

**STRATEGI KOMUNIKASI *COACHING CLINIC* SISTEM
INFORMASI PEMERINTAHAN DAERAH (SIPD) DALAM
PENCAPAIAN HASIL MUSRENBANG DI KANTOR
BAPPELITBANGDA KABUPATEN SIDENRENG RAPPANG**

**OLEH:
SARDIANAH SAIDE**



**DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2024**

**STRATEGI KOMUNIKASI *COACHING CLINIC* SISTEM
INFORMASI PEMERINTAHAN DAERAH (SIPD) DALAM
PENCAPAIAN HASIL MUSRENBANG DI KANTOR
BAPPELITBANGDA KABUPATEN SIDENRENG RAPPANG**

OLEH :

SARDIANAH SAIDE

E021201077

Skripsi Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana

Pada Departemen Ilmu Komunikasi

**DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2024**

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Judul Skripsi : **Strategi Komunikasi *Coaching Clinic* Sistem Informasi Pemerintahan Daerah (SIPD) dalam Pencapaian Hasil Musrenbang di Kantor Bappelitbangda Kabupaten Sidenreng Rappang**

Nama Mahasiswa : Sardianah Saide

Nomor Pokok : E021201077

Makassar, 6 Maret 2024

Menyetujui :

Pembimbing I



Dr. Arianto, S.Sos., M.Si
NIP. 197307302003121002

Pembimbing II



Dr. Sudirman Karnay, M.S
NIP. 196410021990021001

Mengetahui,
Ketua Departemen Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Hasanuddin



Dr. Sudirman Karnay, M.Si
NIP. 196410021990021001

HALAMAN PENERIMAAN TIM EVALUASI

Telah diterima oleh Tim Evaluasi Skripsi Sarjana Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin untuk memenuhi sebagian syarat-syarat guna memperoleh gelar kesarjanaan dalam Departemen Ilmu Komunikasi, Konsentrasi *Public Relations* hari Senin, Tanggal Empat Maret Tahun Dua Ribu Dua Puluh Empat.

Makassar, 6 Maret 2024

TIM EVALUASI

Ketua : Dr. Arianto, S.Sos., M.Si

Sekretaris : Sartika Sari Wardanhi DH Phasa, S.Sos., M.I.Kom

Anggota : Dr. Sudirman Karnay, M.Si

: Dr. H. Muh. Farid, M.Si

()
()
()
()

PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Sardianah Saide

NIM : E021201077

Program Studi : Ilmu komunikasi

Jenjang : S1

Saya menyatakan bahwa skripsi komunikasi yang berjudul **“Strategi Komunikasi *Coaching Clinic* Sistem Informasi Pemerintahan Daerah (SIPD) dalam Pencapaian Hasil Musrenbang di Kantor Bappelitbangda Kabupaten Sidenreng Rappang”** ini sepenuhnya adalah karya sendiri. Tidak ada bagian di dalamnya yang merupakan duplikasi dari karya orang lain dan saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara tidak sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku dalam masyarakat keilmuan.

Atas pertanyaan ini, saya siap menanggung resiko atau sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila di kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan dalam skripsi saya ini, atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini.

Makassar, 6 Maret 2024

Yang membuat pernyataan

A handwritten signature in black ink is written over a red circular stamp. The stamp contains the Garuda Pancasila emblem and the text 'METERAI TEMPEL' and 'C5C5DAKX815909218'. To the left of the stamp is a portion of a blue and white 10,000 Rupiah Indonesian banknote.

Sardianah Saide

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh

Puji syukur kita panjatkan kehadiran Allah SWT, yang telah memberikan Rahmat dan Karunianya-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan studi pada Departemen Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Hasanuddin. Serta tak lupa Sholawat serta salam kepada Baginda Rasulullah Muhammad SAW yang telah membawa umat manusia dari zaman kegelapan ke zaman terang-benderang seperti sekarang ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini sungguh banyak kesalahan, dan hambatan yang dihadapi, akan tetapi semuanya dapat teratasi berkat adanya bantuan dan dukungan dari berbagai pihak, baik berupa bimbingan, arahan, saran serta masukan-masukan positif lainnya yang memberikan semangat kepada penulis. Oleh karena itu, melalui kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih sebanyak-banyaknya kepada semua yang telah berpartisipasi dalam penyelesaian skripsi ini, baik secara langsung maupun tidak langsung:

1. Untuk kedua orang tua yang paling berjasa dalam hidup saya, Bapa' Saide dan Ibu Sakira. Terima kasih atas kepercayaan yang telah diberikan atas izin merantau dari kalian untuk melanjutkan pendidikan kuliah, yang tiada henti-hentinya memberika kasih sayang dengan penuh cinta dan selalu memberikan motivasi. Yang telah memberikan semangat, dukungan material dan mendoa'kan serta keikhlasannya demi pendidikan anaknya untuk menuntut ilmu setinggi-tingginya. Terima kasih selalu berjuang untuk kehidupan saya. Terima

kasih untuk semuanya berkat do'a dan dukungan Papa dan Mama saya bisa berada di titik ini. Sehat selalu dan hiduplah lebih lama lagi, Papa dan Mama harus selalu ada di setiap perjalanan dan pencapaian hidup saya. *I Love You More More More*.

2. Bapak Arianto, S.Sos., M.Si selaku Pembimbing Akademik sekaligus Pembimbing I. dan juga Bapak Dr. Sudirman Karnay, M.Si. selaku Ketua Departemen Ilmu Komunikasi sekaligus Pembimbing II dalam penyusunan tugas akhir. Terima kasih telah meluangkan waktu dan pikiran untuk memberikan arahan dan masukan kepada penulis, yang telah sabar membimbing penulis dari segala ketidak tahuan penulis hingga penulis dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi ini dari awal hingga akhir.
3. Bapak Dr. H. Muh. Farid, M.Si. Dan Ibu Sartika Sari Wardanhi DH Phasa S.Sos., M.I.Kom. selaku pengguji saya yang telah memberikan masukan di seminar yang telah dilakukan oleh peneliti pada penelitian ini.
4. Bapak Nasakros Arya, S.Sos., M.Si. selaku sekretaris departemen Ilmu Komunikasi. Terima kasih atas segala motivasi, dukungan, serta kebaikannya.
5. Seluruh staf pengajar Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Hasanuddin, penulis menghanturkan banyak terima kasih atas ilmunya yang telah diberikan selama ini.
6. Staf tata usaha jurusan ilmu komunikasi universitas hasanuddin. Kepada Ibu Ida, Ibu Ima, dan Pak Jufri serta seluruh staf tata usaha Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin yang penulis tidak bisa sebutkan satu persatu. Terima kasih banyak atas bantuan yang telah diberikan kepada penulis.

7. Ibu Wahyuni yang memudahkan penulis dalam melakukan penelitian di Kantor Bappelitbangda Kabupaten Sidenreng Rappang. Terima kasih banyak atas bantuan yang telah diberikan kepada penulis.
8. Terima kasih banyak kepada informan, Bapak Armansyah, Bapak Adli Lukma, Ibu Evi, Ibu Sri, dan Ibu Aryani yang telah menyempatkan waktunya dalam segala proses wawancara serta dokumentasi yang dilakukan oleh peneliti. Serta seluruh staf kantor Bappelitbangda Kab. Sidrap, yang telah membantu serta memberikan informasi yang dibutuhkan oleh peneliti.
9. Kepada saudaraku, Sudirman dan Muh. Aswar terima kasih atas setiap waktu yang telah diluangkan untuk selalu ada di setiap penulis membutuhkan bantuan.
10. Untuk keponakanku tersayang Muhammad Nabil dan Ismail terima kasih sudah menjadi mood boster dan menjadi alasan penulis untuk pulang ke rumah setelah beberapa bulan meninggalkan rumah demi menempuh pendidikan di bangku perkuliahan.
11. Untuk keluarga Besar Masumpuloloe, terima kasih atas semangat dan juga doa yang telah dipanjatkan untuk penulis menyelesaikan pendidikan ini.
12. Untuk Beliau, terima kasih atas dukungan, bantuan, semangat dan juga doa untuk penulis menyelesaikan pendidikan ini.
13. *My best Partner (WADSS-Up Girls)* Widy, Ayu, Dyta, dan Syari. Terima kasih atas segala bantuan, waktu, support dan kebaikan yang diberikan kepada penulis pada masa perkuliahan sampai pada masa penyusunan skripsi ini.
14. Terima kasih kepada Grup Lintas Kabupaten telah kebersamai penulis mengerjakan skripsi mulai dari awal penyusunan hingga akhir.

15. Terima kasih kepada teman-teman IPMI Sidrap Kecamatan Dua Pitue atas dukungan dan semangat untuk penulis.
16. Terima kasih kepada seluruh teman-teman angkatan 2020 (NALENDRA) yang banyak memberikan pengalaman dan pembelajaran selama di bangku kuliah ini.
17. Terima kasih kepada seluruh Warga Kosmik Unhas yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, atas pengalaman dan waktu berharganya.
18. Terima kasih kepada teman-teman KKN Posko 4 Desa Patongloan Angkatan 110, atas waktunya yang tidak dapat diulang kembali.
19. Teruntuk teman-teman yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, terima kasih telah hadir dalam kehidupan penulis.
20. *Last, but not least* teruntuk diri sendiri Sardianah Saide. Apresiasi sebesar-besarnya karena telah bertanggung jawab untuk menyelesaikan apa yang telah dimulai, atas segala kerja keras dan semangatnya sehingga tidak pernah menyerah dalam mengerjakan tugas akhir skripsi ini.

Akhir kata, penulis juga mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah membantu penyusunan skripsi ini baik secara langsung maupun tidak langsung. Semoga skripsi ini bisa bermanfaat bagi para pembaca maupun para peneliti selanjutnya. Sekian dan terima kasih.

Wassalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh.

Makassar, 2 Januari 2024

Penulis

ABSTRAK

SARDIANAH SAIDE. Strategi Komunikasi *Coaching Clinic* Sistem Informasi Pemerintahan Daerah (SIPD) dalam Pencapaian Hasil Musrenbang di Kantor Bappelitbangda Kabupaten Sidenreng Rappang (Dibimbing oleh Arianto dan Sudirman Karnay).

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh Kasubag/Operator Perencanaan Kecamatan kurang memahami proses input data usulan musrenbang melalui aplikasi SIPD sehingga ketika melakukan bimbingan pada Operator Kelurahan/Desa, proses penginputan tersebut tidak dapat dipahami dengan baik oleh pihak Operator Kelurahan/Desa dan setiap tahun aplikasi SIPD mengalami perubahan aturan (regulasi) sehingga wajib sekali sekali setahun diadakan *coaching clinic* SIPD terhadap Kasubag/Operator Perencanaan Kecamatan. Dari latar belakang tersebut, tujuan penelitian ini adalah: (1) Untuk mengetahui strategi komunikasi *coaching clinic* SIPD dalam pencapaian hasil musrenbang di kantor Bappelitbangda Kabupaten Sidenreng Rappang. (2) Untuk mengetahui faktor pendukung dan faktor penghambat dalam pelaksanaan strategi komunikasi *coaching clinic* SIPD dalam pencapaian hasil musrenbang di kantor Bappelitbangda. Untuk mengaplikasikan tujuan tersebut maka digunakan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara mendalam dan dokumentasi dengan teknik analisis data menggunakan analisis deskriptif, dengan melalui reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi *coaching clinic* sistem informasi pemerintahan daerah (SIPD) dalam pencapaian hasil musrenbang yang diselenggarakan oleh Bappelitbangda Kabupaten Sidenreng Rappang telah melakukan beberapa langkah dalam merumuskan strategi komunikasi, strategi komunikasi yang dilakukan seperti mengenal khalayak, menyusun pesan, menentukan metode, dan seleksi media dari strategi komunikasi yang dijalankan. Penelitian ini juga menemukan bahwa dalam *coaching clinic* mengenai SIPD dalam pencapaian hasil musrenbang ini ada beberapa hal yang menjadi faktor pendukung dan juga faktor penghambat. Faktor pendukung tidak lain berasal dari instansi pemerintah, sarana dan prasarana. Sementara dari segi faktor penghambat yaitu jaringan seperti server yang down, jaringan yang kurang stabil dan sumber daya manusia (SDM) seperti, SDM yang belum mampu menggunakan SIPD secara keseluruhan dan tidak up to date serta tidak memahami teknologi.

Kata kunci: Strategi Komunikasi, *Coaching Clinic*, SIPD, Pencapaian Hasil Musrenbang, dan Bappelitbangda.

ABSTRACT

SARDIANAH SAIDE. Communication Strategy Coaching Clinic for Regional Government Information Systems (SIPD) in Achieving Musrenbang Results at the Bappelitbangda Office of Sidenreng Rappang Regency (Guided by Arianto and Sudirman Karnay).

This research was motivated by the fact that the Head of Sub-district Planning Subdivision/Operator did not understand the data input process for Musrenbang proposals through the SIPD application so that when providing guidance to Subdistrict/Village Operators, the input process could not be understood properly by the Subdistrict/Village Operators and every year the SIPD application experiences changes. rules (regulations) so that it is mandatory to hold a SIPD coaching clinic once a year for the Head of District Planning Subdivision/Operator. From this background, the objectives of this research are: (1) To determine the SIPD coaching clinic communication strategy in achieving musrenbang results at the Bappelitbangda office in Sidenreng Rappang Regency. (2) To determine the supporting and inhibiting factors in implementing the SIPD coaching clinic communication strategy in achieving musrenbang results at the Bappelitbangda office. To apply these objectives, data collection techniques are used through observation, in-depth interviews and documentation with data analysis techniques using descriptive analysis, through data reduction, data presentation and drawing conclusions.

The results of this research show that the regional government information system (SIPD) coaching clinic communication strategy in achieving the results of the musrenbang held by Bappelitbangda Sidenreng Rappang Regency has taken several steps in formulating a communication strategy, the communication strategies carried out include getting to know the audience, compiling messages, determining methods, and media selection from the communication strategy being implemented. This research also found that in the coaching clinic regarding SIPD in achieving the results of this Musrenbang there were several things that were supporting factors and also inhibiting factors. Supporting factors come from none other than government agencies, facilities and infrastructure. Meanwhile, in terms of inhibiting factors, namely networks such as servers that are down, networks that are less stable and human resources (HR), such as HR who are not yet able to use SIPD as a whole and are not up to date and do not understand technology.

Keywords: Communication Strategy, Coaching Clinic, SIPD, Achieving Musrenbang Results, and Bappelitbangda.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMBUNG	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PENERIMAAN TIM EVALUASI	iv
PERTNYATAAN ORISINALITAS	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	15
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	15
D. Kerangka Konseptual	16
E. Definisi Konseptual	27
F. Metode Penelitian	28
1. Waktu dan Objek Penelitian	28
2. Jenis Penelitian.....	28
3. Teknik Pengumpulan Data.....	29
4. Teknik Penentuan Informan.....	30
5. Teknik Analisis Data.....	30
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	33
A. Strategi komunikasi	33
B. Perumusan Strategi Komunikasi	44
C. Komunikasi kelompok & <i>Coaching Clinic</i>	49
D. Sistem Informasi Pemerintaha Daerah (SIPD)	58
BAB III GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN	64
A. Profil Kabupaten Sidenreng Rappang	64
1. Keadaan Geografis	64
2. Kondisi Demografis	66
3. Kondisi Pemerintahan	67
B. Visi dan Misi Kabupaten Sidenreng Rappang	69

C. Badan perencanaan, pembangunan, penelitian dan Pengembangan Daerah (Bappelitbangda)	70
1. Tugas, Fungsi dan Struktur Organisasi Bappelitbangda Kabupaten Sidenreng Rappang	70
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	77
A. Hasil Penelitian	77
1. Profil Informan.....	77
2. Strategi Komunikasi <i>Coaching Clinic</i> SIPD Dalam Pencapaian Hasil Musrenbang Di Kantor Bappelitbangda Kabupaten Sidenreng Rappang.....	79
3. Faktor pendukung dan penghambat dalam pelaksanaan <i>coaching clinic</i> SIPD dalam pencapaian hasil musrenbang di Kantor Bappelitbangda Kabupaten Sidenreng Rappang	91
B. Pembahasan.....	93
1. Strategi Komunikasi <i>Coaching Clinic</i> SIPD Dalam Pencapaian Hasil Musrenbang Di Kantor Bappelitbangda Kabupaten Sidenreng Rappang.....	93
2. Faktor pendukung dan penghambat dalam pelaksanaan <i>coaching clinic</i> SIPD dalam pencapaian hasil musrenbang di Kantor Bappelitbangda Kabupaten Sidenreng Rappang	103
BAB V PENUTUP.....	105
A. Kesimpulan.....	105
B. Saran	106
DAFTAR PUSTAKA	108
LAMPIRAN.....	113

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1. Kondisi Geografis Kabupaten Sidenreng Rappang	64
Tabel 1.2. Luas Daerah Kabupaten Sidenreng Rappang Menurut Kecamatan Tahun 2021	65
Tabel 1.3. Profil Informan	78

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1. Jumlah Pengguna Internet Di Indonesia	10
Gambar 1.2. Model Komunikasi Laswell.....	18
Gambar 1.3. Kerangka Konseptual	26
Gambar 1.4. Tampilan Aplikasi SIPD.....	60
Gambar 1.5. Struktur Organisasi Badan Perencanaan Pembangunan, Penelitian dan Pengemabngan Daerah (Bappelitabngda)	71
Gambar 1.6. <i>Coaching Clinic</i> Input Data Hasil Musrenbang di Aplikasi SIPD .	90
Gambar 1.7. Surat Izin Penelitian Dan Wawancara Dari Kampus Ditujukan Kepada Badan Perencanaan, Pembangunan, Penelitian, Dan Pengembangan Daerah (Bappelitbangda) Kabupaten Sidenreng Rappang	113
Gambar 1.8. Surat Izin Penelitian Dari Dinas Penanaman Modal Dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kabupaten Sidenreng Rappang	114
Gambar 1.9. Wawancara Dengan Kepala Bidang Analisis Data Dan Informasi, Bapak Armansyah	115
Gambar 1.10. Wawancara Dengan Kepala Bidang Perencanaan, Pengendalian & Evaluasi Pembangunan Daerah (PPED), Bapak Adli Lukman,.....	115
Gambar 1.11. Wawancara Dengan Kasubag Perencanaan Kecamatan Maritenggae, Ibu Evi.....	116
Gambar 1.12. Wawancara Dengan Operator Perencanaan Kecamatan Watang Sidenrang, Ibu Sri	116

Gambar 1.13. Wawancara Dengan Operator Perencanaan Kecamatan Dua Pitue, Ibu Aryani	117
Gambar 1.14. Kantor Badan Perencanaan Pembangunan Penelitian Dan Pengembangan Daerah (Bappelitbangda) Kabupaten Sidenreng Rappang.....	117
Gambar 1.15. Surat <i>Coaching Clinic</i> Penginputan Usulan Musrenbang Tahun 2023.....	118
Gambar 1.16. Tempat Pelaksanaan <i>Coaching Clinic</i>	119
Gambar 1.17. Pembukaan Pelaksanaan Kegiatan <i>Coaching Clinic</i> Sipd Oleh Bapak Adli Lukman	119
Gambar 1.18. Penyampaian Materi Dan Sesi Tanya Jawab Oleh Bapak Armansyah	119
Gambar 1.19. Daftar Usulan Prioritas Hasil Musrenbang Kecamatan Maritenggae.....	120
Gambar 1.20. Daftar Usulan Prioritas Hasil Musrenbang Kecamatan Watang Sidenreng	120
Gambar 1.21. Daftar Usulan Prioritas Hasil Musrenbang Kecamatan Dua Pitue	121

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dalam kehidupan, manusia tidak akan pernah lepas dari kegiatan berkomunikasi. Seseorang melakukan kegiatan komunikasi pasti memiliki suatu tujuan yang hendak dicapai baik tujuan tidak terencana maupun tujuan yang terencana karena kegiatan komunikasi merupakan suatu aktivitas yang sudah melekat dalam diri manusia yang tergolong makhluk sosial. Makhluk yang pada hakikatnya tidak dapat menjalani hidup nyata tanpa bantuan orang lain dan komunikasi juga merupakan unsur penting yang membentuk dan memungkinkan berlangsungnya suatu masyarakat atau kehidupan bermasyarakat.

Kata komunikasi berasal dari bahasa latin *Communicare*, yang artinya memberitahukan. Kemudian berkembang dalam bahasa inggris *communication* yang artinya proses pertukaran informasi, konsep, ide, gagasan, perasaan dan lain-lain antara dua orang atau lebih baik secara langsung (lisan) ataupun tidak langsung. Menurut Leeuwis (2009), komunikasi merupakan sebuah proses penting yang digunakan oleh manusia dalam pertukaran pengalaman dan ide, dan hal itu menjadi pemicu penting bagi penyampaian pengetahuan dan persepsi dari berbagai jenis (misalkan dalam pembelajaran).

Dalam aspek lain komunikasi merupakan sarana paling vital bagi setiap manusia untuk mengerti dirinya sendiri, mengerti orang lain dan memahami lingkungannya. Mengetahui tempat dan cara kehadirannya di masyarakat serta hubungan dengan sesama yang ada di sekitarnya. Semua itu dapat dipahami dengan

adanya “Jalur Komunikasi” yang terjalin baik. Kegiatan komunikasi dapat dikatakan efektif bila terjadi pemahaman antara komunikator dan komunikan, agar pemahaman tersebut dapat tercapai dibutuhkan strategi atau perencanaan dalam menyampaikan pesan. Perencanaan atau strategi dibuat agar tujuan komunikasi tersebut mencapai hasil yang diinginkan.

Pada konteks ini, strategi komunikasi dipandang sebagai suatu aktivitas yang direncanakan berdasarkan pada proses-proses perencanaan yang memanfaatkan komunikasi tatap muka (*face to face communication*) dan media komunikasi, dengan tujuan memfasilitasi dialog diantara pemilik kepentingan yang berbeda, yang berada pada perumusan masalah dan sasaran pembangunan bersama, mengembangkan dan melaksanakan, atau menjelaskan seperangkat aktivitas yang memberi kontribusi untuk mencari solusi yang di dukung bersama.

Berdasarkan hasil pengamatan, pertama Kasubag/Operator Perencanaan Kecamatan kurang memahami proses input data usulan musrenbang melalui aplikasi (SIPD) sehingga ketika melakukan bimbingan pada operator Kelurahan/Desa, proses penginputan tersebut tidak dapat dipahami dengan baik oleh pihak operator Kelurahan/Desa. Hal ini disebabkan karena masih rendahnya pemahaman dan keterampilan Kasubag/Operator Perencanaan Kecamatan dalam pelaksanaan proses input data usulan musrenbang melalui aplikasi SIPD yang tentunya sangat memprihatinkan.

Hal yang sama menurut Alfianai dan Juliana Nasution (dalam Hendra, 2023) bahwa implementasi SIPD di Dinas Perindustrian dan Perdagangan

Sumatera Utara, sudah efektif namun 60%-70% belum memahami input dengan jelas. Kedua, setiap tahun aplikasi SIPD mengalami perubahan aturan (regulasi) sehingga wajib sekali sekali setahun diadakan *coaching clinic* SIPD terhadap Kasubag/Operator Perencanaan Kecamatan.

Badan Perencanaan, Pembangunan, Penelitian dan Pengembangan Daerah (Bappelitbangda) sebagai organisasi dalam hal ini bertanggungjawab mengkoordinasi kegiatan pencapaian hasil usulan musrenbang, berusaha melakukan *coaching clinic* SIPD, dengan bimbingan Kasubag/Operator Perencanaan Kecamatan. Dengan diadakannya *coaching clinic* diharapkan dapat terjadi peningkatan pengetahuan, keterampilan, dan kemampuan karena selalu ada acara yang lebih baik untuk meningkatkan produktivitas kerja yang bermuara pada peningkatan produktivitas organisasi secara keseluruhan. Pelatihan *coaching* perlu dilakukan untuk memaksimalkan performan Kasubag/Operator Perencanaan Kecamatan dalam transfer pengetahuan dan keterampilan agar dapat meningkatkan pemahaman tatacara penginputan usulan musrenbang melalui penggunaan aplikasi SIPD.

Kasubag/Operator Perencanaan Kecamatan dapat belajar dan memahami tentang fitur- fitur yang ada dan cara mengoptimalkan penggunaannya dengan menjaring masukan atau aspirasi masyarakat untuk dijadikan acuan dalam penyusunan rencana pembangunan daerah. Karena melalui Teknik *coaching clinic* Kasubag/Operator Perencanaan Kecamatan dapat mengembangkan keterampilan, pengetahuan serta kepribadian secara utuh, sehingga kinerja mereka akan membaik, dan mengarah pada pencapaian tujuan.

Teknik *coaching clinic* dalam penelitian sudah dilakukan sebelumnya oleh beberapa kalangan baik pemerintah, pendidikan, kesehatan, sosial maupun budaya banyak yang sudah menyatakan efektif dalam hasilnya. Demikian juga pada bidang pemerintah, istilah *coaching* adalah proses pembelajaran untuk mengembangkan kapasitas seseorang yang umum digunakan dalam pengembangan profesionalisme seseorang pada bidang pekerjaannya. *Coaching clinic* merupakan metode untuk membantu perseorangan atau organisasi dalam meningkatkan kinerjanya dengan mengatasi hambatan dan tantangan yang ada.

Coaching adalah media dalam membuka kunci dari potensi seseorang untuk memaksimalkan kinerjanya (Whitmore, 2002). Dalam penelitian yang dilakukan oleh Summary (2015) dalam *IFC Global Coaching Client Study* menyatakan bahwa professional *coaching* dapat meningkatkan *performa* kerja sebanyak 70%, manajemen bisnis sebanyak 61%, dan kepuasan pelanggan hingga 99%. Hal ini menunjukkan bahwa setiap organisasi yang didalamnya menggunakan *Coaching* sebagai metodologi dalam *emporment* sumber daya manusia akan memberikan hasil sesuai riset tersebut. Sejalan dengan pendapat Purwanto et al., (2023) *coaching clinic* merupakan bimbingan singkat dalam pelatihan atau sesi perorangan yang ditunjukkan dalam penguasaan pengetahuan dan kecakapan dalam bidangnya dengan sejumlah orang yang berkumpul bersama-sama dalam bentuk kelompok.

Coaching meningkatkan kohesi kelompok, mendorong transparansi dan meningkatkan komunikasi kelompok yang pada akhirnya akan meningkatkan kinerja pegawai dan organisasi (Chidir et al., 2021). Oleh karena itu, organisasi harus terus menerapkan praktik pengembangan SDM baru untuk mendorong

pembelajaran pegawai dan karena itu juga dapat meningkatkan kompetensi pegawai di tempat kerja Hsu et al., (dalam Chidir et al., 2021). Michael Burgoon dan Michael Ruffner (dalam Roudhonah, 2019) memberi batasan komunikasi kelompok sebagai sebuah interaksi tatap muka dari tiga atau lebih individu dalam memperoleh maksud atau tujuan yang dikehendaki seperti berbagai informasi, pemeliharaan diri atau pemecahaan masalah sehingga semua anggota dapat menumbuhkan karakteristik pribadi anggota lainnya dengan akurat.

Komunikasi kelompok adalah komunikasi yang berlangsung antara beberapa orang dalam suatu kelompok kecil seperti rapat, pertemuan dan konferensi. Menurut Alvin A. Goldberg dan Carl E. Larson (dalam Roudhonah, 2019) komunikasi kelompok adalah suatu bidang studi, penelitian dan terapan yang menitikberatkan perhatiannya pada proses kelompok secara umum, tetapi pada tingkah laku individu dalam diskusi kelompok tatap muka yang kecil. Komunikasi kelompok kecil tidak ada batasan yang menentukan secara tegas berapa besar jumlah anggota suatu kelompok kecil. Tetapi, biasanya antara 2-3 orang, bahkan ada yang mengembangkan sampai 20-30 orang, tetapi tidak lebih dari 50 orang (Cangara, 2006).

Cangara (2006) Komunikasi kelompok kecil merupakan salah satu tipe komunikasi antarpribadi karena: Pertama, anggotanya terlibat dalam proses komunikasi yang berlangsung secara tatap muka. Kedua, pembicaraan berlangsung secara terpotong-potong di mana semua peserta bisa berbicara dalam kedudukan yang sama, dengan kata lain tidak ada pembicaraan tunggal yang mendominasi situasi. Ketiga, sumber dan penerima sulit diidentifikasi. Pada komunikasi

kelompok di pelatihan ini akan dilihat proses komunikasi antara komunikator dengan Kasubag/Operator Perencanaan Kecamatan yang dilakukan dengan *coaching clinic* SIPD.

Dilansir dari mc.tanahbumbukab.go.id (2021) salah satu kabupaten yang sudah melaksanakan *coaching clinic* adalah Kabupaten Tanah Bumbu yang mengadakan *Coaching clinic 2* program Percepatan Pembangunan Sanitasi Permukiman (PPSP) 2021. Kegiatan tersebut diberikan tema “Implementasi Strategi Sanitasi Kabupaten Tanah Bumbu dalam Upaya pencapaian Target akses Sanitasi Tahun 2022-2024”. Hal ini dilakukan agar dapat mewujudkan penyusunan strategi sanitasi yang berkualitas dengan implementasi yang sistematis dan juga efektif.

Berdasarkan pada tugas dan tanggung jawab dari Bappelitbangda yang memiliki peran untuk melakukan komunikasi pembangunan dengan berbagai pihak baik swasta maupun kepada para masyarakat agar dapat berkolaborasi, berpartisipasi serta berkontribusi dalam melaksanakan percepatan pembangunan dengan mempergunakan berbagai jenis dana dan sumber pembiayaan yang sesuai dengan Undang-undang (Damayanti, Halimah, & Rusli, 2021). Perwujudan daripada komunikasi tersebut dalam praktiknya, ini diwujudkan melalui kegiatan Musyawarah Perencanaan Pembangunan yang selanjutnya disingkat (Musrenbang) sebagai sebuah forum yang melibatkan berbagai pihak yang terlibat dalam proses pembangunan, yang dikenal sebagai pemangku kepentingan atau stakeholder, yang mencakup tingkat desa, kecamatan, kabupaten/kota, provinsi, hingga tingkat nasional dalam rangka menyusun.

Kata Musrenbang identik dengan diskusi di masyarakat tentang kebutuhan pembangunan daerah. Musrenbang adalah mekanisme perencanaan sebuah institusi perencanaan yang ada di suatu daerah dan sebagai mekanisme untuk mempertemukan usulan/kebutuhan masyarakat dengan apa yang akan diprogram pemerintah. Maka dari itu, yang dimaksud dengan Musrenbang adalah sebuah forum untuk merembugkan sesuatu dan berakhir pada pengambilan kesepakatan atau pengambilan keputusan bersama yang ditunjukkan untuk pembangunan desa agar tidak termarginalkan.

Musrenbang merupakan salah satu bentuk pembangunan partisipatif di Indonesia yang dilaksanakan di daerah (Muhtadi, 2021). Dasar pelaksanaan musrenbang adalah amanat Undang-undang yang kemudian oleh pemerintah daerah diturunkan dalam bentuk peraturan daerah dan petunjuk teknis sebagai pedoman bagi penyelenggaraan dan pelaksanaan musrenbang. Musrenbang merupakan forum bagi pemerintah, legislatif dan pemangku kepentingan pembangunan untuk memahami isu-isu dan permasalahan pembangunan daerah dengan tujuan mencapai kesepakatan bersama atas prioritas pembangunan. Dengan harapan tidak ada lagi program-program pembangunan yang tumpang tindih, namun sesuai dengan kebutuhan masyarakat sehingga sumber daya pembangunan yang terbatas dapat dimanfaatkan dengan optimal.

Musrenbang diawali dari tingkat kelurahan dan desa. Data dan masukan mengenai persoalan kelurahan dan desa dijadikan sebagai masukan untuk rencana pembangunan dan data tersebut akan dibahas di musrenbang tingkat kecamatan. Musrenbang kecamatan adalah forum musyawarah tahunan para pemangku

kepentingan/stakeholders di tingkat kecamatan untuk mendapatkan masukan mengenai kegiatan prioritas pembangunan di wilayah kecamatan terkait yang didasarkan pada masukan dari usulan musrenbang kelurahan, serta menyepakati rencana kegiatan lintas kelurahan di kecamatan yang bersangkutan (Ambarwati, 2019).

Masukan itu sekaligus sebagai dasar penyusunan Rencana Pembangunan Kecamatan yang akan diajukan kepada Satuan Kerja Perangkat Daerah (SKPD) yang berwenang sebagai dasar penyusunan Rencana Kerja SKPD pada tahun berikutnya. Musrenbang kecamatan dilakukan setiap tahun pada bulan Februari dengan keluaran berupa Dokumen Rencana Pembangunan Kecamatan serta masukan untuk Rencana kerja SKPD Kecamatan.

Lembaga penyelenggara Musrenbang kecamatan adalah pemerintah kecamatan dan Bappelitbangda. Kecamatan bertugas untuk menyiapkan teknis penyelenggaraan Musrenbang kecamatan serta mempersiapkan dokumen Rancangan Rencana Pembangunan Kecamatan. Bappelitbangda bertugas untuk mengorganisasi penjadwalan seluruh Musrenbang kecamatan, mempersiapkan Tim Pemandu dan dokumen-dokumen yang relevan untuk penyelenggaraan Musrenbang kecamatan. Musrenbang kelurahan adalah forum musyawarah antara pemerintah dengan pemangku kepentingan dari suatu isu/persoalan, kebijakan, peraturan, atau program pembangunan yang sedang dibicarakan.

Dalam musrenbang kelurahan, pemerintah kelurahan dan warga berdiskusi dalam menyusun program tahunan di kelurahan, musrenbang kelurahan menjadi media dialog dan penyepakatan penyusunan program dan kegiatan pembangunan

di wilayah kelurahan, baik yang ditangani secara swadaya, melalui pos bantuan daerah, menjadi bagian Rencana kerja SKPD Kelurahan, maupun diajukan untuk ditangani oleh SKPD lain yang relevan dengan usulan yang ada. Musrenbang desa menjadi tanggung jawab kepala desa, kemudian akan difasilitasi oleh camat dan berada dibawah kordinasi kepala Bappeda.

Pada kehidupan era-sekarang ini semua tidak bisa lepas dari yang namanya teknologi, umumnya pada semua sektor sudah menggunakan teknologi, dari yang biasanya melakukan sesuatu dengan memakai alat yang terbilang jadul kini menggunakan bermacam cara seperti robot dan lainnya. Begitu pula pada zona pelayanan publik yang dikelola oleh pemerintah, dengan adanya perkembangan yang dirasakan pada bidang teknologi tersebut dapat melahirkan model pelayanan yang berbasis web dan aplikasi yang merupakan langkah yang sangat strategis. Namun dalam penerapannya tentu tidak semudah membalikkan telapak tangan, membutuhkan berbagai cara dalam menggapai suatu proses tersebut Bella Husada (dalam Zeber, 2023).

Di Indonesia pelayanan publik merupakan hak dari seluruh rakyat Indonesia, pada era sekarang ini yang semua berbasis teknologi tersebut maka pemerintah Indonesia menciptakan pelayanan publik tersebut dengan berbasis digital, penggunaannya tak luput dari jaringan internet di Indonesia.

Sumber: *dataindonesia.id*



Gambar 1.1 Jumlah Pengguna Internet di Indonesia

Hal ini dibuktikan dengan berdasarkan data dari hasil survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) menunjukkan data bahwa di Indonesia pengguna internet pada periode tahun 2022 ada sebanyak 210,03 juta pengguna sedangkan pada tahun 2023 meningkat menjadi 215,63 juta pengguna. Jumlah tersebut meningkat sebanyak 2,67% dibandingkan pada periode sebelumnya.

Berdasarkan Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 70 tahun 2019 tentang Sistem Informasi Pemerintahan Daerah (SIPD) adalah pengelolaan informasi pembangunan daerah, informasi keuangan daerah, dan informasi pemerintahan daerah lainnya yang saling terhubung untuk dimanfaatkan dalam penyelenggaraan pembangunan daerah. Dengan kata lain Permendagri Nomor 70 Tahun 2019 menjadi landasan implementatif pelaksanaan sinkronisasi perencanaan pembangunan dan penganggaran pembangunan daerah. Untuk pelaksanaannya dibuatlah aplikasi berbasis web yang dinamakan aplikasi SIPD.

SIPD adalah sistem yang mendokumentasikan, mengadministrasikan, serta mengolah data pembangunan daerah menjadi informasi yang disajikan kepada

masyarakat dan bahan pengambilan keputusan dalam rangka perencanaan, pelaksanaan, evaluasi kinerja pemerintah daerah. Setelah diterbitkannya Permendagri Nomor 70 Tahun 2019 dan Permendagri Nomor 90 Tahun 2019, seluruh daerah di wilayah Indonesia harus menerapkan sistem perencanaan dan penganggaran yang berbasis teknologi dalam hal ini adalah aplikasi SIPD (Ekaputra, 2021).

Penerapan aplikasi SIPD diharapkan mampu menyatukan persepsi mengenai pengelolaan sistem informasi pemerintah daerah yang tepat dan menjadi sarana dalam mengintegrasikan serta mensinergikan penyelenggaraan pembangunan daerah sebagai wujud penerapan sistem informasi pemerintah daerah menjadi lebih cepat, inovatif dan berkualitas. Hal tersebut selaras dengan Nasution dan Nurwani (2021) mengungkapkan bahwa diharapkan dengan memperluas inisiatif pembangunan di semua sektor akan memungkinkan transmisi informasi yang sempurna dan partisipasi yang luas untuk semua orang.

Selanjutnya Rhandu dkk (2022) menyatakan bahwa penerapan SIPD ini berbentuk website dengan tujuan agar memudahkan dan mempercepat dalam melaksanakan pengawasan serta evaluasi pelayanan publik, akan tetapi dalam pelaksanaan program ini sangat rumit, seharusnya memerlukan komunikasi, kerja keras dan kerjasama dari setiap instansi yang ada di pemerintah daerah.

Secara umum, sistem informasi pemerintah merupakan gabungan dari perangkat keras, perangkat lunak, dan anggota staf yang bekerja secara berurutan untuk saling membantu dalam mengolah data untuk menciptakan hasil akhir berupa informasi-informasi (Dengen & Hatta, 2009). Dalam rangka mencapai tujuan

organisasi pada semua tingkatan Pemerintah Daerah dan memberikan pelayanan kepada masyarakat, SIPD merupakan pengelolaan suatu informasi secara metodis sesuai kinerja dengan prinsip efisiensi dan efektivitas (Kaur, 2008).

Sehingga dari data di atas maka, strategi komunikasi penting digunakan terutama dalam hal *coaching clinic* SIPD dalam proses input data usulan musrenbang yang dimana Kasubag/Operator Perencanaan Kecamatan masih dianggap kurang memahami pengoperasian aplikasi SIPD dalam proses input data usulan musrenbang. Dalam pelaksanaan *coaching clinic* SIPD, komunikasi yang dilakukan oleh Bappelitbangda dengan Kasubag/Operator Perencanaan Kecamatan melalui kegiatan *coaching clinic* harus memperhatikan sistem komunikasi dan strategi yang digunakan karena melibatkan masyarakat dalam hal ini pihak Kasubag/Operator Perencanaan Kecamatan yang mempunyai stratifikasi, pendidikan dan budaya yang beragam.

Cangara (2014) menyebutkan bahwa strategi komunikasi sendiri menurut kombinasi yang terbaik dari semua elemen komunikasi mulai dari komunikator, pesan, saluran (media), penerimaan sampai pada pengaruh (efek) yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi yang optimal. Lewat strategi komunikasi Kasubag/Operator Perencanaan Kecamatan akan diberikan bimbingan dan pelatihan untuk lebih memahami pengoperasian aplikasi SIPD dengan lebih efektif. Sehingga sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Albert Far (2022) yang menjelaskan bahwa ketika penyilihan dan pemberian informasi dan juga pelatihan diberikan kepada para masyarakat dalam hal ini Kasubag/Operator Perencanaan Kecamatan melalui pelaksanaan kegiatan *coaching clinic* penginputan

usulan musrenbang, maka kualitas Kasubag/Operator akan mengalami peningkatan.

Maka dari itu Bappelitbangda harus menyusun strategi agar tujuan tersebut bisa tercapai dengan baik seperti yang diinginkan. Strategi komunikasi ini diharapkan dapat membantu Kasubag/Operator Perencanaan Kecamatan dalam pengoperasian aplikasi SIPD. Strategi komunikasi yang diberikan berupa bimbingan dan pelatihan yang disebut dengan *coaching clinic* yang bertujuan memberikan pemahaman terhadap Kasubag/Operator Perencanaan Kecamatan untuk lebih paham terkait pengoperasian aplikasi SIPD dalam input data usulan musrenbang.

Adapun penelitian terdahulu yang menjadi pedoman dari penelitian ini ialah penelitian yang dilakukan oleh Nanda Dias Ekaputra dengan judul ***“Efektivitas Penerapan Aplikasi Sistem Informasi Pemerintahan Daerah (SIPD) Dalam Penyusunan Dokumen RKPD Di Kabupaten Nganjuk” 2021***. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan aplikasi SIPD masih kurang efektif di tahun pertama penerapannya. Yang menjadi hambatan dari efektivitas penggunaan adalah kurangnya pemahaman terhadap aplikasi dan perubahan nomenklatur program kegiatan yang membingungkan Pemerintah Daerah dalam proses penyusunan dokumen RKPD. Dari permasalahan yang dihadapi adapun upaya yang dilakukan untuk menyelesaikan permasalahan yaitu dengan cara sosialisasi terhadap penggunaan aplikasi dan perubahan nomenklatur yang baru, serta pendampingan dalam penyusunan dokumen Rencana Kerja Perangkat Daerah oleh Bappeda

Kabupaten Nganjuk sebagai dasar penyusunan dokumen RKPD Kabupaten Nganjuk.

Persamaan penelitian terdahulu atau penelitian yang ditulis oleh Nanda Dias Ekaputra dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti ialah sama-sama mengkaji terkait penerapan aplikasi Sistem Informasi Pemerintahan Daerah (SIPD). Dari referensi penelitian terdahulu ada beberapa persamaan dan perbedaan. Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti ialah tempat penelitian yang berbeda. Perbedaan yang lainnya ialah peneliti juga mengkaji dari sisi strategi komunikasi terkait *coaching clinic* SIPD input data usulan musrenbang yang dilaksanakan oleh pihak Bappelitbangda.

Sedangkan peneliti terdahulu atau Nanda Dias Ekaputra hanya berfokus mengkaji bagaimana efektivitas penerapan aplikasi Sistem Informasi Pemerintahan Daerah (SIPD) dalam penyusunan dokumen RKPD pada objek yang dipilih. Maka, dari penelitian yang akan dilakukan peneliti ini dapat dikatakan berbeda dan unik dibandingkan dengan penelitian sebelumnya.

Berdasarkan uraian fenomena di atas, maka peneliti merasa penting untuk mengetahui lebih dalam mengenai bagaimana strategi komunikasi yang diterapkan Bappelitbangda melalui *coaching clinic* SIPD dalam proses input data usulan musrenbang. Untuk memudahkan penelitian peneliti mengangkat judul skripsi **“Strategi Komunikasi *Coaching Clinic* SIPD dalam pencapaian hasil musrenbang di kantor Bappelitbangda Kabupaten Sidenreng Rappang”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana strategi komunikasi *coaching clinic* sistem informasi pemerintahan darah (SIPD) dalam pencapaian hasil musrenbang di Kantor Bappelitbangda Kabupaten Sidenreng Rappang?
2. Apa faktor pendukung dan penghambat pelaksanaan strategi komunikasi *coaching clinic* sistem informasi pemerintahan darah (SIPD) dalam pencapaian hasil musrenbang di Kantor Bappelitbangda Kabupaten Sidenreng Rappang?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini, yaitu:

- a. Untuk mengetahui strategi komunikasi *coaching clinic* sistem informasi pemerintahan darah (SIPD) dalam pencapaian hasil musrenbang di Kantor Bappelitbangda Kabupaten Sidenreng Rappang.
- b. Untuk menganalisis dan mengetahui faktor pendukung dan penghambat strategi komunikasi *coaching clinic* sistem informasi pemerintahan darah (SIPD) dalam pencapaian hasil musrenbang di Kantor Bappelitbangda Kabupaten Sidenreng Rappang.

2. Kegunaan Penelitian

- a) Kegunaan Teoritis

Kegunaan teoritis dari penelitian ini adalah sebagai bahan untuk

mengkaji secara ilmiah dalam pengembangan Ilmu Komunikasi, khususnya pada kajian mengenai strategi komunikasi *coaching clinic*, terkhusus di Kantor Bappelitbangda Kabupaten Sidenreng Rappang (Kab. Sidrap). Selain itu, penelitian ini juga berguna sebagai bahan referensi untuk kajian-kajian penelitian serupa.

b) Kegunaan Praktis

Penelitian ini dilakukan untuk meningkatkan wawasan tentang keilmuan komunikasi, khususnya strategi komunikasi *coaching clinic* SIPD dalam pencapaian hasil musrenbang dan penelitian ini juga diharapkan dapat dijadikan masukan atau saran kepada institusi terkait agar dapat memahami pengoperasian SIPD sebagai input data hasil usulan musrenbang serta dalam penyelesaian tugas akhir/ skripsi sebagai syarat memperoleh gelar sarjana komunikasi.

D. Kerangka Konseptual

1. Strategi Komunikasi

Komunikasi berjalan efektif adalah komunikasi yang mampu menciptakan hasil perubahan sikap (*attitude change*) pada orang yang terlibat dalam komunikasi (Aisyah et al., 2023). Keberhasilan kegiatan komunikasi secara efektif banyak ditentukan oleh penentuan strategi komunikasi. Di lain pihak jika ada strategi komunikasi yang baik dari proses komunikasi maka akan menimbulkan pengaruh bagi organisasi. Strategi komunikasi erat hubungannya antara tujuan yang hendak dicapai dengan konsekuensi-konsekuensi (masalah) yang harus diperhatikan, kemudian merencanakan

bagaimana konsekuensi-konsekuensi sesuai dengan hasil yang diharapkan atau tujuan yang akan dicapai.

Menurut Onong Uchjana Effendy, mengungkapkan bahwa strategi komunikasi merupakan paduan dari perencanaan komunikasi dan komunikasi manajemen untuk mencapai sebuah tujuan. Untuk mencapai tujuan tersebut, strategi komunikasi harus mampu menunjukkan bagaimana operasioalnya secara taktis harus dilakukan dalam arti lain untuk mewujudkan strategi komunikasi itu dibutuhkan pendekatan yang bisa berbeda sewaktu-waktu tergantung dari situasi dan kondisi.

Definisi lain mengenai strategi komunikasi yang dikemukakan oleh Middleton (dalam Cangara, 2013) menyatakan bahwa strategi komunikasi adalah kombinasi yang terbaik dari semua elemen komunikasi mulai dari komunikator, pesan, saluran, penerima sampai pada pengaruh (efek) yang dirancang untuk menapai tujuan komunikasi yang optimal. Sehingga dapat disimpulkan bahwa dalam rangka menyusun strategi komunikasi, diperlukan suatu pemikiran dengan memperhitungkan faktor-faktor pendukung dan penghambat.

Strategi komunikasi juga harus meramalkan efek komunikasi yang dapat berupa menyebarkan informasi, melakukan persuasi, dan mengedukatif. Harapan dari efek tersebut yaitu, dapat ditetapkan bagaimana cara berkomunikasi dengan komunikasi tatap muka, yang dimana dipergunakan apabila kita mengharapkan efek perubahan tingkah laku dari komunikasi karena sifatnya lebih persuasif. Komunikasi bermedia

dipergunakan lebih banyak untuk komunikasi informatif dengan menjangkau lebih banyak komunikan tetapi sangat lemah dalam hal persuasif sedangkan komunikasi edukatif lebih ke proses penyampaian informasi kepada seseorang atau pihak lain yang bersifat mendidik.

Menurut Harlod D Lasswell (dalam Cangara, 2013: 36) komunikasi adalah siapa mengatakan apa, melalui saluran apa, kepada siapa, dan apa efeknya (*who, says what, in which channel, to whom, and with what effect*). Model ini banyak dikenal sebagai formula Lasswell yang merupakan model komunikasi yang dipengaruhi oleh model dasar Aristoteles. Formula Lasswell dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 1.2 Model Komunikasi Lasswell

Dengan penetapan strategi komunikasi tentu saja mengacu kepada elemen komunikasi yaitu *who, says what, in which channel, to whom, and with what effect?*. Karena penetapan strategi komunikasi tentu saja berdasarkan pengenalan komunikator serta dipilih sesuai dengan kondisi dan situasi yang ada. Sebagaimana yang dikemukakan oleh Arifin (dalam Natsir, 2016) strategi yang dijalankan harus diawali dengan langkah-langkah mengenal khalayak, menyusun pesan, menetapkan metode, seleksi dan penggunaan media sebagai berikut:

1. Mengenal khlayak

Mengenal khlayak adalah langkah awal bagi komunikator dalam usaha komunikasi yang efektif. Memahami target sasaran kegiatan komunikasi merupakan hal yang sangat penting sebab semua aktivitas komunikasi diarahkan kepada mereka. Merekalah yang menentukan berhasil tidaknya suatu program.

2. Menyusun pesan

Setelah mengetahui situasi atau kondisi khalayak, maka langkah selanjutnya adalah perumusan strategi yakni menyusun pesan dengan menentukan tema dan materi yang mampu menarik perhatian para khalayak.

3. Menetapkan metode

Untuk mencapai efektivitas komunikasi, maka tidak hanya bergantung pada kemantapan isi pesan yang diselaraskan dengan kondisi khalayak. Namun, juga dipengaruhi oleh metode-metode dalam menyampaikan pesan kepada sasaran.

4. Pemilihan media

Sebelum suatu pesan atau kebijaksanaan lembaga disampaikan kepada masyarakat terlebih dahulu harus dipertimbangkan tentang karakteristik isi dan tujuan isi pesan yang ingin disampaikan dan terkait penggunaan media atau saluran yang paling efektif untuk digunakan. Dalam ilmu komunikasi dikenal komunikasi langsung (face to face). Jika sasarannya hanya terdiri dari beberapa orang saja dan lokasinya dapat

dijangkau maka digunakan komunikasi langsung, jika apabila sasarannya *internal public* maka biasanya digunakan pertemuan-pertemuan dan jika sasarannya banyak orang dan tersebar dimana-mana, maka salurannya yang sesuai adalah media massa.

2. Proses penyelenggaraan musyawarah perencanaan pembangunan (musrenbang)

Menurut Surat Edaran Bersama Menteri Negara Perencanaan Pembangunan Nasional/ Kepala Badan Perencanaan Pembangunan Nasional dan Menteri Dalam Negeri nomor 0008/M.PPN/01/2007 tentang Petunjuk 050/264 A/SJ Teknis Penyelenggaraan Musrenbang Tahun 2007. Musrenbang dilaksanakan secara berjenjang mulai dari tingkat Desa sampai tingkat Provinsi. Dari usulan Musrenbang Desa/Kelurahan, dimusyawarahkan ditingkat Kecamatan, untuk disusun menurut skala prioritas rencana pembangunan yang telah mengeluarkan dan sangat dibutuhkan oleh masyarakat.

Prioritas pembangunan tersebut adalah sebagai berikut: masalah pengentasan kemiskinan, masalah kesehatan, masalah pendidikan, masalah pertanian, masalah kerajinan/ industri kecil, dan masalah pasar tradisional.

Musrenbang desa/kelurahan bertujuan untuk:

1. Menampung dan menetapkan prioritas kebutuhan masyarakat yang diperoleh dari musyawarah perencanaan pada tingkat di bawah Desa/Kelurahan.

2. Menetapkan prioritas kegiatan Desa/Kelurahan yang dibiayai melalui alokasi dana Desa/Kelurahan baik yang bersumber dari APBD maupun Non APBD.
3. Menetapkan prioritas kegiatan yang akan diajukan dalam Musrenbang Kecamatan.

Ada beberapa hasil yang diharapkan dalam Musrenbang ini antara lain adalah sebagai berikut:

1. Diberikannya informasi perkiraan alokasi dana serta prioritas pembangunan daerah. Berangkat dari informasi ini peserta musrenbang diharapkan dapat menyusun daftar kebutuhan pembangunan bukan daftar keinginan mengingat keterbatasan dana yang tersedia. Arah kebutuhan pembangunan juga terpandu oleh prioritas pembangunan daerah, sehingga sejak awal sudah terjadi sinkronisasi arah pembangunan.
2. Adanya pemisahan kegiatan yang akan dibiayai sendiri oleh Kelurahan dan yang akan diajukan dalam musrenbang kecamatan. Di sini dibuka lebar partisipasi masyarakat untuk mendanai kebutuhan pembangunan daerah yang penting. Namun alokasi dana kelurahan yang disediakan pemerintah tidak mencukupi sehingga, penetapan delegasi kelurahan ke musrenbang kecamatan sebanyak 3 – 5 orang yang diantaranya ada wakil perempuan. Merekalah wakil yang akan memperjuangkan hasil musrenbang, yang telah diformulasi dalam dokumen rencana kerja pembangunan daerah. Keterwakilan perempuan dikokohkan dalam petunjuk teknis ini.

Proses Musrenbang Kelurahan dilanjutkan dalam Musrenbang Kecamatan yang dihadiri oleh Delegasi Kelurahan, Lembaga swadaya masyarakat (LSM) tingkat kecamatan, wakil Satuan Kerja Perangkat Daerah (SKPD) tingkat kecamatan, dan pejabat-pejabat tingkat kecamatan. Tahapan pelaksanaan Musrenbang Kecamatan terdiri dari:

1. Tahap Persiapan:

a. Camat menetapkan Tim Penyelenggara Musrenbang Kecamatan.

b. Tim Penyelenggara melakukan hal-hal sebagai berikut:

1. Mengkompilasi kegiatan prioritas pembangunan dari masing masing Kelurahan berdasarkan fungsi SKPD yang menjadi tanggungjawab SKPD.
2. Menyusun jadwal dan agenda Musrenbang Kecamatan.
3. Mengumumkan secara terbuka tentang jadwal, agenda, dan tempat Musrenbang Kecamatan minimal 7 (tujuh) hari sebelum kegiatan dilakukan, agar peserta bisa menyiapkan diri dan segera melakukan pendaftaran dan atau diundang. membuka pendaftaran dan atau mengundang calon peserta Musrenbang Kecamatan, baik wakil dari Kelurahan dari kelompok-kelompok masyarakat.
4. Menyiapkan tempat, peralatan dan bahan/materi serta notulen untuk Musrenbang Kecamatan.

2. Tahap Pelaksanaan:

- a. Menindaklanjuti Surat dari SKPD agar desa / kelurahan melaksanakan Musrenbang.

- b. Penerbitan Surat Keputusan Camat tentang monitoring penyelenggaraan Musrenbang desa / kelurahan.
- c. Penyampaian Penyelenggaraan Musrenbang desa.
- d. Monitoring pelaksanaan Musrenbang desa / kelurahan.
- e. Menyusun draf Musrenbang kecamatan yang materinya bersumber dari hasil Musrenbang desa / kelurahan unit pelaksanaan teknis.
- f. Membuat dan menyampaikan undangan peserta Musrenbang kecamatan.
- g. Menyelenggarakan Musrenbang kecamatan:
 - 1. Pendaftaran peserta Musrenbang Kecamatan.
 - 2. Pemaparan Camat mengenai masalah-masalah utama kecamatan, seperti kemiskinan, pendidikan, kesehatan, prasarana dan pengangguran.
 - 3. Pemaparan Kepala-kepala Cabang SKPD setempat atau Pejabat SKPD kabupaten/kota mengenai rancangan Rencana Kerja SKPD di tingkat kecamatan yang bersangkutan beserta strategi dan besaran plafon dananya.
 - 4. Pemaparan Tim Penyelenggara Musrenbang Kecamatan tentang masalah utama dan kegiatan prioritas dari masing-masing Kelurahan/kelurahan menurut fungsi/SKPD.
 - 5. Verifikasi oleh delegasi Kelurahan/kelurahan untuk memastikan semua kegiatan prioritas yang diusulkan oleh Kelurahan/kelurahan sudah tercantum menurut masing-masing SKPD.

6. Kesepakatan kriteria untuk menentukan kegiatan prioritas pembangunan kecamatan untuk masing-masing fungsi/SKPD atau gabungan SKPD.
 7. Pembagian peserta Musrenbang ke dalam kelompok pembahasan berdasarkan jumlah fungsi/SKPD atau gabungan SKPD yang tercantum.
 8. Kesepakatan kegiatan prioritas pembangunan kecamatan yang dianggap perlu oleh peserta Musrenbang namun belum diusulkan oleh Kelurahan/kelurahan (kegiatan lintasKelurahan/kelurahan yang belum diusulkan Kelurahan/kelurahan).
 9. Kesepakatan kegiatan prioritas pembangunan kecamatan berdasarkan masing-masing fungsi/SKPD.
 10. Pemaparan prioritas pembangunan kecamatan dari tiap-tiap kelompok fungsi/SKPD atau gabungan SKPD dihadapan seluruh peserta Musrenbang Kecamatan.
 11. Pemilihan dan Penetapan daftar nama delegasi kecamatan (3-5 orang) untuk mengikuti Forum SKPD dan Musrenbang Kabupaten/ Kota. Komposisi delegasi tersebut harus terdapat perwakilan perempuan.
- h. Melaporkan hasil Musrenbang kecamatan kepada Bappeda.
 - i. Mengarsipkan buku seluruh prioritas rencana pembangunan.

Dari proses persiapan dan pelaksanaan tersebut menghasilkan usulan skala prioritas yang akan di perjuangkan pada musrenbang Kota. Proses

musyawarah pembangunan ini berlanjut terus ke tingkat Kota, Provinsi hingga akhirnya ke tingkat Nasional.

3. Proses Pelaksanaan *Coaching Clinic*

Kegiatan *coaching clinic* SIPD ini dimulai pada pukul 09.00 WITA dengan sambutan dari pihak penyelenggara *Coaching clinic* dalam hal ini Bappelitbangda, kemudian dilanjutkan dengan pemaparan tatacara pengoperasian aplikasi SIPD oleh pihak Bappelitbangda. Dilanjutkan dengan sesi tanya jawab.

4. Manfaat *Coaching Clinic*

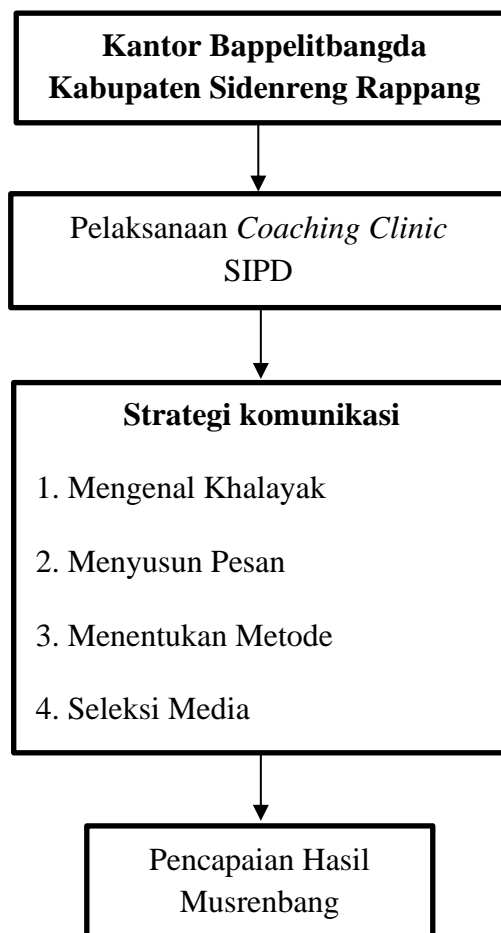
Rusman dan Hardin (dalam Permadi, 2022) mengemukakan bahwa *coaching clinic* merupakan salah satu metode untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan. Definisi lain menyebutkan bahwa *coaching* atau *coaching clinic* merupakan suatu bimbingan singkat dalam suatu pelatihan yang bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan dalam bidang tertentu (Purwanto et al., 2023).

Coaching merupakan pengembangan sumber daya manusia yang dapat dilakukan pada entrepreneur, pemilik usaha, perusahaan, professional, sekolah, universitas, lembaga-lembaga pendidikan non formal lain serta individu yang sedang bertransisi dalam memperbaiki, mengembangkan, mencari solusi, menciptakan, merencanakan sesuatu dalam kehidupan maupun pekerjaan.

Dilansir dari Loop Indonesia.com *coaching* memiliki manfaat tersendiri bagi sumber daya manusia dalam memaksimalkan potensi pribadi dan

professional yang dimilikinya. Salah satu manfaat dari *coaching* adalah perbaikan dan peningkatan *performa*, kinerja maupun produktifitas, *coaching* dalam perusahaan atau organisasi banyak dilakukan untuk peningkatan *performa* kerja, dapat membantu karyawan untuk menentukan metode kerja, menentukan target kerja, rencana kerja dan lain sebagainya.

Berdasarkan penjelasan di atas, untuk lebih memperjelas adapun alur pemikiran peneliti digambarkan pada kerangka konseptual sebagai berikut:



Gambar 1.3 Kerangka Konseptual

E. Definisi Konseptual

Untuk menyamakan pandangan terhadap konsep yang digunakan pada penelitian ini, maka peneliti memberikan batasan pengertian sebagai berikut:

1. Strategi komunikasi adalah suatu rancangan yang dibuat untuk mengubah tingkah laku manusia dalam skala yang lebih besar melalui transfer ide-ide baru yang dilakukan pihak Bappelitbangda Kabupaten Sidenrang Rappang dalam menyelenggarakan kegiatan *Coaching Clinic* sehingga terwujudnya tujuan yang menjadi visi misi dari Bappelitbangda Kabupaten Sidenrang Rappang.
2. Badan Perencanaan Pembangunan Daerah (Bappelitbangda) adalah Organisasi Perangkat Daerah (OPD) dan Satuan Kerja Perangkat Daerah (SKPD), dan berperan sebagai penunjang pemerintah di bidang perencanaan pembangunan daerah. Yang mempunyai tugas pokok merencanakan, mengkoordinasikan, menyelenggarakan, mengevaluasi dan mempertanggungjawabkan kebijakan teknis pelaksanaan urusan pemerintahan daerah berdasarkan asas otonomi dan tugas pembantuan di bidang perencanaan pembangunan daerah.
3. *Coaching* atau *Coaching Clinic* adalah salah satu usaha yang dilakukan Bappelitbangda Kabupaten Sidenrang Rappang untuk melakukan bimbingan proses input data usulan musrenbang di *website* Sistem Informasi Pemerintahan Daerah (SIPD) yang dilakukan oleh Bappelitbangda Kabupaten Sidenrang Rappang.
4. SIPD adalah sebuah sistem yang mendokumentasikan, mengadministrasikan,

serta mengolah data pembangunan daerah menjadi informasi yang disajikan kepada masyarakat dan sebagai bahan dalam pengambilan keputusan.

5. Pencapaian hasil Musyawarah Perencanaan Pembangunan (Musrenbang) adalah hasil inputan usulan yang menjadi prioritas dari masing-masing Kelurahan/Desa yang telah diinput ke dalam *website* SIPD.
6. Kabupaten Sidenreng Rappang (Kab. Sidrap) dengan pangkajene yang dimaksud dalam penelitian ini adalah sebagai ibukota kabupatennya yang berjarak 183 km dari Kota Makassar, ibu kota Provinsi Sulawesi Selatan.

F. Metode Penelitian

1. Waktu dan Objek Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan November 2023 sampai Januari 2024. Lokasi yang digunakan sebagai objek penelitian adalah Sekretariat Daerah Kabupaten Kantor Bappeda Litbang Kab. Sidrap: Jl. Harapan Baru Kompleks SKPD Blok A No. 01.

2. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan tipe penelitian kualitatif deskriptif. Penelitian kualitatif deskriptif adalah penelitian yang memiliki tujuan untuk mendeskripsikan peristiwa atau fenomena yang ada di lapangan dan menyajikan data secara faktual, sistematis, dan akurat beserta berisi fakta-fakta dan fenomena yang ada di lapangan. Tujuan dari penelitian kualitatif yaitu untuk memahami langsung dari situasi yang ada di tempat penelitian.

3. Teknik Pengumpulan data

Untuk memperoleh data sebagai penunjang utama dalam penelitian ini, maka teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah sebagai berikut:

a. Data Primer

Data primer yaitu data yang diperoleh langsung dari lapangan yaitu melalui:

1) Observasi

Observasi yaitu dengan pengamatan secara langsung di lokasi penelitian, peneliti turun langsung ke lokasi penelitian untuk mengumpulkan informasi atau data sebanyak mungkin yang berkaitan dengan masalah yang diteliti melalui pencatatan.

2) Wawancara mendalam

Wawancara mendalam yaitu wawancara yang dilakukan penulis dengan menggunakan pedoman wawancara guna menghindari bias penelitian, peneliti tetap memiliki pedoman wawancara tersebut bersifat fleksibel, sewaktu-waktu dapat berubah sesuai dengan perkembangan data yang terjadi di lapangan. Namun, fleksibilitas tersebut tetap mengacu pada fokus penelitian yaitu komunikasi partisipatif *Coaching Clinic* SIPD dalam pencapaian hasil musrenbang di kantor Bappelitbangda Kabupateng Sidenreng Rappang. Wawancara mendalam dilakukan dengan cara bertemu langsung dengan pihak yang dapat memberikan informasi dan berkompeten dengan pertanyaan-pertanyaan yang berhubungan dengan kondisi latar belakang penelitian.

3) Dokumentasi

Dokumentasi adalah suatu cara yang digunakan untuk memperoleh data dan informasi dalam bentuk buku, arsip, dokumen, tulisan angka dan gambar yang berupa laporan serta keterangan yang dapat mendukung penelitian. Dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data kemudian ditelaah (Sugiyono, 2019). Dokumentasi yang dilakukan berupa foto dan rekaman dengan tujuan agar data dapat lebih akurat.

b. Data Sekunder

Data ini merupakan data yang diperoleh dari kajian pustaka yang erat hubungannya dengan permasalahan yang diteliti baik melalui buku, internet, jurnal, dokumen-dokumen, serta penelitian-penelitian sebelumnya.

4. Teknik Penentuan Informan

Sesuai dengan penelitian ini yaitu penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif, teknik penentuan informan yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. Seperti yang dikemukakan oleh Sugiyono (2009: 218-219), *purposive sampling* adalah teknik pengambilan sumber data dengan pertimbangan tertentu. Pertimbangan tertentu ini, misalnya orang tersebut yang dianggap paling tahu tentang apa yang kita harapkan, atau mungkin dia sebagai penguasa sehingga akan memudahkan peneliti menjelajahi objek/situasi sosial yang akan diteliti.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa kriteria informan dalam penelitian ini adalah orang-orang yang benar-benar mengetahui dan terlibat langsung pada strategi komunikasi *coaching clinic* SIPD dalam pencapaian hasil musrenbang di Kantor Bappelitbangda Kabupaten Sidenrang Rappang sehingga peneliti dapat merangkum informasi yang tepat dan dapat dipercaya. Informan tersebut:

1. Bapak Adli Lukman selaku Kepala Bidang Perencanaan, Pengendalian dan Evaluasi Pembangunan Daerah (PPEPD)
2. Bapak Armansyah selaku Bidang Analisis data dan Informasi.
3. Ibu Evi selaku Kasubag Perencanaan Kecamatan Maritenggae.
4. Ibu Sri selaku Operator Perencanaan Kecamatan Watang Sidenreng.
5. Ibu Aryani selaku Operator Kecamatan Dua Pitue.

5. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data pada penelitian ini menggunakan analisis data tipe kualitatif dengan memakai Teknik analisis data model Miles and Huberman. Komponen analisis data model Miles and Huberman dalam bukunya Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D (Sugiyono, 2009: 246-252) sebagai berikut:

a. Reduksi data (*Data Reduction*)

Reduksi data adalah proses seleksi, pemfokusan, menyederhanakan, mengabstraksikan dan mentransformasikan data yang telah dikumpulkan di lapangan dari berbagai informasi, yang nantinya data tersebut dipilah-pilah

untuk mendapatkan fokus penelitian yang dibutuhkan oleh peneliti agar lebih mudah dalam penarikan kesimpulan.

b. Penyajian data (*Data display*)

Penyajian data merupakan hasil pengumpulan informasi yang disusun secara sistematis agar lebih mudah.

c. Penarikan kesimpulan (*Closing Drawing/Verification*)

Penarikan kesimpulan adalah tahap terakhir dalam analisis data dengan berdasarkan pada rumusan masalah yang ingin dicapai. Data yang dikumpulkan dibandingkan antara satu dan yang lain untuk ditarik kesimpulannya sebagai jawaban dari rumusan masalah yang ada.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Strategi komunikasi

1. Strategi

a) Pengertian Strategi

Strategi berasal dari Bahasa Yunani klasik yaitu “*Stratos*” yang artinya tentara dan kata “*agein*” yang berarti memimpin. Jadi strategi adalah konsep militer yang dapat diartikan seni perang jenderal (*The Art of general*), atau suatu rancangan yang terbaik untuk memenangkan peperangan. Namun, para pakar strategi tidak saja lahir dari kalangan yang memiliki latar belakang militer, karena strategi juga menghasilkan gagasan dan konsep yang dikembangkan oleh para praktisi dengan profesi seperti pakar strategi Henry Kissinger berlatar belakang sejarah, Thomas Schelling berlatar belakang ekonomi, dan Albert Wohlsetter berlatar belakang matematika (Ilham et al., 2022).

Istilah strategi berasal dari Bahasa Inggris yaitu “*strategy*” yang berarti siasat atau taktik. Strategi pada hakikatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai suatu tujuan. Akan tetapi untuk mencapai suatu tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, melainkan harus mampu menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya.

Seiring dengan perkembangan disiplin ilmu, pengertian strategi menjadi bermacam-macam sebagaimana dikemukakan oleh para ahli dalam buku karya mereka masing-masing. Berikut beberapa ahli yang telah memberikan definisi yang beragam tentang strategi, di antaranya adalah:

- 1) Menurut Tjokroamidjojo, “strategi merupakan perhitungan mengenai rangkaian kebijaksanaan dan langkah-langkah pelaksanaan”. Upaya pencapaian tujuan organisasi, diperlukan suatu rencana kerja atau strategi yang tepat, hal ini bertujuan untuk mengantisipasi persoalan yang mungkin akan ditemui di masa yang akan datang.
- 2) Rangkuti (2009) strategi adalah alat untuk mencapai tujuan.
- 3) Tripomo (dalam Ayu Pratiwi Natsir, 2016) mengemukakan bahwa strategi adalah kerangka atau rencana yang mengintegrasikan tujuan-tujuan (*goals*) kebijakan-kebijakan (*policies*), dan Tindakan-tindakan program (*programs*) organisasi.

Berdasarkan pemahaman mengenai strategi oleh beberapa ahli di atas, maka dapat diketahui bahwa strategi adalah alat yang digunakan dengan mempertimbangkan beberapa faktor yang dapat mempengaruhi tingkat keberhasilan yang diharapkan untuk mencapai tujuan rencana jangka Panjang. Faktor tersebut dapat menjadi ancaman bahkan mendukung suatu organisasi untuk mencapai tujuannya, sehingga diperlukan suatu perumusan strategi yang tepat. Jadi strategi adalah siasat atau suatu cara penanganan dengan mencapai tujuan tertentu.

2. Komunikasi

a) Pengertian komunikasi

Komunikasi adalah salah satu faktor yang penting untuk keberhasilan suatu kegiatan. Tanpa komunikasi yang efektif maka para pengguna dan stakeholder lainnya tidak akan menyadari tentang adanya kegiatan serta manfaat yang ditawarkan.

Kata atau istilah “komunikasi” dalam Bahasa Inggris *communication* berasal dari Bahasa Latin “*communicatus*” atau *communication* atau *communicare* yang berarti “berbagi” atau menjadi milik bersama”. Dengan demikian, kata komunikasi menurut kamus bahasa mengacu pada suatu upaya yang bertujuan untuk mencapai kebersamaan atau dengan ungkapan yang lain, melalui komunikasi kita mencoba berbagi informasi, gagasan atau sikap kita dengan orang lainnya. Dengan maksud untuk mengubah pikiran, sikap, perilaku, penerima dan melaksanakan apa yang diinginkan oleh komunikator.

Menurut *Webster New Collogiate Dictionary* (dalam Riswandi, 2009) komunikasi adalah suatu proses pertukaran informasi di antara individu melalui sistem lambang-lambang, tanda-tanda atau tingkah laku. Sedangkan definisi komunikasi menurut ahli Devito komunikasi adalah kegiatan yang dilakukan oleh seseorang atau lebih, yakni kegiatan menyampaikan dan menerima pesan, yang mendapat distorsi dari gangguan-gangguan, dalam suatu konteks, yang menimbulkan efek dan kesempatan untuk arus balik.

Banyaknya pengertian dan definisi komunikasi semakin menambah kompleksitas permasalahan definisi komunikasi dalam berbagai kehidupan manusia. Menurut D. Lawrence Kincaid (dalam Najib, 2023) komunikasi adalah suatu proses dimana dua orang atau lebih, membentuk atau melakukan pertukaran informasi dengan satu sama lainnya yang pada gilirannya tiba pada saling pengertian yang mendalam.

Dari beberapa pendapat ahli di atas dapat disimpulkan bahwa komunikasi adalah suatu proses pemberian makna atau ide-ide antara dua orang atau lebih dan mereka mendapatkan saling pengertian dan saling pemahaman tentang pesan yang disampaikan.

b) Proses Komunikasi

Effendy (2019: 11-19) Proses komunikasi terbagi menjadi dua tahap, yakni secara primer dan secara sekunder sebagai berikut:

1. Proses komunikasi secara primer

Adalah proses penyampaian pikiran atau perasaan seseorang kepada orang lain secara langsung. Media primer dalam proses komunikasi adalah Bahasa isyarat, gambar, warna, dan lain sebagainya yang secara langsung mampu menerjemahkan pikiran dan atau perasaan komunikator kepada komunikan. Bahwa bahasa yang paling banyak digunakan oleh seseorang dalam berkomunikasi karena bahasa yang mampu menerjemahkan pikiran seseorang kepada orang lain.

2. Proses komunikasi secara sekunder

Adalah proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama.

Seorang komunikator menggunakan media kedua dalam melancarkan komunikasinya karena komunikan sebagai sasarannya berada di tempat yang relatif jauh atau jumlahnya banyak. Surat, telepon, teleks, surat kabar, majalah, radio, televisi, film dan banyak lagi. Itu semua disebut media kedua yang sering digunakan dalam komunikasi.

c) Fungsi dan Tujuan Komunikasi

1) Fungsi Komunikasi

Komunikasi apabila dipandang dari arti yang lebih luas tidak hanya diartikan sebagai pertukaran berita atau pesan, tetapi sebagai kegiatan individu dan kelompok mengenai tukar menukar data, fakta, dan ide maka fungsinya dalam setiap sistem sosial sangat beragam, sebagaimana yang disebutkan Widjaja (2000) sebagai berikut:

1. Informasi, pengumpulan, penyimpanan, pemrosesan, penyebaran berita, data, gambar, fakta, pesan, opini, dan komentar yang dibutuhkan agar dapat dimengerti dan beraksi secara jelas terhadap kondisi lingkungan dan orang lain agar dapat mengambil keputusan yang tepat.

2. Sosialisasi (pemasyarakatan), penyediaan sumber ilmu pengetahuan yang memungkinkan orang bersikap dan bertindak sebagai anggota masyarakat yang efektif sehingga ia sadar akan fungsi sosialnya dan dapat aktif di dalam masyarakat.
3. Motivasi, menjelaskan tujuan setiap masyarakat jangka pendek maupun jangka Panjang, mendorong orang menentukan pilihan dan keinginannya, mendorong kegiatan individu dan kelompok berdasarkan tujuan bersama yang akan dikejar.
4. Perdebatan dan diskusi, menyediakan dan saling menukar fakta yang diperlukan untuk memungkinkan persetujuan atau menyelesaikan perbedaan pendapat mengenai masalah public, menyediakan bukti-bukti relevan yang diperlukan untuk kepentingan umum agar masyarakat lebih melibatkan diri dengan masalah yang menyangkut kepentingan bersama.
5. Pendidikan, pengalihan ilmu pengetahuan dapat mendorong perkembangan intelektual, pembentukan watak, serta membentuk keterampilan dan kemahiran dan diperlukan pada semua bidang kehidupan.
6. Memajukan kehidupan, menyebarkan hasil kebudayaan dan seni dengan maksud melestarikan warisan masa lalu, mengembangkan kebudayaan dengan memperluas horizon seseorang, serta membangun imajinasi dan mendorong kreativitas dan kebutuhan estetikanya.

7. Hiburan, penyebarluasan sinyal, symbol, suara, dan imaji dari drama, tari, kesenian, kesustraan, music, olahraga, kesenangan, kelompok, dan individu.
8. Integrasi, menyediakan bagi bangsa, kelompok, dan individu kesempatan untuk memperoleh berbagai pesan yang mereka perlukan agar mereka dapat saling kenal dan mengerti serta menghargai kondisi pandangan dan keinginan orang lain.

2) Tujuan Komunikasi

Komunikasi yang dilakukan tentunya mempunyai tujuan tertentu. Tujuan yang dimaksud di sini menunjuk pada suatu hasil atau akibat yang diinginkan oleh pelaku komunikasi. Widjaja (2000) Secara umum menurut Wilbur Schramm (1974), tujuan komunikasi dapat dilihat dari dua perspektif kepentingan yaitu: kepentingan komunikator dan kepentingan komunikan. Dengan demikian tujuan komunikasi yang ingin dicapai sebagai berikut:

- Tujuan komunikasi dari sudut pandang kepentingan sumber
 1. Memberikan informasi
 2. Mendidik
 3. Menyenangkan/menghibur
 4. Menganjurkan suatu tindakan/persuasi
- Tujuan komunikasi dari sudut pandang kepentingan komunikan
 1. Memahami informasi
 2. Mempelajari

3. Menikmati

4. Menerima atau menolak anjuran

Roudhonah (2019) dalam bukunya yang berjudul “Ilmu Komunikasi” menjelaskan bahwa secara umum Harold D. Lasswell menyebutkan bahwa tujuan komunikasi ada empat sebagai berikut:

1. Perubahan Sosial (*Social change*).

Seseorang mengadakan komunikasi dengan orang lain diharapkan adanya perubahan sosial dalam kehidupannya, seperti halnya kehidupannya akan lebih baik dari sebelum berkomunikasi.

2. Perubahan sikap (*Attitude change*). Seseorang berkomunikasi juga ingin mengadakan perubahan sikap.

3. Perubahan pendapat (*Opinion change*).

Seseorang dalam berkomunikasi mempunyai harapan untuk mengadakan perubahan pendapat.

4. Perubahan perilaku (*Behavior change*).

Seseorang berkomunikasi juga ingin mengadakan perubahan perilaku.

3. Pengertian Strategi Komunikasi

Trianto (dalam Muhammad Irvan et al., 2014) berpendapat bahwa strategi merupakan sebagai suatu cara atau kiat mencapai suatu tujuan tertentu. Untuk itu, agar mencapai suatu tujuan yang dikehendaki dibutuhkan suatu strategi. Strategi yang baik dapat mewujudkan hasil gemilang yang sesuai harapan.

Berangkat dari pernyataan di atas, komunikasi merupakan salah satu aspek terpenting dalam pelaksanaan strategi (perencanaan). Berbicara mengenai strategi berarti juga berbicara mengenai proses komunikasi. Proses komunikasi merupakan serangkaian tindakan atau peristiwa yang terjadi secara berurutan (ada tahapan atau sekuensi) serta berkaitan satu sama lainnya dalam kurun waktu tertentu.

Effendy (2011:32) mengemukakan bahwa strategi Komunikasi merupakan paduan dan perencanaan komunikasi (*communication planning*) dan manajemen komunikasi (*communication management*) untuk mencapai tujuan tertentu yang telah ditetapkan. Strategi komunikasi harus dapat menunjukkan bagaimana operasionalisasinya dalam arti bahwa pendekatan yang dilakukan bisa berbeda - beda sesuai situasi dan kondisinya.

Berdasarkan pengertian di atas, maka strategi komunikasi erat kaitannya antara tujuan yang hendak dicapai dengan konsekuensi-konsekuensi yang harus diperhitungkan, kemudian merencanakan bagaimana mencapai konsekuensi-konsekuensi sesuai dengan hasil yang diharapkan atau dengan kata lain tujuan yang hendak dicapai.

Selain itu, dalam penerapan strategi komunikasi bertujuan untuk menciptakan pengertian dalam berkomunikasi, membina dan memotivasi agar dapat mencapai tujuan yang diinginkan pihak komunikator. Begitu juga pendapat R. Wayne Pace, Brent D. Peterson dan M. Dallas Burett dalam bukunya *Techniques for Effective Communication*, ada empat tujuan dalam

strategi komunikasi Ruslan (dalam Randa, 2019) menyebutkannya sebagai berikut:

1. *To secure understanding*, pertama adalah untuk memastikan bahwa terjadi suatu pengertian dalam komunikasi.
2. *To establish acceptance*, apabila sudah dimengerti, maka selanjutnya yaitu bagaimana cara penerimaan itu terus dibina dengan baik.
3. *To motivate action*, yaitu penggiat untuk motivasinya.
4. *To goals which communicator sought to achieve*, yaitu bagaimana mencapai tujuan yang hendak dicapai oleh pihak komunikator dari proses komunikasi yang berlangsung tersebut.

Strategi komunikasi adalah suatu cara untuk mengatur pelaksanaan proses komunikasi sejak dari perencanaan, pelaksanaan sampai dengan evaluasi untuk mencapai suatu tujuan. Effendy (2019: 35-38) menyatakan bahwa agar pesan mudah dipahami secara benar, penerima pesan dapat dibina dengan baik, termotivasi untuk melakukan suatu kegiatan. Sehingga faktor-faktor yang dapat berpengaruh dalam penyusunan strategi komunikasi yaitu sebagai berikut:

1. Mengenali sasaran komunikasi

Pada kegiatan ini, komunikator perlu mengenali terlebih dahulu siapa yang akan menjadi sasaran komunikasi (disesuaikan dengan tujuan komunikasi). Dalam pengenalan sasaran, komunikaor perlu memperhatikan hal-hal sebagai berikut:

- a. Pesan yang disampaikan disesuaikan dengan pengalaman, Pendidikan, status sosial, pola hidup, ideologi, dan keinginan sasaran.
- b. Situasi dan kondisi disekeliling sasaran pada saat pesan akan disampaikan dapat mempengaruhi penerimaan pesan, misalnya suasana sedih, dan situasi lingkungan yang tidak mendukung.

2. Pemilihan media komunikasi

Pemilihan media sangat bergantung pada tujuan yang akan dicapai, bentuk pesan yang akan disampaikan, dan teknik komunikasi yang akan dipakai. Sebab dari sekian banyak media komunikasi itu tidak dapat ditegaskan dengan pasti karena masing-masing media komunikasi memiliki kelebihan dan kekurangan.

3. Pengkajian tujuan pesan komunikasi

Agar dapat mengemas pesan secara tepat, benar, dan menarik minat sasaran, perlu dilakukan pengkajian tujuan pesan. Namun terlebih dahulu perlu diketahui bahwa isi pesan yang cocok disampaikan satu pesan dapat menggunakan lebih dari satu Teknik komunikasi, atau menggunakan satau atau beberapa lambang (misalnya, bahasa gambar, warna, gerak tubuh, suara dan sebagainya). Bersedia bertindak lanjut isi pesan. Kredibilitas komunikator adalah kemampuan komunikator dalam menumbuhkan kepercayaan komunikan terhadap pesan. Kepercayaan ini timbul antara lain karena profesi, kedudukan dan keahlian yang dimiliki komunikator.

4. Peranan komunikator dalam komunikasi

Faktor yang penting pada diri komunikator dalam melancarkan komunikasi, pertama yaitu daya tarik sumber agar mampu mengubah sikap, opini, dan perilaku komunikan. Kedua, kredibilitas sumber adalah derajat kepercayaan yang diberikan komunikan terhadap komunikator.

B. Perumusan Strategi Komunikasi

Menurut Anwar Arifin dalam bukunya yang berjudul “Ilmu Komunikasi sebuah Pengantar Ringkas” ada empat faktor penting yang harus diperhatikan dalam menyusun strategi komunikasi, yaitu sebagai berikut:

1. Mengenal Khalayak

Suatu strategi adalah keseluruhan keputusan kondisional tentang tindakan yang akan dijalankan guna mencapai tujuan. Jadi dalam merumuskan strategi komunikasi kita harus memperhitungkan suatu kondisi dan situasi khalayak. Itulah sebabnya maka langkah pertama yang harus dilakukan adalah mengenal khalayak. Mengenal khalayak adalah prinsip dasar dalam berkomunikasi, karena mengetahui dan memahami karakteristik khalayak, berarti suatu peluang untuk mencapai keberhasilan komunikasi.

Khalayak tidak pasif tetapi aktif, sehingga antara komunikator dengan komunikan bukan saja terjadi hubungan tetapi juga saling mempengaruhi. Khalayak dapat dipengaruhi oleh komunikator tetapi komunikator juga dapat dipengaruhi oleh komunikan atau khalayak.

2. Menyusun Pesan

Setelah khalayak dan situasinya diketahui dengan jelas, selanjutnya langkah perumusan strategi komunikasi ialah menyusun pesan, yaitu menentukan tema dan materi yang akan disampaikan oleh seseorang dalam bentuk simbol yang dipersepsi dan diterima oleh khalayak dalam serangkaian makna dengan orientasi agar mampu membangkitkan perhatian.

3. Menetapkan metode

Setelah menentukan khalayak dengan cara mengidentifikasi situasi serta kondisi khalayak dan telah menyusun pesan yang ingin disampaikan, maka tahapan selanjutnya adalah menentukan metode penyampaian yang sesuai kepada sasaran. Dalam dunia komunikasi, metode penyampaian pesan dapat dilihat dari dua aspek yaitu: menurut cara pelaksanaannya dan menurut bentuk isinya. Aspek pertama (menurut cara pelaksanaannya) dapat diwujudkan dalam dua bentuk, yaitu metode *redundancy* (repetition) dan *canalizing*. Sementara aspek yang kedua (menurut bentuk isinya) dikenal dengan metode-metode informatif, persuasif, edukatif dan koersif.

Arifin (dalam Natsir, 2016) mengemukakan metode komunikasi yang efektif sebagai berikut:

a). *Redundancy (repetition)*

Adalah mempengaruhi khalayak dengan cara mengulang-ulang pesan kepada khalayak. Dengan metode ini banyak manfaat yang dapat ditarik. Manfaat itu antara lain bahwa khalayak akan lebih memperhatikan pesan

itu, karena justru berkonsentrasi pada pesan yang diulang-ulang, sehingga ia kan lebih banyak menarik perhatian.

Manfaat lainnya, bahwa khalayak tidak akan mudah melupakan hal yang penting disampaikan berulang-ulang itu. Selanjutnya dengan metode repetition ini, komunikator memperoleh kesempatan untuk memperbaiki kesalahan-kesalahan yang tidak disengaja dalam penyampaian-penyampaian sebelumnya.

b). *Canalizing*

Proses canalizing ialah memahami dan meneliti pengaruh kelompok terhadap individu atau khalayak, untuk berhasilnya komunikasi ini, maka haruslah dimulai dari memenuhi nilai-nilai dan standar kelompok dari khalayak itu. Hal tersebut dimaksudkan, agar khalayak tersebut pada permulaan dapat menerima pesan yang dikehendaki.

Akan tetapi bila hal tersebut kemudian ternyata tidak mungkin, maka kelompok tersebut secara perlahan-lahan dipecahkan, sehingga nagota-anggota kelompok itu sudah tidak memiliki lagi hubungan yang ketat. Dengan demikian pengaruh kelompok akan menipis dan akhirnya akan hilang sama sekali. Dalam keadaan demikian itulah pesan-pesan akan mudah diterima oleh komunikan.

c). *Informatif*

Dalam dunia komunikasi massa dikenal salah satu bentuk pesan yang bersifat informatif, yaitu suatu bentuk isi pesan, yang bertujuan mempengaruhi khalayak dengan cara (metode) memberikan penerangan.

Penerangan berarti penyampaian suatu apa adanya, apa sesungguhnya, diatas fakta-fakta dan data-data yang benar serta pendapat-pendapat yang benar pula.

Penerangan atau (*information*) adalah pesan-pesan yang dilontarkan berisi tentang fakta dan pendapat yang dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya, sehingga bagi komunikan dapat diberi kesempatan untuk menilai, menimbang-nimbang dan mengambil keputusan atas dasar pemikiran-pemikiran yang sehat.

d). Persuasif

Persuasif berarti mempengaruhi khalayak dengan cara membujuk. Dalam hal ini khalayak digugah baik-baik pikirannya, dan terutama perasaannya. Metode persuasive ini merupakan suatu cara untuk mempengaruhi komunikasi dengan tidak terlalu berpikir kritis, bahkan kalau perlu khalayak dapat terpengaruh secara tidak sadar (*suggestive*).

Dengan demikian, metode ini komunikator terlebih dahulu menciptakan situasi dimana komunikan mudah terkena sugesti (*suggestible*). Untuk terjadinya sugesti pada individu atau khalayak dapat dipermudah dengan cara:

- a. Menghambat (*inhibition*).
- b. Memecah belah (*dissociation*) proses berpikirnya. Hambatan dalam proses berpikir terjadi karena kelelahan dan perangsang-perangsang emosional.

e). Edukatif

Metode edukatif merupakan salah satu cara untuk mempengaruhi khalayak dari suatu pernyataan umum yang dilontarkan, dapat diwujudkan dalam bentuk pesan yang berisi: pendapat-pendapat, fakta-fakta, dan pengalaman-pengalaman. Metode ini dapat juga disebut metode mendidik. Mendidik berarti membeberika ide kepada khalayak denga apa adanya dari segi kebenarannya, dengan sengaja, teratur dan berencana, dengan tujuan mengubah tingkah laku manusia kearah yang diinginkan.

f). Kursif

Metode kursif ialah mempengaruhi khalayak dengan cara memaksa. Dalam hal ini khalayak dipaksa, tanpa perlu berpikir lebih banyak lagi, untuk menerima gagasan- gagasan atau ide-ide yang dilontarkan. Oleh karena itu, pesan dari komunikator ini selain pendapat-pendapat juga berisi ancaman-ancamana.

Metode kursif ini biasanya dimanifestasikan dalam bentuk peraturan-peraturan, perintah-perintah, dan intimidasi-intimidasi. Untuk pelaksanaannya yang lebih lancar, biasanya dibelakangnya berdiri kekuatan yang cukup tangguh.

4. Seleksi dan Penggunaan Media

Media komunikasi merupakan sarana atau alat yang digunakan untuk mempermudah proses penyampaian pesan atau informasi dari komunikator kepada komunikan untuk mencapai tujuan tertentu. Media komunikasi banyak jenisnya, mulai dari media cetak, tulis hingga media elektronik.

Namun, efektivitas dari masing-masing media itu sendiri juga berbeda. Maka dari itu, seseorang komunikator harus dapat memahami karakteristik media komunikasi, sehingga pada akhirnya dapat memilih media apa yang tepat dan sesuai dengan karakter pesan maupun karakter khalayaknya.

Dalam ilmu komunikasi dikenal komunikasi langsung (*face to face*) dan media massa. Jika sasarannya hanya terdiri dari beberapa orang saja dan lokasinya dapat dijangkau maka, komunikasi yang digunakan komunikasi langsung, termasuk jika sasarannya internal publik biasa digunakan pertemuan-pertemuan. jika sasarannya banyak orang dan tersebar dimana-mana maka, salurannya yang sesuai adalah media massa.

Sebagaimana menyusun pesan dari suatu komunikasi yang ingin dilancarkan, kita harus selektif. Dalam artian juga harus menyesuaikan keadaan dan kondisi khalayak, maka dengan sendirinya dalam penggunaan mediapun, harus demikian pula. Justru itu, selain kita harus berpikir dalam jalinan faktor-faktor komunikasi sendiri juga harus dalam hubungannya dengan situasi sosial, psikologi, harus dipertimbangkan pula. Hal ini karena masing-masing media tersebut mempunyai kemampuan dan kelemahan tersendiri sebagai alat.

C. Komunikasi kelompok & *Coaching Clinic*

1. Komunikasi Kelompok

a). Pengertian Komunikasi Kelompok

Kelompok adalah sekumpulan orang yang mempunyai tujuan Bersama yang berinteraksi satu sama lain untuk mencapai tujuan Bersama,

mengenal satu sama lainnya dan memandang mereka sebagai dari kelompok tersebut (Ali Nurdin, 2014). Kelompok ini misalnya adalah keluarga, kelompok diskusi, kelompok pemecahan masalah, atau suatu komite yang tengah berapat untuk mengambil keputusan. Komunikasi kelompok biasanya merujuk pada komunikasi yang dilakukan kelompok kecil (*small group communication*).

Komunikasi kelompok adalah komunikasi yang berlangsung antara beberapa orang dalam suatu kelompok “kecil” seperti dalam rapat, pertemuan, konperensi dan lain sebagainya. Menurut Michael Burgoon dan Michael Ruffner dalam bukunya *human Communication, A Revision of Approaching Speech/Communication*, yang telah disadur oleh sasa Djuarsa, memberi batasan komunikasi kelompok sebagai interaksi tatap muka dari tiga atau lebih individu guna memperoleh maksud atau tujuan yang dihendaki seperti berbagi informasi, pemeliharaan diri atau pemecahan masalah sehingga semua anggota dapat menumbuhkan karakteristik pribadi anggota lainnya dengan akurat.

Onong juga mengemukakan bahwa komunikasi kelompok oleh adalah komunikasi antara seseorang dengan sejumlah orang yang berkumpul bersama-sama dalam bentuk kelompok. Dalam proses komunikasi kelompok setiap anggota kelompok harus dapat melihat dan mendengar anggota lainnya dan harus dapat mengukur umpan balik secara verbal dan nonverbal dari setiap anggotanya. Jumlah partisipan yang terlibat dalam interkasi 3-20 orang.

b). Karakteristik Komunikasi Kelompok

Dalam pelaksanaan komunikasi kelompok biasanya lebih rumit dibandingkan dengan komunikasi antarpribadi karena ada beberapa karakteristiknya, yaitu sebagai berikut:

- a. Langsung dan tatap muka
- b. Lebih terstruktur
- c. Formal/rasional
- d. Dilakukan secara sengaja
- e. Para peserta lebih sadar akan peranan dan tanggungjawab mereka masing-masing.

c). Fungsi komunikasi kelompok

Fungsi komunikasi kelompok yang akan dimanfaatkan untuk kepentingan kelompok dan para anggota kelompok itu sendiri yaitu sebagai berikut:

- 1) Fungsi hubungan sosial, yaitu bagaimana suatu kelompok mampu memelihara dan memantapkan hubungan sosial di antara para anggotanya, seperti bagaimana suatu kelompok secara rutin memberikan kesempatan kepada anggotanya untuk melakukan aktivitas yang informal, santai dan menghibur.
- 2) Fungsi Pendidikan, yaitu bagaimana suatu kelompok secara formal maupun informal bekerja untuk mencapai dan mempertukarkan pengetahuan.

- 3) Fungsi persuasi, yaitu seorang anggota kelompok berupaya mempersuasi anggota lainnya supaya melakukan atau tidak melakukan sesuatu.
- 4) Fungsi pemecahan masalah dan pembuatan keputusan, yaitu dengan cara menemukan alternatif solusi yang tidak diketahui sebelumnya, sedangkan pembuatan keputusan berhubungan dengan pemilihan antara dua atau lebih solusi. Jadi, pemecahan masalah menghasilkan materi atau bahan untuk pembuatan keputusan.
- 5) Fungsi terapi, yaitu membantu setiap individu mencapai perubahan personalnya. Tentunya individu tersebut harus berinteraksi dengan anggota kelompok lainnya guna mendapatkan manfaat, namun usaha utamanya adalah membantu dirinya sendiri, bukan membantu kelompok mencari consensus. Contohnya: konsultasi perkawinan, kelompok penderita narkoba, kelompok perokok dan lain-lain.

d). Bentuk-bentuk komunikasi kelompok

Komunikasi kelompok dibagi menjadi dua macam yaitu kelompok kecil dan kelompok besar sebagai berikut:

1. kelompok kecil

Atau yang biasa disebut dengan *micro grup*. Kelompok kecil adalah kelompok komunikasi yang dalam situasi terdapat kesempatan untuk memberikan tanggapan secara verbal atau dalam komunikasi kelompok komunikator dapat melakukan komunikasi antarpribadi

dengan salah seorang anggota kelompok, seperti yang terjadi pada acara diskusi, kelompok belajar, seminar dan lain-lain.

Adapun menurut Robert F. Bales komunikasi kelompok kecil adalah sejumlah orang yang terlibat dalam interaksi satu sama lain dalam suatu pertemuan yang bersifat berhadapan wajah (*face to face meeting*), di mana setiap anggota mendapat kesan atau penglihatan antara satu sama lainnya pada saat timbul pertanyaan maupun setelah dapat memberikan tanggapan kepada masing-masing perorangan. Umpan balik yang diterima dalam komunikasi kelompok kecil biasanya bersifat rasional, serta diantara anggota-anggotanya yang terkait dapat menjaga perasaan masing-masing dan norma-norma yang ada.

2. Komunikasi kelompok besar

Atau yang biasa disebut dengan *macro grup*, yaitu yang terjadi dengan sekumpulan orang yang sangat banyak dan komunikasi antarpribadi (kontak pribadi) jauh lebih kurang (susah) untuk dilaksanakan karena terlalu banyak orang yang berkumpul, seperti halnya yang terjadi pada acara tabligh akbar, kampanye, dan lain-lain. Dalam kelompok besar apabila salah seorang anggota memberikan tanggapan kepada komunikator, biasanya bersifat emosional.

2. *Coaching Clinic*

a). *Pengertian Coaching Clinic*

Jaques dan Clement (dalam Latif, 2021) menyatakan definisi *coaching* adalah percakapan terstruktur yang menggunakan informasi tentang kinerja yang nyata antara seorang atasan dengan seorang individu (atau tim) yang menghasilkan kinerja yang lebih tinggi.

Merujuk pada definisi di atas, bentuk dari *coaching* adalah percakapan dan membantu orang yang dibimbing untuk meningkatkan kinerjanya. *Coaching* juga dapat dilakukan dimanapun apakah di kantor atau di lapangan, formal ataupun tidak formal. *Coaching* bisa dalam bentuk berbagi pengetahuan, keterampilan dan pengalaman yang berkaitan dengan pekerjaan karyawan.

Selain itu *coaching* menurut *loop institute of coaching* adalah tugas untuk melepaskan potensi, alat untuk membuka kinerja, sebuah pendekatan untuk berubah. Digunakan untuk meningkatkan kinerja *coach* dalam organisasi melampaui impian mereka. Lebih jauh lagi dijelaskan bahwa secara teknis filosofis mengungkapkan bahwa *coaching* adalah teknik yang sangat kuat dalam mendengarkan dan bertanya yang memungkinkan seseorang mendapatkan kesadaran dan mengidentifikasi apapun untuk membuat mereka bergerak maju (Najamuddin et al., 2020). *Coaching* bersifat holistik, tentang cara berpikir, cara menjadi dan cara mempercepat pengembangan (CCE *International coach Federation*, 2018).

Dari beberapa definisi di atas, disimpulkan bahwa *coaching clinic* adalah kegiatan pendampingan atau pelatihan yang bertujuan untuk meningkatkan kinerja, pencapaian hasil, dan pengembangan potensi seseorang atau kelompok. Secara proses, *coaching* adalah sebuah sesi dimana terjadi suatu proses komunikasi sistematis antara *coach* (orang yang meng *coaching*) dan orang yang di *coaching* aturan mainnya adalah orang yang di *coaching* berperan memberikan sejumlah pertanyaan yang *powerful* dan sistematis sedangkan *coach* berperan dalam menjawab pertanyaan-pertanyaan tersebut. Pendekatan yang digunakan adalah praktik langsung, di mana peserta diberikan pemahaman dan keterampilan melalui contoh konkret dan situasi yang relavan dengan konteks permasalahan yang dihadapi.

b). Tujuan *coaching*

Latif (2021) menyebutkan bahwa tujuan *coaching* yaitu sebagai berikut:

- a) Membantu karyawan untuk memahami peluang penuh dalam jabatannya yaitu jangkauan tipe penugasan yang tersedia bagi karyawan sesuai dengan jabatannya dan memberikan gambaran mengenai manfaat apa saja yang dapat dia ambil dari peluang penugasan tersebut.
- b) Membantu karyawan dalam belajar pengetahuan baru misalnya metode, teknologi dan prosedur.
- c) Membawa nilai karyawan lebih sejalan dengan nilai dan filosofi

perusahaan.

- d) Membantu karyawan mengembangkan kebijaksanaannya misalnya dengan pengalaman yang dimiliki oleh atasannya dia mampu menyelesaikan masalah yang serupa.
- e) Membantu karyawan memperbaiki perilaku yang yang tidak sesuai dengan jabatannya.

c). Sesi dalam *coaching clinic*

Hasil dari beberapa penelitian menunjukkan bahwa jumlah sesi *coaching clinic* bervariasi dan tidak ada jumlah kunjungan yang ditentukan. Namun menurut *Health Education East of England* bahwa sesi *coaching clinic* ini dilakukan minimal 2 sampai 5 sesi bahkan bisa lebih dari 21 sesi baik setiap minggu, dua kali seminggu hingga setiap bulan. Dalam setiap sesi *coaching clinic* dapat menggunakan durasi waktu minimal 30-40 menit/sesi dan melalui waktu ini pula telah mampu mewujudkan aspek inti dari *coaching clinic* dalam mendapatkan perubahan perilaku dan mencapai *goals* Simmons & Wolever (dalam Latif, 2021).

d). Teknik *coaching*

Secara umum *coaching clinic* berlangsung dalam empat tahapan yang terstruktur yaitu orientasi, klarifikasi, pemecahan/perubahan dan penutup (Harper, 2012).

Menurut Sanjaya (dalam Prakoso, I. R., 2022) metode pelatihan adalah cara yang dapat digunakan untuk melaksanakan strategi pelatihan.

Dalam *coaching clinic* ini diterapkan beberapa metode pelatihan sebagai berikut:

1. Metode Ceramah

Dalam memberikan pelatihan saat *coaching clinic* yang dilakukan anggota adalah untuk membangun minat dan perhatian peserta pada menerapkan metode ceramah, yaitu:

- (a) Trainer atau dalam hal ini pihak dari Bappelitbangda yang melaksanakan kegiatan *coaching clinic* yang memberikan arahan pengetahuan dan pemahaman menyelipkan atau mengemukakan cerita dengan visual yang menarik, seperti: anekdot, atau media visual yang menarik peserta. Juga disertakan dengan penggambaran berbagai kejadian nyata terkait pengaplikasi SIPD dalam proses input data usulan musrenbang kecamatan agar peserta *coaching clinic* yaitu para Kasubag/Operator Perencanaan lebih paham terhadap pengoperasian *website* tersebut.
- (b) Mengemukakan suatu problem atau persoalan untuk bisa dipikirkan oleh peserta.
- (c) Mengemukakan berbagai nilai positif dan manfaat mengikuti *coaching clinic* ini.
- (d) Berikan pertanyaan yang memotivasi peserta untuk memiliki rasa ingin tahu. Metode ceramah dalam penerapannya perlu memaksimalkan pemahaman dan ingatan.

Adapun cara yang dapat ditempuh untuk memaksimalkan pemahaman dan ingatan, yaitu:

- (a) memberikan headlines dan kata kunci.
- (b) kemukakan contoh dan analogi.
- (c) gunakan media pembelajaran atau minimal alat bantu visual.

2. Metode Resitasi

Biasanya metode resitasi digunakan untuk mendiagnosis kemajuan pemahaman peserta *coaching clinic*. Resitasi diterapkan dalam pelatihan ini dengan menggunakan pola yaitu trainer bertanya, peserta memberikan respon, lalu trainer memberikan reaksi. Gage dan Berliner (dalam Latif, 2021) umumnya digunakan dalam *review*, mengecek jawaban, praktik, dan mengecek pemahaman peserta terhadap materi *coaching clinic* dan ide-ide yang dipaparkan dalam materi tersebut.

3. Metode Praktik dan Drill

Metode praktik dilakukan setelah materi dipelajari atau pihak dari Bappelitbangda memberikan demonstrasi. Sedangkan metode drill digunakan ketika peserta *coaching clinic* diminta mengulang informasi pada topik-topik khusus sampai dapat menguasai topik-topik yang diajarkan.

D. Sistem Informasi Pemerintah Daerah (SIPD)

Bappelitbangda menggunakan cara konsep *coaching clinic* dengan mengadakan pelatihan dan pembinaan *coaching* dengan mengundang seluruh

Kasubag perangkat daerah didampingi oleh operator. Pelatihan *coaching* ini menghadirkan *coach* dalam hal ini pihak yang bertanggung jawab dalam proses input data usulan musrenbang kecamatan melalui subsistem SIPD. Dan juga menghadirkan kepala Badan Bappeda Kabupaten Sidenreng Rappang. Biasanya dilakukan di Ruang Rapat Lt. II Bappelitbangda.

Program Sistem Informasi Pemerintahan Daerah (SIPD) adalah suatu Sistem yang mendokumentasikan, mengadministrasikan, serta mengolah data pembangunan daerah menjadi informasi yang disajikan kepada masyarakat dan sebagai bahan dalam pengambilan keputusan.

Dikutip dari bone.go.id, dalam Media berita Rakyat Data SIPD terdiri dari 8 kelompok data (Data Umum, Sosial Budaya, Sumber Daya Alam, Infrastruktur, Ekonomi, Keuangan daerah, Politik/hukum/Keamanan dan Insidensial), 31 jenis data dan 2691 Elemen data. Hal ini sebagai diamanatkan dalam Pasal 274 Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah bahwa Perencanaan Pembangunan Daerah didasarkan pada data dan informasi yang dikelola dalam Sistem Informasi Pemerintahan Daerah (SIPD).

Sedangkan SIPD sendiri memiliki manfaat untuk menyediakan data dan informasi yang akurat yang terbaru untuk perencanaan pembangunan daerah, menjadi sistem penunjang pelaksanaan tugas dan fungsi Kemendagri dalam pengendalian dan penyerasian pembangunan daerah, menjadi gerbang data dan informasi pembangunan daerah, serta merupakan akses data dan informasi berbagai kepentingan.



Gambar 1.4: Tampilan aplikasi SIPD tahun 2023

a. Tahapan Input Usulan Tingkat Desa sebagai berikut:

1. Pembuatan user desa oleh tim anggaran pemerintah daerah Bappeda
2. Membuat kamus usulan oleh tim anggaran pemerintah daerah Bappeda
3. Membuat jadwal input usulan desa oleh tim anggaran pemerintah daerah Bappeda
4. Input usulan desa oleh user atau akun desa
5. Verifikasi oleh tim anggaran pemerintah daerah Bappeda
6. Verifikasi oleh OPD tujuan akun setara kasubid
7. Verifikasi oleh Kecamatan akun setara kasi pemberdayaan masyarakat
8. Verifikasi oleh Mitra Bappeda akun Kepala Bidang
9. Usulan Disetujui atau ditolak

b. Langkah Menginput Usulan Tingkat Desa di SIPD sebagai berikut:

1. Masuk Link: <https://sipd-ri.kemendagri.go.id> atau sesuai dengan daerah masing-masing. Dengan menggunakan browser *Google Chrome, Mozilla Firefox* dengan versi terbaru.
2. Masuk ke halaman dashboard portal SIPD
3. Pilih menu sistem informasi pemerintahan daerah
4. Masukkan “*user*” dan “*password*” masing-masing akun desa

5. Pilih pembangunan tahun atau tahun depannya.
6. Setelah terbuka halaman dashboard sistem informasi pemerintahan daerah misalnya Kab. Sidrap, kemudian pilih setrip 3 sebelah kiri lalu pilih usulan pembangunan kelurahan/desa
7. Lalu pilih kolom pengajuan desa klik tambah usulan desa atau “+usulan desa” tujuannya untuk menginput usulan desa masing-masing.
8. Kemudian akan muncul form usulan desa
9. Pada form usulan desa, pilih tujuan pengajuan akan dikirim kemana misal provinsi atau kab/kota
10. Pilih jenis usulan yang sudah tersedia beberapa jenisnya.
11. Kemudian pilih permasalahan, pada kolom ini tulis secara detail isinya seperti contohnya terdapat 2 rumah tidak layak huni dengan rusak berat.
12. Pilih peta lokasi yang akan diusulkan pembanguan tersebut.
13. Lalu masukan alamat usulan pengajuan pembangunan tersebut.
14. Pilih surat proposal, Masukan/upload Surat Proposoal dengan format PDF maksimal ukuran 2MB ini khusus “Untuk usulan Bankeu Wajib Upload Document Proposal”.
15. Pilih foto lokasi, Pada kolom ini, masukan/upload Foto lokasi yang akan di usulkan “Foto Lokasi usulan wajib diupload” untuk semua usulan ini khusus bankeu, sedangkan untuk usulan dengan melalui musrenbang bisa tidak usah memasukan foto cukup upload foto berita acara hasil musrenbang kepada grup *whatsapp* Bappeda masing-masing daerah.
16. Setelah selesai diisi semua kemudian klik simpan.

17. Setelah selesai simpan, centang hasil usulan yang akan diajukan.
18. Kemudian lihat kearah kanan ada tombol lalu klik ajukan usulan
19. Jika sudah simpan maka usulan akan muncul pada tab pengajuan.
20. Usulan yang sudah dikirim secara otomatis akan masuk Menu Tab Monitor. Pada tab Monitor, dapat dilihat status usulan yang sudah dikirim.

c. Jadwal Pengusulan Desa di SIPD

Untuk jadwal pengusulan desa ini perlu diperhatikan oleh teman-teman semua karena hal ini sangat penting untuk setiap pengajuan usulan desa. Jadwal pengusulan desa dimulai selama 7 hari dengan waktu yang telah ditentukan.

d. Mekanisme pengusulan Desa di SIPD

1. Urutan input berdasarkan urutan prioritas
2. Maksimal 3 (tiga) usulan per desa diluar Bantuan Keuangan
3. Usulan Bankeu dari Desa diinput melalui aplikasi SIPD
4. Untuk usulan Bankeu wajib melampirkan dokumen proposal yang sudah ditandatangani oleh Kepala Desa dan diketahui serta diverifikasi oleh Camat dalam bentuk PDF dengan maksimal ukuran 2 MB (koordinasi lebih lanjut mengenai mekanisme pengusulan Bankeu akan diinformasikan oleh Dinas Sosial PMDP3A, masing-masing daerah).
5. Substansi proposal paling sedikit memuat hubungan antara kegiatan yang diusulkan dengan RPJMDes dan Rancangan RKPDes Tahun 2022 (RPJMDes dan Rancangan RKPDes dilampirkan), Rencana Anggaran

Biaya (RAB) yang ditandatangani oleh Kepala Desa, *Take of Sheet* (Perhitungan Bahan Material), desain gambar.

6. Semua usulan wajib melampirkan foto lokasi pada SIPD dalam bentuk JPG, JPEG dengan maksimal ukuran 2 MB.
7. Mengirim Berita Acara Musrenbang Desa yang berisi prioritas usulan desa yang sudah ditandatangani dalam bentuk PDF via *WhatsApp* masing-masing tim pendamping SIPD Bappeda.