PENDEKATAN POLITIK SEBAGAI STRATEGI DALAM ADVKASI PEMBANGUNAN KESEHATAN

POLITICAL APPROACH AS A STRATEGY IN HEALTH DEVELOPMENT ADVOCACY

Siswanto
Badan Penelitian dan Pengembangan Kesehatan
Departemen Kesehatan Republik Indonesia, Surabaya

ABSTRACT

Advocacy, especially health development advocacy, either in central or in local level, needs multi-perspective approach to convince stakeholders (sense-making and legitimating), which in turn, they would support advocacy agenda. Political approach can be considered as one strategy in winning interest.

Political approach for health advocacy deals with the following issues: (i) who are the actors, (ii) what are their interest (covert and overt), (iii) how is their position related to our agenda, (iv) what are their powers, and finally (v) how to win the contest to react our interest.

To arrange an action plan for health advocacy, it needs a step-by-step activity, like: collection of data and information, identification of policy implications and policy instrument, stakeholders profiling (their interests and powers), finally determining the strategy to advocate our agenda.

Political approach to advocate health policy is, therefore, not solely a science but rather an art: to influence other actors (stakeholders), in winning national and local development contest, and to reach innovative health development goals.

Keywords: advocacy, political approach, actor, power

PENGANTAR

Otonomi daerah, sebagai implementasi Undang-Undang (UU) No. 22 dan No. 25 Tahun 1999 (saat ini direvisi dengan UU No.32 Tahun 2004), mempunyai implikasi yang sangat luas terhadap manajemen pembangunan kesehatan. Di dalam era otonomi daerah, ke mana prioritas pembangunan akan bergerak sangat bergantung kepada para pemain (aktor) pembangunan di daerah, Aktor pembangunan di daerah yang cukup berpengaruh terhadap jalannya perilaku pembangunan adalah sosok suku kata (bupati atau walikota), pembantu esekutif (kepala dinas tanpa instansi lain setingkatnya), anggota legislatif (DPD), dan juga tokoh masyarakat lokal. Dalam cara pandang politik, ke mana prioritas pembangunan akan bergerak sangat bergantung pada kekuatan masing-masing aktor (pemain) untuk saling berebut "pemaknaan" apa itu "pembangunan". Akhirnya, aktor yang "power-nya" kuat yang mampu menggiring ke mana pembangunan akan bergerak.


Agar para aktor utama pembangunan kesehatan (departemen kesehatan, dinas kesehatan provinsi atau kabupaten atau kota, rumah sakit daerah, LSM kesehatan, peneliti kesehatan) mampu mewujudkan selga cita-cita tersebut, maka secara politik Jepat sikatatakan bahwa tidak cara lain selain "memenangkan pertandingan" dalam konteks pembangunan nasional. Aktor-aktor pembangunan kesehatan yang kebanyakan berfokus belakang pandangan.
Pendekatan Politik sebagai Strategi

kesehatan, perlu mengenai pendekatan politik guna memenangkan konteks pembangunan nasional tersebut. Makalah ini akan mencoba menggubah bagaimana pendekatan politik dapat dipakai sebagai strategi dalam advokasi pembangunan kesehatan. Dalam makalah ini akan diahas sesu sistematis (i) beberapa pengertian, (ii) prinsip dasar untuk mempengaruhi, (iii) kekuatan mempengaruhi, (iv) analisis stakeholders, (v) psikologi rencana kerja advokasi, dan (vi) kalimpulan.

PENGERTIAN
Sebelum membagi strategi politik dalam advokasi, berikut akan dikemukakan pengertian advokasi dan politik. Advokasi menurut Webster Encyclopaedia Unabridge Dictionary of English Language adalah Act of pleading for supporting or recommending active espousal (suatu tindakan pembelaan untuk mendapatkan dukungan atau rekomendasi dukungan aktil). Secara lebih operasional, WHO1 memberi pengertian berikut:

"advocacy is a combination on individual and social action design to gain political commitment, policy support, social acceptance and systems support, for particular health goal or programme. Such action may be taken by and on behalf of individual and group to create living condition which are conducive to health and the achievement of healthy life style".

Jadi, advokasi adalah kombinasi antara pendekatan atau kegiatan individu dan sosial, untuk memperoleh komitmen politik, dukungan kebijakan, penerimaan sosial, dan adanya sistem yang mendukung suatu program atau kegiatan.

Politik didasarkan oleh Dahl2, setiap pola hubungan antarmanusia yang ikhodh dan melibatkan secara cukup mencolok, kondisi, pengaruh, kekuasaan dan kewenangan (power). Dengan mengangkat definisi ini, dapat dikatakan bahwa metafit tidak hanya terjadi pada sistem pemerintahan. Politik juga terjadi pada klub-klub pribadi, badan usaha, organisasi keagamaan, kelompok suku primitif, marga, dan bahkan pada unit keluarga.


Namun, juga harus dipahami bahwa pendekatan politik bukanlah satu-satunya pendekatan dalam advokasi. Pendekatan politik dapat dianggap sebagai muara dan beberapa pendekatan yang lain ada, seperti, public health, kedokteran, ekonomi, dan sosial.2 Pendekatan public health dan kedokteran penting untuk mengidentifikasi atau menemukan intervensi yang tepat, pendekatan ekonomi penting untuk menyatukan bahasa (bahasa uang) dan pendekatan sosial akan sangat penting untuk melihat bagaimana masyarakat memberi makna upaya pembangunan kesehatan.

Dengan demikian, fokus pembahasan dalam makalah ini adalah strategi advokasi pembangunan kesehatan dengan menggunakan pendekatan politik, dalam artian seri (adr) untuk mempengaruhi aktor lain (stakeholders) guna memenangkan kepentingan pembangunan kesehatan.

PRINSIP DASAR MEMPENGARUHI

Kemampuan untuk mempengaruhi stakeholders agar mendukung ide-ide kita, dalam hal ini kepentingan pembangunan kesehatan, sesungguhnya suatu seri (adr) yang memerlukan pengetahuan dan pemahaman yang bersifat multidisipliner. Keberhasilan mempengaruhi ini akan semakin sulit apabila aktor-aktor lain juga mempunyai kepentingan sendiri dengan argumentasi masing-masing. Secara realitas akan terjadi perebutan antarindividu dalam satu satuan organisasi, antaraorganisasi dalam satu sektor, bahkan antarsektor.

Secara sederhana, prinsip dasar mempengaruhi stakeholders untuk memenangkan kepentingan dapat digambarkan sebagai berikut.

182
Asumsi dasar yang harus dipenuhi dalam melaksanakan advokasi terhadap stakeholder adalah bahwa stakeholder adalah "bukan bawahan kita". Jadi, apa yang akan dilakukan harus sesuai dengan tuntutan mereka untuk menahmii kepentingannya. Dalam mempengaruhi ini kita harus menggunakan taktik dan strategi yang tepat.

Agar ini atau pilihan kebijakan yang kita angkat mendapatkan komitmen dalam penggunaan advokasi (making-sense), maka dalam hubungan antara advokator dan stakeholder pada proses advokasi perlu memperhatikan hal-hal sebagai berikut.15

1. Latar Belakang Penerima Advokasi

Sebagaimana sudah disebut di depan bahwa advokasi untuk kebijakan, pada dasarnya adalah mempengaruhi stakeholder agar ia atau mereka mau menuruti kehendak atau kemauan kita. Agar pesan yang kita sampaikan dapat legitimate di mata stakeholder, isi pesan dari bahwa haruslah disesuaikan dengan cara pandang (mental model) dari penerima advokasi. Mental model asesorang akan sangat dipengaruhi oleh faktor-faktor pribadi (pendidikan, pengalaman hidup, kepribadian, agama, ideologi, dan kepentingan asesorang) dan budaya masyarakat. Faktor-faktor pribadi tersebut penting untuk diperhatikan agar kita mampu menyesuaikan isi pesan dan bahwa agar mampu "membuak" penerima advokasi. Misalnya, untuk mempengaruhi bupati atau wakilkota dengan latar belakang seorang ekonomi, maka ada baiknya pesan "debutangis" dengan bahasa ekonomi.

2. Isi Pesan

Isi pesan harus diformulasikan sedemikian rupa, sehingga mampu membuak sasaran advokasi. Isi pesan harus menunjukkan fact finding yang meyakinkan, disajikan secara langsung, tetapi harus tetap menjaga validitas data. Misalnya, dalam advokasi program stop rokok, kita bisa mempengaruhi peminterah dengan menunjukkan data berapa korban sosial akibat sakit karena perilaku merokok. Kalau kita mampu menunjukkan data bahwa biaya kerugian akibat industri rokok menggunai manfaatnya, maka data tersebut akan ampuh untuk mendukung kebijakan program stop rokok.

3. Bahasa

Dalam konteks bahasa, tidak hanya menyangkut pemilihan bahasa dalam artian yang sebenarnya tetapi juga menyangkut pemilihan "senjata" yang tepat untuk sasaran advokasi yang tepat pula. Yang dimaksud dengan "senjata" yang tepat dini adalah bagaimana cara mengemas informasi sedemikian rupa, sehingga informasi yang disampaikan dapat legitimate dalam perspektif atau cara pandang penerima advokasi. Sebagai contoh, mempengaruhi Pemda untuk mengalokasikan pembayaran yang lebih besar pada program upaya kesehatan masyarakat, maka analisis biaya-manfaat upaya kesehatan masyarakat versus upaya kesehatan perorangan, akan lebih mampu meyakinkan legistatif dan eksekutif daripada dengan analisis kematian dan kesakitan.

4. Sumber atau Pembawa Pesan

Untuk menyampaikan gagasan atau informasi yang menyangkut perubahan kebijakan, perlu memanfaatkan narasumber yang kredibel, sehingga mampu "membuak" penerima advokasi. Misalkan, dalam rangka perubahan kebijakan dari rumah sakit tipe birokrasi membuang rumah sakit

---

15. Bab 1, Prinsip Dasar Mempengaruhi/Stakeholder untuk Mendukung Dukungan Kebijakan (Policy), Disadaptasi dari Degeling.
swadana, maka health economi dari luar dapat dijadikan narasumber untuk mempengaruhi legislatif dan eksekutif. Para ahli dan jururawat bisa akan lebih diapresiasi dan dipanggungkan oleh ahli dalam institusi.

5. Format atau forum
Beberapa format (dipilih untuk melakukan advokasi dalam rangka pembahasan kebijakan atau pembahasan isu tertentu) Misalkan, seminar atau presentasi, lobi, negosiasi, penggunaan media, atau melalui asosiasi pemerintah.

6. Waktu dan Tempat
Untuk menyampaikan pesan dalam format informal (jika misalnya), harus dipastikan pemilihan waktu dan tempat yang tepat. Dalam hal ini, mempelajari kebiasaan kebiasaan dan mental dari penerima advokasi adalah penting untuk mendapatkan waktu dan tempat yang tepat.

Untuk memahami bagaimana seorang penerima advokasi menginterpretasi intonasi, kemudian "memerintah" dengan budaya dan faktor pribadi (pengalaman, pendidikan, ideologi, kepentingan, dan sebagainya), dan akhirnya mengambil aksi atau "indeks", dapat dilakukan seperti model Argyris di bawah ini. (Gambar 2).

Dari Gambar 2, terlihat apa yang dimaksud seseousang (penerima advokasi) tentang suatu stimulus (bahan advokasi), sangat bergantung kepada mental model seseousang. Selanjutnya, mental model sangat dipengaruhi oleh faktor pribadi (pengalaman, pendidikan, agama, keyakinan, kepribadian, dan bahkan kepentingan seseousang) dan faktor budaya masyarakatnya. Oleh karena itu, pemilihan isi pesan, penggunaan bahasa, pemilihan format dan waktu, sedapat mungkin menyesuaikan dengan faktor pribadi dan budaya penerima advokasi.

KEKUATAN MEMPENGGARUHI
Dalam pandangan politik, seberapa besar advokator mampu mempengaruhi penerima advokasi bergantung pada kekuatan (power) yang dimiliki, oleh advokator. Namun, dalam konteks pembuatan pemakaan dan sumber daya dalam arena pembangunan nasional harus disadari bahwa perebutan dapat terjadi baik antaraktor dalam sektorkesehatan swadiri maupun antaraktor linias sektor, seperti sudah diungkapkan pada awal. Aktor yang paling mampu menyikapkan para pengambil keputusan, maka kepentingannya akan terpancing. Semertada itu, aktor yang kurang mampu menyikapkan harus puas dengan kekuatan dalam pertandingan osebut pemakaan dan sumber daya tersebut.

Gambar 2. Proses Pemakaan 'Dafu'
oleh Sessousang sampel Menjadi Akta atau 'Indakan

184
Berdasarkan makam yang diapit dengan oleh advokasi untuk mempengaruhi stakeholder di antaranya adalah:

1. **Position power (authority)**: Dengan jabatan tertentu dan aspirasi akan mempengaruhi kekuasaan formal tertentu sesuai dengan jabatannya. Untuk menyatukan instansi lain, maka seorang kepala instansi mempunyai pengaruh lebih besar daripada kepala sektoral.

2. **Informasi dan keahlian**: Power akan meningkat deras pada orang yang menguasai informasi dan pengetahuan (keahlian). Oleh karena itu, inisiasi perubahan lebih sering berawal dari tekanan para ahli dalam para ahli dalam pengurusan tinggi danatik birokrat.

3. **Pengurusan aker sumber daya (resources)**. Posisi orang yang memegang kuasa pada pengurusan resources aker akan kuat untuk mempengaruhi pihak lain. Misalnya, Staf Dijen Anggaran akan mempunyai daya tawar yang tinggi pada saat pembahasan pendanaan proyek.

4. **Kekuatan pemaka**: Orang yang mempunyai kekuatan pemaka juga mempengaruhi untuk menaklukkan pihak terawan. Misalnya, mempompa oleh asosiasi dokter, terhubung dengan laman seluap unit aktif dan sajat.

5. **Aliansi dan jaringan.** Adanya aliansi dan jaringan yang kuat dengan pihak lain akan membingungkan kekuatan kepada seserceg untuk mempengaruhi pihak lain. Dengan aliansi dan jaringan seserceg akan dalam mendorong langkah-dan dari para selanjutnya.

6. **Akses terhadap agenda.** Akses terhadap keputusan tentang agenda apa yang akan dibahas, juga merupakan power yang kuat untuk menggagalkan agenda pihak lain dan menggolongkan agenda kita. Dalam organisasi, posisi sekretaris menghakimkan seleksi terhadap agenda.

7. **Kontrol terhadap pemasokan dan simbol.** Kontrol terhadap pemasokan dan simbol penting untuk memperluaslah unitas perusahaan. Advokasi yang efektif dengan masuk mendiktrisasi pihak lain tentang kejadian dan pemasokan yang ia tawarkan. Para kylai, misalnya, mempunyai kemampuan yang helas untuk menang unitas perusahaan.

8. **Karisma.** Seseorang yang mempunyai karisma tinggi, maka secara fisik, penampilan, serta kepribadanya akan mempunyai "membu**pikah lain untuk meniru kemampuannya.

Apabila kita lihat sumber-sumber kekuatan dari nomor 1 sampai dengan nomor 6, maka kedua-dua berakui dalam organisasi (authority), hanyalah salah satu dari sekelompok banyak sumber kekuatan. Sementara itu, sumber-sumber kekuatan yang lain bersifat lebih terbatas, dalam arah yang sangat diperlukan secara terus-menerus mendongkrak berbagai sumber kekuatan guna menyalihkan pihak lain untuk memenuhi kepentingannya.

### Analisis Stakeholders

Polisi selalu menyangkut potensi hubungan antara aktor untuk berbentuk perakam dan kepentingan, dengan menggunkan power-nya masing-masing (lahat sumber power). Umumnya, dalam perspektif politik, apabila ingin mempengaruhi stakeholders untuk mendorong kebijakan tertentu, maka perlu melakukan analisis stakeholders guna mendapatkan peta (mappping) dari stakeholders yang ingin dipengaruhi.

Dalam analisis stakeholders, setidaknya kita dua domain penting untuk dipertimbangkan. Pertama, mengukur domain kepentingan, baik kepentingan overt maupun kepentingan covert. Kedua, menyangkut domain posisi stakeholders dalam kaitannya dengan laku yang kita anjakan termasuk tingkat kekuatannya.


Domain kedua dari analisis stakeholders adalah mappping aktor, kaitannya dengan posisi...
aktor terhadap agenda yang kita anggap. Yang dimaksud politik di sini adalah seberapa jauh keberpihakan aktor terhadap agenda yang kita anggap.

Belakian dengan positif stakeholders terhadap suatu agenda yang kita angkat, maka stakeholders dapat dicekempokkan menjadi empiat, yaitu:

a) Pembuat keputusan (stakeholders kuiri)

b) Beneficiaries (stakeholders primer)

c) Mitra (stakeholders sekunder)

d) Musuh/lawan

Pembuat keputusan atau stakeholders kunci adalah mereka yang mempunyai dotoritas untuk bertindak melakukan perubahan atau menelapakkan kebijakan baru. Mengingat adukadiva berhubungan dengan perubahan undang-undang, peraturan, kebijakan, program atau praktek budaya tertentu, maka pembuat keputusan yang menjadi target advokasi adalah pembuat undang-undang (legellatif), embaga eksekutif, penjamin agama, tokoh informit, manajer program, dan pemuka masyarakat lainnya. Karena tujuan utama advokasi adalah penetapan kebijakan, para pembuat keputusan adalah target utama dalam program advokasi.

Beneficiaries atau stakeholders primer adalah individu atau kelompok-kelompok yang mempunyai manfaat secara langsung dari hasil kegiatan advokasi. Jika dimulahisa singap menarik, stakeholders primer merupakan advokator yang paling keberpihakan dan merasa kian. Namun sayang, para berbagai program yang memburui stakeholders sekunder tidak mudah untuk dikekakkan.

Mitra atau stakeholders sekunder adalah menangkap semua individu, kelompok dan organisasi yang mempunyai pandangan atau positif sama, dan siap pergergakannya dalam suatu koalisi untuk membela niat atau agenda tertentu. Membangun kemitraan adalah penting dalam rangka memenangkan suatu agenda advokasi. Faktor-faktor yang dapat mempererat kemitraan, antara lain, kesepakatan tentang tujuan kemitraan, pembagian informasi dan pengalaman belajar, komunikasi yang terbuka dan jujur, pertemuan rutin, dan pertukaran pandangan.

Musuh atau lawan adalah individu-individu atau kelompok-kelompok yang memiliki sikap dan permasalahan yang bertentangan dengan agenda (program) advokasi kita. Cara sepatutnya untuk mengidentifikasi musuh dalam advokasi, bukannya melihatnya sebagai musuh secara terang-terangan, melainkan sebagai sesanaor atau kelompok yang memiliki keyakinan dan sikap yang berbeda dengan agenda advokasi kita. Keikutsepakaran ini dapat dipakai sebagai dasar untuk menyesuakan argumen-argumen advokasi kita. Musuh pada satu isu tertentu, misal, ketidaksenjakan akan peningkatan alokasi anggaran kepelitian, boleh jadi mitra pada isu lainnya, misal, suatu agar tarif rumah sakit disesuaikan atau dilakukan; kita bisa menggunakan profil musuh, termasuk argumen-argumen yang mereka kemukakan, penting untuk menyesuaikan counter-argument berdasarkan data dan penelitian musuh.

Hal-hal yang perlu dipersiapkan untuk memastikan bahwa kita siap menghadapi opposi (lawan), yaitu:

- Identifikasi musuh dan kekuatan musuh,
- Kumpulkan informasi tentang mereka (skrip, bidang kerja, kualifikasi, pendidikan, agama, inerest pribadi atau tujuan cover, dan sebagainya),
- Identifikasi alasan mengapa mereka menentang prakteks atau agenda kita,
- Identifikasi apa yang dapat mempengaruhi pandangan dan pendapat mereka,
- Sikapkan suatu rancaan aksi yang mencakup data dan argumen-argumen yang berdasarkan fakta, untuk menghadapi argumen yang mungkin dimunculkan oleh lawan.

Analisis stakeholder (stakeholders profiling) tidak hanya bermakna untuk mengidentifikasi profil stakeholders, tetapi juga untuk mengamati dan memerhatikan kebutuhan dan kepentingan mereka. Berdasarkan analisis AI, dapat dideteksi siapa pembuat keputusan yang ingin dirangkul, mitra dan beneficiaries yang ingin dilibatkan, serta musuh atau lawan yang perlu dibujuk. Dalam banyak hal, pembuat keputusan adalah kelompok-kelompok kunci yang mempunyai otoritas untuk melakukan perubahan. Sebagai contoh, bisa kita ingin meningkatkan akses anggaran kepelitian atau APBD II, tentunya orang kuncinya adalah Bupati, Sekretaris Daerah, Bapakak Anggota DPRD II (Panitia Anggaran), sementara sebagai lawan adalah yektor lainnya yang juga mempunikan anggaran.

MENYUSUN RENCANA AKSI

Sementara memahami bahwa isu perubangan adalah masalah perebutan pemaknaan dan perelutuan sumber daya dalam suatu arena konteks pembangunan nasional, maka pendekatan politik menekankan pentingnya analisis-oposi, mengukur kekuatan mereka, membangun koalis, dan memanfaatkan power untuk melegitimasi agenda kita.
Dalam menyusun rencana aksi advokasi, langkah-langkah berikut diperlukan: (1) demikian atau rekap data dan hasil penelitian yang bermanfaat kebijakan, yang akan kita analisis, (2) tentukan instrumen kebijakan publiknya, (3) petakan posisi stakeholders terhadap agenda kita, termasuk peta kekuatan dan lemah: overt covertnya, (4) susun rencana aksi yang meliputi format, pengemasan bahasa, dan waktu yang tepat.

Dua tabel berikut dapat digunakan sebagai penolong untuk menyusun rencana aksi advokasi bidang kesehatan. (Tabel 1 dan Tabel 2).

**Tabel 1. Rencana Aksi/Unsum Advokasi**

<table>
<thead>
<tr>
<th>No</th>
<th>Data yang diperlukan</th>
<th>Ilmu Kebijakan</th>
<th>Kebijakan Publik</th>
<th>Stakeholders</th>
<th>Rencana Aksi</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
</tbody>
</table>

**Tabel 2. Stakeholders – Profiling, untuk menyusun strategi advokasi**

<table>
<thead>
<tr>
<th>No</th>
<th>Stakeholders</th>
<th>Tuanan Overt</th>
<th>Tuanan Covert</th>
<th>Posisi terhadap Agenda</th>
<th>Status Kekuatan</th>
<th>Strategi</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>1</td>
<td>A</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>2</td>
<td>B</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>3</td>
<td>C</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>4</td>
<td>D</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>5</td>
<td>E</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>6</td>
<td>F</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>7</td>
<td>G</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>8</td>
<td>H</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
</tbody>
</table>

KESIMPULAN


Dalam cara zandang politik, memanfaatkan kepentingan pembangunan kesehatan adalah latar pertarungan dalam arena kontes pembangunan. Akor yang memanfaatkan pertarungan adalah aktor yang mempunyai agenda dengan argumen yang jelas dan tentunya didukung oleh kekuatan (power) yang sigifikan. Berpolitik dalam advokasi kesehatan, dengan demikian merupakan seni untuk memanfaatkan kepentingan dengan memetakan kepentingan stakeholders, memetakan kekuatan, dan akananya menyusun strategi.

Untuk menyusun rencana aksi advokasi dengan efektif, maka perlu dilakukan langkah-langkah, yaitu: (i) kemukakan data atau informasi dan implikasi kebijakannya, (ii) tentukan instrumen kebijakan publiknya, (iii) petakan posisi stakeholders terhadap agenda advokasi kita, (iv) uplatikas, tujuan overt atau covert stakeholders, (v) prediksi kekuatan stakeholders, dan aktifnya (vi) tentukan strategi yang kreatif untuk melaksanakan advokasi.

Perlu diperhatikan bahwa catatan-catatannya hasil analisis stakeholders bertebaran privat, dalam artinya hanya untuk penguatan, pelaku advokasi, dan tidak untuk konsumsi publik, atau peranannya politik, maka catatan hasil analisis stakeholders merupakan strategi politik untuk memanfaatkan kepentingan dan sekaligus menggalakkan lawan.

**KEPUSTAKAAN**


