




BIODATA

- Nama : **Daud Eliezar**
- Riwayat Pekerjaan : - BPS Provinsi Kalimantan Tengah (1996 – 2002)
- Pusdiklat BPS (2002 – sekarang)
- Riwayat Pendidikan : - Akademi Ilmu Statistik (1996)
- Sekolah Tinggi Ilmu Statistik (2010)
- Institut Teknologi Sepuluh Nove
- Nomor HP : **081213748545**
- Alamat e-mail : **desinaga@bps.go.id**



DESKRIPSI SINGKAT

- Mata diklat ini membekali peserta dengan kemampuan membangun tim efektif untuk mengelola kegiatan instansinya melalui pembelajaran identifikasi stakeholder, analisis stakeholder, mempengaruhi stakeholder dan praktek membangun tim efektif.
- Mata Diklat disajikan secara interaktif melalui metode ceramah interaktif, diskusi, dan praktik.
- Keberhasilan peserta dinilai dari kemampuannya membangun persepsi yang sama di antara para stakeholder untuk mewujudkan pengelolaan kegiatan instansinya.



HASIL BELAJAR

Setelah mengikuti pembelajaran ini peserta mampu membangun tim yang efektif untuk mewujudkan pengelolaan kegiatan organisasi.



INDIKATOR HASIL BELAJAR

Setelah mengikuti pembelajaran ini, peserta dapat:

- Mampu mengidentifikasi stakeholder
- Menganalisis stakeholder
- Mempengaruhi stakeholder
- Praktek membangun tim efektif



Ketergantungan?


Tim dalam birokrasi adalah perpaduan hubungan yang berasal dari berbagai unsur baik eksternal (masyarakat, individu, lembaga swasta, internasional) dan internal yang memiliki saling ketergantungan kepentingan dalam menghasilkan nilai tambah bagi tujuan bernegara



Terminologi Tim


Terminologi Tim (*coalition building* atau *stakeholder engagement*) yaitu konsep membangun koalisi/engagement dengan seluruh stakeholders yang terkait untuk memberikan dukungan penuh dalam mencapai target organisasi

Membangun Tim tidak hanya teknis tapi seni memahami kepentingan stakeholders, cara berkomunikasi dan mempengaruhinya dalam memberikan manfaat kepada masyarakat melalui kewenangan formal, informal dan pendekatan komunikasi yang tepat.




CIRI-CIRI TIM EFEKTIF

- Bekerja sama dengan tujuan tertentu (sasaran jelas, saling percaya, penuh percaya diri dan utamakan unjuk kerja).
- Menerima perbedaan dan pemikiran (individu memiliki peran yang berbeda)
- Masalah diselesaikan secara positif (tidak membenci individu)
- Saling berbagi ilmu pengetahuan, informasi dan keterampilan agar memiliki kemampuan yang sama



CIRI-CIRI TIM EFEKTIF

- Duduk bersama dan memecahkan masalah dengan kepala dingin dan terbuka jika terjadi beda pendapat
- Pembagian dan pendelegasian tanggungjawab dengan yang bekerja secara mandiri namun tetap bekerjasama.
- Saling berbagi dan menerima saran bagi perbaikan organisasi
- Anggota tidak ragu atau takut mengambil inisiatif serta tindakan yang diperlukan terhadap perbedaan pendapat



Menurut **Yasin Ilyas**, karakteristik pekerjaan kedepan:

- Pekerjaan semakin kompleks
- Membutuhkan kreativitas
- Ketidakjelasan arah masa depan
- Tuntutan efisiensi penggunaan sumberdaya
- Tuntutan komitmen kerja yang tinggi
- Tuntutan kooperasi pelaksanaan kerja
- Tuntutan proses kerja yang interfungsional

Permasalahan dalam membentuk Tim Efektif

Dalam konteks *collective action* (The World Bank, 2013:80-91) yaitu:

- Terkait motivasi, yaitu terdapat *stakeholders* ikut menikmati manfaat sebuah perubahan tanpa kontribusi (*free rider*) sehingga perubahan tidak berjalan lancar karena terjadi ketidak seimbangan
- Terkait informasi, yaitu *stakeholder* tertentu memiliki informasi yang lebih dibanding yang lainnya (*information asymetries*)

TAHAPAN MEMBANGUN TIM EFEKTIF

Tim Efektif akan melalui Tahapan Pengembangan (*Development*) secara berjenjang yakni:

1. Forming (Pembentukan)
2. Storming (Menyerbu)
3. Norming (Norma/Etika)
4. Performing (Pencapaian/Kinerja)

TAHAPAN MEMBANGUN TIM EFEKTIF

Tahap 1: FORMING (Pembentukan)

- Pilih cara yang paling 'aman'; cari pola perilaku yang dapat saling menerima
- Pilih / cari pimpinan untuk dapat dijadikan acuan
- Tetapkan orientasi tugas-spesifik
- Hindari setiap kontroversi
- Usahakan rasional; hindari gosip
- Jika diperlukan "subgrouping" sebaiknya didasari oleh kenyamanan masing-masing individu
- Kondisi nyaman sebisa mungkin dipertahankan

Pertanyaan yang sering muncul waktu TIM baru dibentuk atau seseorang baru bergabung dalam TIM ybs:
apakah saya diterima dalam TIM?
apakah kehadiran saya akan merubah suasana TIM?
maukah saya mengambil resiko ini? Akankah saya jadi tekanan?
apakah saya penting bagi anggota TIM lainnya?

TAHAPAN MEMBANGUN TIM EFEKTIF

TAHAP 2: STORMING (Menyerbu)

- muncul kompetisi dan konflik hubungan diantara anggota
- Sebagai awal dari fokus "organisasi"
- Meningkatnya keinginan untuk menciptakan struktur
- Konflik personal berpotensi semakin meningkat
- Perlu segera bergerak (pindah) dari "uji dan bukti" menjadi upaya mencari jalan keluar dan seterusnya ke orientasi progresif

TAHAPAN MEMBANGUN TIM EFEKTIF

Jika diantara anggota TIM sudah mulai muncul hal-hal berikut....

kuatir **frustrasi** **Kesadaran-diri** **Kemilik pribadi**

Maka... Anggota tersebut sebenarnya **SUDAH SIAP UNTUK BELAJAR**

TAHAPAN MEMBANGUN TIM EFEKTIF

TAHAP 3: NORMING (menciptakan norma)

- Dicitrakan oleh timbulnya rasa 'satu' (kohesi)
- Anggota kelompok/tim mengingatkan satu sama lainnya
- Berbagi kepemimpinan - Kebuntuan dapat mulai dihindari
- Merasa lega dan nyaman berada dalam TIM
- Mulai muncul inspirasi untuk berkreasi
- Ada perasaan kuatir jika ada perubahan dalam TIM

TAHAPAN MEMBANGUN TIM EFEKTIF

TAHAP 4: PERFORMING (Pretasi)

- Tidak perlu melakukan segala sesuatu (tugas) harus melibatkan semua anggota
- Anggota TIM dapat melaksanakan tugasnya secara independen, baik dalam satu sub-TIM atau TIM yang cukup besar dengan fasilitas yang dimanfaatkan sama
- Sangat berorientasi pada tugas
- Sangat berorientasi pada manusia
- Tingkat moral yang tinggi dan loyalitas terhadap TIM semakin intensif/ mendalam
- Saling mendukung jika menghadapi satu resiko

MODEL EFEKTIVITAS TIM


Sebuah Tim dapat terus memperbaiki efektivitasnya dengan fokus pada 5 kunci utama yakni:

1. *Goals* (Tujuan),
2. *Roles* (Peran),
3. *Procedures* (Prosedur),
4. *Relationships* (Hubungan) and
5. *Leadership* (Kepemimpinan).

Tim yang efektif selalu Sadar (*Awareness*) dan Responsif (*Responsive*) terhadap lingkungan Internal dan lingkungan Eksternal mereka.

member, or system that affects or can be affected by an organization's actions+

- West (1998, 66), "perorangan maupun kelompok-kelompok yang tertarik, baik yang berasal dari dalam maupun dari luar organisasi, yang berpengaruh maupun terpengaruh oleh tujuan dan tindakan-tindakan sebuah tim+
- Freeman (1984), "beseorang atau organisasi yang secara positif maupun negatif terpengaruh oleh hasil tindakan suatu organisasi



Pengertian Stakeholders

□ M. Fatwadi, dalam kepemimpinan birokrasi, "stakeholder adalah perorangan dapat berasal dari masyarakat/tokoh masyarakat/tokoh agama/pejabat organisasi publik/swasta yang berpengaruh ataupun terpengaruh oleh sebuah kebijakan/program/kegiatan organisasi publik dalam rangka memberikan *added-value* kepada masyarakat



Perlu Mengenal Jenis Stakeholders

ORGANISASI PUBLIK PENTING MENGETAHUI STAKEHOLDER YANG MEMILIKI KEPENTINGAN DAN PENGARUH TERHADAP PROGRAM ORGANISASI

PENDORONG-PENGHAMBAT-PENGANGGU SERING DITIMBULKAN OLEH STAKEHOLDER YANG TIDAK DIPERHITUNGKAN



Jenis Stakeholders (1)

STAKEHOLDERS PRIMER (PRIMARY STAKEHOLDERS)
⇒ ORANG / KELOMPOK YANG LANGSUNG DIPENGARUHI OLEH KEGIATAN YANG DIJALANKAN ORGANISASI, BAIK BERSIFAT POSITIF MAUPUN NEGATIF (DIPENGARUHI LANGSUNG OLEH OUTPUT SUATU KEGIATAN



Jenis Stakeholders (2)

Stakeholders Sekunder (Secondary Stakeholders)

❖ Orang / kelompok yang secara tidak langsung dipengaruhi

baik positif maupun negatif (dipengaruhi langsung oleh output suatu kegiatan namun dipengaruhi oleh outcomes, benefit dan impact)



Jenis Stakeholders (3)

⇒ Mereka yang bisa memiliki pengaruh positif / negatif terhadap kegiatan pemerintah dan sangat penting di dalam atau bagi organisasi yang memiliki program tersebut (yang mempengaruhi input maupun proses dari suatu pekerjaan)



Jenis Stakeholders

⇒ Stakeholder Internal adalah yang berasal dari dalam organisasi, sedangkan eksternal adalah yang berasal dari luar organisasi.

Berdasarkan kategori tersebut → Ada stakeholder utama internal, stakeholder primer internal dan seterusnya




HUBUNGAN ANTAR STAKEHOLDER


Dapat dikategorisasikan:

- Formal
Adanya hubungan kerja yang didasarkan pada dokumentasi formal seperti surat kontrak kerja, SK, dll
- Informal
Tidak didasarkan pada ketersediaan dokumentasi (persahabatan, ketokohan, dll)

Manfaat Identifikasi & Analisis Stakeholders (1)

- Mendapatkan lebih banyak gagasan pengembangan dan implementasi perubahan
- Bisa memberi gambaran lebih jelas tentang konteks komunitas, potensi kesulitan, dan aset yang ada
- Sense of ownership terhadap upaya perubahan





- Fair bagi semua
- Meminimalisir penolakan
- Memperkuat posisi kita jika ada oposisi
- Menjembatani modal sosial bagi komunitas
- Meningkatkan kredibilitas organisasi kita: fair, etis, transparan, dan membuat orang suka bekerja dengan kita
- Meningkatkan peluang keberhasilan Perubahan

Menganalisis Stakeholders



PEMETAAN DUKUNGAN STAKEHOLDER

Perlu dilakukan untuk mengetahui secara jelas sikap stakeholder yang dapat memberikan potensi dukungan dalam rangka menyusun strategi mempengaruhi stakeholder

Dalam pemetaan ini:

1. Notasi dukungan ditandai dengan (+)
2. Notasi tidak mendukung ditandai dengan (-)
3. Notasi netral ditandai dengan (+/-)

Menganalisis Stakeholders



PEMETAAN PENGARUH STAKEHOLDER

- Pengaruh (*influence*) stakeholder dapat memberikan keberhasilan proyek
- Pengaruh stakeholder didefinisikan sebagai sumberdaya berupa keahlian, ketrampilan, komitmen, otoritas stakeholder, jejaring kerja (network)
- Makin besar kebutuhan sumberdaya stakeholder maka makin tinggi pengaruh stakeholder

Menganalisis Stakeholders



PEMETAAN KEPENTINGAN STAKEHOLDER

"Kepentingan (*interest*) stakeholder sebagai minat atas pencapaian tujuan dari suatu proyek sesuai dengan kebutuhan stakeholder memberikan tingkat kepentingan yang tinggi

"Jika tujuan tidak sesuai dengan kebutuhan stakeholder maka tingkat kepentingan akan rendah

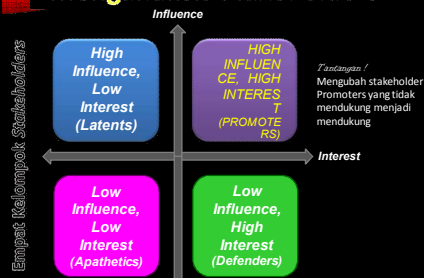
Menganalisis Stakeholders



KAITAN KEPENTINGAN DENGAN SIKAP STAKEHOLDER, kemungkinan yang terjadi

- Terdapat stakeholder yang memiliki kepentingan/*interest* yang tinggi terhadap proyek namun memiliki sikap yang tidak mendukung
- Juga sebaliknya

Menganalisis Stakeholders



Empat Kelompok Stakeholders

- High Influence, Low Interest (Latents)**
- High Influence, High Interest (Promoters)**
- Low Influence, Low Interest (Apathetics)**
- Low Influence, High Interest (Defenders)**

Tindakan / Mengubah stakeholder Promoters yang tidak mendukung menjadi mendukung

PEMETAAN NILAI STAKEHOLDER



Nilai Stakeholder = prinsip-prinsip yang mendasari perilaku dari stakeholder, terkait mempengaruhi cara pandang dan pola perilaku.

Mengemas komunikasi untuk mempengaruhi, sesuai dengan nilai yang dianut maka dapat mengajak stakeholder makin terbuka untuk mendukung atau berpindah menuju kuadran 1 (*promoters*) dan dengan sikap yang mendukung

Keentingan Stakeholders

- ~ Ekonomi
- ~ Politik
- ~ Sosial
- ~ Budaya
- ~ Etnis
- ~ Lingkungan
- ~ Keamanan




Menganalisis Stakeholders

- **Promoters** memiliki kepentingan besar terhadap Upaya dan juga kekuatan untuk membantu membuatnya berhasil (atau menggelincirkannya)
- **Defenders** memiliki kepentingan pribadi dan dapat menyuarakan dukungannya dalam komunitas, tetapi kekuatannya kecil untuk mempengaruhi Upaya
- **Latents** tidak memiliki kepentingan khusus maupun terlibat dalam Upaya, tetapi memiliki kekuatan besar untuk mempengaruhi Upaya jika mereka menjadi tertarik
- **Apathetics** kurang memiliki kepentingan maupun kuat-an, bahkan mungkin tidak mengetahui adanya Upaya

- Stakeholders Utama pada umumnya adalah Promoters
- Kuadran ini dapat membantu memutuskan bagaimana mengelola Stakeholders
- Agar Upaya berhasil, perlu mengembangkan Promoters agar memahami penuh dan menerima proses Upaya sepenuh hati
- Mereka bisa mengajak Stakeholders lain bergabung serta mendorong mereka berpartisipasi dalam perencanaan, implementasi, dan evaluasi Upaya
- Mereka bisa menjadi mentor atau mitra bagi Stakeholders lain

Mengelola Stakeholders

STRATEGI MEMPENGARUHI STAKEHOLDER



Promoters (High Influence / High Interest)

- Benar-benar bisa membuat Upaya berjalan
- Jika mendukung, maka perlu diperkuat dan dilibatkan dalam pekerjaan yang akan dinikmatinya
- Libatkan dalam pengambilan keputusan dan informasi perkembangan kegiatan
- Jika gagasannya tidak jalan, yakinkan bahwa mereka tahu mengapa, dan mengapa alternatifnya lebih baik
- Jika menentang, maka perlu dipengaruhi untuk mendukung dengan melakukan dialog intensif

Mengelola Stakeholders

STRATEGI MEMPENGARUHI STAKEHOLDER



Latents (High Influence / Low Interest)

- Bisa sangat membantu jika dapat diyakinkan akan pentingnya Upaya bagi kepentingan mereka sendiri atau untuk kebaikan yang lebih besar
- Perlu didekati dan diberi informasi, setiap kali perlu dilakukan kontak dengan mereka
- Tunjukkan bagaimana Upaya memiliki efek positif terhadap isu maupun populasi yang menjadi perhatiannya
- Perkuat interest untuk memindahkan menjadi promoters

Mengelola Stakeholders

STRATEGI MEMPENGARUHI STAKEHOLDER



Defenders (Low Influence / High Interest)

- Bisa sangat membantu jika mereka tetap mendapat informasi dan kita tidak perlu khawatir tentang ke terlibatannya di masa datang
- Mereka sering memberikan waktu dan keterampilannya saat Upaya perlu bertahan hidup
- Perlu dipertahankan di posisi ini agar tidak pindah ke kuadran apathetics

Mengelola Stakeholders

STRATEGI MEMPENGARUHI STAKEHOLDER



Apathetics (Low Influence / Low Interest)

- Tidak peduli terhadap Upaya
- Menjadi Stakeholders karena kebetulan menjadi anggota suatu kelompok atau karena posisinya di komunitas
- Sebaiknya tidak mengganggu mereka, walaupun bisa diberi informasi melalui newsletter

Mengelola Stakeholders

Cara Menarik stakeholder ke dalam proses dan menggerakkan ke arah Promoters

- Memperlakukan mereka dengan respek
- Memberi informasi apapun, *training, mentoring*, dan/atau dukungan yang diperlukan agar mereka tetap terlibat
- Menemukan tugas atau pekerjaan yang perlu dilakukan yang menarik minat dan menggunakan bakat mereka
- Menjaga semangat mereka dengan memuji, merayakan, apresiasi kecil, dan secara terus menerus mengingatkan pencapaian Upaya
- Melibatkan mereka dalam pengambilan keputusan

Mengelola Stakeholders

lanjutan...

- Mengajak mereka mengerjakan pembuatan konsep, perencanaan, implementasi, dan evaluasi Upaya dari sejak awal
- Apabila mengawali hanya dengan sedikit kekuasaan / pengaruh, mereka perlu dibantu belajar bagaimana:
 - memperoleh dan melatih pengaruhnya dengan bekerja bersama orang lain, dan
 - mengembangkan keterampilan pribadi, berpikir kritis, dan politis

MEMETAKAN KOMPLEKSITAS PENGARUH STAKEHOLDER

“ Net Map



MANFAAT NET-MAP

Membantu memahami :


- Kompleksitas hubungan dengan perspektif yang berbeda
- Network terkait kewenangan formal & informal
- Bottlenecks serta penyebab keberhasilan & kegagalan
- Bagaimana memanfaatkan kompleksitas yang ada

- ~ Peta hubungan adalah rangka. Sedangkan diskusi justru sebagai substansinya
- ~ Hasil akhir : peta hubungan menunjukkan kepada siapa kita dapat bekerja sama
- ~ Proses yang maksimal akan melahirkan hasil yang maksimal (memberikan pandangan yang mendalam bagaimana mengeksekusinya)

LANGKAH DALAM MENGGUNAKAN NET-MAP

1. Rumuskan PERTANYAAN
2. Tempatkan stakeholders dalam map & buatlah kategori-nya
3. Kaitkan hubungan formal & informal
4. Petakan posisi stakeholders dengan memberikan simbol positif/negatif
5. Tetapkan besarnya pengaruh tiap stakeholder (tower)
6. Sepakati hasil peta dan kompromikan kemungkinan tindakan
7. Bagaimana melakukan komunikasi kepada stakeholders yang strategik

Langkah 1



~ Pertimbangkan kasus yang telah didiskusikan dalam kelompok dan definisikan pertanyaan :

"Siapa yang mempengaruhi..... ?"

MENGIDENTIFIKASI STAKEHOLDERS

LANGKAH 2

Pengelompokan Kategori stakeholder dalam net-map:

- ~ Pemerintah
- ~ Organisasi Masyarakat (NGO)
- ~ Dunia Usaha
- ~ Aktor Internasional
- ~ dll



MENGAITKAN HUBUNGAN ANTAR STAKEHOLDERS

Langkah 3

- ~ Hubungan formal : hirarki, pelaporan, aliran dana, dsb
- ~ Hubungan informal : kesetiakawanan, konflik, advokasi



MEMETAKAN POSISI DARI TIAP STAKEHOLDERS

Langkah 4

Jenis Posisi:

- ~ Positif (+) = mendukung
- ~ Negatif (-) = menentang
- ~ Netral (+/-)

MENETAPKAN PENGARUH STAKEHOLDERS

Seberapa besar pengaruh dari setiap aktor terhadap pertanyaan yang diajukan (pada langkah 1) ?

Langkah 5

Makin besar pengaruhnya maka makin tinggi tower-nya :

- Rendah : 1-2
- Sedang : 3-5
- Tinggi : 6-8
- Sangat tinggi : 9 ≤



Langkah 6

OBSERVASI

- Bagaimana peta besar yang dihasilkan?
- Apa/Siapa yang motor utamanya?
- Dimana letak kebutuhan terjadi?

KEMUNGKINAN TINDAKAN

- Apa yang dapat kita lakukan?
- Siapa dapat mengerjakan apa?
- Dapatkah kita mengharapkan mereka melakukannya?



KOMUNIKASI EFEKTIF



- Apa itu komunikasi efektif?
Komunikasi efektif adalah tersampainya gagasan, pesan dan perasaan dengan cara yang baik dalam kontak sosial yang baik pula.

Komunikasi Efektif

Komunikasi efektif adalah komunikasi yg pd prosesnya dapat menghasilkan persepsi, perilaku dan pemahaman yg berubah menjadi sama antara komunikator dan komunikan dapat diperoleh.

- Yaitu apa yg diyakini oleh si pemberi pesan dan yg menerima pesan itu sesuai, maksudnya apa yg diterima oleh si komunikan itu sama dg yg ingin disampaikan oleh komunikator, dimana pesan itu dpt merubah perilaku, sikap, dan pengetahuan si penerima pesan sesuai harapan komunikator.

5 Prinsip dalam Komunikasi

5 komponen penting dalam komunikasi

Theresa Leech

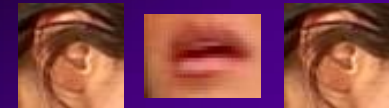
- Pengirim pesan (*sender*)
- Pesan yang dikirimkan (*message*)
- Bagaimana pesan tersebut dikirimkan (*delivery channel* atau *media*)
- Penerima pesan (*receiver*)
- Umpan balik (*feedback*)

+ empat keterampilan dasar dalam komunikasi :
(1) membaca, (2) menulis, (3) mendengar dan (4) berbicara.

Stephen Covey

Komunikasi itu layaknya bernapas

Kita terkadang lebih banyak berbicara dari pada mendengar.



Lima pondasi membangun komunikasi efektif

- Berusaha benar-benar mengerti orang lain (*emphatetic communication*)
- Memenuhi komitmen atau janji
- Menjelaskan harapan
- Meminta maaf secara tulus ketika Anda membuat kesalahan
- Memperlihatkan integritas pribadi.

Hukum Komunikasi "REACH"

- *Respect* (sikap menghargai)
- *Empathy* (kemampuan mendengar)
- *Audible* (dapat didengarkan atau dimengerti dengan baik)
- *Clarity* (jelas)
- *Humble* (rendah hati)

Reach

- Berarti rasa hormat & saling menghargai orang lain. Pada prinsipnya, manusia ingin dihargai dan dianggap penting. Jika kita bahkan harus mengkritik atau memarahi seseorang, maka lakukan dengan penuh respek terhadap harga diri dan kebanggaan seseorang. Jika kita membangun komunikasi dengan rasa dan sikap saling menghargai dan menghormati, maka kita dapat membangun kerjasama yang menghasilkan sinergi. Selanjutnya, hal ini akan meningkatkan efektifitas kinerja kita baik sebagai individu maupun secara keseluruhan sebagai sebuah tim.

- Adalah kemampuan kita untuk menempatkan diri kita pada situasi atau kondisi yang dihadapi oleh orang lain. Salah satu prasyarat utama dalam memiliki sikap empati adalah kemampuan kita untuk mendengarkan atau mengerti terlebih dulu sebelum didengarkan atau dimengerti oleh orang lain.

- ### Audible
- Bermakna antara lain: dapat didengarkan atau dimengerti dengan baik. Jika empati berarti kita harus mendengar terlebih dahulu ataupun mampu menerima umpan balik dengan baik, maka audible berarti pesan yang kita sampaikan dapat diterima oleh penerima pesan. Dalam komunikasi personal, hal ini berarti bahwa pesan disampaikan dengan cara atau sikap yang dapat diterima oleh penerima pesan.

- ### Clarity
- kejelasan dari pesan itu sendiri sehingga tidak menimbulkan multi interpretasi atau berbagai penafsiran yang berlainan
 - Keterbukaan, menimbulkan rasa percaya dari penerima pesan

- ### Humble
- Berarti rendah hati. Prinsip kelima dalam membangun komunikasi yang efektif adalah sikap rendah hati. Sikap ini merupakan unsur yang terkait dengan prinsip pertama. Untuk membangun rasa menghargai orang lain biasanya didasari oleh sikap rendah hati yang kita miliki.

- ### Kiat sukses berkomunikasi
- Kenali dengan baik lawan bicara
 - Jangan terlalu banyak bicara dan kurang mendengar.
 - Jangan merasa (dan memperlihatkan) bahwa kita lebih tahu daripada lawan bicara kita.
 - Kenali betul-betul diri sendiri dan kemampuan diri sendiri.



Sumber

Rabinowitz, P., "Identifying and Analyzing Stakeholders and Their Interests"
 In Holt, C. & M. Loewenstein (Eds.), "The Community Tool Box",
 University of Kansas, 2013

Persuasi adalah komunikasi yang digunakan untuk mempengaruhi dan meyakinkan orang lain