

Manajemen Komunikasi Pemerintah dalam Menghadapi Pemilihan Presiden 2019

Emir Kresna Wardana^{1*}

Staf Khusus I Sekretaris Kabinet Republik Indonesia

**1Koresponden: Emirkresnawardana@gmail.com*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui manajemen komunikasi dan optimalisasi program kerja Presiden periode 2019-2025 dalam mewujudkan pemerataan pembangunan nasional dalam meningkatkan dukungan masyarakat menghadapi Pemilihan Presiden 2019. Di dalamnya dilakukan analisis substansi, implementasi dan *output* kinerja layanan pemerintah. Metode penelitian menggunakan pendekatan kualitatif-deskriptif. Teknik pengumpulan data melalui wawancara dengan enam orang informan dan telaah dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan manajemen komunikasi presiden dilakukan empat tahap: pertama, memimpin rapat pimpinan Pemerintahan menghasilkan keputusan tentang pembentukan tim perumus visi, misi, tujuan dan sasaran. Kedua, membentuk tim penyusun draft visi, misi, tujuan dan sasaran dalam manajemen komunikasi Pemerintahan dalam menghadapi ilpres 2019 dibahas pada Focus Group Discussion (FGD) yang melibatkan para pimpinan partai, aktivis, pakar/ahli, juru kampanye, perwakilan mahasiswa, masyarakat, serta pengguna aparatur. Ketiga, tim merumuskan visi, misi, tujuan dan sasaran manajemen komunikasi untuk mengakomodir rekomendasi/saran dari hasil pertemuan dengan pejabat pemerintah, pakar, praktisi, perwakilan masyarakat, masyarakat, dan pengguna aparatur yang akan diajukan ke MPR/DPR. Keempat, penyampaian dan publikasi visi, misi, tujuan dan sasaran pembangunan ke depan dari presiden (incumbent) kepada masyarakat dalam berbagai media dan kegiatan kampanye sebagai janji politik selanjutnya akan dijadikan kontrak politik ketika sudah terpilih.

Kata Kunci: Manajemen Komunikasi, Optimalisasi, Pemilihan Presiden 2019

Abstract

This study aims to determine communication management and optimization of the President's work program for the period 2019-2025 in realizing equitable national development in increasing public support for the 2019 Presidential Election. In it, analysis of the substance, implementation and performance of government service outputs is carried out. The research method used a qualitative-descriptive approach. Data collection techniques through interviews with six informants and review of documentation. The results showed that the president's communication management was carried out in four stages: first, chairing a meeting of government leaders to make decisions about the formation of a team to formulate a vision, mission, goals and objectives. Second, forming a team to draft a vision, mission, goals and objectives in Government communication management in facing the 2019 presidential election,

which was discussed in a Focus Group Discussion (FGD) involving party leaders, activists, experts / experts, campaigners, student representatives, the community, and apparatus users. Third, the team formulates the vision, mission, goals and objectives of communication management to accommodate recommendations / suggestions from the results of meetings with government officials, experts, practitioners, community representatives, communities, and apparatus users who will be submitted to the MPR / DPR. Fourth, delivery and publication of the president's (incumbent) vision, mission, goals and future development goals to the public in various media and campaign activities as a political promise which will then be used as a political contract when elected.

Keywords: Communication Management, Optimization, 2019 Presidential Election

PENDAHULUAN

Banyak fenomena menarik tentang penyelenggaraan pemerintahan Presiden Joko Widodo (Jokowi) adalah perihal model hubungan politik antar aktor. Interaksi berlangsung antara elite penguasa dan masyarakat. Oleh karenanya, sulit dihindari bila kemudian kompetisi kepentingan antar elite penguasa dan masyarakat menjadi dominan dalam proses politik, baik saat pengambilan keputusan maupun implementasi kebijakan. Dalam praktik kekuasaan, sangat biasa muncul dan menguat empat pola interaksi politik yakni pola melengkapi, mengakomodasi, menyaingi dan menggantikan. Model hubungan bersifat asimetris yakni tidak terlalu jelas siapa lawan dan kawan. Kerjasama politik seringkali mengambil pilihan koopsi yang menyebabkan potensi gonta-ganti pasangan dalam koalisi. Hal ini, disebabkan ketiadaan partai pemenang dominan di tengah sistem multipartai yang terfragmentasi kuat sehingga semua pihak lebih memilih demokrasi konsensus. Di tengah himpitan beragam persoalan, publik seringkali mengekspresikan partisipasinya lewat media massa dan media sosial. Hal ini dapat dipahami sebagai bentuk partisipasi politik non konvensional.

Aktivitas pembangunan nasional diorientasikan terhadap pembangunan masyarakat yang maju pada tiap-tiap propinsi melalui implementasi manajemen komunikasi dari pemerintah yang terkait. Tujuan utama manajemen komunikasi adalah pemanfaatan optimal sumber daya manusia dan teknologi untuk meningkatkan dialog dengan orang lain. Komunikasi merupakan usaha manusia menyampaikan isi pertanyaan atau pesan kepada manusia lain. Fungsi komunikasi antara lain menyatakan dan mendukung identitas diri, mempengaruhi orang lain untuk merasa, berpikir, berperilaku sesuai dengan apa yang kita inginkan, menciptakan dan memupuk hubungan dengan orang lain, mengembangkan keberadaan suatu masyarakat dan lain sebagainya. Oleh karena itu komunikasi sangat penting termasuk dalam kegiatan pengembangan program-program pemerintah. Komunikasi dalam pemerintahan merupakan proses penyampaian ide, program, dan gagasan pemerintah kepada masyarakat dalam rangka mencapai tujuan negara, dalam menuju aktivitas pembangunan. Pembangunan adalah sebuah konsep normatif karena di dalamnya terkandung berbagai isyarat mengenai apa yang baik dan selalu perhadapkan manusia pada pilihan alternatif. Akan tetapi, konsep pembangunan tidak hanya merupakan ekonomi semata

karena pembangunan serba muka yang didalamnya menyangkut aspek-aspek ekonomi, sosial politik, budaya mental, spiritual. Pembangunan pada dasarnya bukanlah suatu kondisi yang ditentukan oleh apa yang orang-orang punya, akan tetapi sebuah kapasitas yang ditentukan oleh apa yang orang-orang dapat lakukan dengan apapun yang mereka punyai untuk memperbaiki mutu kehidupan diri sendiri dan mutu kehidupan orang lain. Dengan kata lain pembangunan lebih merupakan aset mengenai kehidupan untuk perbaikan kemajuan dan pengetahuan.

Pembangunan merupakan suatu rangkaian pertumbuhan dan perubahan berencana yang dilakukan secara sadar oleh seluruh masyarakat tanpa kecuali. Untuk menumbuhkan kesadaran serta menguatkan peran serta masyarakat terhadap keberhasilan suatu program pembangunan, perlu dilakukan proses penggerakkan dari bawah agar dapat menggerakkan seluruh sektor sosial yang ada agar partisipasi masyarakat dapat terwujud. Aktivitas pemerintahan merupakan kegiatan yang dinamis dan meliputi banyak aspek teknik, psikologis, politis maupun sosiologis, pemerintah dituntut untuk bersikap kreatif, berpandangan luas, selalu terbuka untuk meneruskan, menyehatkan mutu profesi pengetahuan serta dedikasi karena tujuannya antara lain adalah membina hubungan timbal balik.

Aktivitas pembangunan nasional diorientasikan terhadap pembangunan masyarakat yang maju pada tiap-tiap propinsi melalui implementasi manajemen komunikasi dari pemerintah yang terkait. Tujuan utama manajemen komunikasi adalah pemanfaatan optimal sumber daya manusia dan teknologi untuk meningkatkan dialog dengan orang lain. Pada intinya, hasil dari sebuah proses komunikasi adalah terciptanya dialog yang berjalan dua arah dan sekaligus melahirkan pertukaran informasi yang relatif seimbang baik menggunakan media maupun komunikasi secara langsung, untuk itu diperlukan fungsi manajemen dengan tahapan-tahapan mulai dari perencanaan (*planning*), organisasi, (*organizing*) penggiatan (*actuating*) sampai pada pengawasan atau evaluasi.

Dalam menghadapi era pemilihan presiden, setiap calon presiden beserta tim sukses akan menyusun program pembangunan selama 5 tahun ke depan yang akan dikompetisikan dengan kandidat lainnya.

Calon presiden harus mampu menyaring program-program pembangunan untuk dijadikan program prioritas yang nantinya akan menjadi fokusnya dalam 5 tahun ke depan. Pertimbangan yang tepat dalam menentukan program prioritas yang menjadi andalan tersebut sangat penting bagi calon presiden untuk tidak terjebak pada *business as usua (BAU)*, tetapi mampu melahirkan inovasi-inovasi baru dalam mengakusisi dan menyelesaikan permasalahan yang ada di masyarakat. Sesuai tujuan penelitian menjelaskan manajemen komunikasi presiden dalam mewujudkan pemerataan pembangunan nasional untuk meningkatkan dukungan masyarakat menghadapi Pemilihan Presiden 2019. Selain itu menjelaskan upaya optimalisasi program kerja presiden dalam menghadapi Pemilihan Presiden 2019.

Istilah komunikasi berpangkal pada perkataan latin *Communis* yang artinya membuat kebersamaan atau membangun kebersamaan antara dua orang atau lebih. Komunikasi juga berasal dari akar kata dalam bahasa Latin *Communico* yang artinya membagi (Onong, 2010:12). Istilah komunikasi menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia diartikan sebagai pengiriman dan penerimaan pesan atau berita antara dua orang atau lebih sehingga pesan tersebut dapat dipahami. Kegiatan komunikasi selalu terjadi dalam kehidupan manusia sehari-hari, baik itu disadari atau tidak. Hal ini menunjukkan bahwa tidak ada aktivitas tanpa komunikasi, baik secara langsung, maupun tidak langsung, verbal maupun non-verbal, dengan bentuk apapun. Untuk itu kalau dua orang terlibat dalam komunikasi, misalnya dalam bentuk percakapan, maka komunikasi akan terjadi atau berlangsung selama ada kesamaan makna mengenai apa yang dipercekapkan.

Kesamaan bahasa yang dipergunakan dalam percakapan itu belum tentu menimbulkan kesamaan makna. Dengan lain perkataan, mengerti bahasa belum tentu mengerti makna yang dibawakan bahasa itu. Jelas bahwa percakapan kedua orang tadi dapat dikatakan komunikatif apabila keduanya, selain mengerti bahasa yang dipergunakan, juga mengerti makna dan bahan yang dipercekapkan.

Secara kodrati, manusia harus hidup bersama manusia lain, baik demi kelangsungan hidupnya, keamanan hidupnya, maupun demi keturunannya (Effendy, 2003:27). Sebuah definisi singkat dibuat oleh Harold D. Lasswell, Lasswell mengatakan bahwa cara yang baik untuk menjelaskan komunikasi ialah menjawab pertanyaan sebagai berikut: Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect? Jadi, berdasarkan paradigma Lasswell tersebut, komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan efek tertentu. (Effendy, 2010:10) Proses komunikasi dapat diartikan sebagai ‘transfer informasi’ atau pesan (message) dari pengiriman pesan sebagai komunikator dan kepada penerima pesan sebagai komunikan. Dalam proses komunikasi tersebut bertujuan untuk mencapai saling pengertian (mutual understanding) antara kedua pihak yang terlibat dalam proses komunikasi.

Proses komunikasi adalah setiap langkah mulai dari saat menciptakan informasi sampai dipahami oleh komunikan. Komunikasi adalah sebuah proses, sebuah kegiatan yang berlangsung kontinu. Joseph De Vito dalam Suprpto (2009:130) mengemukakan komunikasi adalah transaksi yang dimaksudkan bahwa komunikasi merupakan suatu proses yang mana komponen-komponen saling terkait. Para pelaku komunikasi beraksi dan bereaksi sebagai satu kesatuan dan keseluruhan.

Manajemen Komunikasi

Pemahaman tentang manajemen komunikasi (*communication management*) wajib dimiliki oleh para manajer yang bertanggung-jawab atas aktivitas sebuah organisasi. Istilah manajemen komunikasi oleh (Abidin, 2010:54) bahwa untuk mengaplikasikan pengertian manajemen komunikasi tersebut maka dipergunakan model yang dapat mengembangkan individu dalam kegiatan di perusahaan dan harus konsisten terhadap dua hal, yaitu model sebagai

alat mengukur kekuatan dan kelemahan dari human system dan model kedua dipusatkan pada strategi manajemen (Kaye, 2010: 8). Aplikasi dari kedua hal tersebutlah menjadi dasar pengertian bahwa penerapan manajemen komunikasi di perusahaan pada hakikatnya mengusulkan individu sebagai anggota perusahaan dapat saling memahami pekerjaannya dan memastikan masing-masing pekerjaan memberikan kontribusi yang baik kepada perusahaan.

Proses komunikasi terdiri dari dua ranah utama, yaitu ranah “manusia” yang menjelaskan situasi dan kondisi yang dimiliki manusia dalam berkomunikasi, dengan kelebihan dan kelemahannya, dan ranah “kompetensi” yang menjelaskan pemahaman dan keterampilan dalam berkomunikasi. Bila ranah pertama adalah pemahaman, ranah kedua adalah bagian keterampilan atau kecakapan yang selalu dapat ditingkatkan dan diperbaharui. Artinya, kemampuan berkomunikasi tidak lahir dengan sendirinya, melainkan harus dipelajari dan ditingkatkan. Tujuan utama manajemen komunikasi adalah pemanfaatan optimal sumber daya manusia dan teknologi untuk meningkatkan dialog dengan orang lain. Pada intinya, hasil dari sebuah proses komunikasi adalah terciptanya dialog yang berjalan dua arah dan sekaligus melahirkan pertukaran informasi yang relatif seimbang.

Kelahiran subdisiplin manajemen komunikasi tidak terlepas dari adanya tuntutan untuk lebih membumikan ilmu komunikasi di tataran dunia nyata (Kaye, 2010:45). Manajemen komunikasi lahir karena adanya tuntutan untuk menjembatani antara teori komunikasi dengan praktisi komunikasi. Para teoritis menghadapi keterbatasan dalam mengaplikasikan pengetahuan yang dimilikinya. Sementara para praktisi komunikasi mengalami keterbatasan pada rujukan teoritis atau ilmu komunikasi.

Penerapan manajemen komunikasi dalam pengelolaan informasi pembangunan daerah ditujukan untuk mendorong percepatan pembangunan daerah, partisipasi masyarakat merupakan faktor kunci keberhasilan dan akan menjadi mesin utama yang menggerakkan pertumbuhan ekonomi yang cukup tinggi dan berkesinambungan yang dapat diwujudkan melalui manajemen komunikasi yang tepat. Karena manajemen komunikasi adalah merupakan proses penggunaan berbagai sumber daya komunikasi secara terpadu melalui proses perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengontrolan unsur-unsur komunikasi untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan termasuk dalam pengelolaan informasi pembangunan nasional.

Konsep Informasi

Kehidupan sehari-hari secara sadar atau tidak sadar selalu memerlukan informasi untuk bermacam-macam tujuan. Ia menghadapi banyak masalah dan banyak pilihan, kapan masalah itu hendak dipecahkan dan keputusan harus diambil, situasi informasi diperlukan. Informasi

mempunyai peranan yang sangat penting, 90% kegiatan manusia dilakukan dengan berkomunikasi. Di dalam komunikasi sebenarnya terjadi proses penyesuaian diri manusia dengan situasinya sebagaimana inilah manusia berkomunikasi. Secara naluri manusia tidak mampu hidup sendiri, tetapi ia hidup berkelompok, bersahabat, berteman, berkeluarga pendeknya secara

ringkas manusia hidup dengan serba hubungan. Syarat untuk berhubungan ini sudah tentu adanya hubungan dan saling pengertian serta adanya penukaran informasi yang saling dapat dimengerti satu sama lain. Istilah informasi berasal dari kata benda Latin purba “information” yang dalam kamus Latin-Indonesia (Tim Penyusun Kamus) berarti tanggapan, gagasan, pengertian, pemikiran, juga berarti pendidikan, pengajaran serta penggemblengan.

Secara etimologis, informasi berasal dari kata kerja “Informare” yang tersusun dari kata “In” dan “Forma” artinya membentuk, menyerupakan, menjadikan, menyempurnakan, membentuk pengertian atau gagasan tentang, mengangan-angankan, membayangkan, melukiskan, mendidik dengan pengajaran serta memberi pengetahuan atau memberitakan. Informasi kurang lebih sama dengan “berita”. Informasi di ukur dalam batasbatas kejarangan. Sesuatu yang biasa bukanlah informasi, tetapi sesuatu yang luar biasa. Sedang ukuran yang digunakan adalah frekuensi dari kejadian yang diberitakan dan juga tergantung pada situasi dimana kejadian itu terjadi.

Dalam Yusup (2009:04) menyatakan informasi adalah suatu reproduksi yang polos dari pada kenyataan sehingga dalam peristiwa komunikasi ia dipandang sebagai suatu pemberi tahu tanpa dibuat buat atau tanpa bertujuan untuk mempengaruhi penerima. Informasi adalah data yang diolah menjadi bentuk yang lebih berguna dan lebih berarti bagi yang menerimanya. Informasi adalah sesuatu yang nyata atau setengah nyata yang dapat mengurangi derajat ketidakpastian tentang suatu keadaan atau kejadian. Sebagai contoh, informasi yang menyatakan bahwa nilai rupiah akan naik, akan mengurangi ketidakpastian mengenai jadi tidaknya sebuah investasi akan dilakukan. Dalam pengambilan keputusan yang sebaik-baiknya juga manusia memerlukan informasi secara kuantitatif dan kualitatif. Keputusan adalah cetusan dari pengetahuan, sehingga orang yang tidak tahu (tidak mempunyai informasi) juga tidak dapat mengambil keputusan.

Definisi informasi dari Wainer (Susanto, 2010:2) informasi adalah nama untuk kegiatan pengawasan kita terhadap apa yang tukar menukar dengan dunia luar, sehingga kita dapat menyesuaikan terhadapnya dan berdasarkan informasi tersebut merasakan bahwa penyesuaian terjadi karenanya. Wainer juga mengatakan, bahwa proses penyasuaian diri sebenarnya adalah penggunaan kegiatan komunikasi dalam arti menggunakan dan menerima informasi. Pemberitahuan tentang sesuatu agar supaya orang dapat membentuk (informare) pendapatnya berdasarkan apa yang diketahuinya. Untuk itu salah satu aspek yang sangat penting dalam penyelenggaraan pemerintahan terutama pengelolaan informasi pembangunan adalah perencanaan. Perencanaan yang baik kita dapat lebih mengoptimalkan pemanfaatan sumber daya baik sumber daya alam, sumber daya manusia dan sumber dana pembangunan lainnya. Melalui perencanaan pengelolaan informasi pembangunan nasional akan dapat dirumuskan skala prioritas dan kebijaksanaan pembangunan untuk mencapai tujuan dan sasaran yang sudah dirumuskan terutama peningkatan kesejahteraan masyarakat.

Penerapan manajemen komunikasi dalam pengelolaan informasi pembangunan dilakukan melalui tahapan perencanaan yang pelaksanaannya melibatkan peran masyarakat, swasta dan pemerintah. Dengan demikian pencapaian sasaran pembangunan yang bersifat regional sangat

ditentukan oleh interaksi peran masyarakat, swasta dan pemerintah sebagai "domain" pemerintahan (*governance*) yang sangat mempengaruhi jalannya pembangunan pada suatu wilayah pemerintahan.

Setelah para manajer menetapkan tujuan-tujuan dan menyusun rencana rencana atau program-program untuk mencapainya, maka dalam penerapan manajemen komunikasi dalam pengelolaan informasi pembangunan perlu merancang dan mengembangkan suatu organisasi yang akan dapat melaksanakan berbagai program tersebut secara sukses.

Penerapan manajemen komunikasi dalam pengelolaan informasi pembangunan berawal dari manajemen pembangunan yang secara umum merupakan suatu sistem pembangunan yang dimulai dari sistem pengelolaan data dan informasi pendukung kebijakan pembangunan, sistem perencanaan dan penganggaran, sistem pengorganisasian dan pelaksanaan pembangunan, sistem pengendalian pembangunan, sistem evaluasi dan pemantauan pembangunan, dan sistem pelaporan hasil pelaksanaan pembangunan.

Manajemen pembangunan modern menambahkan sistem teknologi informatika sebagai sarana mempermudah operasi sistem pembangunan yang tidak terlepas dari kegiatan pengorganisasian, keberhasilan pembangunan dan pengelolaan informasinya sangat tergantung pada pengorganisasian yang tepat.

Manajemen komunikasi dalam tahap pengorganisasian menjadi sangat penting termasuk penerapan manajemen komunikasi dalam pengelolaan informasi pembangunan karena memegang peran penting dalam pembangunan suatu wilayah. Penerapan manajemen komunikasi dalam pengelolaan informasi pembangunan memerlukan pengorganisasian yang tepat agar tidak rentan terhadap berbagai perubahan eksternal sehingga pengembangan pada sektor bersangkutan dapat menunjang percepatan perubahan struktural yang merupakan prasyarat bagi pembangunan jangka panjang yang stabil dan berkesinambungan.

Untuk sebuah penggiatan, terutama dalam penerapan manajemen komunikasi dalam pengelolaan informasi pembangunan yang merupakan lembaga terkait dengan pelaksanaan dan pengelolaan informasi pembangunan daerah melakukan tahapan-tahapan berikut; memahami hakekat dari penggiatan pendekatan penggiatan dan langkah-langkah kegiatan komunikasi yang dapat memberikan semangat untuk bekerja lebih baik karena bila melakukan beberapa tahapan tersebut tujuan dari komunikasi yang dibangun akan bisa dicapai dengan efektif dan efisien termasuk salah satunya adalah dalam kegiatan Penerapan manajemen komunikasi dalam pengelolaan informasi pembangunan nasional.

Tahapan akhir dari penerapan manajemen komunikasi dalam pengelolaan informasi pembangunan adalah tahap pengawasan. Untuk mencapai berbagai sasaran dan tujuan pembangunan secara efisien dan efektif, di samping diperlukan sistem perencanaan yang baik dan mampu mengantisipasi efektivitas pelaksanaan rencana, juga diperlukan sistem pelaksanaan dan pengawasan yang mantap dan mampu menjamin efisiensi dan efektivitas pencapaian sasaran dan tujuan pembangunan yang direncanakan. Sistem pelaksanaan tersebut bersama sistem

perencanaan dan pengawasan merupakan bagian dari sistem manajemen pembangunan sebagai wahana dalam mencapai berbagai sasaran dan tujuan pembangunan nasional.

Manajemen komunikasi adalah proses penggunaan berbagai sumber daya komunikasi secara terpadu melalui proses perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengontrolan unsur-unsur komunikasi untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Manajemen komunikasi dalam pengelolaan informasi pembangunan berawal dari manajemen pembangunan yang secara umum merupakan suatu sistem pembangunan yang dimulai dari sistem pengelolaan data dan informasi pendukung kebijakan pembangunan, sistem perencanaan dan penganggaran, sistem pengorganisasian dan pelaksanaan pembangunan, sistem pengendalian pembangunan, sistem evaluasi dan pemantauan pembangunan, dan sistem pelaporan hasil pelaksanaan pembangunan.

Konsep Optimalisasi

Optimalisasi menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia ialah tertinggi, paling baik, sempurna, terbaik, paling menguntungkan, Mengoptimalkan berarti menjadikan sempurna, menjadikan paling tinggi, menjadikan maksimal. Optimalisasi berarti pengoptimalan (Pena, 2015:123). Untuk itu optimalisasi adalah proses pencarian solusi yang terbaik, tidak selalu keuntungan yang paling tinggi yang bisa dicapai jika tujuan pengoptimalan adalah memaksimalkan keuntungan, atau tidak selalu biaya yang paling kecil yang bisa ditekan. Tujuan pengoptimalan adalah meminimumkan biaya. Ada tiga elemen permasalahan optimalisasi yang harus diidentifikasi (Siringoringo, 2005:78). Ketiga elemen permasalahan tersebut yaitu tujuan, alternatif keputusan dan sumberdaya yang dibatasi. Tujuan bisa berbentuk maksimisasi atau minimisasi. Bentuk maksimisasi digunakan jika tujuan pengoptimalan berhubungan dengan keuntungan, penerimaan, dan sejenisnya. Bentuk minimisasi akan dipilih jika tujuan pengoptimalan berhubungan dengan biaya, waktu, jarak, dan sejenisnya. Penentuan tujuan harus memperhatikan apa yang diminimumkan atau maksimumkan yaitu (1) alternatif keputusan. Pengambilan keputusan dihadapkan pada beberapa pilihan untuk mencapai tujuan yang ditetapkan. Alternatif keputusan yang tersedia tentunya alternatif yang menggunakan sumberdaya terbatas yang dimiliki pengambil keputusan. Alternatif keputusan merupakan aktivitas atau kegiatan yang dilakukan untuk mencapai tujuan; (2) sumberdaya yang dibatasi. Sumberdaya merupakan pengorbanan yang harus dilakukan untuk mencapai tujuan yang ditetapkan. Ketersediaan sumberdaya ini terbatas. Keterlibatan ini yang mengakibatkan dibutuhkan proses optimalisasi.

Konsep Program Kerja Pemerintah (RKP)

Program kerja dapat diartikan sebagai suatu rencana kegiatan organisasi yang dibuat untuk jangka waktu tertentu yang sudah disepakati oleh pengurus organisasi. Menurut Johara T. Jaya dalam bukunya yang berjudul "Tata guna tanah dalam perencanaan pedesaan, perkotaan, dan wilayah" sebagaimana dikutip, "Program kerja adalah suatu proses yang diorganisasi dan dilaksanakan secara sistematis dengan menggunakan pengetahuan yang ada sesuai keputusan

yang telah ditetapkan Bersama. Sedangkan menurut Husein Umar, “Program Kerja merupakan kegiatan atau proses membuat rencana yang kelak dipakai perusahaan dalam rangka melaksanakan pencapaian tujuannya.

Pengertian pogram kerja yang telah dipaparkan di atas terdapat dua alasan mengapa program kerja menjadi sesuatu yang penting dan harus disusun, yaitu:

1. Lebih Efisien. Dengan adanya program kerja maka kegiatan yang dilakukan tidak terlalu banyak sehingga waktu selama kepengurusan waktu lainnya bias dipakai untuk merealisasikan program lainnya yang sudah dibuat.
2. Lebih Efektif. Dengan adanya program kerja maka semua kegiatan yang sudah direncanakan dapat disinkornkan dengan unit atau definisi kepengurusan yang satu dengan yang lainnya.

Pembahasan mengenai program tidak dapat dilepaskan dengan aspek kebijakan. Kebijakan atau yang dalam hal ini adalah kebijakan publik secara prinsip dapat diartikan sebagai “Whatever government choose to do or not to do“. Hal tersebut diperkuat oleh Hogwood dan Gunn (2010:45) bahwa kebijakan publik adalah seperangkat tindakan pemerintah yang didesain untuk mencapai hasil-hasil tertentu. Dan sebagai suatu instrumen yang dibuat oleh pemerintah, kebijakan publik dapat berbentuk aturan-aturan umum dan atau khusus baik secara tertulis maupun tidak tertulis yang berisi pilihan-pilihan tindakan yang merupakan keharusan, larangan dan atau kebolehan yang dilakukan untuk mengatur seluruh warga masyarakat, pemerintah dan dunia usaha dengan tujuan tertentu.

Pengertian program adalah cara yang disahkan untuk mencapai tujuan. Dalam pengertian tersebut menggambarkan bahwa program-program adalah penjabaran dari langkah-langkah dalam mencapai tujuan itu sendiri (Jones, 2010:23). Dalam hal ini, program pemerintah berarti upaya untuk mewujudkan kebijakankebijakan pemerintah yang telah ditetapkan. Program-program tersebut muncul dalam Rencana Strategis Kementerian/Lembaga atau Rencana Kerja Pemerintah (RKP).

Arah kebijakan dan strategi pembangunan kawasan perdesaan nasional dijabarkan dalam Undang-undang Nomor 17 Tahun 2005 tentang Rencana Pembangunan Jangka Panjang Nasional (RPJPN) Tahun 2005-2025, serta Peraturan Presiden Nomor 5 Tahun 2010 tentang Rencana Pembangunan Jangka Menengah nasional (RPJMN) Tahun 2010- 2014. RPJMN 2010-2014 merupakan RPJMN tahap dua dari rangkaian RPJMN yang ditetapkan dalam RPJPN. RPJMN disusun dalam empat tahapan yaitu RPJMN I (2005- 2009), RPJMN II (2010-2014), RPJMN III (2015-2019), serta RPJMN IV (2020-2024). Pentahapan tersebut sesuai dengan visi, misi, dan program Presiden negara Republik Indonesia yang dipilih langsung oleh rakyat. RPJMN memuat strategi pembangunan nasional, kebijakan umum, program kementerian/lembaga dan lintas kementerian/lembaga, kewilayahan dan lintas kewilayahan, serta kerangka ekonomi makro yang mencakup gambaran perekonomian secara menyeluruh termasuk arah kebijakan fiskal dalam rencana kerja.

RPJMN I dan RPJMN II ditetapkan dalam rangka melaksanakan misi pembangunan yang merata dan berkeadilan. Dalam tahap ini pembangunan perdesaan meliputi: 1. Pengembangan agroindustri padat karya, 2. Peningkatan kapasitas SDM, 3. Pengembangan jaringan infrastruktur penunjang kegiatan produksi di perdesaan dan kota-kota kecil, 4. Peningkatan akses informasi, pemasaran, lembaga keuangan, kesempatan kerja, dan teknologi, 5. Pengembangan potensi sosial budaya lokal, serta 6. Intervensi harga dan kebijakan pertanian.

Sasaran pembangunan perdesaan tersebut merupakan kegiatan yang multidimensi dan multi sektoral, pembangunan infrastruktur perdesaan dituntut untuk dapat memperhatikan aspek-aspek penting pembangunan perdesaan. Pembangunan infrastruktur yang terintegrasi dan tersinkronisasi dengan pembangunan perdesaan, pembangunan infrastruktur diharapkan dapat menopang kegiatan yang diinginkan termasuk di antaranya adalah sektor-sektor ekonomi yang akan dikembangkan dalam suatu kawasan.

Program Pembangunan Infrastruktur Perdesaan (PIIP) merupakan salah satu program pembangunan infrastruktur untuk kawasan desa dalam kategori berkembang yang berbasis pada partisipasi masyarakat. PIIP berada di bawah payung kegiatan Program Nasional Pemberdayaan Masyarakat (PNPM) Mandiri dengan komponen kegiatannya meliputi kegiatan fasilitasi dan mobilisasi masyarakat. Adapun maksud dilaksanakannya kegiatan ini adalah dalam rangka mengurangi kemiskinan dan memperkuat implementasi tata kelola pemerintahan yang baik (good governance) di tingkat pemerintah daerah, sedangkan tujuan dari dilaksanakannya kegiatan ini adalah mewujudkan peningkatan akses masyarakat miskin, hampir miskin, dan kaum perempuan, termasuk minoritas terhadap pelayanan infrastruktur dasar perdesaan berbasis pemberdayaan masyarakat dalam tata kelola pemerintahan yang baik.

Sebagai unsur ketiga dari pada negara adalah pemerintah yang merupakan alat negara dalam menyelenggarakan segala kepentingan rakyatnya dan merupakan alat dan juga, dalam mewujudkan tujuan yang sudah diterapkan. Pemerintah harus diartikan luas yang mencakup semua badan-badan negara. Suatu hal yang penting ialah pemerintah yang berkuasa harus diakui oleh rakyatnya karena pada hakikatnya pemerintah merupakan pembawa suaradari rakyat sehingga pemerintah dapat berdiri dengan stabil. Cara etimologis “pemerintah” diambil dari kata “perintah” yang berarti menyuruh melakukan pekerjaan. Pemerintah adalah organisasi yang memiliki kewenangan untuk membuat kebijakan dalam bentuk penerapan hukum dan undang-undang di wilayah tertentu yang merupakan kawasan yang berbeda di bawah kekuasaan mereka.

Setiap pemerintahan memiliki program-program kerja yang harus di realisasikan selama ia menjabat, program adalah kumpulan kegiatan-kegiatan nyata, sistematis dan terpadu yang di laksanakan oleh atau satu atau beberapa instansi pemerintah ataupun dalam rangka kerjasama dengan masyarakat, guna mencapai sasaran dan tujuan yang telah ditetapkan. Program kerja pemerintah tidak bisa terelasisasikan tanpa adanya sosialisasi ke masyarakat. Cara sosialisasi pemerintah yang efektif adalah dengan cara komunikasi. Komunikasi yang efektif untuk masyarakat mensyaratkan adanya pendekatan faktual dan aktual serta memahami komunikasi

yang benar secara koprehensif . dengan cara menerapkan G. Terry “4C” yakni : completeness; clarity; correctness; dan conciseness. Pernyataan tersebut sangat relevan dengan kondisi penyelenggaraan pemerintah era reformasi yang saat ini memasuki pasca otonomi daerah dengan mengedepankan transparansi dan keterbukaan (Hasan, 2010:123).

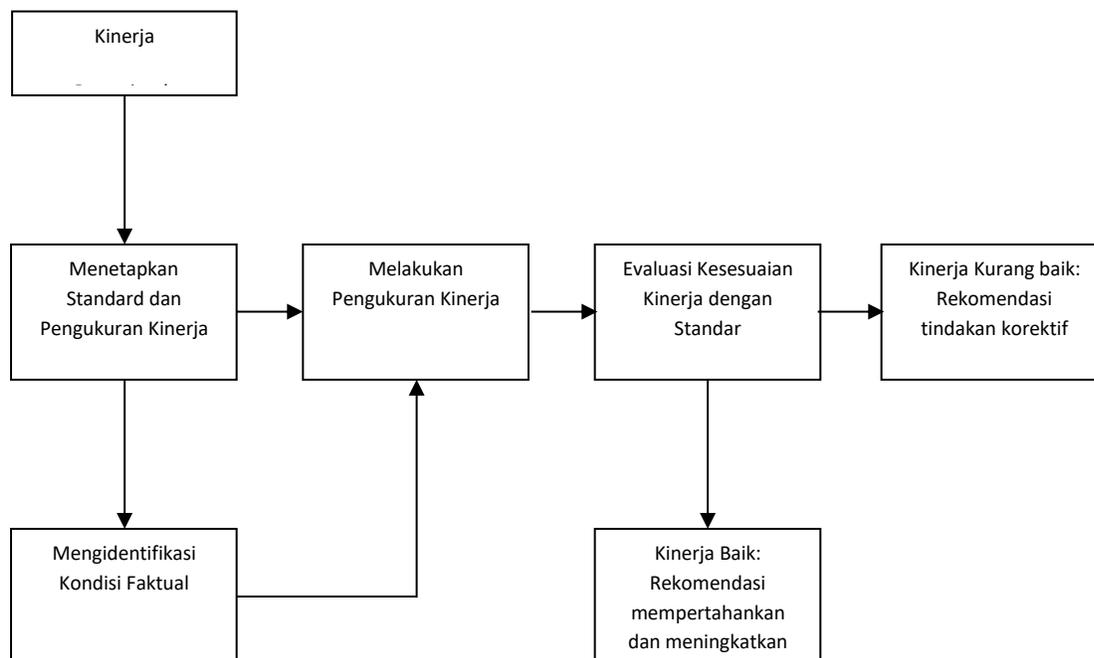
Pembahasan mengenai program tidak dapat dilepaskan dengan aspek kebijakan. Menurut Dye (1992: 23), kebijakan atau yang dalam hal ini adalah kebijakan publik secara prinsip dapat diartikan sebagai “Whatever government choose to do or not to do“. Hal tersebut diperkuat oleh Hogwood dan Gunn (1986:45) yang menyebutkan bahwa kebijakan publik adalah seperangkat tindakan pemerintah yang didesain untuk mencapai hasil-hasil tertentu. Sebagai suatu instrumen yang dibuat oleh pemerintah, kebijakan publik dapat berbentuk aturan-aturan umum dan atau khusus baik secara tertulis maupun tidak tertulis yang berisi pilihan-pilihan tindakan yang merupakan keharusan, larangan dan atau kebolehan yang dilakukan untuk mengatur seluruh warga masyarakat, pemerintah dan dunia usaha dengan tujuan tertentu.

METODE

Pada penelitian ini akan menggunakan pendekatan dengan jenis penelitian kualitatif deskriptif, yakni penelitian yang bermaksud menjelaskan gejala tentang apa yang dialami subjek penelitian misalnya perilaku atau tindakan secara holistik dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan baha pada suatu kontek khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah (Moleong, 2017:6).

Penelitian ini dilakukan berdasarkan studi pendahuluan untuk mengembangkan pengukuran kinerja pemerintah dengan menggunakan perspektif *Balanced Scorecard (BSC)*. Kemudian peneliti melakukan riset di Kantor Sekretariat Kabinet Presiden Joko Widodo sebagai calon petahana yang yang ikut dalam kontestasi pada Pemilihan Presiden pada 2019. Peneliti melakukan riset sejak bulan Februari sampai Mei 2020.

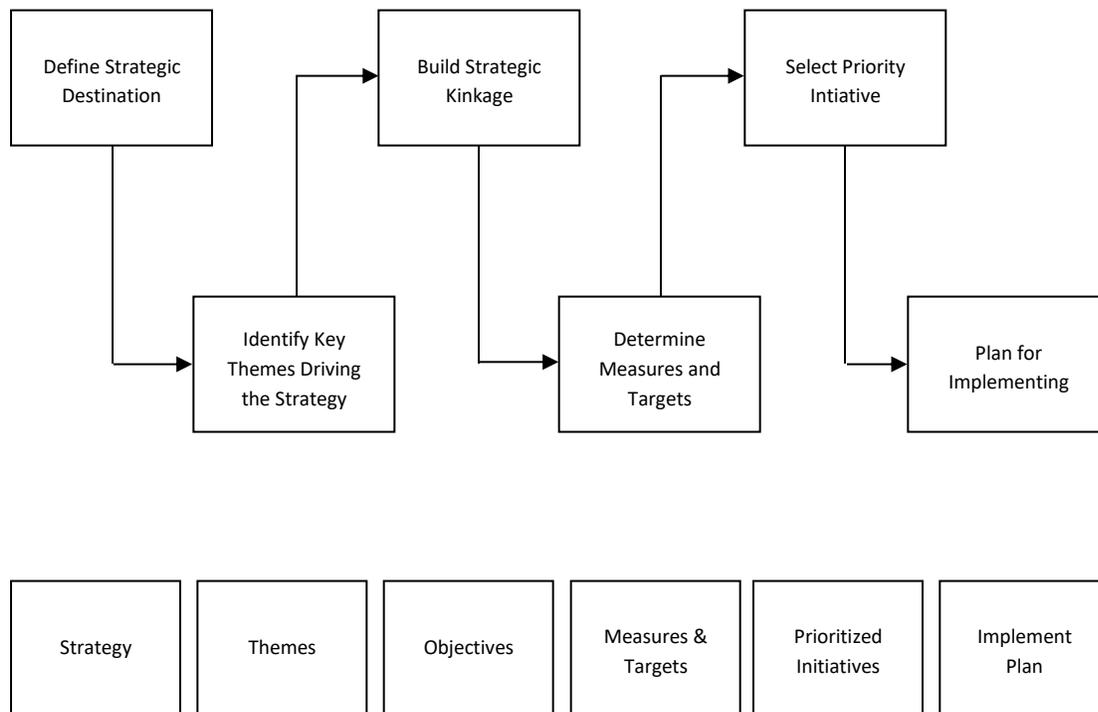
Dalam penelitian ini, informan ditentukan secara *purposive sampling* yang berdasarkan kapasitas dan kapabilitas atau yang kompeten di bidangnya. Untuk itu peneliti menetapkan enam informan yang bekerja di Sekretariat Kabinet Presiden Joko Widodo (periode kedua 1999-2024) di Jakarta sebagai tempat riset ini. Keenam orang tersebut ialah (1) Ratih Nurditi selaku Wakil Sekretaris Kabinet (2) Thanon Aria Dewangga selaku Deputy Dukungan Kerja Kabinet (DKK); (3) Yuli Harsono selaku Deputy Pembangunan Manusia dan Kebudayaan (PMK); (4) Satya Bhakti Parikesti selaku Deputy Perekonomian; (6) Agustina Murbaningsih selaku Deputy Kemaritiman. Desain penelitian disusun dengan mengadopsi desain penelitian Creswell yang menyesuakannya dengan evaluasi kinerja sebagai berikut (Brinkerhoff, 2010:43):



Gambar 1: Desain Penelitian

Berdasarkan desain di atas maka kegiatan penelitian mencakup: (1) menetapkan subyek penelitian, (2) menetapkan standar dan metode pengukuran kinerja (3) mengidentifikasi kondisi faktual, (4) pengukuran kinerja, (5) kesesuaian kinerja dengan standar, (6) kinerja: (a) kinerja baik, bagaimana mempertahankan dan meningkatkan, dan (b) kinerja kurang baik, melakukan tindakan korektif.

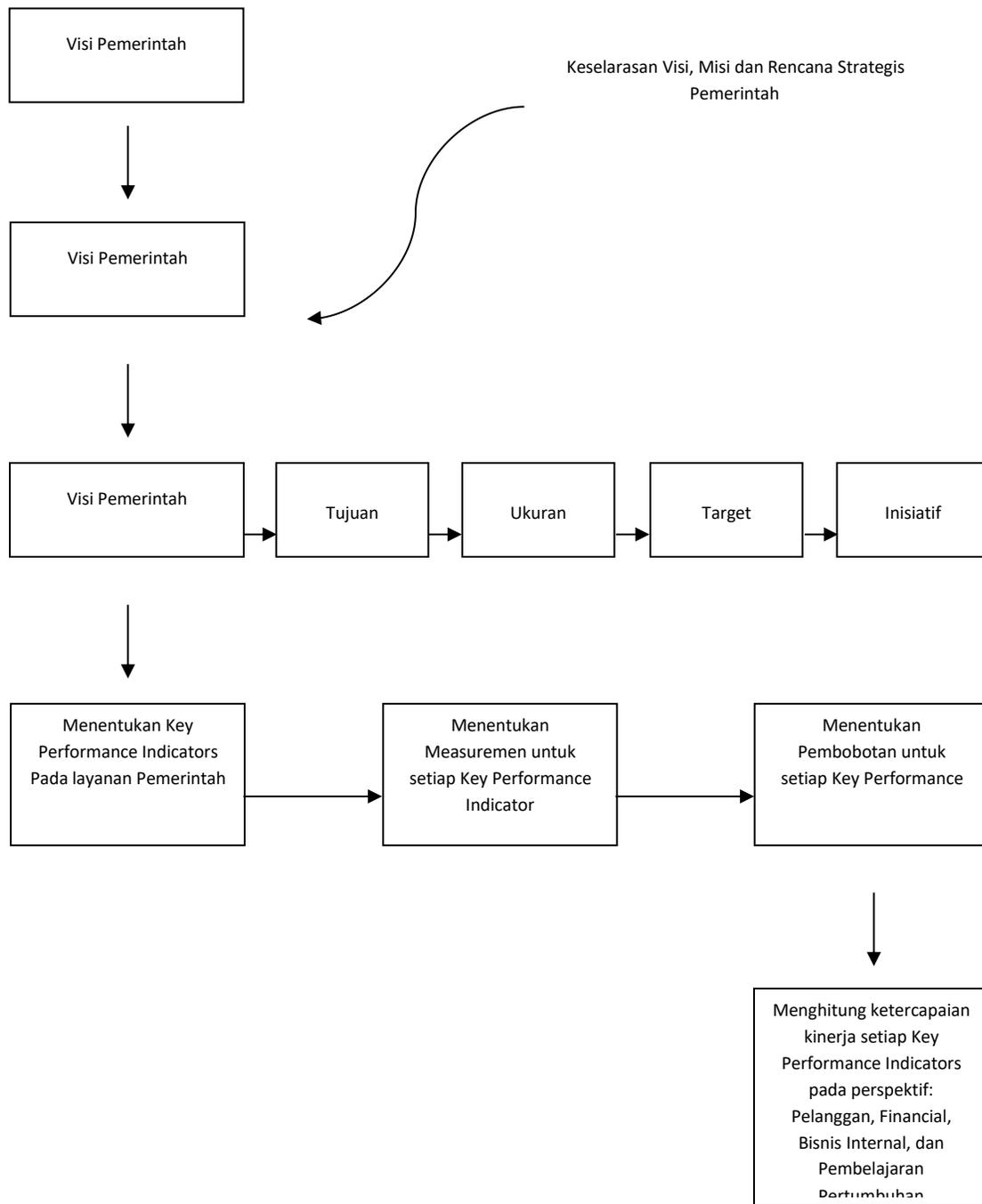
Desain pengembangan *Balanced Scorecard* dalam organisasi dimulai dengan mendefinisikan tujuan strategis, mengidentifikasi aktivitas kunci yang akan mendorong pencapaian strategi, membangun strategic linkage, menjelaskan pengukuran dan target setiap strategi, menentukan skala prioritas dan akhirnya mengimplementasikan strategi. Lebih rinci, digambarkan pengembangan BSC, seperti terlihat pada gambar berikut:



Sumber Brinkrenhoof dan diolah peneliti (2020):

Gambar 2: Desain Pengembangan *Balanced Scorecard*

Berdasarkan desain BSC pada organisasi tersebut, maka secara khusus penelitian evaluasi kinerja akademik di Pemerintah dengan menggunakan *Balanced Scorecard* dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 3: Desain Pengembangan Penelitian Pemerintah dengan menggunakan BSC

Jenis desain penelitian pada penelitian ini yaitu studi kasus (*case study*). Studi kasus merupakan suatu penelitian yang dilakukan terhadap suatu “kesatuan sistem”. Kesatuan ini dapat berupa program, kegiatan, peristiwa, atau sekelompok individu yang terikat oleh tempat, waktu, atau ikatan tertentu. Studi kasus adalah suatu penelitian yang diarahkan untuk menghimpun data, mengambil makna, memperoleh pemahaman dari kasus tersebut. Kasus sama sekali tidak mewakili populasi dan tidak dimaksudkan untuk memperoleh kesimpulan dari populasi. Kesimpulan studi kasus hanya berlaku untuk kasus tersebut. Tiap kasus bersifat unik atau memiliki karakteristik sendiri yang berbeda dengan kasus lainnya (Sukmadinata, 2005: 64).

Tujuan penelitian ini adalah untuk melakukan analisis substansi, implementasi dan output kinerja layanan pemerintah. Selanjutnya *output* kebijakan pembiayaan pendidikan dianalisis dengan melihat empat perspektif dalam *Balanced Scorecard*, yaitu: (a) *financial perspective*, (b) *Costumer perspective*, (c) *Internal Business Process perspective*, dan (d) *Learning and growth perspective*. Sedangkan dari sisi instansi pemerintah akan dievaluasi hasil dari pembiayaan dan investasi pendidikan yang telah dilakukan dengan konsep *Cost Benefit Analysis*.

Ukuran kinerja yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan indikator kinerja yang dikembangkan oleh R. Eko Indrajit dan R. Djokopranoto (2006:78), Powar, K.B., Panda, Santosh., Bhalla, Veena (2000:45) dan Kaye Shelto (2006:342-365). Pengumpulan data penelitian menggunakan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data disesuaikan dengan jenis data yang dibutuhkan. Sumber data utama dalam penelitian kualitatif ialah kata-kata, dan tindakan. Selebihnya data tambahan seperti dokumen dan lain-lain (Moleong, 2013:157).

Untuk memperoleh data utama dalam penelitian ini, peneliti melakukan studi lapangan melalui wawancara secara mendalam kepada sejumlah narasumber yang telah ditentukan sebelumnya dilanjutkan dengan pemilihan lokasi penelitian. Pengumpulan data menerapkan strategi studi kasus, karena studi kasus melibatkan pengumpulan data yang kaya untuk membangun gambaran yang mendalam dari suatu kasus. Yin mengungkapkan terdapat enam bentuk pengumpulan data dalam studi kasus yaitu: (1) dokumentasi, yang terdiri dari surat, memorandum, agenda, laporan suatu peristiwa, proposal, hasil penelitian, hasil evaluasi, kliping, dan artikel; (2) rekaman arsip yang terdiri dari rekaman layanan, peta, data survei, daftar nama, rekaman-rekaman pribadi seperti buku harian dan kalender; (3) wawancara, biasanya bertipe *open-ended*; (4) observasi langsung; (5) observasi partisipan; dan (6) perangkat pisik atau kultural yaitu peralatan teknologi, alat atau instrument, pekerjaan seni (Robert, 2010: 118).

Yin mengemukakan keuntungan dari keenam sumber bukti tersebut dapat dimaksimalkan bila tiga prinsip berikut ini diikuti, yaitu: (1) menggunakan bukti multi sumber; (2) menciptakan data dasar studi kasus seperti: catatan studi kasus, dokumen studi kasus, bahan tabulasi dan narasi; dan (3) memelihara rangkaian bukti (Robert, 2010: 103-118)

Penyampaian data melalui matriks ini ditujukan untuk melihat kedalaman dan banyaknya bentuk dari pengumpulan data, sehingga menunjukkan kekompleksan dari kasus tersebut. Penggunaan suatu matriks akan bermanfaat apabila diterapkan dalam suatu studi kasus yang kaya informasi.

Teknik analisis data dilakukan dengan model interaktif dari Miles dan Huberman (2009), dimana analisis dilakukan secara terus menerus. Model ini mencakup tiga kegiatan, yaitu: *reduction data, display data, and conclusion drawing/verification*.

HASIL DA N PEMBAHASAN

Mengacu pada paradigma Harold D. Lasswell, Lasswell untuk menjelaskan komunikasi ialah menjawab pertanyaan sebagai berikut: Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect? Untuk itu berdasarkan paradigma Lasswell tersebut, komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan efek tertentu (Effendy, 2010:10).

Proses komunikasi Presiden dan upaya optimalisasi dalam mewujudkan pemerataan pembangunan dalam meningkatkan dukungan masyarakat dalam menghadapi Pemilihan Presiden tahun 2019 dapat diartikan sebagai ‘transfer informasi’ atau pesan (*message*) dari pengiriman pesan sebagai komunikator dan kepada penerima pesan sebagai komunikan yakni masyarakat. Dalam proses komunikasi tersebut bertujuan untuk mencapai saling pengertian (*mutual understanding*) antara kedua pihak yang terlibat dalam proses komunikasi.

Dalam proses komunikasinya, setiap langkah mulai dari saat menciptakan informasi sampai dipahami oleh komunikan merupakan aktivitas komunikasi. Komunikasi adalah sebuah proses, sebuah kegiatan yang berlangsung kontinu. Joseph De Vito dalam Suprpto (2009:130) mengemukakan komunikasi adalah transaksi, hal tersebut dimaksudkan bahwa komunikasi merupakan suatu proses, di mana komponen-komponen saling terkait bahwa para pelaku komunikasi beraksi dan bereaksi sebagai satu kesatuan dan keseluruhan.

Manajemen komunikasi (*Communication Management*) dimiliki oleh presiden dan para manajer yang bertanggung-jawab atas aktivitas organisasi kepresidenan.

Istilah manajemen komunikasi oleh (Abidin, 2010:54) bahwa untuk mengaplikasikan pengertian manajemen komunikasi tersebut dipergunakan model yang dapat mengembangkan individu dalam kegiatan di perusahaan dan harus konsisten terhadap dua hal, yaitu model sebagai alat mengukur kekuatan dan kelemahan dari *human system* dan model kedua dipusatkan pada strategi manajemen (Kaye, 2010: 8).

Aplikasi dari kedua hal tersebutlah menjadi dasar pengertian bahwa penerapan manajemen komunikasi dalam organisasi pada hakikatnya mengutamakan individu sebagai

anggota perusahaan dapat saling memahami pekerjaannya dan memastikan masing-masing pekerjaan memberikan kontribusi yang baik kepada perusahaan.

Proses komunikasi terdiri dari dua ranah utama, yaitu ranah “manusia” yang menjelaskan situasi dan kondisi yang dimiliki manusia dalam berkomunikasi, dengan kelebihan dan kelemahannya, dan ranah “kompetensi” yang menjelaskan pemahaman dan keterampilan dalam berkomunikasi. ranah pertama adalah pemahaman, ranah kedua adalah bagian keterampilan atau kecakapan yang selalu dapat ditingkatkan dan diperbaharui. Artinya, kemampuan berkomunikasi tidak lahir dengan sendirinya, melainkan harus dipelajari dan ditingkatkan. Tujuan utama manajemen komunikasi adalah pemanfaatan optimal sumber daya manusia dan teknologi untuk meningkatkan dialog dengan orang lain. Pada intinya, hasil dari sebuah proses komunikasi adalah terciptanya dialog yang berjalan dua arah antara Presiden dan sekaligus melahirkan pertukaran informasi yang relatif seimbang.

Penerapan manajemen komunikasi dalam pengelolaan informasi pembangunan ditujukan untuk mendorong percepatan pembangunan di daerah, partisipasi masyarakat merupakan faktor kunci keberhasilan dan akan menjadi mesin utama yang menggerakkan pertumbuhan ekonomi yang cukup tinggi dan berkesinambungan yang dapat diwujudkan melalui manajemen komunikasi yang tepat.

Manajemen komunikasi adalah merupakan proses penggunaan berbagai sumber daya komunikasi secara terpadu melalui proses perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengontrolan unsur-unsur komunikasi untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan termasuk dalam pengelolaan informasi pembangunan nasional kepada masyarakat.

Pada hasil deskripsi penelitian ini terungkap bahwa peran, fungsi dan dukungan masyarakat sangat mempengaruhi kekuatan Presiden dalam mewujudkan pemerataan pembangunan nasional untuk meningkatkan dukungan masyarakat dalam menghadapi Pilpres tahun 2019.

Terkait mewujudkan pemerataan pembangunan nasional untuk meningkatkan dukungan masyarakat, maka upaya optimalisasi program kerja presiden dilakukan dengan cara sebagai berikut:

1) Sebagai *Guardian of Value*

Menjadikan masyarakat yang memiliki peran sebagai penjaga nilai-nilai masyarakat yang kebenarannya mutlak, yakni menjunjung tinggi kejujuran, keadilan, gotong royong, integritas, empati dan sifat yang dibutuhkan dalam kehidupan dalam masyarakat lainnya. Selain itu juga, dituntut pula untuk mampu berpikir secara ilmiah tentang nilai-nilai yang mereka jaga. Bukan hanya itu saja, masyarakat juga sebagai pembawa, penyampai, dan penyebar nilai-nilai.

2) Sebagai *Agent Of Change*

Menjadikan masyarakat yang bertindak sebagai penggerak yang mengajak seluruh masyarakat lainnya untuk dapat bergerak dalam melakukan perubahan ke arah yang lebih baik lagi, dengan pertimbangan berbagai penghasilan, gagasan, serta pengetahuan yang mereka miliki. Bukan waktunya lagi sebagai masyarakat hanya diam dan juga tidak peduli dengan permasalahan bangsa dan juga negaranya, karena dipundak merekalah (masyarakat) titik kebangkitan suatu negara atau bangsa diletakan.

3). Sebagai *Moral Force*

Menjadikan masyarakat memiliki tingkat pekerjaan yang paling tinggi, sehingga 'diwajibkan' untuk mereka memiliki moral yang baik pula. Tingkat intelektual seorang masyarakat akan disejajarkan dengan tingkat moralitasnya dalam kehidupannya. Hal ini yang menyebabkan mengapa masyarakat dijadikan kekuatan dari moral bangsa yang diharapkan mampu menjadi contoh dan juga penggerak perbaikan moral pada masyarakat.

Selain itu masyarakat mempunyai peran istimewa yang telah dikelompokkan dalam tiga fungsi, yakni :

4). Sebagai *Social Control*

Masyarakat dengan pekerjaannya sehingga memiliki kemampuan intelektual, kepekaan sisoal serta sikap kritisnya, kelak diharapkan masyarakat mampu menjadi pengontrol sebuah kehidupan sosial dalam masyarakat dengan cara memberikan saran, kritik dan juga solusi untuk permasalahan sosial masyarakat maupun permasalahan bangsa.

Peran masyarakat sebagai *social control* terjadi saat ada hal yang tidak beres maupun ganjil dalam masyarakat. Masyarakat sudah seharusnya memberontak terhadap kebusukan-kebusukan yang terjadi dalam birokrasi yang selama ini dianggap lasim. Kemudian jika masyarakat acuh dan juga tidak peduli dengan lingkungannya, maka sudah tidak ada lagi harapan yang lebih baik untuk kehidupan bangsa nantinya

Masyarakat memang sudah seharusnya menumbuhkan jiwa kepedulian sosialnya, dimana masyarakat harus peduli terhadap masyarakat sebab masyarakat adalah bagian dari masyarakat. Kepedulian tersebut bukan hanya diwujudkan dalam bentuk demo ataupun turun ke jalan saja, tetapi dengan pemikiran-pemikiran cemerlangnya, diskusi-diskusi, atau memberikan bantuan moril dan juga materil kepada masyarakat serta bangsa.

5). Sebagai *Agent Of Change* :

Masyarakat berpekerjaan tinggi juga sebagai agen perubahan. yakni bertindak bukan ibarat pahlawan yang datang ke sebuah negeri kemudian dengan gagahnya mengusir para penjahat

serta dengan gagah sang pahlawan pergi dari daerah tersebut diiringi tepuk tangan oleh penmelihat setempat. Dalam artian ini masyarakat tidak hanya menjadi penggagas perubahan, tetapi sebagai objek atau pelaku dalam perubahan tersebut. Sikap kritis yang positif harus dimiliki dan sering dapat membuat sebuah perubahan besar dan juga membuat para pemimpin yang tidak berkompoten menjadi gerah serta cemas.

6). Sebagai *Iron Stock* :

Masyarakat berpekerjaan tinggi juga memiliki peran sebagai generasi penerus bangsa sangat diharapkan mempunyai kemampuan, ketrampilan, serta akhlak mulia untuk dapat menjadi pemimpin yang siap pakai. Masyarakat merupakan sebuah aset, cadangan, dan juga harapan bangsa untuk masa depan. Masyarakat bukan hanya sebagai kaum intelektual yang hanya melihat serta mendengarkan pejabat pemerintah dalam ruangan perkembangan pembangunan nasional saja. Masyarakat harus memperkaya dirinya dengan pengetahuan yang lebih baik juga dari segi keprofesian maupun kemasyarakatan. Masyarakat sebagai *iron stock* yakni merupakan seorang pemimpin bangsa masa depan yang kelak akan menggantikan generasi yang telah ada, jadi tidak cukup jika hanya dengan memupuk penghasilan yang spesifik saja. Perlu pula adanya *soft skill* seperti *leadership*, kemampuan memosisikan diri, serta sensitivitas yang tinggi.

Dalam perspektif manajemen komunikasi dan upaya optimalisasi semua kegiatan pemerintahan sehari-hari dilakukan dengan cara memancing, mengajak, mengundang dan memberikan beasiswa bagi setiap masyarakat yang mau hadir, bergabung dan sama-sama membahas rencana Pemerintahan. Hal itu diklasifikasikan menjadi 2 macam, yaitu :

- a. **Lingkungan Internal:** segala sesuatu di dalam organisasi/ pemerintahan suatu negara yang akan mempengaruhi pemerintahan suatu negara tersebut. Lingkungan internal di Pemerintahan suatu negara dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu tenaga terpelajar pejabat pemerintah, masyarakat, relawan, modal, material berbentuk sarana dan prasarana Pemerintahan suatu negara, peralatan/perlengkapan produksi yang dimiliki Pemerintahan suatu negara serta metode. Lingkungan internal ini biasanya digunakan untuk menentukan kekuatan (*Strength*) Pemerintahan suatu negara, dan juga mengetahui kelemahan (*Weakness*).

Lingkungan internal adalah faktor-faktor yang berada dalam kegiatan produksi dan langsung mempengaruhi hasil aparatur Pemerintahan suatu negara.

Contoh :

- (1) Tenaga terpelajar yang siap pakai.
- (2) Peralatan dan mesin yang mendukung materi pekerjaan di Pemerintahan suatu negara.
- (3) Permodalan (pemilik, investor, aturanaan dana) yang dimiliki Partai politik Pemerintahan suatu negara.

- (4) Bahan mentah, bahan setengah jadi, pergudangan yang dimiliki Pemerintahan suatu negara yang merupakan hasil dari temuan ilmiah dari para masyarakatnya.
- (5) Sistem informasi dan administrasi sebagai acuan pengambilan keputusan pimpinan partai politik untuk memajukan Pemerintahan suatu negara.
- b. **Lingkungan Eksternal:** segala sesuatu di luar batas-batas yang mungkin mempengaruhi pemerintahan suatu negara. Lingkungan eksternal dibagi menjadi dua yaitu (a) **Lingkungan Mikro:** yang mana Pemerintahan suatu negara dapat melakukan aksi – reaksi terhadap faktor – faktor penentu peluar pasar (*Opportunity*) dan juga ancaman dari luar (*Threat*). Faktor – faktor yang mempengaruhi Pemerintahan suatu negara : (1) Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah Jakarta.; (2) Pemegang saham yang merupakan pemilik partai politik Pemerintahan suatu negara; (3) Stakeholders adalah seseorang atau badan hukum yang secara sah memiliki satu atau lebih saham pada Pemerintahan suatu negara; (4) Kreditor, merupakan bantuan dari Pemerintah Pusat, Pemerintah Daerah dan Kerjasama dengan Negara asing dalam meningkatkan pekerjaan di Pemerintahan suatu negaral; (5) Pesaing, merupakan pemerintahan suatu negara lain yang berada di Jakarta; (6) Publik, merupakan masyarakat umum yang dekat dengan sehari-hari Pemerintahan suatu negara; (7) Perantara, merupakan orang-orang yang memahami dunia pekerjaan dan para masyarakat yang mengajak orang lain untuk menjadi masyarakat di Pemerintahan suatu negara; (8) Pemasok, merupakan bantuan atau hibah dari pihak lain; (9) Konsumen, merupakan masyarakat aktif yang sedang mengikuti pekerjaan di Pemerintahan suatu negara. b) **Lingkungan Makro,** dimana Pemerintahan suatu negara hanya dapat merespon lingkungan di luar Pemerintahan suatu negara. Faktor – faktor yang mempengaruhi :
- (1) Lingkungan ekonomi merupakan pola Pemerintahan suatu negara perputaran simbiosme (saling menguntungkan) antara : Pemerintah Pusat, Pemerintah Daerah, masyarakat Jakarta dan pihak-pihak yang mengelola.
- (2) Lingkungan teknologi merupakan para dekan dan pejabat pemerintah yang memberikan materi pelajaran kepada masyarakat yang hidup dalam Pemerintahan suatu negara.
- (3) Lingkungan politik-hukum (pemerintahan) merupakan instansi di luar Pemerintahan suatu negara yang ikut merasakan dari peran masyarakat atau kinerja yang dilaksanakan para aparaturn Pemerintahan suatu negara.
- (4) Lingkungan sosial kultur merupakan budaya yang sudah ada sejak Pemerintahan suatu negara di bangun hingga saat ini, yaitu aktivitas sehari-hari yang dijalankan setiap masyarakat.
- (5) Lingkungan global merupakan pemerintahan suatu negara Negara asing dan Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM) dari dalam dan luar negeri yang turut merasakan aktifitas dari para masyarakat yang hidup dalam Pemerintahan suatu negara.
- (6) Lingkungan bisnis merupakan aktivitas dari swasta dalam bentuk Pemerintahan suatu negara yang bertugas mendistribusikan sarana dan prasarana yang dibutuhkan Pemerintahan suatu negara.

- (7) Teknologi dan informasi merupakan software dan hardware yang dibutuhkan Pemerintahan suatu negara guna mendukung pola pekerjaan modern dan canggih di Pemerintahan suatu negara.

Lingkungan eksternal Pemerintahan suatu negara yang berpengaruh tidak langsung terhadap kegiatan Pemerintahan suatu negara. Lingkungan eksternal meliputi variabel-variabel di luar pemerintahan suatu negara yang dapat berupa tekanan umum dan tren di dalam lingkungan *society* ataupun faktor-faktor spesifik yang beroperasi di dalam lingkungan kerja Pemerintahan suatu negara. Variabel-variabel eksternal ini terbagi menjadi dua jenis, yaitu ancaman dan peluang, lingkungan eksternal pemerintahan suatu negara dapat dibedakan menjadi :

- a) Lingkungan eksternal makro adalah lingkungan eksternal yang berpengaruh tidak langsung terhadap kegiatan Pemerintahan suatu negara.

Contoh :

- (1) Keadaan alam: SDA, lingkungan sekitar yang berada di Jakarta.
- (2) Politik dan hankam: kehidupan operasional Pemerintahan suatu negara sangat terpengaruh oleh politik dan hankam negara dimana Pemerintahan suatu negara berada menciakan.
- (3) Hukum merupakan peraturan yang diterapkan Pemerintahan suatu negara untuk memberikan petunjuk kepada masyarakat lama dan di dalam aktivitas Pemerintahan suatu negara.
- (4) Perekonomian merupakan simbiosme (saling menguntungkan) dengan adanya sehari-hari Pemerintahan suatu negara di lingkungan masyarakat.
- (5) Pekerjaan dan kebudayaan merupakan aturan yang harus disepekat dan dituruti oleh setiap masyarakat yang hidup dalam Pemerintahan suatu negara.
- (6) Sosial dan budaya merupakan iklim dan lingkungan yang berlaku di Pemerintahan suatu negara.
- (7) Kepemerintahan merupakan sekumpulan pejabat pemerintah, pegawai dan masyarakat yang berada di Pemerintahan suatu negara.
- (8) Hubungan internasional merupakan batas-batas kerjasama dalam meningkatkan pekerjaan dan kinerja pejabat pemerintah, pegawai serta masyarakat yang hidup dalam Pemerintahan suatu negara.

- b) Lingkungan eksternal mikro adalah lingkungan eksternal yang pengaruh langsung terhadap kegiatan Pemerintahan.

Contoh :

- (1) Pemasok / *supplier* : yang menunjang kelangsungan operasi Pemerintahan suatu negara.
- (2) Perantara, misalnya distributor, pengecer yang berperan dalam pendistribusian hasil-hasil pekerjaan ke konsumen (masyarakat).
- (3) Teknologi: yang berkaitan dengan perkembangan proses kerja, peralatan metode di Pemerintahan suatu negara.
- (4) Pasar sebagai sasaran dari produk yang dihasilkan Pemerintahan suatu negara.

Manajemen komunikasi dan upaya optimalisasi program kerja presiden dalam menghadapi Pemilihan Presiden tahun 2019 tertuang dalam Tentang Visi, Misi, Tujuan Dan Sasaran, Serta Strategi Pencapaian.

Dasar penyusunan dan mekanisme penyusunan visi, misi, tujuan dan sasaran institusi pemerintahan suatu negara, serta pihak-pihak yang dilibatkan dalam penyusunannya. Manajemen komunikasi Pemerintahan dalam menghadapi Pilpres 2019 pada Tahun 2019 mengalami tahapan transisi sejarah perkembangan, berupa perubahan formasi manajemen komunikasi presiden dan upaya optimalisasi program kerja presiden pada kepemimpinan saat ini dengan bergabungnya generasi muda dan generasi tua.

Pimpinan dan seluruh komunikator pada Pemerintahan dalam menghadapi Pilpres 2019 bertekad untuk memelihara hasil capaian para pendahulu dan mengembangkannya kepada capaian yang lebih baik, serta berkomitmen; (1) memelihara kepercayaan masyarakat, (2) mencapai keunggulan dalam kompetisi yang semakin ketat, dan (3) mewujudkan kemandirian dalam aturanan dan pengembangan diri. Dari ke tiga komitmen tersebut diharapkan dapat mengantar Manajemen komunikasi Pemerintahan dalam menghadapi Pilpres 2019 untuk menjadi pemerintahan suatu negara yang terkemuka. Adapun mekanisme penyusunan visi, misi, tujuan dan sasaran Manajemen komunikasi Pemerintahan dalam menghadapi Pilpres 2019, melalui tahapan-tahapan berikut:

Pertama, berawal dari rapat pimpinan Pemerintahan menghasilkan keputusan tentang pembentukan Tim Perumus Visi, Misi, Tujuan dan Sasaran Manajemen komunikasi Pemerintahan dalam menghadapi Pilpres 2019.

Kedua, tim penyusun draft visi, misi, tujuan dan sasaran dalam manajemen komunikasi Pemerintahan dalam menghadapi Pilpres 2019 dibahas pada *Focus Group Discussion* (FGD) yang melibatkan para pimpinan partai, aktivis, pakar/ahli, juru kampanye, perwakilan mahasiswa, masyarakat, serta pengguna aparatur.

Ketiga, tim merumuskan visi, misi, tujuan dan sasaran manajemen komunikasi Pemerintahan dalam menghadapi Pilpres 2019 untuk mengakomodir rekomendasi/saran dari hasil pertemuan dengan pejabat pemerintah, pakar, praktisi, perwakilan masyarakat, masyarakat, dan pengguna aparatur yang akan diajukan ke MPR/DPR.

Keempat, DPR rapat untuk membahas rancangan visi, misi, tujuan dan sasaran pemerintahan suatu negara secara komprehensif.

Kelima, Pengesahan MPR RI pemerintahan suatu negara tentang manajemen komunikasi Pemerintahan dalam menghadapi Pilpres 2019 sebagai lembaga pekerjaan tinggi dalam mengembangkan pengalaman hidup, teknologi dan senantiasa berorientasi pada pengembangan

nilai-nilai Pancasila, Bhineka Tunggal Ika dan NKRI berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar 1945.

Kepercayaan masyarakat dan keunggulan di berbagai bidang merupakan modal utama dalam menggapai kemandirian. Ada dua kemandirian yang dimaksud yaitu; (1) Manajemen komunikasi Pemerintahan dalam menghadapi Pilpres 2019 sebagai lembaga yang mampu mandiri dalam aturan dan pengembangan diri/institusi, dan (2) mandiri dalam mewujudkan kesejahteraan bagi seluruh orang, masyarakat, masyarakat, bangsa dan negara. Berikut hasil pembahasan penelitian yang mengacu pada pertanyaan sejumlah informan yang telah ditetapkan sebagai berikut:

Guna mewujudkan tujuan pekerjaan nasional dan tujuan pekerjaan tinggi, manajemen komunikasi Pemerintahan dalam menghadapi Pilpres 2019 telah menyusun Rencana Strategis (Renstra) 2019-2025 yakni penguatan manajemen komunikasi Pemerintahan dalam menghadapi Pilpres 2019 sebagai institusi terpercaya menuju Pemerintahan suatu negara yang memiliki SDM unggul. Mewujudkan Manajemen komunikasi Pemerintahan dalam menghadapi Pilpres 2019 sebagai pioner dalam pengembangan kesejahteraan berbasis teknologi.

Selain itu visi dan misi manajemen komunikasi Pemerintahan dalam menghadapi Pilpres 2019 yang telah disahkan dan disosialisasikan secara internal maupun eksternal selanjutnya menjadi pedoman dalam menyusun Rencana Strategi (Renstra).

Kebijakan dasar dalam manajemen komunikasi Pemerintahan dalam menghadapi Pilpres 2019 ditetapkan ke dalam tujuh cakupan yaitu:

- 1) Ketahanan dan keamanan pangan berbasis semi organik (*low eksternal input*).
- 2) Lingkungan hidup, aturanan sumberdaya air dan energi terkan.
- 3) Pengembangan kewirausahaan dan ketenagakerjaan.
- 4) Pekerjaan dan masyarakatan berbasis kearifan lokal bervisi global.
- 5) Kebijakan, otonomi daerah, budaya, dan harmonisasi sosial.
- 6) Kemanajemen komunikasi, pendidikan, kesehatan, lapangan kerja, kesehatan dan kesejahteraan.

Selain itu, penanganan program kerja Presiden. Penanganan program kerja Presiden dalam manajemen komunikasi Pemerintahan dalam menghadapi Pilpres 2019 telah diatur dalam dokumen kebijakan. Pada saat ini sudah disiapkan secara khusus pencegahan dan penanggulangan program kerja Presiden.

Penanganan program kerja Presiden dilakukan secara bertahap, yaitu pembentukan tim *ad-hoc*, tahap klarifikasi dan verifikasi kepada pejabat pemerintah dan masyarakat yang bersangkutan, evaluasi dan pemberian sanksi. Sanksi dapat berupa teguran, peringatan tertulis, penundaan pemberian hak pejabat pemerintah atau masyarakat, penurunan pangkat dan jabatan akademik, hingga pemberhentian secara tidak hormat.

Manajemen komunikasi Pemerintahan dalam menghadapi Pilpres 2019 telah melakukan berbagai upaya untuk memastikan bahwa kegiatan kerjasama dapat berjalan dengan lancar dan relevan terhadap perkembangan pemerintahan suatu negara secara keseluruhan. Mutu kegiatan kerjasama dalam menghadapi Pilpres 2019 dijaga dengan cara memiliki indikator yang jelas. Selanjutnya jumlah akumulasi MoU ini dibagi menjadi dua bagian yaitu realisasi kegiatan kerjasama dengan elemen masyarakat. Realisasi kerja sama adalah segala bentuk kegiatan yang melibatkan lembaga mitra dalam menghadapi Pilpres 2019 baik secara institusional maupun secara masyarakat

Realisasi kerja sama dapat berupa:

- 1) Kegiatan produktif: pelaksanaan seminar bersama, menjadi pembicara di institusi lain, pelaksanaan program CSR, Manajemen komunikasi Pemerintahan dalam menghadapi Pilpres 2019 mengirim delegasi guna keperluan diplomasi dan rintisan kerja sama, Manajemen komunikasi Pemerintahan dalam menghadapi Pilpres 2019 menghadiri undangan kerjasama dari lembaga lain
- 2) Kegiatan reseif: Manajemen komunikasi Pemerintahan dalam menghadapi Pilpres 2019 mengundang pembicara dari lembagalain, atau menerima kunjungan dinas dari institusi lain, atau menjadi tuan rumah. Perlu dicatat bahwa tidak semua kegiatan realisasi kerjasama dipayungi oleh MoU tertentu. Namun demikian banyak juga MoU yang tidak terealisasi. Suatu kerjasama yang ideal melibatkan masyarakat.

Kebijakan sistem pelibatan masyarakat pada manajemen komunikasi pemerintahan dalam menghadapi Pilpres 2019 menggunakan prinsip ekuitas yakni memberikan kesempatan yang sama pada seluruh lapisan masyarakat tanpa membedakan daerah, suku , agama, ras, antar golongan, gender, kemelihatan sosial, dan masyarakat dengan beragam perbedaan politik maupun latar belakang keluarganya. Tata cara dalam mengukur tingkat kepuasan masyarakat terhadap layanan kemasyarakatan, terdapat beberapa instrumen evaluasi yang dilakukan melalui survei. Adapun pengukuran tersebut meliputi (1) pengukuran tingkat kepuasan masyarakat terhadap menghadapi Pilpres 2019; (2) kepuasan masyarakat terhadap layanan komunikasi pada kegiatan kemasyarakatan karena jumlah masyarakat cukup besar. Untuk itu perlu memberikan instrumen secara random.

Manajemen Komunikasi

Evaluasi yang dilakukan oleh pemerintahan ditujukan untuk melihat tingkat kepuasan masyarakat terhadap pelayanan kegiatan kegiatan kemasyarakatan mencakup pembangunan nasional dan penggunaan media kehidupan dan pekerjaan. Aspek ini memiliki muatan-muatan di antaranya kenyamanan proses perkembangan pembangunan nasional, kelengkapan sarana kehidupan, pendidikan, pekerjaan, kebersihan, ketersediaan pangan serta fasilitas peribadatan. Kegiatan ada umpan balik bagi pejabat pemerintah ataupun masyarakat dapat memberikan pelayanan yang lebih maksimal seperti:

- a. Kecepatan dalam memberikan pelayanan
- b. Ramah dan tanggap terhadap permasalahan masyarakat
- c. Memberikan informasi, petunjuk dan pembimbingan yang maksimal
- d. Tanggap terhadap keluhan masyarakat

Adapun jawaban masyarakat sesuai instrumen yang diberikan adalah sebagai berikut: sebanyak 58 persen responden telah merasa puas tentang pendampingan kegiatan dan sebanyak 5 persen responden telah merasa sangat puas dengan adanya pendampingan kegiatan kemasyarakatan, responden yang merasa tidak puas sebesar 17 persen. Adapun responden yang merasa kurang puas dengan pendampingan kegiatan sebesar 6 persen, dan jumlah responden yang masih sangat tidak puas dengan pendampingan kegiatan kemasyarakatan sebanyak 7 persen.

1. Optimalisasi program

Adapun jawaban masyarakat sesuai instrumen yang diberikan adalah sebagai berikut: sebanyak 34 orang atau sebesar 34 persen responden telah merasa puas tentang hal ini, sebanyak 17 persen responden telah merasa sangat puas dengan peran Penasihat Akademiknya, sedangkan responden yang merasa tidak puas dengan hal ini 12 persen. Adapun responden yang merasa kurang puas sebanyak 10%, dan jumlah responden yang merasa sangat tidak puas..

Kenyataan ini perlu ditangani secara serius untuk memberikan pemahaman kepada masyarakat khususnya masyarakat sehingga mereka dapat mengikuti perkembangan pembangunan nasional secara efektif. Untuk mencapai hal tersebut, telah ditugaskan pejabat pemerintah di setiap program pemerintah sebagai pejabat pemerintah.

2. Pelayanan Staf dan Relawan

Staf dan relawan sehari-hari merupakan ujung tombak dalam kegiatan administrasi sehari-hari. Pada umumnya mereka memiliki frekuensi yang cukup tinggi untuk berinteraksi dengan masyarakat, baik dalam kaitannya dengan administrasi atau akademik maupun kegiatan kemasyarakatan. Berdasarkan penyebaran instrumen kepada 100 responden, diperoleh hasil sebagai berikut: responden yang telah merasa puas dengan pelayanan sebanyak 14 persen, 16 persen responden telah merasa sangat puas karena staf telah memberikan pelayanan kepada masyarakat, responden yang merasa tidak puas terhadap pelayanan staf, 22 persen responden yang merasa kurang puas dengan pelayanan staf, 38 persen responden yang merasa sangat tidak puas dengan pelayanan staf sehari-hari sebanyak 10 persen.

3. Ketersediaan Sarana dan Prasarana

Untuk mewujudkan Indonesia sehat maka keberadaan sarana kesehatan perlu diikuti dengan pemberian pelayanan yang optimal. Dengan dasar itulah maka telah menunjuk tenaga kesehatan (dokter umum) untuk memberikan pelayanan kepada masyarakat yang mempunyai keluhan kesehatan. Apabila terdapat masyarakat yang menderita penyakit yang cukup parah dan hasil diagnosa dokter menunjukkan bahwa masyarakat tersebut harus

dirawat inap, maka dokter jaga yang bertugas akan memberikan rujukan ke sejumlah rumah sakit di kota masing-masing.

Apabila ditinjau dari segi status sosial ekonomi masyarakat, maka pada umumnya masyarakat yang hidup dalam pemerintahan suatu negara berasal dari status sosial ekonomi menengah ke bawah. Kenyataan ini perlu ditangani secara serius oleh pihak sehari-hari untuk memberikan bantuan kepada masyarakat khususnya masyarakat yang kurang mampu sehingga mereka dapat melanjutkan atau menyelesaikan studinya. Adapun jawaban masyarakat sesuai instrumen yang diberikan adalah sebagai berikut: sebanyak 20 persen responden telah merasa puas tentang hal ini, 2 persen responden telah merasa sangat puas dengan adanya bantuan berupa beasiswa, responden yang merasa sangat tidak puas dengan adanya bantuan beasiswa sebesar 27 persen, sedangkan responden yang merasa tidak puas dengan hal ini sebanyak 29 persen sedangkan responden yang merasa kurang puas dengan bantuan beasiswa sebanyak 22 persen.

Indonesia adalah negara demokrasi. Segala sesuatu perlu diputuskan secara demokratis. Berkaitan dengan hal ini maka diperlukan adanya transparansi dalam penyaluran dana ataupun bantuan.. Adapun jawaban masyarakat sesuai instrumen yang diberikan adalah sebagai berikut: sebanyak 24 persen responden telah merasa puas terhadap penyaluran beasiswa, sebanyak 8 persen responden telah merasa sangat puas terhadap penyaluran bantuan berupa beasiswa di sehari-hari. Responden yang merasa tidak puas dengan hal ini sebanyak 31 persen. Adapun responden yang merasa kurang puas dengan bantuan beasiswa sebanyak 16 persen, dan responden yang merasa sangat tidak puas dengan penyaluran bantuan beasiswa sebanyak 21 persen.

Sebagai sebuah pemerintahan suatu negara di Indonesia, manajemen komunikasi pemerintahan dalam menghadapi Pilpres 2019 sangat menyadari bahwa keberadaan dan kiprah masyarakat di dunia kerja merupakan cerminan eksistensi dan kualitas suatu pemerintahan suatu negara swasta khususnya. Dari segi kuantitas, jumlah pemerintahan suatu negara tersebar di seluruh Indonesia terdapat sekitar ratusan pemerintahan suatu negara, secara potensial sangat besar kekuatannya untuk membangun sinergitas dan jejaring masyarakat dan pemerintahan suatu negara lainnya di dunia kerja, melalui suatu sistem informasi dunia kerja.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan, kesimpulan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Manajemen komunikasi presiden dalam mewujudkan pemerataan pembangunan nasional untuk meningkatkan dukungan masyarakat menghadapi pemilihan presiden 2019 terdapat empat tahap. *Pertama*, memimpin rapat pimpinan Pemerintahan menghasilkan keputusan tentang pembentukan tim perumus visi, misi, tujuan dan sasaran. *Kedua*, membentuk tim penyusun draft visi, misi, tujuan dan sasaran dalam manajemen komunikasi Pemerintahan dalam menghadapi Pilpres 2019 dibahas pada *Focus Group Discussion (FGD)* yang melibatkan para pimpinan partai, aktivis, pakar/ahli, juru kampanye, perwakilan mahasiswa,

masyarakat, serta pengguna aparatur. *Ketiga*, tim merumuskan visi, misi, tujuan dan sasaran manajemen komunikasi untuk mengakomodir rekomendasi/saran dari hasil pertemuan dengan pejabat pemerintah, pakar, praktisi, perwakilan masyarakat, masyarakat, dan pengguna aparatur yang akan diajukan ke MPR/DPR. *Keempat*, bersama anggota DPR membahas rancangan visi, misi, tujuan dan sasaran pemerintahan suatu negara secara komprehensif. Dalam implementasinya di masyarakat mengutamakan kecepatan dalam memberikan pelayanan, tanggap terhadap keluhan masyarakat, ramah dan tanggap terhadap permasalahan masyarakat serta memberikan informasi, petunjuk dan bimbingan yang maksimal.

2. Upaya optimalisasi program kerja Presiden dalam menghadapi pemilihan presiden 2019 melakukan *Guardian of Value*, artinya melibatkan kampus untuk berperan sebagai penjaga nilai-nilai masyarakat yang kebenarannya mutlak, yakni menjunjung tinggi kejujuran, keadilan, gotong royong, integritas, empati dan sifat yang dibutuhkan dalam kehidupan dalam masyarakat dan mengajak aparatur untuk meningkatkan kesejahteraan bagi setiap masyarakat.
3. Implementasi manajemen komunikasi dan optimalisasi program kerja Presiden dalam menghadapi Pemilihan Presiden 2019 menimbulkan implikasi. *Pertama*, tumbuh pembelajaran politik. *Kedua*, Presiden bertindak sebagai penggerak yang mengajak seluruh masyarakat untuk dapat melakukan perubahan ke arah yang lebih baik. *Ketiga*, mempengaruhi aktifitas bisnis anggota partai politik yang sedang bertugas dalam suatu lembaga, partai politik serta swasta. *Keempat*, terjadi pengadaan peralatan baru, melakukan survei dan pengembangan produk pekerjaan yang disesuaikan dengan keinginan masyarakat.

SARAN

1. Optimalisasi Program Kerja Presiden Dalam Mewujudkan Pemerataan Pembangunan Nasional Sebagai Upaya Meningkatkan Dukungan Masyarakat dan Mewujudkan Target Pembangunan: Manajemen Komunikasi Pemerintah Dalam Menghadapi Pilpres 2019 perlu membentuk moral *Force* atau memiliki penyelenggaraan tingkat pekerjaan tinggi yang diwajibkan untuk mereka yang moralnya baik pula. Tingkat intelektual seorang masyarakat akan disejajarkan dengan tingkat moralitasnya dalam kehidupannya.

2. Saran dalam perspektif bisnis internal

Optimalisasi Program Kerja Presiden Dalam Mewujudkan Pemerataan Pembangunan Nasional Sebagai Upaya Meningkatkan Dukungan Masyarakat dan Mewujudkan Target Pembangunan: Manajemen Komunikasi Pemerintah Dalam Menghadapi Pilpres 2019 perlu melakukan ekspansi besar-besaran dengan cara melakukan kerjasama dengan partai politik di dalam dan luar negeri sekaligus mencari bapak angkat daam membiayai kegiatan dan rencana kampus termasuk penelitian ilmiah.

4. Saran dalam perspektif pertumbuhan dan pembelajaran politik yaitu melalui *Balanced*

Scorecard Optimalisasi Program Kerja Presiden Dalam Mewujudkan Pemerataan Pembangunan Nasional Sebagai Upaya Meningkatkan Dukungan Masyarakat dan Mewujudkan Target Pembangunan: Manajemen Komunikasi Pemerintah Dalam Menghadapi Pilpres 2019 perlu melakukan investasi dalam infrastruktur, para masyarakat terpelajar, sistem pembelajaran politik yang terbaharukan dan prosedur perekrutan masyarakat baru yang semakin mudah, berteknologi dan modern.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, Komala dan Karlina. 2009. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Simbiosis Rekatama Media, Bandung.
- Cresswell, Jhon W. 2010. *Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Pustaka Pelajar. Yogyakarta.
- Cangara, Hafied. 2009. *Pengantar Ilmu Komunikasi*, PT Raja Grafindo Persada, Jakarta
- Hasan, Erlina. 2010. *Komunikasi Pemerintahan*. PT Refika Aditama, Bandung.
- Endarwita dan Rini Herlina, 2016. "Pengaruh Kompensasi dan Pengembangan Karir Terhadap Kinerja Karyawan (Studi kasus pada PT. FIF Group di Kabupaten Pasaman)", e-Jurnal Apresiasi Ekonomi, Vol. 4 (2), Hlm. 117.
- Siringoringo, Hotniar, 2005. *Pemrograman Linear: Seri Teknik Riset Operasi*, Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Effendi, Onong Uchjana. 2007. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, PT Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Eprints.undip.ac.id/40198/6/08 diakses pada 3 Maret 2020, pukul 10:05.
- GBHN 1999 memuat sembilan bidang pembangunan nasional, meliputi bidang hukum, ekonomi, politik, agama, pendidikan, sosial dan budaya, pembangunan daerah, sumberdaya alam dan lingkungan hidup, dan pertahanan dan keamanan. Masing-masing bidang memuat arah dan kebijakan.
- Hanafiah, Jusuf, dkk. 2004. *Teori Difusi Inovasi*. (online).(http://www.edubenchmark.com, diakses 25 Januari 2011).
- Kaye Shelton, 2006. *A Quality Scorecard for the Administration of Online Education Programs: A Delphi Study*, Dissertation Available from ProQuest, UMI Dissertations Publishing.
- Kaye, Michael, 1994. *Communication Management*. Prentice Hall, Sydney
- Meida Rachmawati, 2013. *Employee Engagement Sebagai Kunci Meningkatkan Kinerja Karyawan* (International Journal Review), Jurnal Among Makarti, Vol. 6 (12), Hlm. 52.
- Moleong, Lexy J, 2013. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, PT Remaja Rosdakarya, Bndung.
- Miles Matew B. and Huberman, A. Michael, 2009. *Manajemen Data Dan Metode Analisis dalam Denzin, N.K. & Y.S. (eds) Handbook of Qualitatif Research*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta.
- Moekijat. 1991. *Pengantar Sistem Informasi Manajemen*, Remaja Rosdakarya. Bandung

- Moleong Lexy J. 2013. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, PT Remaja Rosdakarya, Bandung
- Neuman, W. Lawrence, 2007. *Basic of Social Reasearch : Qualitative and Quantitative Approaches*, Pearson Education Inc, Boston.
- Presiden Joko Widodo, Pesan Video untuk IDF 2017, di download pada tanggal 1 Maret 2020, pukul 10.30.
- Powar, K.B., Panda, Santosh., Bhalla, Veena., 2000. *Performance Indicators in Ditanse Higher Education*, New Delhi
- R, Eko Indrajit dan R. Djokopranoto, 2006. *Manajemen Perguruan Tinggi Modern*, Andi, Yogyakarta.
- Brinkerhoof, Robert, O, AJI, 2010. *Program Evaluation, A Practitioners Guide for Trainers and Educatoers*, Boston Kluwer-Nijhoff, Boston
- Adisasmitha, Raharjo, 2011. *Manajemen Pemerintahan Daerah*, Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Alfabeta, Bandung.
- Syukur Abdullah. 1987. *Kumpulan Makalah "Study Imlementasi Latar Belakang Konsep Pendekatan dan Relevansinya Dalam Pembangunan, (Ujung Pandang: Persadi, hlm. 40*
- Saiful Bahri dan Yuni Chairatun Nisa, 2017. *Pengaruh pembembangan karir dan motivasi kerja terhadap kepuasan kerja karyawan*, Jurnal Ilmiah Manajemen & Bisnis, 18 (1), Hlm. 11.
- Susanto, Astrid, S. 1988. *Komunikasi Dalam Teori dan Praktek*, Bina Cipta, Bandung.
- Sedarmayanti, 2010. *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Refika Aditama, Bandung
- T. Elisabeth Cintya Santosa, 2012. *Memahami dan Mendorong Terciptanya Employee Engagement dalam Organisasi*, Jurnal Manajemen, Vol. 11 (2), 2012, Hlm. 207.
- T. Hani Handoko, 2008. *Manajemen Personalialia dan Sumber Daya Manusia*, BPFE, Yogyakarta.
- Tim Prima Pena, 2015. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Gita Media Press, Jakarta.
- Yin, Robert K. 2011. *Studi Kasus: Desain dan Metode*. Rajagrafindo Persada. Jakarta
- Sumber lain dari internet:
- <https://nuramelia99.wordpress.com/2014/07/01/pemerintah-danpemerintahan/>(diakses pada 19 februari 2016).
- https://www.bappenas.go.id/files/3413/4986/1934/info__20091015133401__2370__0.pdf
- <https://filantropi.or.id/pubs/uploads/files/3%20BPS%20Potret%20Awal%20TPB%20di%20Indonesia.pdf>
- <https://tirto.id/isi-pidato-jokowi-saat-pelantikan-presiden-2019-2024-di-sidang-mpr-ej5U>