilakukan.

Secara singkat kerangka pikir ini dapat dilihat pada Bagan 2.1. berikut ini :

